

XXV

Congreso de

**RED  
COM**

La Rioja 2023

**40 años de Democracia**

**“A 40 años de democracia, logros y  
desafíos en la construcción de una  
comunicación federal y democrática”**



Universidad Nacional  
de La Rioja



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
de CHILECITO

ACTAS DE PONENCIAS

# XXV Congreso RedCom

**A 40 años de democracia, logros y desafíos en la construcción de una comunicación federal y democrática**

31 de julio UNdeC y 1 y 2 de agosto UNLaR

La Rioja 2023

## Instituciones organizadoras

Red de Carreras de Comunicación y Periodismo de la Argentina (RedCom)

Universidad Nacional de Chilecito (UNdeC)

Universidad Nacional de La Rioja (UNLaR)

## Autoridades de RedCom (CD 2022-2024)

Presidenta: Dra. Aixa Boeykens (UNER)

Secretaria: Lic. Eugenia Herrero (UNLAM)

Tesorero: Dr. Diego de Charras (UBA)

## Autoridades de la Universidad Nacional de Chilecito

Rector: Dr. César Salcedo

Vicerrector académico: Dr. Germán Antequera

Director de la Escuela de Ciencias Sociales: Ab. Pablo Flaim

Director de la Licenciatura en Comunicación Social: Lic. Esp. Marcos Icardi

## Autoridades de la Universidad Nacional de La Rioja

Rector: Dr. Daniel Alberto Quiroga

Vicerrectora: Cra. María del Carmen Corzo

Decana del Departamento de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas: Esp. Lic. Miriam Marcela Azcurra

Director de la Licenciatura en Comunicación Social: Dr. Maximiliano Bron

## Comité de admisión y coordinadores/as de ponencias por orden alfabético (49)

Agüero María Marta (UNdeC)	Nuñez Ana (UNLaR)
Albrieu Eliana (UNdeC)	Nuñez Karina (UNdeC)
Bazán Darío (UNLaR)	Ochoa Maximiliano (UNLaR)
Bilyk Pablo (UNLP)	Oliva Alexis (UNC)
Broitman Ana (UMET)	Olivera Noelia (UNdeC)
Burgos Alexis (UNM)	Palacios Omar (UNdeC)
Camaño José Ernesto (UNdeC)	Palis Estela (UNLaR)
Cicalese Gabriela (UNSaM)	Pastorella Marcelo (IUNMa)
Correa Juan Claudio (UNdeC)	Pignolo Marisa (UNLZ)
Espeche Patricia (UNLaR)	Puigdomenech Javier (UNLaR)
Gómez Romina (UNLaR)	Robles Julián (UNSL)
Gonzalez Leonardo (UNLP)	Ruarte Martín (UNLaR)
Gordillo Alejandra (UNdeC)	Salcedo Laura (UNdeC)
Herrera Silvina (UNLaR)	Sidún Ayelen (UNLP)
Latiff Vanesa (UNdeC)	Silva María Pía (UNdeC)
Ludueña María Eugenia (UMET)	Torres Leila (UNLaR)
Marcos Paola (UNLaR)	Torres Rodrigo (UNLaR)
Martin González Frígoli (UNLP)	Urbano Eduardo (UNLZ)
Martín Paula (UBA)	Urenda Gustavo (UNC)
Massa Jimena (UNC)	Vergne Sergio (UNLaR)
Mistrorigo Verónica (UBA)	Vichi Zulma (UNdeC)
Navarrete Marcela (UNSL)	Wilson Javier (UNLaR)
Navarro Carlos (UNLaR)	
Navarro Karen (UNLaR)	
Navarro Menegazzo Rosana (UNLaR)	

## Algunos datos para destacar sobre el Congreso

# 1700 Asistentes

**710 acreditaciones:** Universidad de San Luis, Universidad de Villa María, Universidad de Tucumán, Universidad de Santiago del Estero, Universidad Nacional de Salta – Regional Tartagal, Universidad Nacional de Salta, Universidad Nacional de Rosario, Universidad Nacional de Quilmes, Universidad Nacional de Moreno, Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Universidad Nacional de la Rioja, Universidad Nacional de La Plata, Universidad Nacional de la Patagonia Austral, Universidad Nacional de La Matanza, Universidad Nacional de Jujuy, Universidad Nacional de General Sarmiento, Universidad Nacional de Entre Ríos, Universidad Nacional de Córdoba, Universidad Nacional de Chilecito, Universidad de Buenos Aires, Instituto Universitario de Derechos Humanos Madres de Plaza de Mayo, y otras instituciones.

**220 Ponencias en 20 ejes temáticos:** Medios y prácticas periodísticas, Medios universitarios, Comunicación popular y comunitaria, Comunicación, géneros y diversidades sexuales, Comunicación, niñez y adolescencia, Comunicación, discapacidad y derechos, Comunicación y salud, Epistemologías, teorías y metodologías de la comunicación, Comunicación y ciencia, Comunicación ambiental, Comunicación y deporte, Comunicación Digital, Comunicación y Educación, Comunicación institucional y RRPP, Comunicación política, Comunicación y cultura, arte y estética, Análisis del discurso y estudios del lenguaje, Comunicación, Memoria y DD.HH., Políticas públicas, acceso a la información, derecho y comunicación, Comunicación y desarrollo local/turismo.

**44 Disertantes en 21 Conferencias:** Natalia Aruguete (UNQ-CONICET), Mariana Jasper (UBA), Natalio Cosoy (UBA), Maximiliano Tejada Gras (UNdeC), Marisa Piehl (UNdeC), Pablo René Belzagui (UNdeC), Enrique Díaz (UNdeC), Ezequiel Torres (ARGRA), Natalia Díaz (ARGRA La Rioja), Miguel Moreno Pularello (UNLaR), Daniel Escribano (UNDAV), Gustavo Naón (UNLZ), Leonardo Gonzalez (UNLP), Aixa Boeykens (UNER), Washington Uranga (UNLP), Diego de Charras (UBA), Verónica Mistrorigo (UBA), Paula Martín (UBA), Evangelina Margiolakis (UBA), Pablo Bilyk (UNLP), Leonardo Murolo (UNQ), Javier Romero (IUNMA), Ezequiel Fuentes Sauma (UNLaR), Alexis Oliva (UNC), Sergio Grabosky (UNSA), Fernando Irigaray (UNR), Ernesto Picco (UNSE), Sebastián Novomisky (Defensoría del Público), Leila Moreno Castro (UNLaR), Alejandra García Vargas (UNJU), Larisa Kejval (UBA), Luz Canella Tsuji (UNLZ), Alexis Burgos (UNM), Carla Avendaño (UNVM), Alejandra Cebrelli (UNSA), Anahí Lovato (UNR), Tomás Balmaceda (UBA).

## **1400 Certificaciones**

## **8 Libros presentados**

**2 Muestras fotográficas** montadas en nuestras Universidades y curadas en conjunto con la Asociación de Reporteros Gráficos de la República Argentina

**1 Concurso para estudiantes** de cuñas radiales sobre 40 años de democracia

**60 Colaboradores** de ambas universidades participaron de la organización.

**500 estudiantes y docentes se movilizaron** y participaron de las actividades del Congreso en ambas sedes, gracias al apoyo de las autoridades de la UNdeC, del Gobierno de la Provincia de La Rioja y de las universidades públicas que dispusieron transporte de larga distancia tanto para llegar hasta La Rioja, como cubrir los 200 kms que separan a ambas instituciones organizadoras de este encuentro.

**48 horas de promoción turística y productiva** para dar a conocer algunas experiencias de la economía regional (producción vitivinícola y emprendimientos vinculados a la industria del cáñamo y del cannabis medicinal) así como algunos de los principales atractivos turísticos y culturales que tiene la ciudad de Chilecito y sus alrededores.

Se invitó a los representantes de las Universidades Nacionales, que pudieron llegar a Chilecito el viernes 28 de Julio a participar de estas actividades.

Universidad Nacional de La Rioja. EUDELAR

Actas del XXV Congreso REDCOM / Compilación de Marcos Alberto Icardi ; Maximiliano Bron ; Leila Moreno Castro. - 1a ed compendiada. - La Rioja : Universidad Nacional de La Rioja. EUDELAR. Departamento Académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas, 2024.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-1364-32-9

1. Medios de Comunicación Social. 2. Periodismo. 3. Ciencias de la Comunicación. I. Icardi, Marcos Alberto, comp. II. Bron, Maximiliano, comp. III. Moreno Castro, Leila, comp. IV. Título.

CDD 302.2007

# Índice

\* Las ponencias publicadas son las que fueron autorizadas por las/os autoras/es, además de cumplir con los requisitos formales para tal fin. Las opiniones expresadas en los trabajos son de exclusiva responsabilidad de sus autoras y autores.

## Índice

Prólogo.....19

## Medios y prácticas periodísticas

Producción de un podcast sobre el caso criminal de Gabriel Barazzuti ocurrido en Chilecito, La Rioja en enero de 2018 .....	22
Periodismo político en Villa María: la disputa ideológica en y por la prensa .....	32
Democracia y derecho a protestar en la construcción de las noticias .....	40
Agencia de Noticias San Luis: un medio en el marco de una estrategia gubernamental.....	49
Modalidades de enunciación de Infobae en el desalojo de una feria en Moreno .....	56
“Amores que matan”, El tratamiento periodístico de los femicidios en Diario de Cuyo .....	64
Repensando la profesión periodística. Derivas entre la verdad y las falsas noticias.....	72
Estrategias editoriales y productivas en periodismo local: Medios informativos del Gran Córdoba ...	80
Nuevas tendencias y desafíos del periodismo digital: abordajes desde el aula .....	85
El “mito” del periodismo independiente .....	95
Medios de comunicación, periodismo y capitalismo en la Argentina hoy. Nuevos medios, viejos problemas .....	104
Los medios de comunicación digitales en San Luis ¿Hablan de Ciencia? .....	113
Análisis sobre el tratamiento periodístico durante marzo de 2023 .....	113
Materiales Educativos Digitales y Educación a Distancia: un análisis desde el relativismo.....	121

## Medios universitarios

Programación televisiva universitaria: análisis de la grilla de contenidos emitidos en la señal abierta Xama TV de la Universidad Nacional de San Juan, periodo 2020-2022 .....	128
Panorama Revés. Deconstruir la agenda tradicional para las audiencias jóvenes de noticias .....	142
Construyendo relatos sobre Bañado de los Pantanos, La Rioja, Argentina. ....	150

## Comunicación popular y comunitaria

Procesos de organización colectiva de mujeres en sectores populares desde la mirada comunicacional en B° La Ciénaga, Salta. ....	158
Comunicación y diálogos de vivires en las tramas de organización colectiva .....	166

El barrio: una fuente de información para la radio escolar.....	175
Diálogo de saberes entre la universidad y los sectores populares. ....	182
Concepciones y prácticas.....	182
La radio como espacio de construcción ciudadana: el programa “Haciendo Escuelas” .....	192
“Atravesando muros”: hacer radio en la cárcel de Villa Urquiza en San Miguel de Tucumán .....	200
Capitalismo y Hegemonía en Gramsci: el rol de los medios de comunicación y las ideas.....	209

## Comunicación, géneros y diversidades sexuales

La cobertura de la violencia de género en los medios gráficos de La Rioja .....	217
“Científicas de Acá”: comunicación de la ciencia y ciberfeminismo.....	225
La democratización de la palabra: edición independiente, feminismos y disidencias.....	233
Usos y sentidos de las TICS en clave intergeneracional y de género .....	241
Hacer visible lo invisible: .....	249
mujeres que dirigen cine en Argentina .....	249
K-pop: El problema de la misoginia en K-pop Stan Twitter.....	258
Estrategias y políticas institucionales de transversalización de la perspectiva de géneros en UNLZ ..	268

## Comunicación, niñez y adolescencia

De Caja Negra, Luzu TV y telenovelas turcas. Consumos mediáticos de adolescentes y jóvenes en la era de las plataformas (y por qué la televisión no murió) .....	279
Medios de comunicación y protección de derechos de Niños, Niñas y Adolescentes en la cobertura periodística .....	288
La Tierra para los terrícolas: un análisis sociológico de la historieta „Superman y la Legión de Super-Héroes“ .....	297

## Comunicación, Discapacidad y Derechos

Comunicar desde la Diversidad.....	314
Discapacidad en publicidades .....	323

## Comunicación y Salud

“Cuidarnos en Red”: Comunicación para la Salud Sexual y (No) Reproductiva desde las trabajadoras de la salud pública .....	330
Comunicación/Salud como derecho. ....	338
Una experiencia radial en Chilecito, La Rioja. ....	338
Redes sociales y salud: entre la participación y la desinformación.....	349
¿Cómo investigar el campo de la salud mental? Algunas notas desde los problemas de la comunicación y la cultura .....	358
Relación ansiedad - comunicación en los estudiantes de Foniatría II .....	367

## Epistemologías, teorías y metodologías de la comunicación

El campo comunicacional y la formación de comunicadores. ....	373
Destiempos y desfasajes presentes y futuros.....	373
Las teorías de la comunicación ante la digitalización: ¿cómo se piensa la formación actual?.....	381
Articulaciones posibles entre la comunicación y los estudios del giro afectivo. Una experiencia desde las agendas de política y género. ....	389
El problema de pensar la comunicación horizontal: la perspectiva latinoamericana.....	398
La investigación en comunicación en la UNNE: temas, enfoques y tipologías.....	404

## Comunicación y Ciencia

Periodismo científico en los inicios del Programa CyT de la Fundación Campomar.....	415
La liga de la ciencia y el Oso Producciones: apuntes para una historia de su desarrollo .....	426
La liga de la ciencia y el Oso Producciones: apuntes para una historia de su desarrollo .....	434
Comunicación Pública de la Ciencia y Género. Egresadas y egresados de la UNC en el siglo XXI en los distintos campos del conocimiento científico .....	441
Trayectorias, recursos y estrategias en comunicación pública de la ciencia en la Universidad Nacional de Misiones.....	451
Análisis de la comunicación de la ciencia paleontológica .....	461
en diarios generalistas de la Patagonia Argentina .....	461

## Comunicación Ambiental

Comunicación y Ambiente: el rol del periodismo en los conflictos ambientales.....	471
La comunicación como objeto y estrategia psico-social en el proyecto de extensión universitaria P. Jagüé. ....	478
Comunicación y Ambiente: el rol del periodismo en los conflictos ambientales.....	488
El Caso de Nonogasta, Provincia la Rioja.....	488
Análisis de estrategias de comunicación y educación ambiental del Municipio Colonia Carlos Pellegrini de la Provincia de Corrientes.....	498

## Comunicación y Deporte

Cuerpo, comunicación y cultura deportiva .....	508
La importancia de la comunicación en el deporte emergente: Longboard Skate .....	516

## Comunicación Digital

La Previa. Trabajo preliminar para focus groups en prácticas de lectura transmedia de estudiantes de comunicación de Salta. ....	530
Narrativas Transmedia, Fanatismo y Consumo Cultural en el reality show Gran Hermano 2022.....	540
Covid 19, Nuevo comienzo .....	549

Consumos culturales en estudiantes del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Juan. ....	555
Periodo 2022.....	555
Las narrativas del yo en las prácticas comunicativas mediáticas .....	567
¿Profesión?: Influencer. ....	577
El caso Paulina Cocina.....	577
Los memes como herramienta para la participación política en redes sociales: caso AUH.....	582
De la toma directa al livestream: Twitch.tv ¿otra forma de hacer televisión? .....	592
Nuevas herramientas de publicidad e Inteligencia Artificial .....	599
Explorando el potencial de la inteligencia artificial en la comunicación y creación de contenido multimedia. Riesgos y desafíos. ....	607
Actualidad de la IA y sus avances y las consecuencias en el campo de la comunicación. ....	614
Movilidades mediatizadas: desde los Geomedia Studies hasta la Datificación y la Mediatización Profunda.....	620
Recorre tu propia aventura: una narrativa sonora geolocalizada .....	627
El Banco Digital de Producciones de la FCC como resguardo del patrimonio inmaterial universitario	635
El panóptico digital: Una infoesfera que nos mantiene controlados y cautivos. ....	642
La dinámica en la construcción colaborativa de conocimiento en Internet: la ética hacker, las regulaciones libres y la cocreación en la Web. El sistema WordPress en Argentina. ....	650
Narrativas post-pantalla: una aproximación al diseño .....	659
de experiencias inmersivas de no-ficción.....	659
Informarse en tiempo de redes digitales: la práctica del scrolleo en los consumos informativos locales	670
Comunicación digital y política: los usos de Twitter para la militancia y la construcción de sentidos en la red social .....	677
Lo televisivo en redes sociales: el análisis de YouTube y Twitch .....	685
Memes: modalidades y motivaciones de uso por parte de alumnos de la carrera de Comunicación Social de UNdeC.....	693
Las nuevas vidrieras. El trabajo de tatuadoras y disidencias en sus cuentas de la red social Instagram.	701
El capitalismo no toma descansos: consecuencias de la pandemia y derechos laborales.....	709
TIC T.O.C. Cuerpo, datos y afectividad artificial en las industrias culturales algorítmicas.....	719
IA: Chats bots en la lógica de producción capitalista.....	725
La regulación jurídica de la comunicación digital.....	731
El caso del derecho al olvido.....	731
Marketing de Contenidos: .....	739
Inteligencia Humana en vinculación con Inteligencia Artificial. ....	739
Análisis del spot publicitario de Bizarrap .....	739

La inteligencia artificial:.....	745
entre la creatividad artificial y la creación de una nueva realidad visual.....	745

## Comunicación y Educación

La performance artística como herramienta de intervención.....	755
pedagógica .....	755
Conformación de Espacios y Narrativas Transmedias en la educación.....	764
Página Cero: mirada y voces de jóvenes de escuelas secundarias a través de una plataforma digital y redes sociales.....	771
Miradas acerca de la evolución en los estudios sobre las alfabetizaciones transmedia en Latino América.	784
¿ Pensar en imágenes ?.....	791
Una experiencia de producción audiovisual desde el aula .....	791
Prácticas de comunicación-educación en el Colegio Nacional Agrotécnico “Ing. Julio C. Martínez” y sus representaciones sociales en la comunidad en la que se inserta. ....	796
¿Es posible pensar experiencias pedagógicas auráticas desde una didáctica transmedia? .....	805
Las narrativas transmedia y la educación superior.....	813
Caso de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva a Distancia de la Universidad Nacional de Rosario. ....	813
El relato en el taller: herramientas para una intervención ecléctica.....	821
Recuperar la palabra verdadera. ....	831
Comunicación/educación en la Educación de Jóvenes y Adultos. ....	831
Nuevas lecturas, nuevas enseñanzas. ....	840
Análisis y reflexión sobre las Prácticas Educativas y Evaluativas en el aula universitaria desde los conceptos de Prácticas Pedagógicas y Docentes de Elena Achilli y Modelos Evaluativos de Zulma Perassi y otros autores .....	846
Estado y producción de contenido educativo .....	855
La producción y realización de audiovisuales críticos: reflexión sobre una experiencia en la UNSL....	862
La educación y los recursos tecnológicos en tiempos de pandemia y de post pandemia.....	869
Profesorado Universitario en Comunicación Social.....	875
Egresados y prácticas educativas .....	875
Prácticas de formación y comunicación: el caso de las prácticas pre-profesionales en la Universidad Nacional de San Luis. ....	882
La realización de pastillas de audio como alternativa para trabajar teoría en el aula” .....	889
Formar comunicadores para la democracia: la Fundación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la UBA.....	897
El campo laboral de la comunicación en Cuyo: Tendencias y miradas de egresados universitarios ....	905
Nuevas configuraciones en las tutorías y adscripciones estudiantiles en el ciclo de ingreso universitario postpandemia .....	914

Prácticas emancipadoras en el ingreso universitario. ....	921
El caso de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Salta.....	921
La radio escolar de la escuela Pablo Pizzurno: una experiencia de educomunicación .....	930
Imaginario y expectativas laborales de graduados de comunicación social.....	936
Agentes conversacionales inteligentes de código abierto y software libre: alcances, limitaciones y desafíos en la comunicación digital educativa .....	944
Revisar el currículum: transformaciones y desafíos de Prácticas Comunicacionales en el nivel secundario.....	952
Modelizaciones Pedagógicas de la Comunicación Social como contenido escolar en Mendoza Estudio comparado situación de la comunicación en niveles secundario de Salta, Córdoba y Mendoza como unidades curriculares .....	961

## Comunicación institucional y RRPP

El lanzamiento de una aplicación móvil y su relación con la identidad institucional. ....	986
Esencia y valor de marca, claves para una gestión coherente.....	993
Experiencias pedagógicas en la Comunicación y el Diagnóstico Institucional. 10 años de la Auditoría de Comunicación .....	1000
El Banco Digital de Producciones de la FCC como resguardo del patrimonio inmaterial universitario	1005
Comunicación Interna vs Endomarketing .....	1012
“Lo institucional” y la capacidad comunicativa de las normas en y de las organizaciones. ....	1017

## Comunicación Política

Discursos de Odio .....	1030
Comunicación y Política. Sentido común y eficacia simbólica del “cambio cultural” en Argentina entre 2015 y 2019 .....	1037
Fake News y Disonancia Cognitiva .....	1046
Representaciones sociales sobre la política por parte de jóvenes escolarizados de Chilecito.....	1051
Culturas políticas, mediatización y performance en clave comparativa.....	1061
Estrategias de Discurso Persuasivo en la Política Juvenil.....	1070
La comunicación política, hoy, es principalmente imagen .....	1080
Uso de base de datos de vacunación Covid para campaña política. ....	1086
El caso de las elecciones a Intendente 2022 en la ciudad de Marcos Juárez, Córdoba .....	1086
„Les otros“: representaciones mediáticas de migrantes senegaleses en CABA (2017-2020) .....	1091
Al ritmo de la campaña: jingles políticos e industria cultural en las elecciones provinciales de Tucumán en 2023 .....	1101

## Comunicación y cultura arte y estética

Percepciones de la ampliación del interés por el tatuaje: .....	1113
Cuello y rostro.....	1113

Florencia Peña, de Celebridad a Influencer o cuando .....	1121
la extimidad aflora para quedarse.....	1121
Disrupción nostálgica en los ritmos urbanos argentinos.....	1129
El arte correo en el nuevo milenio en y desde Argentina .....	1139
La tinta y la fe: explorando la intersección entre religión y cultura popular .....	1149
De retomas: el pasaje de La muerte lenta de Luciana B de Guillermo Martínez (2007) a “La ira de Dios” de Sebastián Schindel (2022) .....	1154
“Cultura participativa y convergencia de medios analizando el caso Gran Hermano Brasil” .....	1161
Te llevo bajo mi piel. Análisis cultural sobre la práctica del tatuaje en la actualidad.....	1168
Los hacedores de la industria del libro argentino. Panorama .....	1177
El caso de las transposiciones de lo policial argentina al cine nacional de la última década.....	1187

## Análisis del discurso y estudios del lenguaje

Femicidio: la construcción de sentido a través del tratamiento mediático. El caso “Araceli Fulles” analizado en los medios gráficos Clarín y Mu-La Vaca.....	1197
Lenguaje argentino: derechos lingüísticos como derechos humanos.....	1207
Análisis del tiktok “Explicando: Lenguaje de las provincias” .....	1207
Ciudadanía, otredad y racismo en la gran pantalla:.....	1215
El caso de Jojo Rabbit.....	1215
Estado y corrupción: la construcción discursiva de la prensa gráfica durante el periodo 2011 – 2023. El caso de Clarín, Página 12 y La Nación. ....	1221
«Avanza la Libertad»: «guerra de trincheras» y desedimentación de discursos de lo Social.....	1230
Metamorfosis en la redacción. Prácticas ensayísticas de estudiantes de Ciencias la Comunicación, UNSa 1242	
Disparen contra el kirchnerismo y el populismo: la construcción del enemigo en los discursos de Mauricio Macri en el libro Primer Tiempo .....	1250
Moderado, posideológico y pragmático: algunas claves para interpretar el dispositivo de enunciación de Horacio Rodríguez Larreta.....	1258
La espectacularización del desarrollo: dispositivo publicitario y urbanismo en Córdoba, Argentina ..	1265
La recuperación de lo político ante las lenguas del odio .....	1274
Argentina, un país de mierda .....	1281
Discurso político, argumentación semántica .....	1287
Salames, pero los mejores del mundo – Paladini.....	1294

## Comunicación, Memoria y DDHH

El pasado, la inteligencia artificial y las redes sociales .....	1301
Derecho a la comunicación y violencia institucional en Radio Muni 88.5 de San Salvador de Jujuy. ...	1307
Revistas contraculturales en transición: el reclamo del fin de la dictadura y los imaginarios alrededor de la democracia.....	1313

Periodismo y Derechos Humanos: el Derecho de Rectificación en noticias sobre las víctimas de la última dictadura cívico-militar (1976-1983) .....	1323
La universidad en la cárcel: una mirada entre el encierro y la libertad en Colonia Abierta Monte Cristo, Córdoba.....	1333
Producciones comunicacionales para una pedagogía de la memoria .....	1334
Violencia, negacionismo y discursos de odio en los medios.....	1343
Documental Bosque de la Memoria: la comunicación audiovisual como herramienta para la memoria colectiva.....	1350

## Políticas Públicas acceso a la información derecho y comunicación

Panorama comparativo de las perspectivas de estudio de los reguladores de la comunicación .....	1360
Derecho a comunicar en la Constitución de San Juan: democratización, acceso y participación.....	1371
Experiencia extensionista en el Departamento Senguer, “Personas Mayores en pandemia-pospandemia: estrategias y prácticas en la docencia, salud comunitaria, comunicación y gestión local” .....	1381
El audiovisual en San Juan: la reconfiguración de la industria cultural a partir de Políticas Públicas de Comunicación, en el período.....	1388
2015-2023.....	1388
Ciudadanía inconclusa. Tensiones entre redistribución y reconocimiento en torno a la ley de medios.	1396
Ciudadanía inconclusa. Tensiones entre redistribución y reconocimiento en torno a la ley de medios.	1405
Ciudadanía inconclusa. Tensiones entre redistribución y reconocimiento en torno a la ley de medios.	1412
7 ejes para revitalizar el debate por la comunicación democrática en la Argentina.....	1420

## Comunicación y desarrollo local-turismo

Desafíos comunicacionales en la promoción de recursos turísticos regionales. Caso “Tres puertos, Tres parques” en Santa Cruz .....	1434
¿Por qué la comunicación es central para comprender al turismo? Producción de sentido y urbanizaciones turísticas (UT) en Traslasierra, Ansenuza y Noroeste de la Provincia de Córdoba. ....	1440

# Prólogo

## **Por Maximiliano Bron (Director de Carrera Lic. En Comunicación Social UNLaR) y Marcos Icardi (Director de Carrera Lic. En Comunicación Social UNdeC)**

Durante los días 31 de julio, 1 y 2 de agosto se llevó a cabo el XXV Congreso de la Red de Carreras de Comunicación y Periodismo de la Argentina, que reunió a representantes de 37 Universidades Nacionales. La asamblea del día 1 de agosto, realizada en la Universidad Nacional de La Rioja, marcó un hito en la historia de la Red al conmemorar sus 25 años de trayectoria.

En el marco de esta celebración, el encuentro se desarrolló por primera vez en la provincia de La Rioja, con un acto de inauguración en la Universidad Nacional de Chilecito, donde se congregaron autoridades provinciales, municipales y de las instituciones anfitrionas.

El Congreso fue un espacio para la presentación de 220 Ponencias distribuidas en 20 ejes temáticos propuestos. La diversidad de temas abordados nos permitió reflexionar sobre las especificidades de nuestro espacio en las ciencias sociales, compartir experiencias y generar redes de contacto para expandir nuestros lazos a nivel nacional, manteniendo vivo el espíritu federal que nos caracteriza.

Esta ocasión nos permitió reencontrarnos y reflexionar sobre nuestro quehacer académico y profesional en relación al lema del Congreso: “A 40 años de democracia, logros y desafíos en la construcción de una comunicación federal y democrática”.

En un contexto de 40 años ininterrumpidos de democracia, es crucial ejercitar una mirada crítica que aporte a revisar el rol de la comunicación en este proceso y entenderla como un espacio disciplinar dentro de las ciencias sociales, clave para el desarrollo humano.

Entender la comunicación como un derecho humano implica principalmente abrir el debate en dos dimensiones fundamentales: la primera, sobre la actual dinámica del debate público, que está siendo empobrecida en ideas y alimentada por noticias falsas y un caudal de comunicación superficial; la segunda, sobre el rol del Estado en cuestiones de regulaciones y controles, especialmente en lo que respecta a la concentración mediática.

El XXV Congreso Redcom no solo fue un espacio de intercambio académico, sino también un llamado a la reflexión y a la acción, reafirmando nuestro compromiso con una comunicación federal, democrática y de calidad. ¡Que este encuentro marque el inicio de nuevas iniciativas y proyectos que fortalezcan nuestra Red y contribuyan al desarrollo de la comunicación en Argentina!



## MESA 1

# Medios y prácticas periodísticas

# Producción de un podcast sobre el caso criminal de Gabriel Barazzuti ocurrido en Chilecito, La Rioja en enero de 2018

Mercado, Víctor

victorindependiente78@gmail.com

Castro María

marawoman32@gmail.com

**Universidad Nacional de Chilecito**

## Resumen

Para la obtención de nuestro título de la Licenciatura en Comunicación Social hemos desarrollado un Podcast titulado: El Caso Criminal de Gabriel Barazzutti, ocurrido en Chilecito, La Rioja en el año 2018. Este archivo sonoro fue creado bajo la estructura básica del lenguaje radiofónico, característica principal del podcast, pero, además, fue combinado con una rama de las artes escénicas como lo es el Radioteatro, con la intención de narrar esta historia criminal lo más cercano a lo sucedió en ese hecho trágico.

De esta manera, y utilizando otros recursos como son los diferentes planos sonoros, se pretende recrear los escenarios mentales necesarios para documentar este hecho que se encuadra dentro del Periodismo de Investigación Policial.

Para realizar este trabajo, los datos fueron tomados de tres fuentes: diario digital Chilecito.com, diario edición papel El Independiente y el Expediente que contiene la causa y la sentencia judicial del caso y la entrevista.

Es importante destacar que nos interesó trabajar en la creación y divulgación de contenido a la carta atemporal y de descarga gratuita, que se adapte a los nuevos hábitos de consumo de las audiencias que hoy en día, exploran otros espacios sonoros que contengan producciones que ya dejaron de ser propiedad exclusiva de la radio. Estos nuevos espacios han crecido notablemente en los últimos años, y más aún durante la Pandemia, ofreciendo variadas opciones para los ciber oyentes.

Atentos a esto, a la nueva ola o prácticas de consumo, fue que nos animamos a explorar el mundo del podcast, y de esta manera ser propulsores en nuestra región de la realización de contenidos bajo esta estructura que propone un tratamiento diferente de la información a la que tradicionalmente estamos acostumbrados.

Por lo mencionado anteriormente, hemos procurado que nuestra propuesta satisfaga la necesidad de estar informado por otro medio de comunicación como lo es el podcast, con la expectativa de lograr una simbiosis entre el periodismo de investigación y el medio por donde se transmite el contenido que represente además, una herramienta para acercarse a la información desde una perspectiva mucho más profunda y acabada de un tema en particular, pasible de ser recuperado tantas veces sea requerido y desde cualquier dispositivo con acceso a internet, mediante un link, alojado en una plataforma gratuita al alcance de un click con la posibilidad de ser compartido

generando su viralización.

## Introducción

“Las formas de comunicación, los lenguajes y los medios se modifican, evolucionan, cambian a raíz de desarrollos tecnológicos y de prácticas sociales”. (Murolo, 2020, pág. 9).

Tomamos este concepto del Dr. Murolo para comenzar a presentar nuestro trabajo que tiene que ver con la producción de un contenido pensado para los nuevos hábitos de consumo de generaciones que nacieron con la aparición del internet y tal cual lo menciona el autor, con el desarrollo de nuevas tecnologías que posibilitan nuevas prácticas de producción y distribución de contenidos. Algo que los medios tradicionales debieron comenzar a adaptar para estar emparentados con estos avances comunicaciones.

Estos nuevos espacios se gestaron con lenguajes que otrora monopolizaban los medios tradicionales. Un claro ejemplo de esto es la descentralización del espacio sonoro cuando la radio perdió el dominio sobre la distribución del audio. Repasemos lo que nos dice al respecto (Pedrero Esteban, 2020, pág. 39).

Ese contenido lo ofrecen ahora también los servicios de música en streaming, las plataformas de podcast y las de audiolibros, que poco a poco se están abriendo hueco como alternativa a la lectura tradicional. Los podcasts han ganado territorio sobre la radiofonía que hasta no hace mucho tiempo detentaba el monopolio del espacio sonoro.

Y justamente, bajo esta mirada sobre podcast, concepto que más adelante desarrollaremos en profundidad, es donde se sitúa nuestro trabajo final para obtener el título de Grado de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Chilecito. Es por ello que a través de este formato documentamos el caso criminal de Gabriel Barazzutti ocurrido en Chilecito en enero de 2018.

Se trata de un producto audible, un archivo sonoro pensado como una manera diferente de abordar la información periodística policial, produciendo contenido adaptado a las conductas de consumo contemporáneas. Una hibridación de géneros, el periodístico y el entretenimiento, que brinda el podcast para convertirse en una alternativa diferente de conocer y problematizar los hechos que nos atraviesan como sociedad y que rompe con las formas tradicionales del tratamiento de la información. Cuyo resultado final se plasmó en un podcast que contiene la historia narrada y teatralizada del crimen de Gabriel Barazzutti.

Por otro lado, cabe mencionar que esta de pieza fue trabajada con los datos relevados de las siguientes fuentes: diario digital Chilecito.com, diario edición papel El Independiente y el Expediente que contiene la causa y la sentencia judicial del caso.

## Alcances y Justificación

Nuestro interés por abordar de manera diferente la información nos motivó a incursionar en el periodismo de investigación policial, rama que al menos en nuestro medio, se mantiene en su forma tradicional de contar los hechos, reduciéndolos a noticieros de TV por cable, cobertura radial, plataformas digitales audiovisuales y la sección policial del periodismo gráfico. De este modo las noticias se transformaron en meros hechos pasajeros, más aún en un contexto donde la vorágine de lo cotidiano devora el tiempo de lectura consciente para conocer y reflexionar sobre la realidad que nos atraviesa diariamente.

Fue esa la motivación para asumir el desafío de ser pioneros, al menos en esta región, con producciones que tienen como punto de apoyo en la información periodística policial combinada con la teatralización para de esta manera, representar este hecho que conmocionó a la comunidad de Chilecito.

Para ello recurrimos a las fuentes de información como el expediente que contiene la causa judicial completa y la sentencia. Por otro lado, hemos relevado datos de los archivos 2018, del diario de tirada provincial El Independiente (formato gráfico). Del mismo modo, tomamos como fuente los archivos audiovisuales del diario digital local, Diario-Chilecito.com <http://www.diariochilecito.com.ar/articulo/42887.html>

La historia recreada en este Podcast: “El crimen de Gabriel Barazzutti” está narrada y teatralizada por lo que consideramos que ése es el sello particular que diferencia a nuestro trabajo de otras formas de presentar este tipo de información de nuestro contexto social, hasta ahora inédito.

Para ello, nos hemos apoyado en los conceptos de (Bosetti , 2020, pág. 22) que sostiene: “Bien se sabe que lo auditivo está asociado con la calidez, con lo más emotivo y vivencial, con lo que afecta y conmueve mucho más que mil rotundas imágenes en movimiento o congeladas para un indeterminado futuro por venir”.

Además, somos conscientes que abordamos una temática que tiene una sensibilidad superlativa al rememorar este hecho que oportunamente formó parte de la agenda de los medios de comunicación locales y provinciales.

Motivados por nuestro compromiso social como comunicadores, reflejamos nuestro contexto desde la información, sin la intención de transformarla, sino, invitando de algún modo a movilizar el pensamiento crítico. Al mismo tiempo y debido a la dinámica social, hace que la gente también viva con poca capacidad de entender lo que sucede, sin dimensionar los acontecimientos.

Otro de los motivos que nos llevó a la elección del formato podcast, fue las facilidades tecnológicas y su gran tendencia del consumo a demanda ya que los contenidos pueden ser escuchados, descargados y compartidos ininidad de veces desde plataformas que se encuentran disponibles en el ciberespacio, utilizando distintos dispositivos, como los teléfonos y las computadoras.

Otro de los puntos interesantes para mencionar sobre el podcast es su bajo costo de producción, lo que permite una buena oportunidad como salida laboral para los comunicadores. Aunque si bien, como trabajo final de tesis hemos dispuesto que este producto sea de descarga gratuita, apostamos a generar producciones que puedan ser luego monetizadas, dado que los creadores de contenido para podcast solo necesitan tener algo para decir y basta con crear un registro sonoro que pueda ser alojado en algunas de las plataformas digitales destinadas para ello, o bien puede ser distribuido para su viralización a través de otros circuitos como son las redes sociales.

Por todo esto, es notorio que el caudal de audiencia se acrecentó y diversificó a medida que el podcast supo romper con la unisensorialidad de la radio y su hegemonía ofreciendo contenido para una audiencia universal y diversa.

Es evidente que el terreno de la comunicación no es estático, y a lo largo de la historia ha sabido encontrar el ritmo que acompañe a las nuevas demandas y los cambios en los hábitos de consumo, y ciertamente el podcast no es ajeno a ello.

## **Marco conceptual**

De la hibridación de los géneros documental sonoro, la información periodística y la teatralización resultó nuestra producción que se titula “Podcast: El crimen de Gabriel Barazzutti”, partiendo del hecho que buscamos aportar una alternativa que represente una innovación y que logre romper la monotonía de la lectura de un diario (digital o físico) o bien de la cobertura del hecho y/o las entrevistas, como únicas posibilidades de tratamiento y manejo de la información. Nos hemos esforzado para que el relato no pierda de vista el horizonte netamente periodístico y que mantenga un riguroso respeto a los protagonistas, debido a que se trata de un hecho real y que, como todo crimen, toca la fibra más sensible de la audiencia.

En el proceso creativo de nuestro podcast hemos matizado el lenguaje que es propio de la radiofonía: las palabras,

los silencios, la música y los efectos sonoros, con el relato. Con el objetivo de ambientar así los escenarios mentales, interviniendo la oralidad narrativa mediante el uso de la digitalización junto con las nuevas herramientas tecnológicas que permitieron imprimirle una estética sonora única a nuestro producto.

## El Podcast

Este es un formato que ha empezado a resonar con fuerza desde hace más de una década, ha sabido satisfacer las demandas de consumidores y concretar los proyectos de los productores y por qué no también podríamos incluir a los prosumidores de contenido a la carta. Pero antes de seguir hablando sobre Podcast no referiremos a su origen:

El primero en utilizar el término podcast como tal fue Ben Hammersley en un artículo titulado “Audible Revolution”, publicado en la edición de The Guardian en febrero de 2004 (Hammersley, 2004). (Hernández, Rivero, Anton, & Colsa, 2013, pág. 4).

De esta manera se puso fin a un proceso que viene dándose desde el año 2000:

Cuando David Winer desarrolló una nueva etiqueta <enclosure> para la versión 0.92 de RSS; etiqueta que permitió la sindicación del primer archivo de audio (Tenorio, 2008: 9). Junto con Adam Curry (DJ de la cadena MTV), de una aplicación informática que permitió la descarga automática de programas de radio on line en el iPod. (Piñeiro Otero, 2012, pág. 3).

Desde el punto de vista etimológico, para aquellos que quieran conocer más sobre el término, podemos decir que “la palabra podcast proviene de la contracción de la sigla en inglés POD (Public On Demand) y broadcast (transmisión). Es decir, transmisión a demanda del público”. (Parlatore & Delmónico, 2020, pág. 7).

Ahora que ya conocemos su acepción, y de qué se trata un podcast, es preciso conocer también como se distribuye su contenido y de qué manera podemos acceder a éste:

El podcast es un contenido en un archivo de audio digital al que las usuarias y los usuarios pueden acceder desde diferentes canales de distribución, como Spotify, Google Podcasts, iVoox, iTunes o Apple Podcasts, entre otros, y escucharlo cuando y donde quieran, a través de cualquier dispositivo (computadora, notebook, teléfono celular, altavoces inteligentes, tablet, etc.) e incluso en el auto, a través de una conexión del celular al estéreo. (Parlatore & Delmónico, 2020, pág. 6).

Este concepto es el que más acompaña a la idea que tenemos sobre este formato que tiene su vínculo innegable con la radio y que atravesó un proceso que se transformó en una revolución audible. Por otro lado, es claro que ambos “el podcast y la radio, comparten rasgos constitutivos, como los elementos del lenguaje radiofónico: la palabra, la música, los efectos de sonido y los silencios”. (Parlatore & Delmónico, 2020, pág. 7).

Por su parte, Agustín Espada, Magíster en Industrias Culturales y estudioso del fenómeno, señaló:

Desde mi punto de vista, la radio y el podcast son dos formas tecnológicas de distribuir contenido y las características de cada una de esas formas tecnológicas de distribuir contenido condicionan a ese contenido. Me parece que (el podcast) es una forma de producir contenido radiofónico más que una forma de hacer radio. (Parlatore & Delmónico, 2020, pág. 8).

También es interesante exponer otras opiniones que hagan contrapeso a lo expresado anteriormente, y en ese contraste intentar definir aún más al podcast encontrando un punto de encuentro entre las definiciones. En este caso veremos lo que nos dice Florencia Flores, productora de radio, radialista feminista y fundadora de Tristana Producciones. La clave de su argumento radica en la composición de la palabra podcast:

Esa conjunción, si la traducimos al español no sería otra cosa que radiodifusión a demanda del público. Por eso yo sostengo que el podcast es radio, pero que es una radio a demanda, donde lo que cambia es la forma de escuchar, pero no la forma de producir. (Parlatore & Delmónico, 2020, pág. 8).

Finalmente, rescatamos la palabra de Luciano Banchero periodista pionero del mundo podcast, cofundador y director de contenidos de la productora Posta, quien señaló:

El podcast, como la radio, es un contenido de audio, que hace uso de ciertas herramientas del lenguaje sonoro, pero la forma de consumo, las plataformas de distribución, los formatos y los modelos de negocio no tienen nada que ver con la radio. (Parlatore & Delmónico, 2020, pág. 12).

Era preciso para nosotros, brindar un pantallazo sobre las características del podcast para poder describir mejor nuestro trabajo. Como hemos podido ver, este innovador recurso nos brinda una gran cantidad de oportunidades creativas.

Evidentemente es muy cómodo y resolutivo crear contenido atemporal y a la carta. Muy atrás quedaron ya esas emisiones radiales donde el oyente debía estar atento y esperar por los programas de su interés y por si acaso súbitamente era interrumpida la transmisión hertziana, ya no tenía ninguna chance de volver a reproducir aquel audio.

Esa modalidad cambió, como hemos mencionado en un apartado anterior la llegada de internet trajo consigo muchas bondades.

Aquí se abre un portal que nos atrapa y mucho, esto es porque encontramos el nicho para nuestra pieza en ese ciberespacio que es un terreno fértil para alojar los contenidos de todo tipo. De esta manera la audiencia se hace mucho más extensa.

El acceso digital desde cualquier parte del mundo entra en escena, con los contenidos al alcance de un click, el receptor se apropia de ellos y los consume cuando y donde lo desee, y tantas veces como lo desee.

#### El Documental Sonoro

Difícilmente podamos avanzar en nuestro tema sin antes hacer un alto pertinente para referirnos al Documental Sonoro. Para esto vamos a situarnos en las apreciaciones que brindan los autores Susana Fevrier y Pablo Ramos citados por Melissa Vergara Caravajal (2015) para conocer sobre el género en cuestión. De allí podemos rescatar que, ineludiblemente el Documental Sonoro se sirve de todos los recursos radiofónicos: la palabra, los sonidos/música y los silencios combinándolos de manera creativa para narrar una realidad que se desea exponer.

Por lo tanto, documentar desde lo sonoro, se trata de relatos atemporales que volverán a adquirir su carácter popular luego de ser guionados para que la audiencia los rememore o bien, los conozca. Así es que, nuestro Podcast: El crimen de Gabriel Barazzuti, posibilitará dar a conocer o volver a revisar los hechos acontecidos, pero esta vez documentado desde otro formato.

También es oportuno decir que connotamos la función social del género en el devenir creativo, a la vez que hemos podido aprehender esa condición vertebradora en el proceso documentalista de nuestro podcast. Asimismo, nos importa evidenciar los alcances del formato que hemos trabajado, y los diferentes análisis y o debates que pudiere generar en los ciber oyentes. Debido a que nos ocupa con gran interés devolver a la memoria de la audiencia, un hecho criminal local, esto definitivamente nos colocó en un terreno donde debió prevalecer el compromiso deontológico. Pero cabe aclarar que solo se trata de un interés operativo, no cuantitativo, de tal manera que nos permita ajustar nuestra metodología de trabajo a futuro, tanto para nosotros como para otros realizadores que deseen continuar en esta línea de trabajo.

Por lo mismo dijimos que dada su temática, nuestro podcast toca la fibra íntima de una comunidad relativamente pequeña, donde la ficción se ha visto superada por una trágica realidad la cual hemos investigado, y luego seleccionado cuidadosamente los recursos pertinentes que dieron vida a la historia que nos propusimos documentar en un archivo sonoro.

“Para poder convertirse en una pieza documental radiofónica creativa y mantenerse activa en el tiempo, debe generar sensibilidad social y hacer que sus oyentes se cuestionen lo que los rodea”. (Vergara Caravajal, 2015, pág. 38).

Este concepto de Caravajal representa significativamente nuestra tarea de igual importancia es la intervención y sinergia de los demás lenguajes como también los recursos de edición y efectos que se encargaron de transformar las palabras en imágenes mentales descriptivas.

Finalmente, hay otro aspecto importante que entendemos con lo expuesto por esta autora es, que el documental busca estudiar la realidad, informar, despertar emociones y entretener al oyente. (Vergara Caravajal, 2015, pág. 39).

Todo esto, nos invita a hacer una analogía con lo que hemos buscado desarrollar con nuestra propuesta. Comunicamos a través del podcast al tiempo que, empleamos los recursos radiofónicos que nos permitieron exponer con un estilo diferente a lo acostumbrado, aquella realidad que circunscribimos.

## Los planos sonoros

El proceso de realización de este producto nos demandó la tarea de que la audiencia pueda captar los diferentes planos sonoros conscientes de que se trata de uno de los soportes sustanciales para contextualizar los hechos y de gran ayuda para la construcción de la representación mental de los personajes involucrados en esta historia verídica.

Los planos sonoros son elementos dirigidos a la identificación de las relaciones espaciales entre los objetos sonoros en el ambiente (dónde) y con esta información puede inferirse qué está pasando en este espacio. Por tanto, los efectos de sonido inciden en la identificación de los objetos sonoros mientras que los planos sonoros se centran en la relación y movimiento espacial que se establece entre estos objetos. (Rodero, 2011, pág. 4).

Claramente cada ser humano trae consigo un bagaje de sonoridad que almacena en su mente y que de acuerdo al estímulo audible que recibe, hará su propia decodificación o re significación según su registro previo.

Ahora bien, cuando hablamos de escenarios mentales no nos referimos únicamente a la ambientación con efectos especiales sino, a la incorporación de aquellos documentos o archivos sonoros que surgen de la investigación previa del tema de estudio que nos ocupa. Tal es así que en este caso hemos incorporado la lectura en audio original de la sentencia que condenó a los acusados, en pleno contexto pandémico en el año 2020, mediante una transmisión en vivo a través de la plataforma virtual Zoom directamente desde la Sala de Audiencias ubicada en el 1er piso del Edificio Central de Tribunales de la ciudad de Chilecito La Rioja.

Entendemos que, el discurso solitario de un narrador se convertiría en un monólogo y no es ese nuestro fin creativo ya que buscamos vestir de veracidad sonora al relato.

Por otro lado, en la producción de nuestro guion literario, siempre tuvimos presente este cruce entre la teatralización y el documental sonoro. El primero de ellos es un género asociado a la ficción y en este caso nos ocupamos de trabajar con rigor hechos reales matizados con las herramientas que hemos nombrado más arriba, empleadas en aquel proceso creativo que hemos recorrido.

Aquí nos detendremos para asentir lo expresado por Rodríguez Ortíz & Godinez Galay respecto de este tema: “Esta hibridación o cruce entre los géneros de ficción y no ficción, que ya dejó de ser un coqueteo o una simple apuesta

experimental, nos da varias oportunidades para seguir en esta senda entre lo real y la ficción”. (Godinez Galay, Raúl Rodríguez Ortíz, 2012, pág. 58).

## La hibridación de géneros

Tal como lo habíamos tratado anteriormente, dijimos que el radioteatro es un género de ficción, indiscutiblemente. Tal es así que, ha sabido captar y conquistar el oído y la imaginación de sus audiencias reproduciendo fabulosas historias capaces de generar el enganche adictivo necesario para mantener la expectativa entre capítulo y capítulo.

Cosa parecida sucede también con el documental sonoro, en cuanto a su capacidad de generar interés, y en nuestro caso particular sucede que la narrativa es verídica y es allí dónde radica la singular condición de nuestra pieza. Estas observaciones se relacionan directamente con lo que ya hemos citado respecto a la hibridación de géneros de ficción y no ficción expresadas más arriba por los autores Rodríguez Ortíz & Godinez Galay, lo cual nos motivó a ingresar en esa dimensión donde la tarea fue mixturar lenguaje radiofónico y herramientas tecnológicas para comunicar hechos verídicos mediante un género fuertemente enraizado en la ficción como es la teatralización.

Esta sencilla, pero no menos importante observación, le aporta mucho sentido a nuestro Podcast: El crimen de Gabriel Barazzutti, dado que es una pieza sonora que para cualquiera que desconozca la historia, podría tranquilamente representar un capítulo teatralizado de ficción policial.

A lo largo de nuestra exposición hemos dejado en claro la vinculación entre la radio y el podcast sostenida por un nexo innegable: el lenguaje radiofónico y que el podcast con gran habilidad ha sabido llevarlo a un nivel superior.

También podemos decir que hayamos un punto de encuentro entre nuestro podcast teatralizado sobre el crimen de Gabriel Barazzutti y el radioarte. Pero para explicarlo mejor veamos el siguiente concepto:

“El radioarte explota a voluntad los elementos del lenguaje radiofónico. El radioarte sería como la expresión radiofónica más pictórica de todas”. Esta conceptualización de (Galay,2012) que escogimos para graficar la disciplina escénica en cuestión además, pone foco en otro aspecto que nos resulta interesante como es el radioarte con fines sociales. Condición por demás atractiva, para la tarea que nos compete en este trabajo final que recrea un hecho que formó parte de la agenda de los medios y que ponemos a disposición para ser recuperado mediante un podcast.

Pues bien, aquí vamos a coincidir con Ortíz y Galay que pregonan nuevas herramientas para hacer y contar en radio pero que dada su maridaje con el podcast nos sirvió para continuar reflexionando sobre la hibridación de géneros y su potencial creativo.

De esta manera, el diálogo entre géneros y nuevas condiciones que ofrece la radiodifusión y la webradio para la ficción y no ficción (podcasting, radio a la carta, serialización, etc.) permitirán analizar toda la cadena de creación y publicación: desde la búsqueda de historias, pasando por los géneros y estructuras dramáticas hasta la circulación y recepción de contenidos creativos y diferenciados para distintas audiencias en la radio y en la web. Hoy tenemos todas las posibilidades a la mano para tomar riesgos estéticos que nos permitan dotar de contundencia a las narrativas sonoras que hemos de crear. Después de todo, solo se trata de experimentar. (Godinez Galay, Raúl Rodríguez Ortíz, 2012, pág. 61).

## Apreciaciones finales

Con todo lo expuesto hasta aquí, hemos llegado a la orilla de las apreciaciones finales con la certeza de haber desarrollado un archivo sonoro que representó ponernos a tono con las nuevas demandas de consumo. El puntapié fue narrar un hecho criminal que conmocionó a la sociedad chilecoteña como fue el asesinato de Gabriel Barazzutti ocurrido en el año 2018.

Esto motivó nuestra idea de darle un tratamiento diferente a la información al momento de crear el producto basado en el periodismo policial, siempre apuntamos a salir de la zona de confort que significaba no continuar en aquel camino tradicional de la crónica policial y su relato clásico que no ahonda ni problematiza las noticias.

Fue así que resolvimos implementar la hibridación de géneros que logre un diálogo entre los recursos tradicionales y los más contemporáneos

El relevamiento de los datos que necesitábamos se concretó mediante la indagación sobre los hechos, recurriendo a las fuentes secundarias ya que la investigación está basada en datos ya existentes recogidos por los medios de comunicación locales (Chilecito) y provinciales de La Rioja,

Pero, además, pudimos acceder al expediente judicial que contiene toda la causa, los testimonios, los informes de los peritos y la sentencia. Pero como si esto fuese poco, recurrimos a otra fuente de información como es la entrevista. En este caso a Demetrio Barazzutti, hermano de la víctima e esta historia real y lamentable. De esta manera utilizamos todos los recursos necesarios y fundamentales para recabar información y armar esta historia.

La elección de este formato obedece a las posibilidades que nos brinda el podcast en cuanto a su portabilidad, atemporalidad, fácil acceso y descarga que se adapta a los tiempos del oyente y su bajo costo de producción. Pero fundamentalmente porque marca tendencia entre los cibernautas y sus nuevos hábitos de consumo.

En este punto fue necesario pensar en cómo articular los elementos con los que contábamos para delinear la estética de la narrativa. Conforme a esto procuramos una sinergia que por un lado convoque al lenguaje radiofónico, que como ya hemos sustentado anteriormente es el puente que une al podcast con la radio. Por otro lado, incorporamos la teatralización, un recurso del arte escénico radiofónico que marcó toda una época dorada en nuestro país.

Ocupó nuestra tarea creativa realizar un guion literario que corresponde a la narración y los diálogos teatralizados. En cuanto al guion técnico, procuramos que la narración teatralizada junto con los planos sonoros aportase la fuerza y el dinamismo para describir y montar las escenas en el imaginario de los oyentes con el objetivo de recrear de la manera más cercana a lo sucedido.

Consideramos que en las producciones de podcast no importa la prontitud sino el contenido, aquí no aplica el concepto de primicia sino más bien se persigue la espectacularidad que genere más clickeos y por consiguiente más descargas. Es innegable que el avance tecnológico nos permite crear contenido recuperable a demanda sin grandes costos, pero es importante destacar que también se convierte en una alternativa laboral para los comunicadores que han hecho un recorrido académico permitiéndoles profesionalizar su trabajo. Y esta producción de podcast es una de ellas.

Es oportuno señalar que provenimos de una generación que vivió la evolución de la portabilidad del sonido, por nuestros hogares pasaron los pesados transistores, las radios a pila, los walkmans y la modernidad de los Discman. Y hoy por hoy a tan solo un click podemos acceder a contenidos a la carta sin horarios y desde el lugar donde queramos desde nuestro teléfono móvil o una PC portátil.

Este avance nos exige ser capaces de identificar los actuales espacios de distribución del sonido y advertimos que el camino de la evolución es continuo e incierto, por lo tanto, no podemos aventurarnos a lo que vendrá, pero si podemos comprometernos a estar atentos a los nuevos comportamientos de consumo y a los avances de la tecnología para saber capitalizarlos a nuestro favor como comunicadores profesionales.

## Referencias

Balsebre, A. (1994). El guion Radiofónico. Obtenido de [sistemamid.com.ar: https://sistemamid.com.ar/panel/uploads/biblioteca/2016-07-23\\_05-03-12135651.pdf](https://sistemamid.com.ar/panel/uploads/biblioteca/2016-07-23_05-03-12135651.pdf)

- Balsebre, A. (1994). El Lenguaje Radiofónico. Obtenido de sistemamid.com.ar: [https://sistemamid.com.ar/panel/uploads/biblioteca/2016-07-23\\_05-03-12135651.pdf](https://sistemamid.com.ar/panel/uploads/biblioteca/2016-07-23_05-03-12135651.pdf)
- Bernan, M. (Marzo-Junio de 2010). Las huellas de la ciudad en los primeros radioteatros. Revista LIS Letra ImagenSonido Ciudad, 134-143. Obtenido de <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lis/article/view/3685/0>
- Bosetti, O. (2020). ridaa.unq.edu.ar, Libro Digital. Pdf. (U. N. Quilmes, Editor) Obtenido de La radio (1920 - 2020) : la obstinada vigencia: <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/2985/Radio1920-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Diario Chilécito. (2018). DiarioChilécito.com. Obtenido de <http://www.diariochilecito.com.ar/home.html?q=caso+barazzutti>
- Diario El Independiente. (2018). Diario El Independiente.com. Obtenido de <https://www.elindependiente.com.ar/>
- Dido, J. C. (Octubre de 2019). Territorios de Radio: Sus Historias y Memorias. Obtenido de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62240262/TerritoriosdeRadio20200301-80339-wk7gwx-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1662077924&Signature=AGUUndlhbmKVHQi9>
- Galay, G. (2012). cpr.lat. Obtenido de ¿Puede el radioarte tener fines sociales?: <https://cpr.lat/puede-el-radioarte-tener-fines-sociales/>
- Garzón Céspedes, F. (2010). Latin America Theatre Review. Obtenido de Latin America Theatre Review: <file:///C:/Users/maraw/Downloads/1081-Article%20Text-1200-1-10-20080117.pdf>
- Godínez Galay, Raúl Rodríguez Ortíz. (2012). La contribución del género. Generalas\_Radioteatro. Obtenido de [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63563477/Galeradas\\_Radioteatro-43-6020200608-113456-8rq3yn-libre.pdf?1591622225=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa\\_contribucion\\_del\\_genero\\_documental\\_a.pdf&Expires=1679547844&Signature=DLVv~vnLy9UYm](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63563477/Galeradas_Radioteatro-43-6020200608-113456-8rq3yn-libre.pdf?1591622225=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_contribucion_del_genero_documental_a.pdf&Expires=1679547844&Signature=DLVv~vnLy9UYm)
- Grela Reina, C. (Enero-Junio de 2018). Revista Científica. Obtenido de Ensayos Telón de fondo: <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/telondefondo/article/view/5089/4606>
- Hernández Sampieri, R. (2011). Metodología de la Investigación Quinta edición. México: Mc Graw-Hill.
- Hernández, M. B., Rivero, A. J., Anton, E. R., & Colsa, L. E. (2013). Evolución del conocimiento y consumo de podcast en España e Iberoamérica. Trípodos(33), 53- 72.
- lanacion.com.ar. (2020). lanacion.com.ar. Obtenido de Podcast policiales. El éxito de auditivo de la cuarentena: <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/podcasts-policiales-el-exito-auditivo-de-la-cuarentena-nid2461155/>
- Murolo, N. L. (2020). ridaa.unq.edu.ar, Libro Digital. Pdf. (U. n. Quilmes, Editor) Obtenido de La radio (1920 - 2020) : la obstinada vigencia: <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/2985/Radio1920-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Parlatore, B., & Delménico, M. (2020). El podcast y el desafío de repensar lo radiofónico. (U. N. Plata, Ed.) *Questión periodismo/Comunicación*(66). Obtenido de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/104525/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/104525/Documento_completo.pdf?sequence=1)
- Pedrero Esteban, L. M. (2020). ridaa.unq.edu.ar, Libro Digital. Pdf. (U. N. Quilmes, Editor) Obtenido de La radio (1920 - 2020) : la obstinada vigencia: <https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/2985/Radio1920-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Piñeiro Otero, T. (2012). Los podcast en la educación superior. Hacia un paradigma de formación intersticial. Revista Iberoamericana de Educación. Obtenido de <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/184708/v.58%20n.1%20p%2014-12%20%2811%29.pdf?sequence=1>
- Rodero, E. (2011). ¿Veo cuando oigo? Recursos sonoros para estimular la creación. Obtenido de PORTAL DE LA COMUNICACIÓN.COM: [https://www.researchgate.net/profile/Emma-Rodero/publication/287491304\\_Veo\\_cuando\\_oigo\\_Recursos\\_sonoros\\_para\\_estimular\\_la\\_creacion\\_de\\_imagenes\\_mentales\\_en\\_el\\_oyente/links/56772bd808ae502c99d2f057/Veo-cuando-oigo-Recursos-sonoros-para-estimular-la-creacion](https://www.researchgate.net/profile/Emma-Rodero/publication/287491304_Veo_cuando_oigo_Recursos_sonoros_para_estimular_la_creacion_de_imagenes_mentales_en_el_oyente/links/56772bd808ae502c99d2f057/Veo-cuando-oigo-Recursos-sonoros-para-estimular-la-creacion)
- Rodriguez, S. (2022). .youtube.com. Obtenido de Sergio Rodriguez Producción Audiovisual: <https://www.youtube.com/watch?v=-3qaKqkMH04>
- Sierra Bravo, R. (1992). Técnicas de Investigación Social. Teoría y Ejercicios. Madrid: Parainfo.

Vergara Caravajal, M. (2015). El Documental Sonoro, Hibridación entre Periodismo y Arte. SONODOC. Obtenido de [https://web.archive.org/web/20180503085020id\\_/http://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/hojalata/article/viewFile/1229/1328](https://web.archive.org/web/20180503085020id_/http://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/hojalata/article/viewFile/1229/1328)

Villafranca López, P. (2019). Dialnet- EstudioDeCasosDeLaFiccionSonoraEnLaRadioPublicaRNE. Obtenido de Disertaciones. El papel del sonido en la comunicación: contribución, funciones y efectos: Dialnet-EstudioDeCasosDeLaFiccionSonoraEnLaRadioPublicaRNE- 7055921.pdf

Waisbord, S. (2001). Por qué la democracia necesita del periodismo de investigación. Razón y Palabra(22). Obtenido de [http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n22/22\\_swaisbord.html?fbclid=IwAR0XCc12\\_8LDftT\\_6yoKJTlYgY\\_UF0iLfsfxOMxofAFplc\\_Zaj4\\_pdMkKj8](http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n22/22_swaisbord.html?fbclid=IwAR0XCc12_8LDftT_6yoKJTlYgY_UF0iLfsfxOMxofAFplc_Zaj4_pdMkKj8)

# Periodismo político en Villa María: la disputa ideológica en y por la prensa

Adrián Jesús Romero  
adrianjromero@gmail.com

Universidad Nacional de Villa María

## Introducción

Este escrito presenta un abordaje sobre el ejercicio del periodismo en la ciudad cordobesa de Villa María en las décadas de 1940 y 1950 a partir del relevamiento de publicaciones informativas que circularon en esa ciudad mediana del centro geográfico del país. Avanza en una caracterización del trabajo periodístico, en un registro de los tópicos que fundamentaban la discusión política y en una identificación de los actores que protagonizaban el debate. Por esos años ocurrió en Villa María una expansión de la prensa gráfica. Ella se manifestó con la aparición de numerosas publicaciones periódicas de carácter informativo que se sumaron a las existentes desde el comienzo del siglo XX (Romero, 2020)<sup>1</sup>.

El crecimiento de la prensa gráfica señalado ocurrió en un contexto en el que tenía gravitación la discusión política que protagonizaban dirigentes con proyección. La disputa ideológica sostenida por las facciones, ahora potenciada por la apertura democrática de comienzos del siglo XX, tenía en las hojas periodísticas una condición de posibilidad. Pervivía la indisociable relación entre política y periodismo ya señalada en la historia cordobesa (Bischoff, 2004), en las provincias argentinas (Moyano, 2015; Picco, 2018) y en el ámbito porteño (González, 2013). Los notables villamarienses con voluntad de poder y aspiraciones de influir en el flamante electorado inauguraban órganos de prensa cuya orientación partidaria podía no explicitarse, pero era conocida en una ciudad con apenas 30 mil habitantes, según datos del Censo Nacional de 1947. Inscriptos en una tradición en la que la difusión de las ideas se materializaba en la prensa, muchos de esos dirigentes sintetizaban su actuación política con el trabajo periodístico. De manera que las controversias entre periódicos, en el marco de este estudio, se consideran como expresiones confrontativas entre dirigentes o núcleos partidarios en la prensa, pero también por la prensa.

Aquí se analizan los periódicos Tercero Abajo, El Sol 2da Época, Heraldo y Opinión en las ediciones correspondientes a las décadas de 1940 y 1950. Heraldo y Tercero Abajo circulaban desde 1906 y 1907, respectivamente, aunque su propiedad y orientación ideológica fueron mutando. En cambio, El Sol 2da Época apareció en 1942 para confrontar directamente con Tercero Abajo y, muy especialmente, con su director e intendente Salomón Deiver. Y Opinión ganó la calle el 6 de enero de 1950 fundado por Victoriano Godoy, experimentado periodista que había ya lanzado el periódico Democracia en 1940, proyecto que abandonó cuando se ausentó de Villa María por otro

---

<sup>1</sup> Estos periódicos tienen como particularidad la periodicidad semanal de publicación, su condición efímera y el reconocimiento público de sus directores propietarios. Ejercitaban una constante interlectura de manera que los contenidos de uno pueden interpretarse como respuestas explícitas a las publicaciones de los otros.

trabajo.

## Periódicos para la acción política

Alberdi advirtió en el año 1853 que “Hablar de la prensa es hablar de la política, del gobierno, de la vida misma de la República Argentina, pues la prensa es su expresión, su agente, su órgano” (Alberdi, 1853 en Ministerio de Educación, 2012: p.41). No obstante, alguna literatura contemporánea coincide en marcar a los últimos años del siglo XIX como el fin del ciclo doctrinario y combatiente de la prensa (Brunetti, 2007; Becerra, 2010). Contrariamente a este señalamiento, la acción política de confrontación desde los periódicos parece haberse prolongado en poblaciones chicas y medianas de las provincias argentinas. En la ciudad de Villa María, las observaciones incipientes sobre la prensa gráfica presentan indicios en ese sentido.

El periódico Tercero Abajo había sido fundado el 9 de mayo de 1907 por Ramiro Alfaro quien “murió en su puesto de lucha, cayó herido de dos balazos” (Tercero Abajo, 5 de mayo de 1945). Una versión indica que “epilogando una cuestión personal, Alfaro fue herido de bala por Guillermo Saunders y falleció de sus consecuencias” (Capdevila, 1966). Recién en 1929 fue que Salomón Deiver, colaborador estrecho del gobernador radical de Córdoba Amadeo Sabbattini, se hizo cargo de la propiedad y dirección del periódico. Tercero Abajo salía los viernes y se presentaba como “periódico de lucha” (27 de enero de 1945) y explicitaba su adscripción ideológica a la Unión Cívica Radical (28 de abril de 1945), más precisamente al lineamiento del Comité Nacional (05 de mayo de 1945). Decía ser el único medio que interpretaba a los más humildes (7 de julio de 1945). Como resultado de su trabajo periodístico y político, Deiver fue detenido en varias ocasiones y su periódico clausurado sucesivamente, una característica de la época también en Villa María. El propio Tercero Abajo contabilizaba que Deiver había “soportado en 24 años, 45 clausuras, 70 detenciones, siendo la última en 1944 de 10 meses” (09 de mayo de 1953). Los comentarios políticos eran agrupados en secciones denominadas “Balconeando la Semana” o “Del mentidero político”.

Por su parte, El Sol 2da Época fue el nombre con el que el experimentado periodista Eneas Álvarez Igarzábal bautizó el periódico que puso en circulación el viernes 15 de mayo de 1942. Así nominada, la flamante publicación aspiraba a convertirse en la continuidad del periódico El Sol que el 29 de enero de 1882 inauguró el periodismo en Villa María. El nuevo semanario comenzó apareciendo los días viernes con el lema “Enciende tu fanal”. Al poco tiempo pasó a publicarse los días jueves mientras que al año siguiente anunciaba su aparición los días 10, 20 y 30 de cada mes con 8 páginas. Para mitad del año 1943 ya limitaba su circulación a los días 15 y 30 de cada mes, pero ampliando su edición a 12 páginas. Por aquel entonces se autodenominaba “Cátedra de la moral periodística” y apelaba al apoyo económico de sus lectores definiéndose como “el único periódico de oposición que aparece en Villa María” (30 de enero de 1943). El Sol 2da Época estructuraba su contenido político en secciones tales como “Pasquino y Marforio” y “Entre acto. Al que le quepa el sayo...”, nombre al que luego se le agrega la especificación “Revista de Publicaciones”. Este periódico entró a la arena periodística con una fuerte interpelación, rica en adjetivaciones, al intendente Salomón Deiver, también referido como “Leive” o “El Turco”.

En tanto que el periódico Heraldo había aparecido el 7 de enero de 1906 como El Heraldo y tomado la posta del ideario radical en la prensa villamariense bajo la dirección de Emilio Pellegrini, con el objetivo declamado de ser “el auténtico vocero de las inquietudes lugareñas”. Este periódico salía los días domingo y la suscripción mensual era de 1 peso. Cuando en el año 1932 el periodista y poeta Bruno B. Ceballos, refugiado en el seudónimo Enfants Vieux, publicó una primera historia de los hombres de prensa de Villa María en la Revista de la Sociedad Española, caracterizó a Pellegrini como periodista radical de lucha y poeta inspirado. Pellegrini fue detenido en el 1917 y circunstancialmente reemplazado en la dirección por Jorge Hillar (Calvo, 1967). En el período estudiado ya se había convertido en diario de la tarde y la dirección corría por cuenta de Santiago Ruedi. Vale precisar que Ruedi fue designado Comisionado Municipal entre mayo de 1948 y abril de 1949 por el gobierno peronista provincial. Dos años después, en

2 Fue el periódico de más larga vida en Villa María llegando a circular hasta la década del 80.

las elecciones municipales del 11 de noviembre de 1951 fue electo concejal del Partido Peronista acompañando al intendente José Perazolo. En enero de 1950 había secundado como delegado de relaciones gremiales a Deiver cuando éste formó y presidió el Centro de Periodistas (Opinión, 27 de enero de 1950). Heraldo distribuía sus comentarios políticos en las secciones “El ají en la política”, “Saludos y retazos” y “El mundo da vueltas”, “La política en píldoras” y “Tiros al aire”. En el año 1940 destinaba su contratapa a una sección llamada “El Forjador” desde donde ejercía la crítica política satírica. Por entonces se proclamaba independiente y al servicio de altos intereses colectivos, aunque hablaba de “lucha periodística” (Heraldo, 8 de enero de 1940). Por esos años tiraba un ejemplar de 12 páginas, pero luego pasó a ser de 8. A comienzos de 1950 fue clausurado por no haber incluido la referencia al año del Libertador General San Martín pero retomó su circulación el 1 de marzo de ese año.

Asimismo, el periódico Opinión también aparecía los días viernes, constaba de 6 páginas y su precio por ejemplar era de 20 centavos. Tenía entonces dirección y administración en Boulevard Córdoba 151. La editorial e imprenta estaba en San Juan y José Ingenieros. El agente distribuidor era Ángel Pascucci en calle Buenos Aires 1070. Para el año 1954 la edición regular era de 4 páginas y las ediciones del año siguiente refieren que oficina y talleres propios funcionaban en Cárcano 151. Opinión destinaba la portada a temas diversos, mayormente de alcance local y con un tono crítico a las administraciones populares. En la edición del 28 de abril de 1950, por ejemplo, llega a reclamar la intervención de un área del municipio que dirige el Comisionado Municipal Blanco. La edición del 4 de abril de 1959 destina casi la totalidad de la portada a información del gobierno municipal y la contratapa es para comentarios y editoriales. Allí incluye la sección “Punto y Coma” con la participación del personaje “Bachicha”. Disponía de un dibujante propio para ilustrar algunas notas jerarquizadas de la edición.

### **Disputas por el gobierno municipal y por el campo periodístico**

Deiver utilizó su periódico Tercero Abajo para llegar a la intendencia y sostenerse en el gobierno en una práctica de periodismo hermesiano (Díaz, 2011) exaltando la gestión municipal. Durante los primeros años de la década del 1940, la mayor y más encendida crítica al Deiver gobernante y periodista corrió por parte del periódico El Sol 2da Época mientras que el diario Heraldo se presentaba como un observador neutral de la controversia.

Para El Sol 2da Época, la elección interna en la que Deiver se había impuesto resultaba fraudulenta y la victoria había sido “mediante «La mula» en los padrones partidarios” (30 de agosto de 1945) pero para Tercero Abajo, Deiver llegó al gobierno por “un plebiscito popular, donde previamente en un fanático proselitismo se puso desnudamente al (sic) intemperie las cualidades morales públicas y privadas del hombre que luego tras del triunfo como intendente se consagró invicto en la vida política” (5 de mayo de 1945). Tercero Abajo recuperaba de modo irónico las acusaciones de bruto e inepto que El Sol 2da Época profería sobre el jefe comunal. Así, mientras Tercero Abajo construía una imagen de Deiver como dirigente político comprometido con los más necesitados y ocupado en múltiples trámites que ejecutaba en soledad (8 de mayo de 1943), el discurso de El Sol 2da Época producía la figura de un “audaz ignorante”, sólo interesado en vaciar el tesoro municipal (30 de julio de 1943).

Durante todo el período abordado, la disputa entre publicaciones también implicaba una confrontación acerca de las cualidades profesionales y personales para ejercer el periodismo. El periódico de Álvarez Igarzábal señaló desde su primer número el carácter intruso de Deiver, no sólo en el gobierno municipal sino en el campo periodístico. Anticipaba su objetivo de producir alguna distinción en ese distrito: “Colegas todos, como humanos todos! Eso sí, cada uno en su sitio y el mandrín introducido entre nosotros para medrar con nuestro nombre común, ese, afuera, afuera!” (15 de mayo de 1942). Tercero Abajo, por el contrario, convertía en virtud la trayectoria política de Deiver y agregaba: “con nuestra humildad podemos decir que es el primer periodista de tierra adentro, que en una ciudad de 50 mil habitantes, el pueblo le dispensa el honor de sentarlo en el sillón de la intendencia” (5 de mayo de 1945). Regularmente, El Sol 2da Época caracterizaba a Tercero Abajo como “el periódico analfabeto” y también como “el periódico más mal escrito que existe en la Provincia” (30 de julio de 1943).

Frente a esos cruces, Heraldo juzgaba la calma o la agitación de los otros periódicos (3 febrero 1940) y los acusaba de proclamar unos principios y luego actuar de modo contradictorio (13 de abril de 1940). El periódico dirigido por Ruedi concentraba su vigilancia en la actuación de Amadeo Sabattini, ya como exgobernador, aunque justificaba que las suyas eran “críticas honestas” (Heraldo, 2 de mayo de 1940). Lo acusaba de haber olvidado que Villa María ya no era una población rural (Heraldo, 18 de mayo 1940) y hasta llegaba a polemizar con la prensa cordobesa cuando lo presentaba como hombre de pocos recursos económicos (Heraldo, 29 de agosto de 1940). Heraldo también cuestionaba al Jefe Político Juan Arregui por hacerse homenajear en el cumplimiento de la función pública (10 de mayo de 1940) y a Antonio Sobral por calificar como tiranía al gobierno de Perón pero aceptar el dinero que le enviaba como subsidio a la institución educativa que dirigía (4 de marzo de 1948).

Heraldo calificaba a otros periódicos de “lechuzones” que vaticinaban hechos que jamás sucedían sólo para llenar sus columnas (3 y 4 de enero de 1950). Asimismo, denunciaba maniobras de lo que llamaba “periodismo de gan-zúa” (junio de 1940) con las que periódicos locales, no identificados, extorsionaban a personas vinculadas a las apuestas (8 de junio de 1940) y ejecutaban “razzias periodísticas” sobre los quinieleros clandestinos (19 de junio de 1940), siempre para conseguir avisos publicitarios. Además, criticaba que la Oficina de Prensa Municipal creada por Deiver sólo hacía propaganda (14 de mayo de 1940).

Si bien nunca explicitaba una relación controversial con otros periódicos, Heraldo regularmente jerarquizaba en su portada, solicitadas que desmentían a publicaciones como Tercero Abajo, Reflejos y Momento (25 de agosto de 1941; 10 de febrero de 1948; 8 de marzo de 1944; 7 de enero de 1950) o las instancias judiciales de las controversias entre Deiver y Enéas Álvarez Igarzábal, directores de Tercero Abajo y El Sol 2da Época (Heraldo, 17 de julio de 1941). A pesar de esta equidistancia que aspiraba a ocupar, Heraldo era señalado por El Sol 2da Época como parte integrante de la “prensa subvencionada” (15 de mayo de 1942) por Deiver y como prueba de ello señalaba la ausencia de noticias sobre el proceso judicial enfrentado por Deiver cuando dejó el gobierno municipal (El Sol 2da Época, 30 de julio de 1943).

El periódico Opinión también, al igual que Heraldo, publicaba en sus portadas las cartas abiertas que enviaban vecinos desmintiendo información de la prensa colega. A mediados de 1950 jerarquizó en tapa la solicitada del vecino Juan Moreno contra Deiver y Tercero Abajo por sentirse difamado como maleante. En el texto se lee: “Deiver sabe mucho de maleantes porque estuvo bastante en la cárcel” (Opinión, 4 de agosto de 1950). Esta decisión editorial de ofrecer sus páginas a las refutaciones puso en una delicada situación al director de Opinión que debió enfrentar un juicio por desacato por haber publicado una solicitada injuriosa a jueces (Heraldo, 16 de octubre de 1950). Para el inicio de 1955, Victoriano Godoy enfrentaba 3 juicios en Tribunales de Bell Ville por Desacato, Falsa Denuncia y Falsificación de Instrumento Privado. Godoy argumentaba que no era fácil la vida de un periodista aun manejándose “con la circunspección y la verdad” (Opinión, 7 de enero de 1955).

Opinión se jactaba de ayudar a gobernar con sus críticas a los comisionados que se sucedían en el gobierno municipal y saludaba con elogios los aniversarios de Tercero Abajo, pero en 1954 hizo proselitismo por el candidato radical a la intendencia Isidro Fernández Núñez. Le publicó en tapa un reportaje exclusivo antes de asumir (Opinión, 27 de mayo de 1955), lo recibió con el titular “Salud Sr. Intendente” en la portada del

3 de junio 1955 y calificó de “magistral disertación” la brindada por el jefe comunal una semana después en los festejos del Día del Periodista por él organizados y en los que también habló el director Victoriano Godoy. Cuando ocurrió el golpe de estado del 16 de septiembre de 1955, la redacción de Tercero Abajo fue atacada, acción publicada por Opinión en la misma edición en la que, desde su portada, refería la alegría por la revolución triunfante y condenaba la “aventura demagógica” derrocada (Opinión, 23 de septiembre de 1955). Al año siguiente, cuando con el status de comisionado por el gobierno militar Fernández Núñez impuso el nombre de “Periodistas Argentinos” a una calle de Villa María, el director de Opinión lo acompañó en el acto ocupando un lugar próximo en el palco.

## Crisis política, renovación dirigencial y reconfiguración partidaria

En Villa María, la década del 40 se inauguró con el problema irresuelto acerca de la candidatura a la intendencia del dirigente radical y periodista Salomón Deiver. Sorpresivamente se había impuesto en la elección interna al por entonces jefe comunal, Emilio Seydell, que era apoyado por el gobernador Amadeo Sabattini (Calvo, 1989). Las autoridades partidarias locales se resistían a consagrar la candidatura de Deiver en una acción que dejaba trascender un grado de clasismo. Ocurre que Deiver era hijo de inmigrantes árabes, había llegado a Villa María huérfano y con educación incompleta por lo que se supo ganar la vida como canillita y fotógrafo ambulante (Capdevila, 1966). Para el período abordado, Deiver ya era considerado un hombre de fuerte ascendiente sobre los sectores populares (Pedernera, 1970). Su perfil contrastaba con el de los políticos profesionales y los radicales no lo consideraban su representante. La discusión política por esos días, entonces, estuvo centrada en el proceso, no exento de manifestaciones violenta, que finalmente consagró su candidatura partidaria, y en la proyección proselitista que lo llevó a la intendencia. Asumió el gobierno municipal el 1° de mayo de 1940 en el marco de un debate, promovido desde la prensa, acerca de los vicios de los partidos políticos, el destino e influencia del caudillo Sabattini y la crisis del Partido Demócrata por la consolidación del radicalismo en la provincia de Córdoba.

Ocupando el gobierno municipal, Deiver siguió dirigiendo Tercero Abajo y la agenda de la prensa local se articuló en diálogo, cooperativo y competitivo, con el intendente y su periódico. Así fue que propuestas como la de construir un balneario para atraer turistas se convertían en temas para la celebración o para la crítica. A ello se sumaba la situación financiera del municipio que, para la línea interna radical que dejaba el gobierno, resultaba motivo de homenaje al exintendente Seydell y para los concejales que asumían un nuevo mandato era motivo de investigación.

A través de Tercero Abajo, Deiver subrayaba que la difícil situación económica de la administración municipal era heredada, incluyendo una deuda en proceso de negociación y la abrupta caída en la recaudación ante la indiferencia del gobierno provincial. Es por ello que regularmente informaba el cobro de los sueldos atrasados por parte de los empleados municipales y la paulatina normalización de esos pagos.

En los primeros años de gobierno, Deiver construyó viviendas populares, un parque infantil y un zoológico en los márgenes del río Ctalamochita donde además erigió monumentos religiosos católicos. También por su periódico, Deiver acentuaba las gestiones con frecuentes viajes a Buenos Aires para requerir fondos en los despachos ministeriales. El detalle sobre las actividades del intendente que publicaba Tercero Abajo, además de los homenajes de los que era objeto por parte de comerciantes, sacerdotes y colectividades<sup>3</sup>, llevó a El Sol 2da Época a denunciar un culto a la personalidad, del que también participaban otras publicaciones. Desde su primera edición señalaba que “Leive ha hecho publicar en los periódicos subvencionados, de nuevo su «faccia bruta», con sus ojos atravesados, su boca larga e inexpresiva, su voluminoso abdomen (capaz de tragar un bombonero con bombonera y todo!)” (15 de mayo de 1942).

Deiver renunció al cargo de intendente por lealtad al radicalismo cuando ocurrió la revolución del 4 de junio de 1943. A partir de entonces se concentró en la dirección de su periódico, el que puso al servicio de las nuevas autoridades, y en la participación de la construcción local del peronismo. Ese proceso estuvo marcado por la sucesión de comisionados municipales cuya legitimidad y actuación eran también motivo de disputa. Entre la renuncia de Deiver en junio de 1943 y la asunción de José Perazolo como intendente electo por el voto popular en 1952 se alternaron en el municipio militares y civiles comisionados por gobiernos provinciales de facto y democráticos. Algunos de ellos habían sido colaboradores políticos y colegas periodísticos de Deiver por lo que esa influencia siguió constituyendo un tópico polémico. Este punto de tensión se acrecentó durante el proceso judicial que concluyó condenando al exintendente por malversación de fondos y llevándolo a pasar un período en la cárcel local.

---

3 Tercero Abajo siguió publicando estos saludos cuando Deiver dejó de ser intendente y, muy especialmente, cuando enfrentó un proceso judicial.

La renovación dirigencial y la organización interna de los partidos políticos que provocó la emergencia del peronismo fue un tema recurrente en la prensa periódica de Villa María. De cara a la elección nacional y provincial de 1946, la alianza peronista en la ciudad se articuló con el Partido Laborista, la Junta Cívica del Centro Peronista de Villa María y la Unión Cívica Radical Junta Renovadora que tenía a Deiver como figura importante. Durante el período abordado, eran causa de conflicto el choque de intereses de los viejos caudillos con los posicionamientos de una nueva clase dirigente por la incorporación política de los obreros y las mujeres.

Asimismo, la candidatura y posterior gobierno de José Perazolo habían contado con puntos de resistencia, y su gestión al frente del municipio, juzgada débil, además de una inacción de los sectores internos del peronismo, terminó posibilitando el crecimiento de una alternativa y una figura radical (Russo, 2022). Se trataba de Isidro Fernández Núñez que, además de un reconocido escribano y virtuoso orador, era un dirigente con prensa favorable, especialmente desde el periódico Opinión. Ganó las elecciones municipales, de las que se abstuvo de participar el Partido Demócrata, y asumió el 4 de junio de 1955 pero dos semanas después, por un conflicto con el gremio municipal, su gestión fue intervenida por el gobierno constitucional de Córdoba. Luego de una sucesión de interventores, y ya en el gobierno nacional la autodenominada Revolución Libertadora, Fernández Núñez retomó el gobierno municipal en 1955 bajo la figura de interventor. Fue entonces que Opinión, en sintonía con la predica del momento, renovó las expectativas acerca de un gobierno de Fernández Núñez para Villa María y acentuó la crítica al peronismo, en sus manifestaciones nacionales y locales.

Con la recuperación democrática en 1958, y bajo la estructura de un partido vecinal, Salomón Deiver volvió a imponerse en elecciones y asumió el gobierno municipal en el mes de mayo. Renunció dos años después, cuando el gobierno nacional intervino a la provincia de Córdoba.

### **Entre una clase dirigente en retirada y la emergencia de nuevos actores políticos**

En los primeros años de la década del 40, son los dirigentes locales del radicalismo los que protagonizan un debate acerca de quiénes ostentan la condición para gobernar la ciudad, aún por encima de la voluntad popular expresada en las urnas. El gobernador de Córdoba, Amadeo Sabattini había prohijado un segundo mandato del intendente Seydell pero la desobediencia de Deiver trastocó su voluntad. Por esos días, Deiver y sus seguidores confrontaron contra la estructura partidaria del radicalismo que se demoraba en proclamarlo vencedor en la elección interna y legítimo candidato a la intendencia. Alcanzó el gobierno municipal al vencer al candidato del Partido Demócrata, Eduardo Laplagne. Sobre ese resultado, el historiador José Pedernera (1970) interpretó que la simultaneidad de las elecciones provincial y municipal “salvó a Deiver de una derrota que parecía inevitable. Gracias pues, al poderío del partido radical que movilizó todos sus efectivos, logró Deiver triunfar por escaso margen de menos de cien votos” (p.391).

El perfil personal de Deiver y el carácter popular de su primer gobierno municipal, junto con la condición proletaria de sus seguidores, serían motivo de regulares señalamientos en la prensa, especialmente desde las páginas de El Sol 2da Época. Su director, Eneas Álvarez Igarzábal, era por entonces un avezado periodista nacido en Buenos Aires el 31 de marzo de 1879. Aníbal y César, sus hermanos, también eran hombres de prensa. Eneas Álvarez Igarzábal había trabajado en los periódicos La Libertad, La Voz del Interior, Los Principios y La República en la ciudad de Córdoba. También ejerció en La Capital y República, de la ciudad de Rosario, en Alem de Mendoza y en Momento de Villa María, cuando concluyó su trabajo en el diario Córdoba. En la ciudad de Villa María había fundado y dirigido El Gallo, que definía como “periódico de batalla”, desaparecido en 1942. El Sol 2da Época fue la publicación con la que se propuso sustituirlo (Álvarez Igarzábal, 1968).

El período que se abre en junio de 1943, cuando Deiver renuncia a la intendencia por la revolución del 4 de junio, estará signado por la discusión de la legitimidad y eficacia de los comisionados que designan las sucesivas intervenciones. El primer comisionado municipal fue el teniente coronel Juan Carlos Estivill al que sucedió, en enero de 1944, el abogado con cercana vinculación a la iglesia católica local Juan Valinotto. Tercero Abajo, tomado como expresión

de Deiver ya en el llano, procuró orientar al primero mientras que confrontó veladamente con el segundo. En ese sentido, la portada del 27 de enero de 1945 de Tercero Abajo contiene títulos como “Falta de Riego y Limpieza dice el diario Herald”, “El Diario Momento refleja el Abandono del Cementerio de Nuestra Ciudad” y otro basado en el diario cordobés La Voz del Interior de días anteriores: “Es muy deficiente la función que desarrolla Asistencia Pública”.

Sólo por unos días de agosto de 1945 fue comisionado municipal Bernardo Strubbia, un dirigente radical que había sido autoridad partidaria en la localidad donde residía, Arroyo Cabral. Fue reemplazado en el cargo por Félix Grissoni, ex secretario general del intendente Deiver, con quien también colaboró como miembro del Centro Mutualista Hipólito Yrigoyen (Russo, 2020), y ex director del periódico Momento (Calvo, 1967). Grissoni primero fue comisionado por la administración inconstitucional de la provincia y, a partir de 1946, continuó comisionado por el gobierno democrático. En 1947 fue reemplazado por Gilberto Costa y en mayo de 1948 fue comisionado Santiago Ruedi, también inscripto en el peronismo a partir de 1945. Entre abril de 1949 y junio de 1950 fue comisionado municipal Miguel Blanco, otro miembro del radicalismo Junta Renovadora y aliado político de Deiver, al igual que Grissoni (Russo, 2022). En este momento resulta importante la elección interna llevada a cabo el 7 de mayo de 1950 y los efectos políticos de sus resultados. Convergieron 3 listas, una era la lista A encabezada por el Jefe Político Departamental Lisandro Videla, la lista B era dirigida por el senador provincial Manuel Modesto Moreno y la lista C conducida por el diputado provincial José Alexenicer y sostenida por Deiver, y por consiguiente, por Tercero Abajo. El proceso proselitista fue intenso y rico en actividades públicas. El triunfo puso a Manuel Modesto Moreno en la condición de líder del peronismo de Villa María y el Departamento General San Martín. Una de sus primeras medidas fue incidir para el reemplazo, en julio de 1950, del comisionado Blanco por Juan Tenchini, hombre que había apoyado a Moreno en la interna. Con la asunción del intendente electo José Perazolo en 1952 se inició un tiempo de institucionalidad que se interrumpió con la intervención provincial que sacó del gobierno municipal a Isidro Fernández Núñez, asumido en 1955. Fernández Núñez había cesanteado a funcionarios identificados con el ideario peronista y su bloque en el Concejo Deliberante aprobado una resolución para quitar el nombre Eva Perón a una calle y restituirle la antigua denominación de Santa Fe. Además, los obreros municipales resistieron con una huelga el intento de “desperonización” que se haría más explícito con la caída del presidente Perón en septiembre de 1955. El gobierno militar restituyó a Fernández Núñez en el cargo, como comisionado, para gobernar la ciudad hasta 1958, año en que fue reemplazado por el intendente electo Salomón Deiver.

## Conclusiones

En la ciudad cordobesa de Villa María, la década de 1940 se inició con Salomón Deiver ejerciendo su primera intendencia mientras que la década de 1950 terminó con el mismo dirigente ocupando el gobierno municipal por segunda oportunidad. Durante ese amplio período, Deiver no dejó de ser periodista y director del periódico Tercero Abajo.

Durante la primera mitad del siglo XX, la prensa gráfica local protagonizó controversias entre sí y con la clase dirigente. Se trataba de publicaciones fundamentadas por la acción partidaria de quienes aspiraban llegar al poder. El carácter semanal de su periodicidad las hacía proclive al comentario polémico, más que a la noticia, que tenía como objeto a la identidad partidaria opuesta y a su expresión mediática. Es por ello posible concluir que el trabajo periodístico centraba sus posibilidades en la confrontación política dentro de un conjunto de periódicos donde Tercero Abajo cobraba preponderancia por ser el periódico del intendente y político fuerte por esos años.

La tensión dentro del radicalismo, la renovación dirigencial en otros partidos y el devenir político de caudillos encumbrados, como el gobernador Amadeo Sabattini, son los puntos controversiales del momento. A ello se suman, las reubicaciones que comienzan a tener dirigentes ante la emergencia del fenómeno peronista y al aumento de la visibilidad de los sectores populares como actores políticos. En ese sentido, las críticas a Deiver por sus formas

precarias de conducirse en la política y el periodismo disimulaban la impugnación al ascenso en la vida social y política de los trabajadores que su gobierno representaba y promovía. También constituyeron puntos de discusión las sucesiones de comisionados para gobernar Villa María, incluso antes de la consagración en las urnas del coronel Juan Domingo Perón, algunos de los cuales tenían puntos de vinculación con el periodismo y la actividad partidaria.

El debate político durante las décadas de 1940 y 1950 fue protagonizado por los dirigentes con trayectoria partidaria, relaciones profesionales y reconocimiento social y los nuevos actores que gradualmente se incorporaron a la escena política. Amadeo Sabattini, Emilio Seydell y la dirigencia radical de Villa María resistieron el ascenso de Deiver al municipio y al poder político. Con Deiver emergió una clase dirigente que había ejercitado en las redacciones su relación con la política, tal es el caso de Félix Grissoni y Santiago Ruedi. También se sumaron vecinos trabajadores, algunos con representación gremial, alentados por la nueva situación política que parecía reconocerlos. En las páginas periódicas, ese debate tuvo como protagonistas con grados extremos de antagonismo, como por ejemplo el director de El Sol 2da Época Enéas Álvarez Igarzábal, o con una posición estratégica, tal el caso del director de Opinión Victoriano Godoy que, aunque declamaba respeto por el Deiver periodista, operó por el triunfo de Isidro Fernández Núñez.

## Referencias bibliográficas

Álvarez Igarzábal, E. (1968). Villa María en la historia: tierras sin título, fraude en el periodismo. Edición del autor.

Becerra, M. (2010). Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina. En Gustavo Lugones y Jorge Flores (Comps.), *Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el bicentenario* (pp. 139-165). Universidad Nacional de Quilmes.

Bischoff, E. (2004). El periodismo cordobés y los años 80 del siglo XIX. Academia Nacional de Periodismo.

Brunetti, P. (2007). Sensacionalismo y renovación en la prensa gráfica cordobesa (1897-1914). En P. Brunetti Paulina, M. Maggio Ramírez y M. Grillo. *Ensayos sobre la prensa. Primer concurso de investigación en periódicos argentinos*. Biblioteca Nacional.

Calvo, B. (1967). Esquema para una historia del periodismo de Villa María. En Antonio Sobral (Coord.), *Plan de desarrollo de la Ciudad de Villa María*. Centro de Documentación e Información Educativa.

Calvo, B. (1989). *Historia de Villa María y sus barrios*. Ediciones Municipalidad de la Ciudad de Villa María.

Capdevila, P. (1966). *Salomón Deiver. (De canillita a dos veces intendente de Villa María)*. Editorial Celcius.

Díaz, C. (2011). La Nación y Clarín frente a la violencia política (1976-1980). Dos casos de periodismo hermesiano. En Jorge Saborido y Marcelo Borrelli (Coords.) *Voces y silencios: la prensa argentina y la dictadura militar 1976-1983*. (pp. 153-180). Eudeba.

González, H. (2013). *Historia conjetural del periodismo: leyendo el diario de ayer*. Colihue.

Ministerio de Educación (2012). *La Gran Polémica Nacional. Cartas Quillotanas. Las ciento y una*. Editorial Leviatán.

Moyano, J. (2015). Tres modelos en la construcción estatal de la prensa periódica. *Revista IMPRONTAS de la Historia y la Comunicación*. (1), pp.81-104.

Pedernera, J. (1970). *Historia de la ciudad de Villa María*. Edición del Instituto de Investigaciones Históricas Ramón J. Cárcano de la Escuela Normal Víctor Mercante.

Picco, E. (2018). *Los orígenes de la prensa en las provincias argentinas*. Prohistoria Ediciones.

Romero, A. (2020). Medios, periodismo y noticiabilidad en Villa María. [Actas del 2º Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM]. [https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RDUNVM\\_c0197d6648f787501293d85fd09342e0](https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RDUNVM_c0197d6648f787501293d85fd09342e0)

Russo, G. (2020). Radicales en los orígenes del peronismo villamariense, 1943-1946. En Achilli, C., Russo, G. y Zandrino, E. (Comps.) *Historia de Villa María y la región: V Jornadas de Historia y Memoria Local y Regional* (pp. 265-284). El Mensú Ediciones.

Russo, G. (2022). *El peronismo en Villa María, 1943-1955. Orígenes, organización y prácticas políticas*. El Mensú Ediciones.

1950-1955 Periódicos Tercero Abajo Años 1940-1960 // Periódicos El Sol 2da Época Años 1942-1943 // Periódicos Opinión Años

Diarios Heraldos Años 1940-1948

# Democracia y derecho a protestar en la construcción de las noticias

Dra. Ariadna Cantú

Dra. Silvina Berti

**Universidad Nacional de Río Cuarto**

Estamos transcurriendo el 40 aniversario de la democracia. Un país que fue azotado por los golpes militares, hoy puede decir que tiene generaciones que no conocen otra cosa que vivir en un estado de pleno derecho. ¿Pleno derecho, dijimos? Bueno, tal vez no. Tal vez resulte exagerado plantearlo así, todavía falta para que podamos ponerlo en esos términos. Lo cierto es que, a pesar de todas sus deficiencias, Argentina ha logrado esquivar y superar los intentos de golpes duros (recuérdese Semana Santa del '87) que hemos visto en nuestros países vecinos (pensemos en Bolivia) o de golpes blandos (o lawfare - y para eso no hay mejor ejemplo que Brasil).

El vivir en un estado de derecho no es poca cosa. Significa que gozamos de la seguridad que la constitución nos garantiza (la mayoría de las veces, aunque no siempre<sup>1</sup>). Entre sus artículos (14 y 14 bis) la Constitución Nacional nos garantiza el derecho a petionar a las autoridades, el de la libertad de expresión, el derecho a la libre agremiación y el derecho a huelga (entre otros). La protesta (tan molesta para algunos sectores de la sociedad argentina) es una reafirmación de los valores democráticos. A través de ella, la ciudadanía se manifiesta, pide, demanda, exige; pero además, al mismo tiempo, pone al descubierto las flaquezas del sistema, las hace evidentes. Sin embargo, sería erróneo pensar que la protesta solo se expresa en marcos democráticos. También es, y ha sido, una forma de lucha explícita que sectores de la sociedad han llevado adelante contra los regímenes totalitarios represivos, contra estados terroristas que se han impuesto violentamente sobre el pueblo. Recordemos, si no, las marchas de Madres y Abuelas de Plaza de Mayo y de los distintos organismos de Derechos Humanos que se atrevieron a desafiar a la dictadura genocida pidiendo por la aparición de los desaparecidos. Y próxima a la caída del régimen militar, la organización de una marcha multitudinaria convocada por las organizaciones sindicales bajo las consignas: "Paz, Pan y Trabajo" y "¡Se va a acabar, se va a acabar, la dictadura militar!"

Si bien este trabajo no refiere a ese momento histórico, este nuevo aniversario nos demandó comenzar por allí, recordar y reconocer las manifestaciones que expusieron lo que ocurría en el país ante los ojos del mundo antes de adentrarnos en lo que nos ocupa; a saber, algunas concepciones relacionadas a la democracia que se desprenden de protestas que se produjeron en 2020, durante el primer año de la pandemia y que fueron publicadas en el diario Puntal de Río Cuarto.

## **La protesta en el espacio público (y mediático ampliado)**

Afirmamos, sin temor a equivocarnos, que la Argentina tiene una larga historia de protestas<sup>2</sup>. Sus calles y sus plazas han sido y son escenario donde grupos sociales de diversa índole reclaman por sus derechos (algunos instituidos y en jaque, otros por conquistar); a veces teniendo que hacer frente a las fuerzas de seguridad que no dudan en reprimirlos y otras, respetados en su derecho de libertad de expresión o de petionar garantizados por la Constitución.

---

1 Mientras escribimos esta ponencia el Gobernador de la Provincia de Jujuy reprime violentamente las protestas de maestros y pueblos originarios.

2 Para más sobre el tema se sugiere Giarraca, 2002; Scribano, 2005 y Svampa, 2003, Rodríguez Alzueta, 2020; Berti - Cantú 2020, entre otros.

Entendidas las protestas como la manifestación pública de descontento, tienen, de manera intrínseca, una dimensión política. Son la expresión de voluntad de cambio que incumbe de una manera u otra, al poder de turno. Toda protesta social puede ser concebida como una instancia en que se ponen en juego ciertos derechos. La irrupción en el espacio público indefectiblemente produce el encuentro o el choque de al menos dos: los derechos de quienes se sienten vulnerados y el de otros que pueden sentirse perjudicados por la protesta. Así por ejemplo, cuando los *piqueteros* o el *sector agropecuario*<sup>3</sup> cortan la ruta en demanda de trabajo o en contra de nuevas medidas impositivas, el derecho a la libre circulación se ve perjudicada. Así, parece que afectar a un otro es parte de la naturaleza misma de la protesta, es intrínseca a ella, pues los derechos que se actualizan están en sí mismos indisolublemente ligados unos a otros. Esto significa que el conflicto trasciende su ámbito específico y toca en mayor o menor medida al resto de la sociedad<sup>4</sup>. Es a partir de la exposición pública que los manifestantes intentan presionar a su contendiente (y ganar el apoyo de otros sectores de la sociedad) y para ello no solo hace falta hacerse visibles en el entorno inmediato, sino ampliar esa exposición. Ahí, los medios de comunicación adquieren un rol central toda vez que tienen el poder amplificador de hacer oír los reclamos. Quienes protestan, entonces, entran en el mundo simbólico de los medios (y se someten a sus reglas). Como centro privilegiado de la producción de sentido, los medios tienen el poder de efectuar recortes, establecer ángulos, tornar central lo que es periférico, situar al conflicto en un contexto que le da marco y comprensión o, por el contrario, plantearlo como una unidad autónoma difícil de asir en toda su dimensión.

Toda época tiene sus particularidades y en algunas, esas especificidades tienen el poder de modificar de manera absoluta el ritmo de la vida cotidiana. El 2001 marcó un hito en la historia del país. Si durante los 70 y 80 la Argentina estuvo en los titulares del mundo por los crímenes cometidos por la dictadura, el comienzo del nuevo siglo la llevó ahí nuevamente, esta vez con los levantamientos populares, las protestas, los muertos, los cambios ininterrumpidos de gobiernos y la gente en las calles reclamando: “Que se vayan todos”. El 2020 también resultó un momento crítico. Azotados por una pandemia que arrasaba al planeta, el uso del espacio público y la posibilidad de reuniones se vieron restringidos; sin embargo, esto no impidió que las muestras de descontento y las protestas fueran en aumento y adquirieran matices y partícipes particulares. En el período muestreado, sin dudas sobresalen las protestas llevadas adelante por sectores de la población que se oponían a las políticas gubernamentales, en particular (pero no de manera exclusiva) aquellas vinculadas a las restricciones a causa de la pandemia.

## Las protestas en Puntal

En el periodo comprendido por la muestra (agosto a octubre 2020) estaba vigente el decreto por el cual estaba prohibido circular (si bien progresivamente se iban sumando excepciones y ya se había pasado en algunos distritos del ASPO al DISPO). Eso no impidió que se produjeran reclamos y manifestaciones de diversa índole. Hubo cacerolazos, caravanas, concentraciones y, por supuesto, se utilizaron las redes sociales para replicar demandas.

Entre agosto y octubre el diario Puntal publicó 116 notas vinculadas a protestas<sup>5</sup> de las cuales analizamos aquellas

3 Este ejemplo sirve para señalar que un mismo hecho puede estar sujeto a diferentes modos de significación. La forma diferente de nombrar a quienes participan de un mismo modo de protesta conlleva connotaciones diferentes que afectan la valoración que de ellos se haga.

4 Una característica recurrente en la construcción de la protesta en el discurso televisivo (y que no se observa de la misma manera en la prensa gráfica) es el foco que se pone en la afectación que la protesta produce sobre terceros. Este punto toma relevancia en el marco de los *banderazos*, tema sobre el que nos detendremos oportunamente.

5 Además de las notas mencionadas en el texto, detectamos 12 vinculadas con reclamos sindicales de distinto tipo; 18 notas que dan cuenta del reclamo por la reapertura de actividades y libre circulación interdepartamental e interprovincial;

4 relacionadas con la situación carcelaria por el COVID; 5 que remiten a la crisis de la policía bonaerense; 1 por violencia de género y 18 notas de protestas de temas varios (entre los que se incluyen distintos casos judiciales/policiales, reclamos de mayor seguridad, contra el aborto, etc.)

que sobresalieron tanto por la cantidad de notas dedicadas al conflicto como por la diversidad de enfoques desde las que se las abordó. Son 28 referidas a banderazos y 20 notas sobre el conflicto entre el sector agropecuario de Córdoba y el Gobierno de San Luis. Con la intención de enriquecer el análisis, sumamos las 2 notas que publicara el diario sobre lo que se dio en llamar *contraprotestas* (manifestaciones en apoyo al gobierno) y 8 notas de protestas de partidos de izquierda, que ofrecen un contrapunto interesante. Estos grupos fueron seleccionados anticipando, así mismo, que nos ofrecerían la posibilidad de profundizar sobre concepciones de democracia que se hacían explícitamente en sus demandas y que nos permitirían ver la manera en que el diario las retoma.

Inicialmente realizamos un análisis de contenido de las notas observando diferentes aspectos relacionados tanto a la morfología que se les da a estas noticias (si figura tapa, tamaño, hoja en la que aparece, titulación, etc.) como al contenido atendiendo a las dimensiones específicas de la protesta social<sup>6</sup>. Se procedió a la clasificación de los datos y luego se los analizó estadísticamente (SPSS). Al mismo tiempo, se fueron realizando análisis cualitativos que permitieron complementar y profundizar la interpretación de las notas, particularmente en los aspectos referidos a las concepciones de democracia.

## El peso de los conflictos

En el marco de la cantidad de protestas reportadas durante el período en cuestión, parece pertinente dar cuenta del grado de importancia otorgada por el diario a las protestas llevadas adelante por dos de los sectores que hemos seleccionado para el análisis; a saber, los *Banderazos* y el conflicto entre el sector rural y la provincia de San Luis. Cuatro dimensiones nos permiten dar cuenta en ese punto; a saber: la cantidad de notas publicadas con referencia a las manifestaciones llevadas adelante por estos sectores; la variedad de aspectos que se toman en cuenta; la continuidad dada al conflicto y la forma en que se lo contextualiza; y finalmente, los aspectos morfológicos que colaboran a dar marco y presencia a las noticias en el diario: su ubicación en tapa, los títulos y el espacio asignado.

### *Cantidad de notas por sector*

1. Las medidas llevadas adelante por el gobierno nacional, en el marco de la pandemia, movilizaron a cierto sector de la población -alineado con el mayor partido opositor- a realizar marchas en contra de esas políticas. A su vez, esto desencadenó la movilización de sectores adherentes al gobierno a expresar su apoyo. Las primeras recibieron el nombre de *Banderazos* y las convocadas por sectores allegados al gobierno, fueron denominadas por los medios como *Contraprotestas*. Durante este período se registraron 28 notas que refieren a 7 *banderazos*: 14 relacionadas con el 17 de agosto; 3 con el 26 de agosto; 6 del 12 de octubre y el resto, manifestaciones más pequeñas que solo tuvieron 1 nota por cada una. En dicho período se observaron solo 2 notas sobre sendas *contraprotestas* llevadas adelante por sectores afines al gobierno nacional.

2. El conflicto suscitado por la prohibición de ingreso a la provincia de San Luis (por razones sanitarias) que tiene como el principal demandante al sector agropecuario computó un total de 20 notas.

### *Variedad de instancias en que se presentan los conflictos.*

Nos parece oportuno señalar que las problemáticas que derivan en protesta pasan por distintos momentos y que no necesariamente todos ellos son retomados por los medios. Así por ejemplo, las notas pueden referir a: a) la instancia misma de la protesta (paro, marcha, corte de ruta, etc.); b) momentos previos del conflicto como una amenaza de paro o c) anuncio efectivo de cuándo se desarrollará la medida; d) resolución total o parcial del conflicto; e) respu-

---

<sup>6</sup> Toda protesta contempla algunas dimensiones básicas: los actores (demandantes, demandados y terceros); el motivo o la demanda y el formato con el que se lleva adelante. Desde la perspectiva comunicacional incluimos también a los medios de comunicación como otro actor central ya que tiene el poder de significar los hechos que se producen.

estas o comentarios que se suscitan en distintos ámbitos y por distintos actores. Y finalmente, f) pueden presentar lo que hemos dado en llamar derivaciones o consecuencias. Estas últimas incluyen diferentes acciones que son el resultado de la protesta en curso<sup>7</sup>.

En términos de esta dimensión, el conflicto entre el sector agropecuario y el gobierno de la provincia de San Luis es el que se presenta con mayor riqueza en el medio local. Durante la pandemia, dicho gobierno restringió el cruce de fronteras con todas las provincias vecinas. Esto afectaba a ese sector productivo que requería entrar a San Luis para desarrollar labores. El conflicto se tensa al punto de que los productores comienzan a cortar la ruta con el fin de presionar y lograr la apertura de los pasos interprovinciales.

El diario hizo un seguimiento minucioso de este conflicto. El análisis permite observar que las notas dan cuenta de todas las instancias mencionadas al comienzo de este apartado, algo que resulta atípico cuando se refiere a informaciones sobre protestas de otros sectores, incluso de los banderazos que tuvieron una amplia cobertura. Así, se desprende de los datos que de las 20 notas sobre esta problemática: 5 son anuncios de protestas; 1 es amenaza; 6 dan cuenta de la protesta en sí misma; 2 notas refieren a consecuencias o derivaciones; 2 informan sobre resoluciones parciales del conflicto y 4 son respuestas o comentarios de alguno de los sectores involucrados, de terceros u otros actores.

En cuanto a los banderazos, si bien presentan variedad de instancias reportadas, sobresalen por la cantidad de notas que retoman respuestas o comentarios (12 en total) tanto de figuras públicas vinculadas con los sectores que llevan adelante estas manifestaciones (opositores al gobierno nacional), cuanto por parte de funcionarios políticos oficialistas o adherentes al gobierno nacional, foco de estas protestas.

#### Continuidad y Contextualización

En artículos anteriores hemos señalado (Berti-Cantú, 2021; Cantú-Berti, 2022), como una característica que se repite de manera frecuente, el hecho de que las noticias de protesta se presentan como unidades aisladas. Si bien hay conflictos que se mantienen en el tiempo, los medios (particularmente la televisión) tienden a no establecer el vínculo entre una protesta y otras que lleva adelante un determinado sector. Sin embargo, tanto las notas sobre los banderazos cuanto sobre las protestas llevadas adelante por el sector agropecuario están plagadas de presupuestos y sobreentendidos que dan forma a un problema que subsiste en el tiempo y que se actualiza ante cada nueva movilización. Las protestas se hilan en el discurso del diario dándoles un peso y una densidad que se les niega a otras problemáticas. Las referencias son múltiples, y solo a modo de ejemplo retomamos las siguientes: "...al igual que cuando se protestó en contra de la intervención de la empresa Vincentín..."; "Nuevo banderazo contra el gobierno..."; "... otro banderazo contra el gobierno (...) a seis días de la última manifestación (...) nueva protesta (...) en una protesta similar a la que se había concretado hace una semana". "Nuevas promesas", "Organizan nuevos bloqueos y los ejemplos siguen.

Por otra parte, así como señalamos que los medios tienden a obviar referencias de continuidad, también lo hacen con relación al contexto. Es poco frecuente encontrar una profundización explicativa que dé cuenta de la dimensión compleja en la que se insertan las protestas. De hecho, esto se constata en todos los conflictos analizados, a excepción del enfrentamiento entre el campo y el gobierno de San Luis, por lo que el suceso resulta llamativo. En este caso, de las 20 notas sobre el conflicto, hay 17 en las que aparece la historicidad del problema y de ellas hay 6 en que las notas son casi exclusivamente largas y reiteradas explicaciones sobre las pujas de intereses y su desarrollo a lo

---

7 Así nos encontramos -por ejemplo- con la participación de otros actores que son convocados para interceder o mediar entre las partes en conflicto (como el ministerio de trabajo, la justicia, etc.) o sectores que aprovechando la masividad de una manifestación reclaman que se vuelva atrás en alguna política impulsada por el gobierno.

largo del tiempo llegando a incluir la forma en que se sumaron otros sectores en apoyo a los demandantes. En este sentido, las medidas llevadas adelante por los productores (cortes de ruta, no sin tensión con los camioneros que teniendo autorización para entrar en San Luis no podían hacerlo a causa de los piquetes) se construyen en el diario como una medida extrema, pero como último recurso al que apela este sector.

El lugar en el diario

El conflicto del sector agropecuario y los banderazos también tienen mayor presencia en el diario a partir de su aparición en tapa y/o por el espacio que ocupan.

El problema con San Luis aparece 12 veces en tapa (ya sea la tapa principal, la cabecera de tapa o en la tapa del suplemento), en las distintas instancias de las que dio cuenta el diario. A su vez, el matutino dedica entre media, tres cuartos o página entera a 12 de las 20 notas.

Los banderazos, por su parte, si bien tienen menor presencia en tapa (solo en 7 de 28 notas), destacan porque encontramos páginas enteras dedicadas a estas protestas. Aunque a ninguna nota en sí misma se le da toda la página, la misma se completa con la variedad de notas que refieren a la temática; por ejemplo, la protesta vivida en Buenos Aires y notas de comentarios realizados por dirigentes opositores y oficialistas o el banderazo en Río Cuarto y en Córdoba capital, etc.

A diferencia de los casos precedentes, tanto las *contraprotestas* cuanto las manifestaciones llevadas adelante por sectores de izquierda solo reportan la instancia de la protesta en sí misma; no hay ninguna referencia a anuncios, ni derivaciones, ni comentarios. Ni las contramarchas ni las manifestaciones de partidos de izquierda recibieron un tratamiento similar a las que hemos hecho referencia en los párrafos anteriores. No se observó la presencia en tapa de ninguno de ellos y el tamaño de las notas no supera el cuarto de página (con la acotación de que en su mayoría son una foto acompañada por un texto breve). Es justamente el contraste en el tratamiento de las manifestaciones llevadas adelante entre estos grupos y los anteriores lo que nos invita a incorporarlos en los análisis.

## De democracia y valores contrastados

En las notas analizadas se observa una base argumentativa en la que todos los actores se asientan: el valor universal de la libertad y de la democracia en términos abstractos. Pero es justamente a partir de esa línea axiológica desde donde surgen los valores contrastados y se establece la disputa entre los sectores antagónicos (los manifestantes, por un lado; y los gobiernos, por el otro).

Libertad y República... De la mano con la constitución

La noción de democracia de los banderazos se da a través de un acoplamiento de campos semánticos en los que Democracia, Constitución, República y Justicia se atan uno con otro de manera indisoluble y se tornan intercambiables. A esto se suma que en las notas de los *Banderazos* se observa una recurrencia a los símbolos patrios, como el despliegue de banderas argentinas en las fotos y su mención en el cuerpo del texto: “*con muchas banderas argentinas se escucharon y leyeron...*” (...) “se quejó una mujer en la esquina de Constitución y Buenos Aires, mientras agitaba con fuerza una *pequeña bandera argentina*” (...) “en la calle, una larga fila de autos circulaba y daba vueltas, muchos tapados de *globos celestes y blancos*” (...) “cientos de banderas se concentraron ayer en Plaza Roca”. Y las fechas elegidas (17 de agosto, 12 de octubre y días no laborables) que también son remarcadas en el texto de las crónicas: “En coincidencia con la conmemoración de un *nuevo aniversario del General José de San Martín*” (...) “Como ya es habitual durante los últimos *fin de semana y días feriados...*”

Estas protestas definen un otro, el gobierno, que el diario nunca deja de señalar. En sus títulos, Puntal reitera que son CONTRA el gobierno. Y si remarcamos este aspecto es porque, habitualmente, una de las características que

tienen los medios (y este diario no es una excepción) es que el Demandado (en este caso, el gobierno) suele no estar explicitado y menos aún en los títulos (Berti-Cantu,2022).

Otra particularidad es que los demandantes se autoidentifican como ciudadanos y el diario también lo ratifica. Son ciudadanos, son personas, son manifestantes que parecen tomar las plazas de manera espontánea: “miles de personas” ... “miles de manifestantes se concentraron” (...) “numerosas consignas motivaron la concentración de vecinos...” (...) “también se observó la presencia de *gente del espectáculo*”. Y se reúnen para denunciar y, al mismo tiempo, defender, lo que está en jaque. Se impulsan por las redes: “la convocatoria fue realizada a través de las *redes sociales* con el #” (...) “el banderazo se *gestó* a través de las *redes sociales* con el #” y a pesar de que el diario reconoce a sectores opositores como demandantes, es llamativamente frecuente observar que los dirigentes se *suman* a la convocatoria ciudadana: “entre los dirigentes políticos que se *sumaron* a la movilización”.

Cuando el diario se refiere a *la oposición* no lo hace en términos descalificatorios sino descriptivos; lo que resulta interesante, sin embargo, es que esa oposición contra el gobierno, parece englobar a todos, no necesita especificación. Bien podría ser pensada en términos de La Oposición, y no como Un sector opositor. Es sabido que, puesto el grupo gobernante de un lado, del otro tiene a muchos actores que se le oponen y no solamente la coalición PRO-Radical a la que el diario alude. Entonces, el reforzar la noción de que quienes protestan son los ciudadanos y que cuando habla de dirigentes de La oposición acota que se *suman* (a manifestaciones espontáneas), el diario va dando legitimidad a este tipo de protestas.

Pero los reclamos no son todos en términos positivos. Las consignas -si bien son variadas<sup>8</sup>- no solo instauran al grupo en defensa de la democracia y sus instituciones sino que incluyen expresiones que marcan sus contradicciones. ¿En qué tipo de democracia están pensando? o ¿a qué tipo de República se refieren? Dicen al mismo tiempo estar “a favor de la libertad” (...) exigir “la vigencia de los valores republicanos” (...) defender “los valores: cultura del trabajo, honestidad, verdad y libertad” (...) la “justicia independiente y el “respeto a la constitución”. Se oponen a la reforma judicial bajo el lema: “No a la dictadura, no a la reforma judicial, no a la impunidad”, cuando lo que está en juego en ese momento es un proyecto que el poder ejecutivo eleva para que sea tratado en las respectivas cámaras, lo que da cuenta de la vigencia de las instituciones. Asimismo, resulta interesante que se refieran al gobierno como “dictadura” o “infectadura” y que tratándose de un gobierno elegido por el pueblo planteen consignas como “Democracia sí, comunismo no”, mientras piden, al mismo tiempo, que un poder (el ejecutivo) sea intervenido por otro (el judicial)<sup>9</sup>, a través de la consigna “Corte Suprema de Justicia, restablezca el estado de derecho”.

Por otra parte, si nos centramos por un momento en los sentidos que emergen de los discursos del gobierno que retoma el diario, podremos observar que son una respuesta clara a esas consignas/demandas. Los demandados y sus aliados niegan las acusaciones y por el contrario, garantizan la libertad de protestar que reconoce la Constitución incluso en pandemia. “Legalmente pueden marchar porque hay libertad y democracia” (...) “disentir con un gobierno es parte de la democracia... al igual que movilizarse, aún con el riesgo que implica en una pandemia” (...) “hoy tenemos un gobierno nacional que cuida la salud, el trabajo, los valores democráticos y la solidaridad

8 Dentro de las demandas (que en algún momento el diario califica como “variopintas” o “abanico de reclamos”) se incluyen temas como Vicentín, No a la reforma judicial, No al traslado jurisdiccional de jueces, La coparticipación, el regreso a clases, y contra el aborto.

9 Entre otros aspectos que llaman la atención, el diario publica la foto de las horcas en las que se leen las inscripciones: “libertad o muerte” y Todos Presos, Muertos o Exiliados” con las que los manifestantes expresan su posición. Las leyendas sobre la horca resignifican el sentido del lema. La frase, que emerge de contextos de luchas contra el opresor e implica la disposición a dar la vida, se invierte. Refiere ahora a la muerte (¿simbólica?) del otro. Lo llamativo no es que el diario publique la foto, sino que no haya ningún tipo de modalización por la cual se pueda inferir que el enunciador toma distancia de dicho enunciado.

de nuestro pueblo” (...) “La democracia ofrece un marco de libertad para disentir y expresar divergencia...”. Sin embargo, al mismo tiempo, *descalifican* las demandas a partir de la *descalificación* de los oponentes. El discurso oficial se esfuerza por desestimar esas acusaciones a partir del argumento del respeto de los derechos a pesar de lo cual se señala que hay un “tufillo antidemocrático”, que se trata de manifestaciones “desestabilizadoras”, que “No respetan las instituciones” y que “No defienden la República”.

Es como si el periódico actuara como una suerte de intermediario en el que se construye el diálogo entre sectores encontrados. Se podría decir que el diario asume un rol enunciador ausente; por momentos se borra y deja hablar al gobierno (o sus representantes) y a los oponentes. Pero detrás de ese aparente borramiento, se manifiesta y deja sus huellas en las reiteraciones, en los nexos, en los resaltados, a través de los cuales hablan los diferentes actores. Y consecuentemente, reconoce y legitima los planteos opositores.

Libertad de tránsito... Con la Constitución en la mano

El caso de San Luis tiene otros ribetes. La demanda sobre la que se asientan las protestas es específica. No se trata de cuestiones abstractas sino de un conflicto puntual: el pedido de apertura de fronteras entre las provincias por cuestiones laborales. A diferencia de los banderazos en los que sobresale el manifestarse en días feriados o no laborables (para “no afectar la actividad económica”), esta protesta consistió en reiterados cortes de ruta que rara vez fueron contrabloqueos por el medio como piquetes: “después de la protesta en la ruta...” (...) “San Luis: productores cortaron ruta 30...” (...) “El corte de los productores sigue hasta mañana” (...) “decidieron continuar con el contrabloqueo” (...) “otra vez podría haber cortes”.

Decíamos más arriba que los medios tienen el poder de significar los eventos y al hacerlo, imponen sobre ellos, marcos axiológicos y grados de legitimación o deslegitimación sobre los mismos. El caso de San Luis es un claro ejemplo de ello. Estamos ante la modalidad *impedimento de circulación vehicular*. A este formato se le da distintos nombres y esto se traslada a las maneras de identificar a quienes lo realizan e incide consecuentemente en los grados de legitimación que de ahí se desprenden. Puede ser llamado *piquete* y son *piqueteros* o es *corte de ruta* y son *productores rurales*. El piquete impide a todos circular libremente; el corte de ruta de los productores es un reclamo ante el atropello del gobierno. En el primero se sobredimensiona la afectación a los terceros; en el otro, los terceros prácticamente desaparecen. Al piquetero se lo confronta con el resto de la población y al jerarquizar el derecho de los terceros, se los desprestigia y su protesta es deslegitimada. En el otro caso, se acentúa el rol productivo y se antepone su derecho a reclamar por sobre cualquier otro que podría contraponérsele. Tan flagrante resulta esto que el mismo diario señala que inician un contrabloqueo con la intención de “impedir que ingresen productos esenciales en esa provincia [San Luis] y de ese modo forzar una negociación que hasta aquí nunca se alcanzó”; la consecuencia sobre los terceros solo es mencionada sin darle mayor trascendencia y el diario en ningún momento condena la medida.

Esta modalidad de protesta aparece justificada también en Puntal a partir de su construcción como “último recurso” al que debieron recurrir los productores cuando fracasaron todas las negociaciones, algo que el matutino se encarga de reiterar nota tras nota. “Ante la falta de respuesta del gobierno puntano... el conflicto que se remonta a inicios de la pandemia” (...) “la falta de respuesta a los petitorios elevados al gobierno... ahora los autoconvocados prometen endurecer...” (...) “El conflicto volvió a subir otro peldaño...” (...) La tensión viene escalando desde que San Luis... después de muchas idas y vueltas, pedidos de reuniones que nunca prosperaron... la asamblea terminó impulsando el corte...”

Los reclamos puntuales generalmente son presentados en los medios poniendo énfasis en la demanda, en los actores y en el formato: “Universitarios buscan acuerdo salarial” (...) “En reclamo por sus salarios, mañana paran los judiciales”. Al mismo tiempo, quienes protestan focalizan en el motivo específico que los lleva a desarrollar algún tipo de acción colectiva: “no vamos a renunciar a nuestro reclamo de mejoras en el poder adquisitivo... e

insistiremos en la reducción de la jornada laboral” (Unión de recibidores de granos) (...) “los empleados y empleadas judiciales hemos llegado a octubre sin un aumento salarial”, etc. Habitualmente, entonces, quienes protestan expresan de manera clara en su discurso el motivo puntual que los lleva a movilizarse. Sin embargo, en el conflicto de San Luis, los productores rurales asientan y justifican sus motivos en los derechos constitucionales que los asisten. Este aspecto se repite insistentemente y con énfasis en las numerosas notas publicadas por Puntal sobre esta problemática. Detengámonos en algunos ejemplos en los que se retoman las voces de los manifestantes: “invitamos a que se sumen todos aquellos que hayan sentido vulnerados sus derechos a movilizarse pacíficamente *como la constitución* de la república lo avala” (...) “el corte sigue hasta nuevo aviso... a nadie le importa lo que nos pasa y se sigue violando un *derecho constitucional* sin ninguna razón” (...) “acompañamos y apoyamos... y remarcamos la necesidad y el *derecho constitucional* a que se permita el libre tránsito de los productores en las jurisdicciones del país. (...) “se avasallan los derechos previstos en nuestra *carta magna*, que exceden al sector agropecuario... porque los productores no tienen acceso a sus campos pero tampoco los ciudadanos de los pueblos limítrofes...” (...) “apoyamos la voluntad de los productores y de todos los ciudadanos de transitar y llevar adelante sus tareas, tanto como el *derecho constitucional* a trabajar y acceder a sus establecimientos para cuidar de los mismos”.

### Tierra y trabajo... sin amparo

Lo que caracteriza a las notas de protestas que provienen de sectores afines al gobierno o a *manifestantes de izquierda* -tal como las define el medio- es todo lo que no tienen: no tienen tapa, carecen prácticamente de texto (la mayoría de las notas no supera las 7 líneas) y claramente no tienen contexto, el espacio reducido se limita a una fotografía que en muchos casos ni siquiera es del momento y se transcriben las consignas sin embargo, salvo una excepción, a los actores no se les otorga la voz.

A diferencia de los casos anteriores en que los manifestantes son nombrados a través de colectivos con los que los lectores se pueden identificar, en este caso son construidos de manera excluyente: es un otro, militante político, al que no se le asigna carga valorativa positiva ni características con las que los lectores puedan empatizar, a lo que se suma el hecho de que las reducidas crónicas señalan hechos de violencia y la intervención de la fuerza policial: “corridas y roces con efectivos de la policía de la ciudad” (...) “terminó en forcejeos e incidentes entre la policía y un grupo de manifestantes” (...) “incidentes por los cuales efectivos de la policía detuvieron a dos manifestantes”. Resulta llamativo que el diario ponga énfasis en supuestos hechos de violencia en las marchas de “izquierda”, cuando en los banderazos o en el conflicto de San Luis se minimizan los incidentes e incluso se justifica la intervención policial que solo actúa para “escortar” a periodistas agredidos (en los banderazos), pero en ningún momento se menciona detención de los agresores. En esos casos, los hechos de violencia no son construidos como agresiones, sino como pequeños incidentes mencionados de soslayo.

En estos tipos de protesta volvemos a encontrar consignas puntuales. Si bien uno puede identificar derechos que están en juego (si concebimos que toda protesta tiene detrás un derecho denegado), las manifestaciones se centran en reclamos concretos que afectan a los sectores más vulnerables de la población: “sin tierra, sin trabajo y sin alimentos no se aguanta más”, “no al desalojo de Guernica”, “vivienda digna”, etc.

## Democracia, derecho a la protesta y legitimidad

El recorrido realizado en esta ponencia por algunas protestas que se desarrollaron y publicaron en el medio local durante la pandemia permite esbozar una serie de consideraciones. Si bien la protesta no es construida de manera explícita como un derecho, algunas de ellas adquieren legitimidad a partir de la forma en que son puestas en discurso. Se pueden señalar ciertas estrategias a partir de las cuales opera el medio; a saber: la manera en que se nombra y califica a los sectores que demandan (que favorecen o no la identificación por parte de los públicos), la contextualización y el seguimiento del conflicto que deriva en protesta (que da marco a la problemática y favorece su comprensión y adhesión); así como los aspectos formales que hemos analizado y desarrollado en este trabajo. Del

mismo modo, las voces que retoma y deja oír a través de sus páginas se constituyen en otra forma de avalar ciertas protestas. Si los derechos vulnerados son enmarcados en valores universales y consagrados por la constitución nacional, como la libertad, la democracia y la república, la legitimidad se fortalece. Si por el contrario los derechos se desdibujan detrás de consignas puntuales y concretas, pierden peso, aunque remitan a esos valores sobre los que se fundó nuestra reciente democracia, aquella que prometía que los derechos más básicos iban a ser garantizados y fortalecidos. Lejos estamos de que eso sea así; como señalamos en una nota al pie los acontecimientos recientes en la provincia de Jujuy demuestran que debemos seguir fortaleciendo este estado de derecho que tanto costó recuperar y trabajar en pos de la democratización de los medios de cuyas representaciones depende en buena medida la forma en que miramos el mundo y le damos sentido.

## Referencias bibliográficas

Berti, S y A. Cantú (2020) Entre la calle y la pantalla. Reflexiones sobre la mediatización de la protesta En *Cronía*. 16 (20) Facultad de Ciencias Humanas, UNRC.

Berti, S. y A. Cantú (2021) De caravanas y bocinazos a “todos a la plaza”. Representaciones de protestas en tiempos de pandemia en un medio gráfico local. *XVIII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación*

Berti, S. y A. Cantú (2022). La protesta política en tiempos de pandemia. Banderazos y contraprotestas en la web del diario Puntal. En Asaad, C., Carniglia, E. y C. Kenbel (2022) *Comunicación y dinámicas socioterritoriales. Actores, significados y medios en el sur de Córdoba*. Unirio, Río Cuarto. (en prensa)

Cantú, A y S. Berti (2021) La protesta en el noticiero televisivo local. El peso de las ausencias. *XVIII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación*

Cantú, A. y S. Berti (2022) “Miles de manifestantes en la marcha contra el gobierno en el obelisco” vs “Militantes se convocan en Olivos para apoyar a Fernández”. La construcción de la protesta política en la prensa local. *XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación*

Giarraca, N. (2002) Argentina 1991-2001: Una década de protesta que finaliza en un comienzo. La mirada desde el país interior. En *Argumentos*, 1 (1).

Rodríguez Alzueta, E. (2020) La criminalización de la protesta en la legislación menor: ¿Códigos de convivencia o convivencias codificadas. En *Cronía*. 16 (20) Facultad de Ciencias Humanas, UNRC.

Scribano, A. (2005) *Itinerarios de la protesta y del conflicto social*. Villa María-Córdoba: CEA

Svampa, M. (2002) Las dimensiones de las nuevas protestas sociales. En Revista *El Rodaballo*, núm. 14. (Invierno)

# Agencia de Noticias San Luis: un medio en el marco de una estrategia gubernamental

Ernesto Elorza

Universidad Nacional de San Luis

## Introducción

San Luis transita un proceso de modificación en los esquemas de distribución y producción informacional y reconocemos por otra parte que existen diversas políticas orientadas a profundizar el control estatal. Esta tendencia posee un recorrido histórico y ha tenido como protagonista principal a la familia Rodríguez Saá<sup>1</sup>. En la provincia, inicialmente se consolidó un sistema de producción gráfico hoy acaparado por un solo diario que se imprime y distribuye provincialmente (Diario de la República), la existencia de un oligopolio televisivo cuyo actor más importante es el canal estatal, un sistema de radios cautivo por la pauta publicitaria oficial y recientemente se identifica un crecimiento del aparato de comunicación gubernamental digital que como pretendemos demostrar es parte clave de una estrategia en la articulación e incidencia sobre la producción de contenidos informacionales. Esta última etapa se entiende en el marco de la consolidación del proceso de digitalización en los sistemas comunicacionales (Bustamante, 2003).

En este contexto, la creación de la Agencia de Noticias San Luis (ANSL) en el año 2012 sirvió como artilugio para incidir en la circulación de la información. La ANSL como apéndice del Estado y bajo la órbita del Poder Ejecutivo se configuró como un epicentro de elaboración de noticias de carácter oficial y un espacio de producción audiovisual de relevancia dado su alcance territorial y acceso a funcionarios y acontecimientos en todo la provincia.

El presente estudio apunta a resaltar una mirada en torno al rol que ocupa la agencia en el sistema informativo local y con ello reflexionar sobre la concentración infocomunicacional y la orientación del gobierno y sus políticas de intervención.

## Propuesta de trabajo y abordaje

En este trabajo nos proponemos indagar y poner en perspectiva la relevancia que ha adquirido la ANSL en la configuración del sistema informacional de la provincia, sistematizando información sobre la estructura organizativa así como la organización laboral y financiera que la agencia ha logrado construir en poco más de 10 años de existencia. También nos interesa reseñar cierta sinergia entre áreas gubernamentales, la agencia y el resto de medios de la provincia.

Nuestro punto de partida concibe que la producción y circulación de noticias no se produce ajena a cierta dinámica que involucra a empresas de medios, políticas públicas de comunicación y procesos de reconfiguración de

---

1 Con “familia Rodríguez Saá”, hacemos referencia principalmente a Adolfo y Alberto, dos hermanos que se han alternado como gobernadores de la provincia desde el regreso de la democracia hasta la actualidad. Sin embargo otros familiares y descendientes de ellos han ocupado, además, un sin número de cargos estratégicos dentro de los tres poderes del Estado y otros organismos y empresas del sector privado provincial y nacional.

diversos actores. El estado actual del sistema de producción infocomunicacional es resultado de fenómenos como la digitalización y la convergencia tanto tecnológica como empresarial y por tanto la concentración de actores que intervienen en el proceso (Aguinaga Reyes, 2010). Al respecto, entendemos que resulta pertinente un análisis de la producción informacional entendiendo a la misma como parte de la producción cultural. Es en ese marco que recuperamos la pertinencia de un abordaje desde la economía política de la comunicación y la cultura (EPC) entendida como herramienta para el estudio de la producción, distribución, circulación y recepción, entre otras dimensiones y procesos (Zallo, 2007)

Dado el marco y el propósito que describimos, este trabajo va centrar su indagación en la ANSL, su historia, organización y objetivos de su producción periodística. Para ello utilizaremos una serie de documentación de carácter público y el punto de vista de aquellos trabajadores del sector de prensa provincial que hacen uso de la agencia. Con esta finalidad hemos trabajado en la recolección y análisis de información de dominio público referida a la ANSL entre las que destacamos: leyes de presupuesto, ley de ministerios, decretos y normativas sobre la estructura funcional de la ANSL y referencias periodísticas y artículos en torno a la creación de la agencia. Debemos subrayar cierta dificultad en el acceso a información de dominio público en la provincia, cuestión que abordaremos más adelante como parte de nuestro análisis.

Por otra lado, realizamos una serie de entrevistas con periodistas del ámbito local y en específico de la agencia. En virtud de las características del sistema de medio local y las condiciones políticas y económicas en las cuales se ejerce la profesión en San Luis, se definió preservar la identidad de quienes fueron entrevistados. Como dato que ilustra la muestra, precisamos que fueron consultados 10 trabajadores de prensa de diferentes medios (público y privado) que representan variedad de líneas editoriales y cumplen diferentes funciones (periodistas, productores y editores) en medios audiovisuales, radiales y de la producción gráfica.

## **Reseña sobre el sistema de medios provinciales**

Para desarrollar los objetivos propuestos, en primera instancia nos parece relevante describir el sistema de medios locales y de esa manera poner de manifiesto alguna de sus características.

La producción informacional de la provincia posee un concentrado espectro de medios tradicionales y un incipiente crecimiento de espacios de producción alojados en plataformas y redes sociales. Aún así, la agenda periodística se encuentra centralizada en algunos actores y tal como desarrollaremos más adelante la ANSL es uno de ellos.

El sistema televisivo cuenta con un único medio estatal, Canal 13 San Luis, cuya cobertura abarca toda la geografía sanluisense a partir de su señal de aire y la señal digital incluida en la Televisión Digital Argentina (TDA). Al sistema público televisivo local debemos incorporar el canal web UNSL TV, que sin una programación en vivo y diaria y con limitado contenido en el género periodístico, propone una oferta por internet con una considerable variedad de programas educativos, culturales y sociales. Por su parte, el sector televisivo privado concentra pocas opciones y solo dentro de las grandes ciudades de la provincia (San Luis capital, Villa Mercedes y Merlo), con dos empresas cableoperadoras en cada ciudad, que además distribuyen televisión por cable, telefonía, internet, entre otros servicios.

Respecto a la producción informacional en gráfica, específicamente en diarios que se imprimen, existe una historia de concentración y control de parte de la familia Rodríguez Saá quienes hoy controlan el único diario de circulación provincial llamado Diario La República<sup>2</sup>. Este monopolio en la gráfica radica de un proceso basado en la asfixia económica a través de la pauta publicitaria oficial (y un exiguo mercado publicitario) y la compra a lo largo del tiempo de

---

2 El diario pertenece al Grupo Payné S.A, empresa del sector privado perteneciente a Alberto Rodríguez Saá que además es titular de Radio Lafinur.

otros diarios, periódicos y semanarios<sup>3</sup>.

En otra rama de la producción informacional, las señales radiales tanto en su versión radioeléctrica como digital siempre han tenido mayor diversidad. En San Luis (como en gran parte de Argentina) las emisoras se multiplicaron sobre todo a partir de la década de 1990 y sirvieron para contrarrestar la concentración de empresas de medios y el monopolio en la producción periodística centrado en la televisión y la gráfica. No obstante, es un sector que no escapa a las lógicas de financiamiento generales de las industrias culturales y con ello a ciertas tendencias predominantes en el ámbito provincial, por la cuales algunos empresarios de medios vinculados al poder gubernamental disponen de beneficios al momento de la distribución de pauta y el acceso a información y fuentes gubernamentales.

De todas maneras, es relevante precisar que los procesos de concentración que se dan en la provincia y como parte de una tendencia global, generan reacciones contradictorias. La digitalización en diversos sectores y ramas de la producción cultural implicó una apertura relativa para algunos actores que no podían crear y participar en los sistemas de medios tradicionales, fundamentalmente, debido a la estructura de altos costos que los caracteriza. Aquí debemos subrayar el centralismo que ocupa internet como intersección donde se cruzan la tecnología y las industrias culturales dando la opción de integrar, potenciar y valorizar a diferentes sectores y ramas de la producción cultural y por tanto comunicacional. La convergencia como fenómeno tecnológico implica que los sistemas de medios expanden las posibilidades de producción y las narrativas, así como también, en tanto fenómeno económico implica un flujo de relaciones y concentración de las industrias de medios de comunicación, la informática y las telecomunicaciones (Monje, 2010).

En nuestra indagación sobre los sistemas de medios en la provincia, estos fenómenos, entre otras consecuencias, implican el arribo de otros actores de producción informacional alojados en internet. En el escenario digital de la provincia hoy conviven una serie de medios de diversas líneas editoriales y que fundamentalmente han servido para contrarrestar la hegemonía de El Diario de la República. Así mismo, en un escenario de convergencia y donde las formas narrativas conviven en la cobertura periodística, medios radiales que hace algunos años exclusivamente se emitían por el espectro radioeléctrico, hoy participan a través de plataformas alojadas en internet con contenidos multimedia.

Así la oferta de medios digitales se ha convertido en una alternativa. Aunque con desafíos en el acceso a la información pública y barreras económicas, los portales que producen o replican información crecen y en esa tendencia se enmarca la creación de la ANSL y su actual vigencia.

### **Marco normativo, organización y financiamiento de la agencia**

En este punto del escrito retomamos una caracterización de la ANSL centrada en describir aspectos centrales de su creación, forma organizativa y sinergia con otras áreas del gobierno y medios locales.

La ANSL inició sus actividades el 23 de marzo de 2012. Un dato relevante del contexto, es que se da en el marco de un cambio de funciones de quienes encabezaban el ejecutivo provincial. En diciembre de 2011 asume por primera vez como Gobernador Claudio Poggi, sucediendo a Alberto Rodríguez Saá quien gobernaba desde 2003. Junto con el breve período en que Adolfo Rodríguez Saá fue presidente interino de Argentina, es la segunda oportunidad que desde el regreso de la democracia los hermanos Rodríguez Saá no están al frente del Ejecutivo.

---

<sup>3</sup> Una reseña acotada por algunas de las publicaciones en papel de la provincia, no podría eludir a el Diario La Opinión fundado en 1913 (de filiación familiar a los Rodríguez Saá) o el El Diario de San Luis, fundado en 1966 por la editorial Nahuel y que finalmente sería absorbido y se convertiría en el actual Diario de la República. Así como también se puede reconocer periódicos como El Día de San Luis, El Herald, Prédica, Democracia, Todo un país o Nuevo Puntal San Luis, entre otras publicaciones con diversos orígenes y destinos que se desarrollaron siempre bajo reducidas fuentes de financiación y limitada libertad de expresión.

Sobre la fundación de la agencia no hay publicado ningún instrumento legal que dé cuenta de su creación. Es decir, no hay documento constitutivo público y no aparece en detalle alguno en el presupuesto previsto para el año 2012, ni en la Ley de ministerios. Poco se conoce de manera formal o institucional del momento de su creación y no hay documentos gubernamentales de acceso público respecto a sus objetivos fundacionales. Diego Masci, uno de los funcionarios que dirigió la agencia (2012-2013), declaró que la ANSL era un medio que tenía como público principal a los periodistas (Masci, 2015).

Como antecedente en materia de prensa gubernamental, en el año 2011, aún bajo gobierno de Alberto Rodríguez Saá y previo a la creación de la ANSL, el área asociada a tareas de prensa, comunicación y manejo de los medios de difusión del Estado Provincial dependían de la Secretaría General de Estado, Legal y Técnica y dentro de ella de la secretaría de difusión y relaciones oficiales. Recién en el año 2019 aparece referencia en la ley de ministerios sobre la ANSL. Durante todo ese período de tiempo no existe información pública a través de leyes y decretos referidos a la composición, objetivos y presupuestos de la agencia. Por supuesto, esta ha sido una crítica constante sobre el Estado Provincial, siendo San Luis una de las provincias peor rankeada a nivel nacional sobre acceso a la información pública (diversos informes de FOPEA dan cuenta de ello), a pesar de tener aprobada una ley de régimen de acceso a la información pública desde 2016.

Llama la atención la falta de información durante los primeros 7 años de vida de la agencia, sobre todo si se compara que existen bastantes instrumentos legales constitutivos y estructurantes de otras áreas de gobierno. Desde 2019 hasta la actualidad, bajo la órbita de la Jefatura de Gabinete de Ministros se constituye un programa de medios el cual se encarga de “supervisar y orientar las relaciones con la prensa y la difusión de la información oficial a través de la Agencia de Noticias San Luis” (Decreto 9/2019). Al mismo tiempo se crean dos subprogramas, uno de prensa y otro de producción, que entre otras tareas vinculadas a la difusión de información gubernamental y publicidad de actos públicos, tienen a la Agencia como medio interlocutor tanto para el sistema de medios estatal, como el del sector privado.

En los 11 años de existencia de la agencia, la Secretaría General de Gobernación (que tuvo otros nombres pero con similares funciones) es quien centraliza la distribución de la información y la relación con la prensa. En el año 2022 se crea en el seno de dicha secretaría, una Secretaría de Estado de Comunicación. Esta secretaría es la que aglutina todas las tareas vinculadas a la producción de información y su distribución, además de controlar tanto a Canal 13 como a la ANSL.

La agencia depende de un sector referenciado como “Programa de Coordinación Agencia de Noticias”, que a su vez se subdivide en diferentes áreas de producción informativa y a la vinculación con diferentes organismos gubernamentales. Según lo dicta su estructura orgánica funcional, el programa tiene como eje central “confeccionar la agenda pública gubernamental y las actividades que requieran coberturas, en coordinación con los Ministerios, Secretarías de Estado y Entes Gubernamentales involucrados” (Decreto 2.177/2022), entre otras tareas asociadas a la producción y realización comunicacional.

En relación al financiamiento, el último presupuesto presentado por el Ejecutivo Provincia para el año 2023 incorpora a la Secretaría de Estado de Comunicación entre sus unidades de ejecución. Del presupuesto total provincial que asciende a un poco más de 256 mil millones, la secretaría dispone de alrededor 2 mil millones de pesos para el funcionamiento de sus diversos programas y áreas de trabajo. Este presupuesto incluye, por ejemplo, el funcionamiento de Canal 13 San Luis (600 millones de pesos) y aunque no hay mención o detalle específico de lo destinado a la ANSL, se puede interpretar del desglose presupuestario que se consignan casi 300 millones de pesos para la gestión, coordinación, producción y funcionamiento general, incluyendo aquí lo necesario para el funcionamiento de la agencia. La mayor parte del presupuesto de la secretaría, 1.300 millones de pesos, se asignan al Programa de Administración y Finanzas, el cual tiene como objetivos centrales tareas de control y ejecución de diferentes proce-

dimientos administrativos, contables y administración de recursos humanos de la secretaría.

En vinculación con el detalle presupuestario, su relación con el presupuesto total del Ejecutivo Provincial y la significativa diferencia entre áreas de producción informacional y el sostenimiento administrativo de las mismas, subrayamos que gran parte del personal adscrito a tareas de producción son funcionarios con contratos por períodos cortos y de planta temporaria<sup>4</sup>.

De la lectura de las normas constitutivas y los desgloses presupuestarios se evidencia un trabajo de articulación entre la Secretaría de Estado de Comunicación (en particular la ANSL y Canal 13) y el resto de los equipos de prensa gubernamental. Es pertinente destacar, que al margen de la estructura propia de la secretaría, existen equipos de comunicación en prácticamente todos los ministerios y organismos dependientes del Ejecutivo. Estos proveen de producciones a más de 70 redes sociales gubernamentales y una parte significativa de esas producciones luego se difunden por la ANSL (Elorza, 2023).

Por lo tanto, sí tomamos como punto de partida la creación de la agencia en 2012, vemos un proceso de crecimiento y valoración de las políticas comunicacionales internas del gobierno, que tránsito de un escenario inicial con concentración de las tareas hacia un proceso de descentralización de la producción comunicacional y un paso hacia un esquema de circulación y difusión a través de plataformas digitales, jerarquizando a la ANSL como medio principal.

En este sentido, existe una coincidencia en la reestructuración que realiza el gobierno con la creación de una secretaría específica para las tareas vinculadas a la comunicación y la centralidad de la ANSL como medio y destino de gran parte de las producciones comunicacionales. Este proceso es contemporáneo y consecuencia de una etapa de digitalización y un desplazamiento de las audiencias y lectores hacia el consumo de contenido en portales y redes sociales, evidenciando un acierto en el giro de la orientación política en materia de comunicación gubernamental.

## **La agencia y su alcance en los medios provinciales**

Este último punto en el análisis lo centramos en la producción periodística de la agencia y su llegada a otros medios. Partimos de recuperar que los testimonios recabados indican que la agencia fue concebida con la función principal de ser un medio para periodistas y es lo que sucede en la práctica. Pero esta característica no solo responde a una definición de naturaleza del medio, si no que fundamentalmente existe una estrategia gubernamental y una política de medios que conduce a ello.

Un paneo rápido por la prensa provincial en sus diferentes soportes basta para percibir la cantidad de referencias a información que es producida en la ANSL y cada periodista consultado para este escrito reafirma la necesidad de visitar la web de la agencia antes del abordaje de cualquier noticia que atañe al Estado. Esto, más allá del sesgo editorial que todos asumen posee la ANSL. En particular, la producción audiovisual de la agencia es valorada por la prensa local debido a que suele ser el único material producido en algunos temas de gobierno.

La agencia como instrumento gubernamental depende de una estructura que la excede. Tal como hemos abordado en el apartado anterior, la Secretaría de Comunicación no es la única que produce piezas comunicacionales. Existen 27 fuentes de producción y con ello hacemos referencia a un número significativo de ministerios, secretarías y organismos dependientes del Poder Ejecutivo que poseen diversas redes sociales con una producción

---

<sup>4</sup> El detalle de esta información surge de entrevistas realizadas con personal de la Agencia y el cotejo del detalle del presupuesto 2023. En el mismo no se dispone de información sobre la cantidad de empleados de la ANSL, aunque por referencias periodísticas se conoce que el personal de la agencia asciende a unas 30 personas. Un número similar al del Canal Estatal, donde hay 31 empleados la mayoría en condición temporaria. La planta del personal central y de organismos descentralizados del Poder Ejecutivo de San Luis es de 33.757 trabajadores.

sistemática de material (Elorza, 2023). Una parte importante de ese flujo informacional es canalizado por la ANSL. Con ello queremos resaltar que la agencia logra una producción con amplia variedad de temáticas como resultado del alcance y acceso a diferentes niveles del organigrama gubernamental para sus coberturas. Al resto de los medios provinciales esta tarea le resulta difícil en virtud de una maniobra donde los funcionarios jerarquizan sus declaraciones ante la agencia.

Lo descrito cobra un valor particular cuando analizamos cómo se configura la agenda informacional en las provincias y en particular en San Luis. La relevancia y trascendencia de los actos de gobierno en un contexto donde gran parte de la economía, la cultura y la política se encuentran atravesadas por políticas provenientes del Ejecutivo, realza el sentido e importancia al trabajo de la agencia.

## **A modo de cierre**

El recorrido propuesto nos permitió principalmente un acercamiento a un medio periodístico gubernamental pensado, diseñado y con dinámicas de trabajo destinadas a servir de insumo para otros medios. En la descripción de la ANSL, su historia constitutiva y el sistema de medio provincial en el que se inserta, reconocemos una obsesión del ejecutivo sanluiseño (en particular de los Rodríguez Saá) por intervenir en la construcción de la agenda mediática.

En esta dirección y como rasgos característicos del escenario del campo profesional en San Luis, evidenciamos una tendencia a la concentración y la prevalencia de fenómenos vinculados a la precarización laboral y presupuestaria, sobre todo de los medios que no participan de la pauta oficial del Estado.

De aquí se desprende que la estrategia comunicacional del Ejecutivo provincial y de la ANSL, en gran medida tiende a dar una opción y alternativa (orientada políticamente) a una situacionalidad problemática en la producción periodística. El desarrollo y subsistencia de los medios no estatales ni oficiales está ligada a la capacidad de sostener un sistema de producción, que bajo condiciones de precariedad laboral y asfixia presupuestaria resulta complejo. De esta manera, el rol de la ANSL junto al resto de la producción gubernamental interviene con fuerza en las rutinas laborales de los medios y sus trabajadores y aunque esa producción del gobierno exprese de forma clara y consciente una línea editorial oficial, dado su infraestructura, el alcance de cobertura territorial y el acceso a fuentes oficiales, sigue teniendo un peso de relevancia en la agenda periodística en términos de instalación de temas y por el hecho que la cobertura de la agencia suele ser la única materia prima (audiovisual, fotográfica, testimonial, etc) con la que el sector de trabajadores de prensa cuanta para la realización de sus notas.

Es por ello que enfatizamos y reconocemos como eje de acción de parte del gobierno provincial, la apuesta para consolidar la ANSL y una estructura comunicacional que se ha ido diseminando en gran parte del organigrama. Esto, con el objetivo de controlar e incidir en la agenda, ya sea por sobresaturación de producción informacional propia o por la continuidad de un cerco de silencio contra el resto de la prensa sanluiseña sobre las vocerías gubernamentales.

Finalmente, al momento de cierre de este artículo se conoció el resultado electoral correspondiente a cargos electivos tanto en el Poder Ejecutivo como Legislativo. Por primera vez en 40 años, los Rodríguez Saá han perdido la elección y asumirá nuevamente como gobernador, pero con otro armado electoral, Claudio Poggi, quien además fuera en 2012 el que inauguró la ANSL. Esto abre una serie de interrogantes sobre nuestro tópico de análisis. ¿Qué política comunicacional y qué estructura funcional diseñará el próximo gobierno? ¿Seguirá el esquema de cerco sobre la información pública y fuentes oficiales? ¿Se redistribuirá la pauta oficial de manera tal que el agobio presupuestario y la precarización laboral de la prensa en general se reviertan o abra nuevos actores, “oficialistas”, que se beneficien?

Por supuesto que estos interrogantes y sus posibles abordajes no pueden escapar a una lectura y análisis que se realiza en el marco de un sistema de gobierno y una dirección de las políticas económicas, sociales y culturales donde en general prevalecen las minorías por sobre las mayorías, una industria comunicacional con barreras económicas

altas, procesos de concentración que se profundizan y con todo ello lógicas comunicacionales que no fomentan la participación y la democracia. En ese sentido, hacemos una puesta en valor de la necesidad de seguir investigando y poniendo al descubierto las estrategias y políticas de Estado así como la participación del sector privado en los sistemas de comunicación y la industria.

## 1- Bibliografía general

Aguinaga Reyes, H. (2010, septiembre). *Tendencias globales, realidades locales, concentración, fusión de conglomerados mediáticos y posconvergencia digital*. *Chasqui* (111), pp. 49-54.

Elorza, E. (en prensa). *El Estado y la redefinición de su rol en la industria audiovisual subnacional: análisis de la producción de videos en la órbita del Gobierno de San Luis*.

Masci, D. (2015). Lic. Diego Masci, *Secretario de Medios de la Provincia de San Luis*. En Hidalgo, A. y González Salinas, M. J. (Comps) *Escenarios y desafíos de la agenda pendiente en San Luis* (pp. 28-34). Nueva Editorial Universitaria .U.N.S.L.

Monje, D. (2010, junio). *El futuro llegó hace rato*, *Chasqui* (110), pp. 32-35.

Ramírez Bustamante, E (coord). (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Industrias culturales en la era digital*. Gedisa.

Zallo, R. (2007). *La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio*. ZER. Revista de estudios de comunicación, (22), (pp.215-234).

## 2- Documentos

Decreto 5.063/2016 [con fuerza de ley]. Reglamentación de la ley sobre el Régimen de Acceso a la Información Pública de la Provincia. 8 de septiembre de 2016 (Argentina, San Luis). Id SAIJ: D20160005063

Decreto 9/2019 [con fuerza de ley]. Estructura Orgánica de la Jefatura de Gabinete de Ministros. 12 de diciembre de 2019. (Argentina, San Luis). Id SAIJ: D20190000009

Decreto 2.177/2022 [con fuerza de ley]. Estructura de la Secretaría de Estado de Comunicación. 4 de abril de 2022 (Argentina, San Luis). Id SAIJ: D20220002177

Decreto 116/2023 [con fuerza de ley]. Estructura orgánico funcional de la Secretaría de Estado de Comunicación. 18 de enero de 2023. Id SAIJ: D20230000116

Ley N. V-0789 de 2011. Ley de Ministerios. 30 de noviembre de 2011. Id SAIJ: LPD1000789

Ley V 1.069 de 2022. Ley de Ministerios. Id SAIJ: LPD0001069

Ley VIII 253 de 2022. Presupuesto General de Gastos y Cálculo de Recursos de la Administración Provincial Año 2023. Id SAIJ: LPD1100253

# Modalidades de enunciación de Infobae en el desalojo de una feria en Moreno

Juan Ignacio Rivero Rebossio  
jrivorebossio@gmail.com

Universidad Nacional de General Sarmiento

## Resumen

Esta ponencia aborda la construcción del dispositivo de enunciación del portal de noticias argentino Infobae en el caso del desalojo en la feria de Las Flores, Moreno, ocurrido en mayo del 2022. Este estudio es relevante ya que el conflicto social fue cubierto durante pocos días en la agenda informativa nacional pese a ser una feria muy significativa como fuente laboral y comercial del oeste del conurbano bonaerense. Por lo tanto, el análisis de las modalidades de enunciación del medio informativo más visitado del país en los días en los que sucedió el hecho nos permite comprender, desde las instancias de producción, la circulación de sentido respecto al accionar de los diversos actores en cuestión: gobierno municipal, feriantes y fuerzas policiales.

La investigación propone indagar qué regularidades y diferencias se encuentran en las dos noticias producidas por este medio, una publicada el mismo día del hecho, y la otra, al día siguiente. El corpus de análisis serán los titulares, los elementos paratextuales (bajada, volante, epígrafe) y las imágenes que acompañan los encabezados. La metodología busca constatar cómo el contrato de lectura se adecua y conjuga con los intereses y valores del propio medio y sus lectores, de forma de preservar la relación que lo legitima como un medio confiable.

De esta forma, se investiga en la interfaz de la web qué estrategias discursivas se emplearon así como también las modalidades de interpelación utilizadas en el tratamiento informativo. A modo de hipótesis, se postula que Infobae propone, por un lado, una distancia pedagógica que legitima el orden policial por sobre el de los manifestantes durante toda su cobertura, y por otro lado, un pacto de igual a igual con el lector respecto al motivo de la protesta, que visibiliza el reclamo de los feriantes.

## Introducción

El 4 de mayo de 2022, luego de negociaciones e intentos de desplazar a los puesteros, la policía desalojó a los trabajadores que hacía más de 10 años que desarrollaban una feria popular en el barrio Las Flores de Moreno, oeste del conurbano bonaerense. La noticia trascendió en medios locales con fuerte repercusión<sup>1</sup> por la histórica inserción de la feria en la comunidad y por la represión policial sufrida por los manifestantes, mientras que en los medios denominados “nacionales” la construcción discursiva fue diferente. A partir de la contraposición de posturas simplificadas como el derecho a la propiedad privada frente al derecho al trabajo, resulta de interés in-

---

<sup>1</sup> Ver cobertura de El Cactus (Moreno | Represión y desalojo en la histórica feria del barrio Las Flores | El Cactus) y Desalambrar (Comenzó el desalojo de la histórica Feria Las Flores - Desalambrar). Consultado el 17 de noviembre de 2022.

vestigar qué significaciones enunció Infobae, el medio más visitado en Argentina<sup>2</sup>, respecto al conflicto, sus actores e interpretaciones del hecho.

Los enfrentamientos y las represiones policiales suelen ser motivos de tratamiento mediático que, como explica Tony Trew (1979), podrían no adaptarse a la ideología de medios asociados a valores de orden institucional ya que deslegitima las fuerzas que “velan” por el orden civil. En consecuencia, se trata de identificar patrones similares y distintivos entre dos notas en días consecutivos (4 y 5 de mayo de 2022) acerca del desalojo con el fin de encontrar el conjunto de propiedades que se utilizaron para reinterpretar el hecho (Imagen 1 y 3).

Los hábitos mediáticos de la era digital se caracterizan por la volatilidad de las audiencias frente a las noticias y al medio, en tanto el usuario se encuentra a un solo click de migrar a otro sitio o red social, de modo que tanto editores como periodistas deben sofisticar sus estrategias discursivas para atraer la atención de su público (Scolari, 2004). En la medida, como señala Bergero (2014), que los lectores valoran diferentes aspectos de la interfaz al momento de informarse, como los grados de participación o la calidad periodística, este trabajo propone centrarse en la reconstrucción enunciativa que realiza Infobae para mantenerse como confiable y creíble en el lazo con su comunidad.

La cobertura del sitio web implica una interpretación, selección y abstracción de los hechos (Trew, 1979) que es jerarquizada, como en la prensa gráfica, a partir del titular, la bajada, el epígrafe y las imágenes, recursos que por tamaño y ubicación resultan predominantes en la lectura (Boczkowski y Mitchelstein, 2018). Por esto, la selección del corpus se recorta en estos elementos textuales y paratextuales, en tanto no sólo se priorizan en la lectura sino que también en la vista previa que presenta la noticia tanto en redes sociales como en la página de inicio<sup>3</sup>. Además, de forma complementaria y cuando sea pertinente, se sumará el primer párrafo de las notas analizadas, de modo de retomar ciertos aspectos que refuerzan lo dicho en los titulares.

Eliseo Verón (2004) entiende que “todo discurso bosqueja un campo de efectos de sentido y no un efecto” y por ello considera que el vínculo entre el emisor y el destinatario no es lineal sino que se produce en el vínculo entre ciertas condiciones de producción y reconocimiento. En definitiva, el autor argentino explica que un análisis de los efectos del discurso íntegro se constituye no solo desde lo dicho sino también desde la modalidad del decir, esto es, de la construcción enunciativa que propone el locutor. Por eso mismo, este estudio apunta a examinar qué lugar atribuye Infobae al medio mismo y al lector en la instancia de producción, para de esa forma, recomponer el dispositivo de enunciación y el contrato de lectura en juego.

## Breve marco teórico

Para comprender el dispositivo discursivo es preciso diferenciar las dos categorías en las que se pueden diferenciar las modalidades enunciativas. En términos de Verón (2004), un soporte de prensa desarrolla un contrato de lectura que propone un vínculo cómplice o de distancia objetiva con el destinatario. La primera promesa desde la instancia de producción apela a la confianza, los códigos compartidos, y la posición de saber del receptor. La segunda es una promesa de informar que se erige desde una postura con mayor conocimiento del estado de cosas, en tanto el enunciadador muestra, explica, aconseja al destinatario en una relación desigual con el destinatario. Dentro de este vínculo medio-lector se desarrollan dos variantes para apelar a la construcción del enunciado: por un lado, uno pedagógico que asevera y señala su recorrido de lectura y otro menos didáctico, que propone “la libertad de decidir la importancia relativa de los temas tratados” (Verón, 2004).

Por otro lado, en función de comprender las variaciones en términos enunciativos entre un día y el siguiente en el

---

<sup>2</sup> Según Comscore, empresa medidora de visitantes de sitios web, promedia los 20 millones de usuarios únicos por mes, situándose como el portal más leído en Argentina en los últimos años.

<sup>3</sup> Ver Anexo 1 y Anexo 2.

abordaje periodístico, utilizaremos las nociones desarrolladas por Tony Trew (1979) en “Lenguaje y control” donde explica que los medios transforman mediante una serie de cambios lingüísticos los hechos que no se adecuan con la propia ideología. Es por eso que se buscará hallar las variaciones en los términos y campos temáticos de las noticias tratadas, ya que tal como explica el autor, al pasar los días “la historia original ha quedado bastante transformada y el acontecimiento se presenta como algo muy diferente de cómo empezó”.

Además, se indagará la utilización de imágenes en su relación con lo textual, entendiendo que ocupan una parte importante tanto en la vista desktop (ordenador) como en la vista mobile (celular) y, por lo tanto, se le da un rol protagónico a la imagen dentro de la construcción discursiva (Imagen 2 y 4) . Para este fin, nos guiaremos por las categorías analíticas de Roland Barthes (1970) en “Retórica de la imagen” y nuevamente de Verón (1996), donde diferencia entre imágenes testimoniales, de pose, retórica de las pasiones o de identificación. Consecutivamente, se dispondrá una distinción entre los sentidos denotados y connotados, y la interacción con el texto, ya sea de anclaje (fija el sentido de la imagen) o relevo (agrega o complementa el sentido de la imagen).

De manera de hacer un análisis exhaustivo y preciso del corpus en cuestión, en primer lugar se detalla una descripción de las notas con el fin de identificar los rasgos visibles discursivamente. A continuación de ello, se espera realizar un cotejamiento entre los autores y cada noticia relevada, de modo de aplicar los conceptos y nociones explicados anteriormente que nos permiten reconstruir el posicionamiento del medio. Finalmente, se compararán ambas evaluaciones en tanto se busca contrastar las regularidades y las diferencias en los pacto de lecturas establecidas por el medio en distintos días de su cobertura mediática.

Un predio donde funcionaba una feria

Imagen 1. Encabezado y primer párrafo de la nota del 4 de mayo de 2022.



Fuente: Archivo web de Infobae.com

Como se puede evidenciar en la interfaz del medio, la noticia del 4 de mayo de 2022 se titula “Tensión en Moreno: la Policía desalojó un predio donde funcionaba una feria y hubo incidentes”. Además, la bajada postula “El operativo se hizo en Las Flores, en Villa Trujui. Desde el Municipio aseguran que los puesteros serán trasladados a un nuevo lugar”. A esto se le suman algunos elementos paratextuales e iconográficos como la volanta “CRIMEN Y JUSTICIA”, los iconos para compartir la noticia en redes sociales, la fecha de publicación y un video editado.

En este caso, el dispositivo de enunciación de Infobae se constituye de manera asimétrica y completa de aseveraciones, en lo que Verón define como “discurso verdadero”: el enunciador no adjetiva ni apela al destinatario, solo busca informar a un lector pasivo. La pretensión de neutralidad se hace visible a partir del uso de formas imperso-

nales (“el operativo se hizo”) y afirmaciones (“la policía desalojó”) mientras se guía al lector respecto a cómo se sucedieron los hechos, sin destacar valoraciones sobre el accionar de los policías, los manifestantes o la municipalidad. Por otro lado, prevalece un tono pedagógico en la bajada a partir de la jerarquización de los hechos “objetivos” por sobre una fuente de información (“desde la municipalidad aseguran”), lo que resulta como advertencia para entender la cobertura de los incidentes en el corpus. Además, la didáctica discursiva en los titulares se refuerza en el primer párrafo de la nota, donde se hace mención del trabajo de “empleados municipales con topadoras” con el fin de explicarle al lector quién se encontraba a cargo del desalojo.

La modalidad del discurso propuesta en esta nota ubica al enunciatario en un actor externo y desconocedor de la importancia territorial de la feria por lo que el enunciado se encarga de situarlo en repetidas veces (“en Moreno”, “en Las Flores, Villa Trujui”) aunque no retome la vitalidad comercial y laboral en la zona. Esto se evidencia aún más cuando en el primer párrafo del cuerpo del texto se admite la popularidad y pasa de ser “una feria” en el título a “la conocida feria de Las Flores”.

Imagen 2. Fotografía que encabeza la vista previa en página de inicio de Infobae.

La relación texto e imagen de esta nota (Imagen 2) funciona para complementar el sentido textual ya que se distan-



cia de los incidentes y, a la vez, agrega una perspectiva del conflicto desde las fuerzas policiales. Como bien precisa Verón “la presencia o la ausencia de una posición de enunciación pedagógica no es sólo una cuestión de lenguaje; tiene que ver además con los modos de tratamiento de la imagen”. En esta fotografía, siguiendo a Barthes (1970), podemos ver desde lo denotado un hombre a unos metros de distancia frente a locales enrejados con pasacalles, y desde lo connotado, un policía que se opone a las demandas e ilegalidades simbolizadas en carteles y puestos precarios respectivamente. La imagen testimonial (Verón, 1996) enfoca una mirada sobre el objeto sin que este lo vea, y en este caso, funciona para legitimar el rol policial en su rol defensivo y no represor. A su vez, por medio de la distancia y altura de la imagen, la fotografía obtiene cierta visión superior y completa del conflicto.

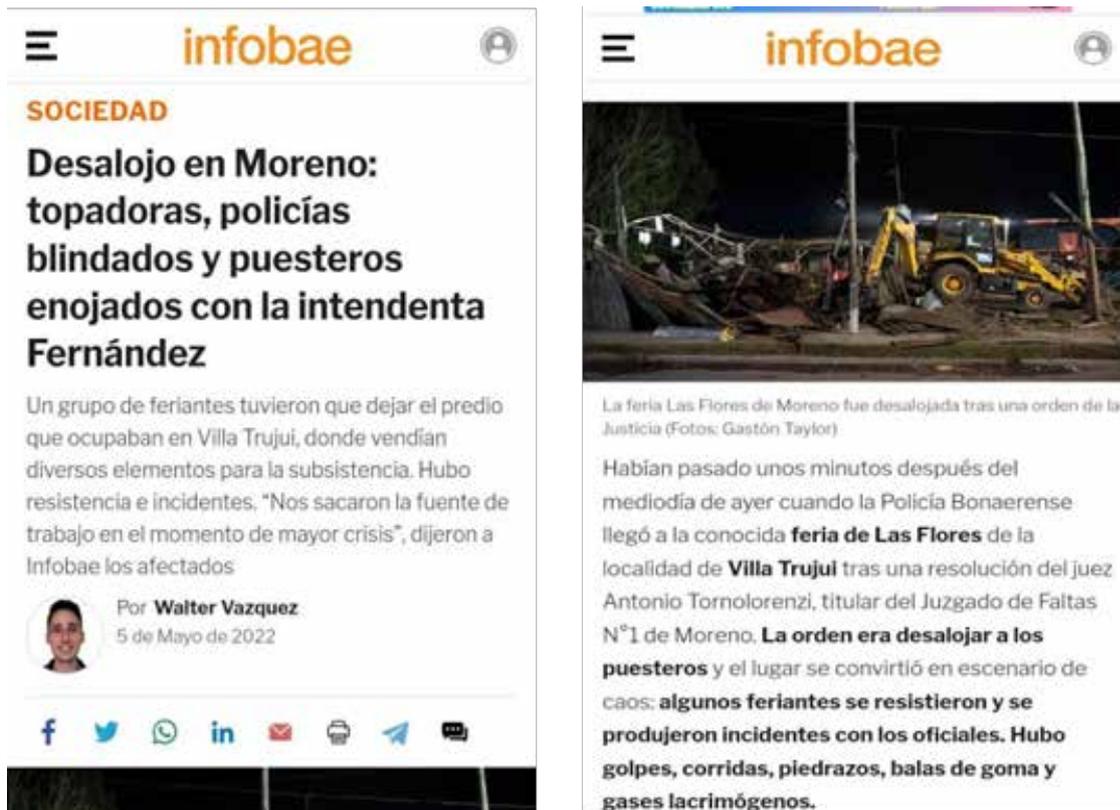
Desde el plano lingüístico aportado por la investigación de Trew (1979) también podemos encontrar una inclinación de este soporte de prensa hacia una versión policial del conflicto. Tal como se explicó con anterioridad, el medio siempre mantiene una ideología o teoría que ante “hechos incómodos” evidencia la limitación perceptiva y en este caso, ante denuncias de represión en otros medios, el análisis de los acontecimientos para Infobae se basa en fuen-

tes oficiales, en tanto reproduce su ideología y responsabiliza a quienes fueron desalojados.

Esto último se evidencia a partir de lo considerado como normal, y por lo tanto, no noticioso, mientras que lo anómalo es “un desafío para la legitimidad del orden” (Trew, 1979). En ese sentido, la protesta y la ocupación de tierras resultan algo esencialmente alineado al desorden civil, y por ende, según Infobae, los incidentes surgen a partir de la oposición de unos pocos ocupantes (“algunos se resistieron”) al orden institucional, y no a un problema del orden laboral/socioeconómico.

En busca de las responsabilidades

Imagen 3. Encabezado de la nota del 5 de mayo de 2022



Fuente: Archivo web de Infobae.com

En esta imagen se muestra la noticia del día siguiente al desalojo (5 de mayo de 2022) y se titula “Desalojo en Moreno: topadoras, policías blindados y puesteros enojados con la intendenta Fernández”. En la bajada agrega información, cita a “los afectados”, y explica que los feriantes vendían “diversos elementos para la subsistencia”. Además, y a diferencia de la anterior cobertura, esta nota contiene firma del periodista junto a su imagen de identificación (Verón, 1996) y en la volanta dice “SOCIEDAD”.

En la construcción enunciativa de esta noticia, se mantiene un distanciamiento objetivo aunque con ciertos matices, ya que el medio digital permite una variación en el trato pedagógico con el lector. En esta cobertura aparece como novedad la menor carga de elementos didácticos ya que se pone en cuestión el rol de los actores involucrados (municipalidad, policías, feriantes/manifestantes) y por lo tanto, se cuestionan algunos hechos por sobre otros para comprender la “tensión” planteada el día anterior.

En el título de la nota se dispone de una enumeración que, en términos de Verón, permite al lector jerarquizar el hecho que le parezca más relevante a partir de su propia interpretación (“topadoras, policías blindados y puesteros enojados con la intendenta Fernández”). Asimismo, la bajada contrapone en tres oraciones los argumentos que sustentaban la conveniencia o no del desalojo, aunque sin cuestionar el accionar policial (“Hubo resistencia e incidentes”).

La cobertura del 5 de mayo transparenta la discusión entre manifestantes y la Municipalidad mientras convoca al lector a posicionarse a un costado de la discusión, en palabras de Verón (2004) este contrato “invita al destinatario a adoptar el mismo punto de vista o al menos a apreciar la manera de mostrar tanto como lo que se muestra”. De esta forma, el tono pedagógico se desplaza hacia un distanciamiento objetivo donde Infobae oficia como observador del conflicto mediante enumeraciones (“Hubo golpes, corridas, piedrazos, balas de goma y gases lacrimógenos”) y huellas en el texto como enunciador (“dijeron a Infobae los afectados”)

Imagen 4. Fotografía que encabeza la nota del 5 de mayo de 2022.



Fuente: Archivo web de Infobae.com

Como dijimos anteriormente, las imágenes no son ajenas al marco enunciativo y en la cobertura de este caso funcionan de modo representativo, en tanto ofrecen marcas que complementan lo textual. La fotografía que se desarrolla en la nota se trata, desde lo denotado, de una máquina sobre y entre chapas y estructuras metálicas. Sin embargo, en lo connotado, la imagen se apoya en procedimientos de pose de objetos (Verón, 1996) al representar un topadora sobre “la feria que ocupaba el predio”, que en términos de Barthes (1970), funcionan “como si se tratase de una escena inmediata y espontánea”, y se construye un sentido de eficacia y fuerza de la técnica en el desalojo a partir de las cualidades del objeto fotografiado sin mostrar víctimas ni heridos.

Resulta interesante resaltar, en este caso, el vínculo entre texto e imagen ya que, a la fotografía antes mencionada, le sirve de anclaje el epígrafe “La feria Las Flores de Moreno fue desalojada tras una orden de la Justicia”, lo que da como resultado una relación de causalidad entre la instancia judicial y el desalojo, mientras que la imagen policial queda desconectada en el conflicto. Además, la imagen se sostiene con el comienzo del titular “Topadoras, policías blindados y puesteros enojados...” lo que produce una disociación con el resto de la oración, otorgando así mayor libertad al lector en su posicionamiento.

Finalmente, continuando con el análisis lingüístico expuesto por Trew (1979), el corpus mantiene “el hecho indeseado”, esto es, el conflicto entre policías y feriantes, como un “incidente” consecuencia de un problema mayor que le corresponde a la municipalidad. En este sentido, su adecuación en la nota del día posterior al desalojo se da en el orden civil y laboral donde el campo de discusión propuesto es sobre el momento apropiado para que las

autoridades judiciales y ejecutivas locales desalojaron a los feriantes

## Regularidades y cambios en la cobertura

Tras todo lo dicho, podemos destacar qué variaciones y singularidades acentuó Infobae a lo largo de la cobertura del desalojo de la Feria Las Flores. En principio, y como explica Tony Trew (1979), ante hechos que no son deseados por la ideología del medio, se encuentra un pacto de lectura que se moldea desde un pacto pedagógico sobre el accionar policial hacia un contrato objetivo que explicita la estrategia enunciativa del portal de noticias de oficiar de intermediario y observador del conflicto entre feriantes y autoridades municipales.

La estrategia discursiva centrada en la veracidad y objetividad de la información es un activo que se mantiene constante a lo largo de esta cobertura periodística, en tanto cuál profesor, podemos decir que le explica al lector dónde queda la feria, quienes se enfrentaron, por qué fue ese incidente, y conforman así lo que Eliseo Verón define como “enunciador verdadero”: un discurso científico validado.

Por otra parte, hay ciertas marcas en las modalidades enunciativas utilizadas que permiten comprender cómo el medio se adecua en su reconstrucción periodística a las tensiones denunciadas por los protagonistas de modo de mantener la confianza en el pacto de lectura. La distancia con lo enunciado se pone a disposición del lector, es decir, se transparenta las escalas de importancia o “gravedad” de los hechos, para que el destinatario designe las responsabilidades principales del desalojo. Es en este sentido que la Municipalidad pasa de ser una fuente (es citado en la bajada del 4 de mayo “desde la municipalidad aseguran...”) para luego ser simplemente un responsable de los hechos (“puesteros enojados con la intendenta Fernández). Mientras esto ocurre, los demás “hechos” permanecen estables en su cobertura, y en consecuencia, sostienen una opacidad<sup>4</sup> en la jerarquía de la información que la responsabilidad de la Municipalidad ya no tiene.

Como pudimos ver en ambas imágenes (Imagen 2 y 4), la búsqueda de objetividad se hace parte de la puesta en escena a través de fotografías testimoniales, donde la distancia (planos grandes) y el ángulo respecto a lo representado (picado, de arriba hacia abajo) forman parte de una superioridad en la construcción enunciativa sobre los actores del desalojo y el lector.

Sin embargo, el mensaje connotado en esas imágenes otorgan una manera de estar en el espacio muy significativa: mientras en la cobertura del 4 de mayo la cámara simboliza el desalojo desde el lado de la policía (un agente se encuentra de espaldas frente a las protestas feriantes), al día siguiente las fuerzas de seguridad desaparecen por completo y son la cualidad física de las topadoras lo que representa al desalojo. Así, el portal de noticias contiene un juego de dos interpretaciones simultáneas del conflicto, una pedagógica que dispone de cierta superioridad en la lectura de los hechos y otra de rasgos más dialógicos con determinados actores: primero con la policía y luego con las topadoras, símbolos de la efectividad del desalojo.

Respecto al análisis lingüístico (Trew, 1979), la cobertura permaneció en el campo del orden policial e institucional, y en consecuencia, la construcción de los actores como colectivos (la policía, la municipalidad y los feriantes), de igual fuerza pero no legitimidad, funcionó en ambas notas. Así, la tensión policía-feriante no se pone en juego en términos de las demandas sino de un conflicto ajeno. Según Infobae, la policía no reprimió, sino que “desalojó por orden de la Justicia”, y ante la “resistencia de los feriantes” hubo “incidentes”.

Por otro lado, la tensión de los enfrentamientos del primer día se desplaza a otra que podríamos denominar entre

---

4 No se ponen en cuestión la represión policial ni los fundamentos judiciales del desalojo.

Municipio-feriantes, y es ahí donde cambia el campo lingüístico ya que se analiza desde lo laboral y humanitario (“vendían elementos para la subsistencia”, “nos sacaron la fuente de trabajo en el momento de mayor crisis”). Como explica Trew (1979) los “efectos del acontecimiento tal como se presenta originariamente quedan seleccionados por supresiones y reelaboraciones del fraseo”. Aquí, entonces, vemos pequeñas modificaciones de un abordaje de (des)orden civil del conflicto (“hubo incidentes”, “se resistieron”) a un orden laboral y humanitario donde el conflicto policial queda borrado (“puesteros enojados con la intendenta Fernández”)

## Conclusión

A lo largo de este trabajo pudimos investigar el dispositivo de enunciación de Infobae respecto al desalojo en la Feria Las Flores de Moreno. En términos de nuestra pregunta inicial, que apuntaba a reconstruir qué regularidades y variaciones perfilaba el portal web respecto al caso en cuestión, pudimos obtener varias conclusiones y otras quedaron abiertas a futuras investigaciones.

Teniendo en cuenta nuestra hipótesis inicial que sugería una distancia pedagógica del medio hacia el orden policial y un desplazamiento en el día posterior al desalojo hacia un estrategia cómplice respecto a las protestas por las responsabilidades municipales, podemos concluir que fue corroborada parcialmente ya que en ninguna instancia se encontraron marcas de complicidad del medio hacia el lector.

A partir de los conceptos explicados por autores como Verón, Barthes y Trew, pudimos verificar que el discurso del portal web sobre el desalojo se mantuvo en un eje pedagógico sobre el (des)orden civil, esto es, se expuso la información como objetiva y desde una pretensión de neutralidad, aunque con un lenguaje propio del campo policial. Por otro lado, el enunciador se distanció de la información en el eje de las responsabilidades por las denuncias laborales y humanas de los feriantes, en tanto es aquí donde se dispuso un “enunciador verdadero” que permitió jerarquizar al lector la información como creía más pertinente.

En definitiva, como desafíos luego de esta investigación, podemos seguir pensando sobre los efectos de sentido propuesto desde las instancias de producción en términos de evaluación de los organismos estatales y fuerzas de seguridad, ya que queda por resolver el por qué este medio decide establecer un pacto de lectura que no ponga en discusión el rol policial pero si la actuación municipal. Como dijimos al comienzo, este trabajo abordó qué cuestiones se ponen en juego para Infobae en el conflicto por dos derechos en disputa, el de la propiedad privada y el del trabajo, mientras que queda ahora el interrogante abierto de por qué y para qué este medio se compromete con ciertos actores y se desmarca de otros dentro del tejido social.

## Bibliografía

Barthes, Roland. (1970) *Retórica de la imagen*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.

Bergero, Fabián. (2016). Los pactos de lectura: del papel a la web. (En)clave Comahue. *Revista Patagónica De Estudios Sociales*, (19/20), 93–110. Recuperado a partir de <https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/revistadelaacademia/article/view/1117>  
 Mitchelstein, Eugenia, y Boczkowski, Pablo J.. (2018). Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales. *Revista mexicana de opinión pública*, (24), 131-145.

<https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61647>

Scolari, Carlos (2004). *Hacer Clic. Hacia una sociosemiótica de las interfaces digitales*. Gedisa, España.

Trew, Tony. (1979). *Lenguaje y control*. México. Fondo de cultura económica.

Verón, Eliseo. (1996), *De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía en Espacios públicos en imágenes*, Gedisa, Barcelona

Verón, Eliseo. (2004) *Fragmentos de un tejido*. Gedisa, Barcelona.

# “Amores que matan”, El tratamiento periodístico de los femicidios en Diario de Cuyo

Walter Vilca

rwaltervilca@gmail.com

Universidad Nacional de San Juan

## Resumen

El presente trabajo denominado “Amores que matan”. El tratamiento periodístico de los asesinatos de mujeres en Diario de Cuyo”<sup>1</sup>, analizó los encuadres o *frames* y los posibles cambios en el tratamiento periodístico de los asesinatos en contexto de violencia de género en San Juan, en la edición impresa de Diario de Cuyo, a partir de la inclusión de la figura del femicidio como agravante del delito de homicidio dentro del Código Penal Argentino, en 2012. Para ello se tomaron como corpus cuatro casos paradigmáticos de femicidios, dos registrados antes de la incorporación de esa figura penal y otros dos posteriores al 2012.

En la investigación se abordaron estos cuatro casos, en base a la Teoría del Framing y a la adaptación de una matriz de análisis, para identificar los encuadres y comparar un período con otro. Esto con el objetivo de reconocer e interpretar las variantes o invariantes, entre uno y otro periodo, en el tratamiento periodístico de los asesinatos de mujeres en Diario de Cuyo. El resultado del trabajo arrojó como conclusión que, en los textos periodísticos del medio impreso con mayor influencia en San Juan, persisten el concepto de que los femicidios son consecuencia de problemas de parejas y de índole de la vida privada y que sus periodistas no interpretan a estos asesinatos como parte de una problemática social.

## Introducción

Los femicidios existieron desde tiempo remotos, pero en las dos últimas décadas en Argentina empezaron visibilizarse a partir de una oleada de manifestaciones del movimiento feminista y organizaciones sociales en reclamo por los asesinatos de mujeres por razones de odio y género. Con ello se instaló la discusión sobre estos crímenes como una problemática social que merecía la atención del Estado con una mayor política pública y punitiva en el plano penal, como así también profundas transformaciones culturales para desterrar la violencia machista dentro de una sociedad patriarcal.

En ese contexto toma relevancia y significación la palabra femicidio, como la máxima expresión de la violencia machista. La investigadora y activista feminista Diana Russell usó públicamente esta palabra en 1976 como alternativa y contraposición al término neutro “homicidio”. Lo define como “los asesinatos realizados por varones motivados por un sentido de tener derecho a ello o superioridad sobre las mujeres, por placer o deseos sádicos hacia ellas, o por la suposición de propiedad sobre las mujeres” (Russell, 2006, p.13).

---

1 Este trabajo que lleva el nombre “Amores que matan” El Framing, la figura penal del femicidio y el tratamiento en Diario de Cuyo de los asesinatos contra mujeres”, forma parte de la tesina presentada y rendida en marzo de 2023 en la carrera de Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Social de la Universidad Nacional de San Juan.

La investigadora mexicana Marcela Lagarde le da un significado más amplio al denominarlo feminicidio, con el fin de denunciar la impunidad, la omisión y la falta de políticas de prevención del Estado en este tipo de crímenes. “El feminicidio es un crimen de Estado, ya que éste no es capaz de garantizar la vida y la seguridad de las mujeres en general, quienes vivimos diversas formas y grados de violencia cotidiana a lo largo de la vida” (2006, p.12).

Como parte de ese proceso de concientización en distintos ámbitos sociales, los medios de comunicación no estuvieron ajenos, toda vez que se vieron obligados a reflexionar sobre las prácticas periodísticas y llevar adelante una deconstrucción del tradicional discurso machista que marcaban las crónicas policiales, en especial en el tratamiento de los crímenes contra mujeres. Y porque, como constructores de la realidad y formadores de la opinión pública, fue necesario revisar esas construcciones sociales marcadas por un fuerte sesgo machista y un lenguaje que calificaba a los asesinatos por cuestiones de género como “crímenes pasionales”, que revictimizaban a las víctimas y ponían el foco de la noticia en la espectacularización del hecho.

Otro aspecto importante en ese proceso de deconstrucción social fue la modificación de la ley penal Argentina para endurecer las penas por asesinatos cometidos contra mujeres por razones de género. En diciembre de 2012, se agregaron nuevos incisos al artículo 80 del Código Penal que trata los delitos de homicidios, entre ellos el inciso 11 que define puntualmente la figura del femicidio como un agravante y que establece la pena de reclusión o prisión perpetua para el autor de un asesinato contra una mujer en contexto de violencia de género. Este apartado destaca: al que matare “*a una mujer cuando el hecho sea perpetrado por un hombre y mediar violencia de género [énfasis agregado]*”.

Esto subsanó el vacío legal que existía dentro del Código Penal para castigar duramente el femicidio, pero también institucionalizó su término y concepto en plano jurídico y público. “Lo que no se nombra, no existe. Y el femicidio existe, es una realidad que nos atraviesa como sociedad”, expresa Ada Beatriz Rico y Fabiana Tuñez, del Observatorio de Femicidios en Argentina “Adriana Marisel Zambrano”, de la Asociación Civil La Casa del Encuentro (2013, p.14).

En el plano del periodismo entonces ya no había excusa para no llamar femicidio, y emplear ese concepto con toda la significancia que implica, a los asesinatos de mujeres en contexto de violencia de género. Ahí radica la importancia de la inclusión de la figura del femicidio como agravante del delito de homicidio dentro del Código Penal Argentino a partir del 2012.

De todo esto surge como objetivo principal de la investigación, el interpretar el tratamiento periodístico de los asesinatos en contexto de violencia de género en la edición impresa de Diario de Cuyo y conocer los cambios producidos, o no, a partir de la incorporación en 2012 de la figura de femicidio en el Código Penal Argentino. Esto en base al análisis de dos casos emblemáticos sucedidos entre 1996 y 2012 y otros dos registrados entre 2012 y 2021. Otros objetivos fueron identificar las variantes e invariantes registradas en función de la identificación y clasificación de sus encuadres y la comparación de los cuatro casos abordados.

#### Marco Teórico y Metodológico

La temática de la violencia de género y los femicidios se instaló en la agenda pública y privada. Las investigadoras Ingrassia y Weidman (2019) remarcan esto como un avance en la visibilización de dicha problemática, pero reparan en que ese logro producto de los reclamos de los movimientos sociales no es suficiente en razón de que la violencia machista está directamente vinculada a la naturalización social.

Por eso destacan la importancia del discurso de los medios y sus comunicadores como actores sociales y su consecuente incidencia a la hora de generar rupturas con el orden establecido a partir del enfoque y el tratamiento que se da a las noticias. “En definitiva, hablamos de la necesidad de suscitar discursos a favor de la igualdad y de la equidad en un contexto de cultura patriarcal” (Ingrassia y Weidman, 2019, p.78). Desde ese lugar interesa saber qué y cómo valoran los periodistas y los medios al momento de abordar y construir la realidad sobre los femicidios.

Carlos Muñiz (2000, p.2) manifiesta que la labor de los medios es trasladar y traducir la información existente sobre un acontecimiento a través de la cual forman la opinión pública y la ciudadanía toma posturas o decisiones sobre ciertos temas. La labor del periodista consiste entonces en seleccionar hechos que son noticiables, recurrir a fuentes de todo tipo, recolectar datos, valorarlos, agudizar su visión de observador privilegiado, evaluarlos en función de su experiencia y la línea editorial de su medio, para finalmente volcarlos en esa nota con la cual pretende construir la realidad. Y parte de esa labor es posible a través de los llamados enfoques, marcos, encuadres o *frames*, que no son otra cosa que la manera con que el periodista se posiciona, hace esa selección, enfatiza o excluye ciertos aspectos de la realidad al presentarlos en la noticia.

Teresa Sábada (2008) recurre a definiciones de los diccionarios para describir al *frame* como marco, límite, estructura, disposición o estado mental o emocional. Relaciona el concepto a la práctica comúnmente utilizada en la óptica o la fotografía por medio de la cual ajustan el foco de la lente para captar un objeto determinado. Esos marcos, encuadres o *frames* son los distintos componentes que estructuran y dan sentido al texto periodístico en cada nota. Los encuadres se pueden identificar a través de determinadas palabras, frases, el énfasis puesto en ciertos datos y la exclusión de otros, el tipo de narración, sus fuentes, la forma de titular, los recursos gráficos, la temática misma que trata y hasta la idea que expresan.

En ese sentido, la Teoría del *Framing* aporta los elementos teóricos y metodológicos necesarios para analizar los componentes que marcan esos textos noticiosos. Así, en la presente investigación lo que interesó fue analizar el tratamiento periodístico de Diario de Cuyo en los casos de femicidios en dos momentos históricos diferentes.

Koziner atribuye a la Teoría del *Framing*, en base a las propuestas de Paul D'Angelo (2002), el carácter de programa de investigación multiparadigmática, puesto que sus fundamentos teóricos y metodológicos permiten posicionarse desde una perspectiva cognitiva, crítica y constructivista para abordar el fenómeno comunicacional de una forma más integral. Esto hace que sus estudios puedan centrarse en una o más instancias del proceso de la comunicación (Koziner, 2015).

La misma investigadora cita algunas definiciones emblemáticas de *framing*, pero destaca la de Reese como una de las más completa: son "principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo" (2001, p.11). A esta última la califica como una definición netamente conceptual y abstracta, y es complementaria a otra definición de *frames* de carácter operacional que propone Entman:

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. (1993, p. 52)

En una forma simple y concisa, Koziner describe la presencia de los *frames* y cómo operan en distintas instancias del proceso comunicacional: en el comunicador o periodista que actúa influenciado y en función de su experiencia personal, la rutina misma de su trabajo, la organización institucional de su medio y las influencias externas que recibe por las fuentes a las que recurre. En otro plano está el texto, donde se vuelcan esos contenidos que mezclan la carga de símbolos y representaciones sociales en cada porción de la realidad que construye. Ahí también entra esa dimensión cultural, donde se entrecruzan el repertorio de patrones de cognición, percepción e interpretación, según la autora. El cuarto componente es la audiencia, que recurre a sus principios organizativos individuales para interactuar con los textos y guiar su propia interpretación.

Koziner toma esa definición operacional de encuadre para volver sobre los conceptos de Entman (1993) y elaborar una propuesta metodológica en base al reconocimiento de las cuatro funciones principales que pueden cumplir los *frames* dentro de un texto comunicativo: definición particular del problema, interpretación causal del mismo,

una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento.

Con definición del problema se debe entender la identificación del hecho o la situación determinada que da ese carácter noticioso, que a su vez tiene cuatro componentes. El primero de esos componentes es el tópico, que es el asunto concreto o identificable que se trata en el texto noticioso, explica Koziner (2015). En segundo lugar, se encuentra el tema central, que puede que no aparezca en el texto de modo manifiesto, pero es la idea global que subyace en la noticia y que incluye al tópico. El tercero son las fuentes a las que se recurre para obtener la información y que también tiene incidencia directa o indirectamente en la situación. Y el último son los actores del hecho noticioso, sean personas, entidades o instituciones directamente vinculadas con el acontecimiento, que a la vez pueden ser fuentes de información que son parte del hecho.

La segunda función o instancia de los *frames* es la de interpretar causas, que refiere a los motivos o factores que originaron el problema. Luego le sigue la evaluación moral, que incluye el diagnóstico de esas causas y la atribución de responsabilidades en los beneficios o riesgos de dicho problema. La última función es sugerir el tipo de tratamiento, acción a seguir o solución en torno al problema citado.

A partir de la propuesta de Koziner, se adapta y se elabora una matriz de análisis consistente en una ficha que incluyen aspectos formales del texto noticioso, como fecha, nombre del autor, espacio, tamaño de los títulos, etc., y la identificación de las funciones de los encuadres o *frames* a partir de indicadores particulares.

En lo que respecta al corpus, en esta investigación se seleccionaron los textos noticiosos de cuatro casos de femicidios y cuya recopilación abarcó la cobertura inicial del caso y la etapa del juicio. Dos corresponden al periodo comprendido entre 1996 y 2012: el caso de María Sarmiento, asesinada en febrero de 1996, y el de Lucía Arancibia en 2010. Los dos casos posteriores al 2012 son: los de Carolina Tejada, asesinada por su pareja en enero de 2014, y el de Brenda Requena, un crimen ocurrido en julio de 2019.

### **Modelo de la ficha de análisis**

Para la elaboración de esta ficha de registro para el análisis, se tomó tres aspectos: uno referidos a datos para identificar y enumerar nota y el caso analizado, otro referido a los aspectos formales de la nota y el tercero para registrar los indicadores de los frames y sus funciones.

Así, en la parte superior de esa ficha, se consigna el número y nombre del caso: por ejemplo: Ficha 1, Caso Sarmiento, y así sucesivamente en todos los casos para llevar un orden.

En la segunda sección o apartado, bajo el rótulo Encabezado se registran aspectos formales, como fecha, título, bajada, volanta y autor del texto noticioso. A continuación, bajo el rótulo Relevancia, se lleva el registro de datos como, por ejemplo: si la nota analizada tiene presencia en la tapa del diario, ubicación y espacio en la portada, espacio y titular de la nota en el interior del diario, si es o no un título principal, si cuenta con fotografía y si el texto principal es acompañado por recuadros o notas secundarias.

La tercera sección de la ficha corresponde a las Funciones e Identificación de los Frames, que a su vez se divide en cuatro aspectos: 1 - Definición del problema, que a su vez se subdivide en cinco ítems: Tópico o Asunto, esto es el hecho o episodio tratado en la nota; el Tema central, que refiere al problema de fondo para identificar si el asunto tratado es considerado como un hecho privado y particular o como hecho social: Frases que definen al tema central; Fuentes y Protagonistas. 2 - Interpretación de causas, que refiere a identificar si se atribuyen el problema a la violencia de género, a un problema del femicida o la víctima. En otro apartado va el 3- Evaluación moral y responsabilidad. Se identifican frases que caracterizan al hombre y la mujer, si el lenguaje es sensacionalista o técnico, frases que responsabilizan al Estado, al femicida, a la víctima o que revictimizan a la mujer. La última sección de la Ficha es la 4- Recomendación de tratamiento o solución. Se consignan: Frases referidas a políticas públicas, frases referidas a medidas de prevenci-

ón y frases referidas a penalidades.

Además de la ficha, el trabajo es acompañado por fotos de cada texto noticioso que fue analizado en cada caso y que son identificados, por ejemplo: Foto 1, Caso Sarmiento, y así correlativamente, para facilitar su identificación y su consulta.

## Análisis

El primer caso analizado, el de María Sarmiento en 1996, presenta encuadres que se repiten de principio a fin en el corpus de cinco notas. Los frames que se identifican son los del hombre engañado, su victimización, la infidelidad y la responsabilidad de la mujer en su propio asesinato. Títulos como “El Precio de la traición”, “Juicio a un ‘carnicero’” y “Una condena que gustó a todo” (sic), trazan un posicionamiento sobre el sentido y el tratamiento periodístico que Diario de Cuyo le dio al caso Sarmiento.

En las cinco notas se alude a un supuesto acto de infidelidad por parte de la mujer como justificativo del asesinato. En el mismo sentido, el título de la primera nota expresa: “Un puñal directo al corazón”. En esa línea, dentro de la definición del problema, el tópico o asunto es caracterizado como un asesinato entre tantos hechos delictuales comunes. El tema central es encuadrado dentro de un hecho privado de la vida conyugal derivado de un conflicto de pareja de larga data y que, por lo que da a entender el o los periodistas, originó la propia víctima. Porque desde el principio, se pone en tela de juicio a la mujer por una supuesta relación extramatrimonial.

El breve título de un recuadro que acompaña a una nota en la etapa del juicio ratifica esa significación que el periodista buscar dar al caso: “Amores que matan”. El título posee una carga metafórica y simbólica que invoca contradictoriamente el romanticismo para encubrir y justificar el asesinato de la persona a la que se dice amar.

El tratamiento sobre el asesinato de Lucía Arancibia en 2010, el segundo caso abordado, presenta características distintas al anterior. Desde el principio se instala las sospechas sobre el marido.

En lo que atañe a la identificación, descripción e interpretaciones de los frames, el tópico en la primera nota es la desaparición, las sospechas contra el marido y la incertidumbre sobre la vida de Lucía, mientras que el tema central se encuadra dentro del hecho privado de la vida conyugal.

Con la confirmación del asesinato y las pruebas contra el hombre, esos primeros encuadres se hacen más pronunciados en las notas siguientes como principios organizadores que refuerzan el mensaje inicial contra el femicida. Sin embargo, hay que mencionar que así también en un título de tapa y en tres volantas diferentes aparecen las expresiones “drama pasional” y “crimen pasional” y frases como “la hipótesis del crimen sigue siendo el drama pasional, producto del desgaste de la relación y los celos”. Pese a esto, dentro de esas notas, toman relieve encuadres que ponen el foco en la responsabilidad del hombre y ubican a la mujer como víctima de sus maltratos.

El tópico y el tema central no varían en esta serie de notas: el asesinato cometido por un hombre violento a consecuencia de sus celos, pero no lo vinculan directamente a la violencia de género y a un problema social. Es decir, circunscriben el crimen dentro de un hecho de la vida privada y un conflicto de pareja. Prima un lenguaje que espectacularizar el hecho y no hace recomendaciones de políticas públicas ni de penalidades, lo mismo que en el caso de María Sarmiento.

Un tratamiento similar se da al caso de Carolina Tejada, asesinada por su ex pareja en 2014. En relación a la identificación de las funciones de los frames, la definición del problema se hace manifiesto en el primer texto noticioso del caso. Las volantas que acompañan a los títulos en tapa y la página interior, de las primeras notas, expresan literalmente: “Violencia extrema” y “Dramático caso de violencia de género en San Martín”, respectivamente. Esto último tiene un valor significativo y social porque, como pocas veces, Diario de Cuyo hace explícita una expresión como la de violencia de género.

Estas referencias se hacen notorias en las primeras notas del caso Tejada, que tienen un marcado encuadre en ese sentido, el de recalcar la actitud agresiva de un hombre que maltrataba a la víctima de tiempo atrás. El tópico o asunto en principio es la agresión física y el tema central es presentado como un hecho privado por la supuesta discusión entre un hombre y su ex pareja, pero es encuadrado dentro de la violencia de género.

El encuadre que pone acento en la violencia de género vuelve hacerse manifiesto en la cobertura periodística durante el juicio, pero no se despegaba de otro encuadre que deja al caso como un hecho de la vida privada y a consecuencia de la acción de un hombre violento.

Esto último es un indicador. Si bien el tratamiento periodístico en relación al caso Tejada hace referencia a la violencia de género y existe una marcada intención de mostrar al feminicida como una persona violenta, las notas adolecen de esa contextualización que merece todo caso de feminicidio. Por más que se citen las palabras feminicidio o violencia de género, los periodistas tratan esta problemática de forma superficial y no como un tema central y causa directa del problema.

En el cuarto caso, el feminicidio de Brenda Requena ocurrido en 2019, se analizan ocho textos noticiosos. En la primera nota, que trata sobre la desaparición de la joven, es notorio un encuadre dirigido a poner en tela de juicio en la víctima y cargar las culpas sobre ella. Esto se plasma en el título de la primera nota: “Denunció que su esposa desapareció tras serle infiel”.

En la segunda nota, el asunto sigue siendo la desaparición, pero con el agregado de la detención de su pareja y las sospechas de que éste agredió a la joven. Aun así, el tema central no se aparta del hecho privado y en ninguna parte se hace alusión a un posible caso de violencia de género. Estos mismos indicadores se repiten en las notas siguientes donde se confirma el asesinato, el feminicidio y la detención del marido como único sospechoso, pero en todos esos textos noticiosos se reduce el hecho a un problema de pareja por una supuesta infidelidad.

En ese marco se revictimiza a la mujer asesinada. A modo de ejemplo, en una de las notas se desarrolla la entrevista al hombre que mantenía una supuesta relación sentimental con la víctima: “Habla el amante de Brenda”, expresa el título en la tapa del diario. En la misma, se presenta a un hombre quebrado que se defiende y se victimiza a pesar de que abandonó a la muchacha –el día del crimen- y la dejó con su pareja, quien luego la asesinó.

En resumen, los frames en el caso Brenda Requena están puestos en remarcar el brutal asesinato, la autoría del feminicida, en el crimen como un hecho de la vida privada y un problema de pareja, en el tema infidelidad y con esto también la responsabilidad de la mujer en su propio asesinato.

“Piden perpetua a Álvarez por descuartizar y quemar a Brenda, pues sabía que lo engañaba”, señala uno de los titulares en la etapa del juicio, reforzando los encuadres dirigidos a estigmatizar a la víctima. Las palabras “feminicidio” o “violencia de género” son empleadas al sólo efecto de mencionar la calificación legal del delito, pero no para contextualizar las circunstancias del crimen o manifestar la problemática social que encierra el hecho en sí.

## Conclusiones

De todos los titulares analizados en este trabajo, dos podrían sintetizar parte de las conclusiones a las que se arriba: “El Precio de la traición” y “Piden perpetua a Álvarez por

descuartizar y quemar a Brenda, pues sabía que lo engañaba”.

Podría suponerse que ambos corresponden a un mismo caso, pero hay una diferencia de veinticinco años entre un titular y otro. Un cuarto de siglo en el que hubo transformaciones sociales: escuchamos el reclamo del “Ni Una Menos”, aprendimos la palabra feminicidio, empezamos ver estos crímenes desde otra perspectiva, pusimos en discusión el problema de la violencia de género como herencia de la sociedad patriarcal, su problemática se instaló en la agenda

del Estado y hasta endurecieron las penas por los asesinatos contra mujeres por razones de género.

Es así que, mirando esos titulares y el tratamiento que se dio al femicidio contra María Sarmiento en 1996 y al último caso, de Brenda Requena en 2019, uno de los primeros resultados que arroja esta investigación es que los periodistas de Diario de Cuyo no acompañaron en su totalidad este proceso de transformación social, de desconstrucción del machismo y de aprendizaje de estos temas con el objetivo de trabajar con una perspectiva de género.

El tratamiento periodístico en el segundo caso, el de Lucía Arancibia en 2010, y el tercero, de Carolina Tejada en 2014, es distinto al tratamiento que se da en los casos de María Sarmiento, en 2010, y el de Brenda Requena en 2019. En los casos Arancibia y Tejada se emplean encuadres que ponen el énfasis en los perfiles violentos de los feminicidas, las denuncias previas y remarcan el carácter de víctima de la mujer, incluso empleando los términos “violencia de género” y “femicidio”, pero no son suficientes para instalar la problemática de la violencia de género como tema central en la noticia. Tampoco relacionan las causas de estos crímenes con un sistema patriarcal dominante y de desigualdad contra la mujer que naturalizó la violencia machista. En consecuencia, en la medida que se usen los términos “femicidio” y “violencia de género a modo de rótulo o como una palabra accesoria para calificar un delito, se vacía de contenido y significancia social a una grave problemática.

Otro resultado relevante de la investigación es que, en todos los casos analizados, predominan los frames que circunscriben estos crímenes a un hecho de la vida privada, y no social, y en consecuencia reducen las causales a un conflicto de pareja y la reacción particular de un hombre, sin enmarcarlo como una manifestación de violencia machista en general.

De todo lo expuesto en función a los cuatro casos de feminicidios abordados en este trabajo de investigación, la conclusión general es que el tratamiento periodístico que hace Diario de Cuyo sobre estos crímenes no cambió sustancialmente en las últimas dos décadas en cuanto al abordaje y la visibilización de la problemática social de estos asesinatos.

## Bibliografía

- Ingrassia P. y Weidmann, M. (2019). Las huellas del discurso patriarcal en la prensa gráfica sanjuanina. Propuesta de análisis para los discursos mediáticos sobre la mujer, 2019. *Revista Mexicana de Opinión Pública* • año 15 • núm. 28 • enero - junio 2020 • pp. 77-92 ISSN 1870-7300.
- Koziner, N. (2015). El Framing: un programa de investigación para el estudio de las comunicaciones mediáticas. Brasil: ANIMUS, *Revista Interamericana de Comunicação Midiática* E-ISSN 2175-4977, v.14 n.28
- Lagarde y De los Ríos, Marcela, introducción. Russell, & R.A. Harmes (Edits.), “Femicidio: una perspectiva global”, México, Ed. CEICH-UNAM, 2006.
- Muñiz, C. (2020). “El framing como proyecto de investigación: una revisión de los conceptos, ámbitos y métodos de estudio”. *Profesional de la información*, v. 29, n. 6, e290623. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.23>.
- Reese, S. (2001). “Framing public life: a bridging model for media research” (p. 7-31). En: Reese, S; Gandy, O.; Grant, A. (eds.). *Framing public life: perspectives on media and our Understanding of the social world*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rico A., Tuñez F., Majdalani, C., Villalba García, C., Stola, M., Benaglia, A., Pollini, F., Canido, I., Lommi, S., Florida, V., Amedei, C., Kogan, M., Neiman, N., Canzobre, H., Gagniere, L. y Lauria, A. (2005) *Por Ellas... 5 años de Informes de Femicidios*. Observatorio de Femicidios en Argentina “Adriana Marisel Zambrano” de La Asociación Civil La Casa del Encuentro. Buenos Aires: La Casa del Encuentro.
- Russell, D. y Harmes R. (2006). *Femicidio: Una Perspectiva Global*. México, DF: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la Universidad Autónoma de México, p. 74.
- Russell, D. E.; “Definición de femicidio y conceptos relacionados”. En D.E. Russell, & R.A. Harmes (Edits.), “Femicidio: una perspectiva global”, México, Ed. CEICH-UNAM, 2006, ps. 77 y 78 (citado en Protocolo ONU, p. 13, nota 34).
- Sábada, T (2008). “Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios”. Buenos Aires, Argentina. La Crujía Ediciones.

# Repensando la profesión periodística. Derivas entre la verdad y las falsas noticias.

Marcela Lis Bosco  
rmlisbosco@yahoo.com

Universidad Nacional de Río Cuarto

## Introducción

La búsqueda de la verdad y el principio de la objetividad son algunas de las nociones esenciales que constituyen parte del abecé en la labor de los periodistas y, en cierto modo, le dan sentido a su tarea. El ideal del quehacer de un periodista profesional es transmitir noticias que respondan a la verdad; es decir que una información que adquiere carácter público debe cumplir con el criterio de la veracidad y, además, esa información debe transmitirse dentro de los parámetros de cierta objetividad. Lograr esos dos ideales profesionales –que nunca pueden alcanzarse en su totalidad- requiere un despliegue de habilidad, esfuerzo y recursos no sólo por parte de los individuos sino también de la empresa periodística donde ese periodista trabaje. Esos principios guían, desde el punto de vista práctico, la recolección y presentación de la información, como así también su recepción por parte de las audiencias. (McQuail, 1998). Al mismo tiempo, la irrupción del fenómeno conocido como pos-verdad y la creciente circulación de falsas noticias o fake-news, que se acrecienta con la expansión de las redes sociales, han producido cambios en el ejercicio periodístico y han interpuesto transformaciones en su deontología profesional y en sus rutinas de trabajo.

Los periodistas constituyen entre sí lo que se conoce, en términos de Zelizer (2010), como una *comunidad interpretativa* la cual se define teóricamente como un ámbito compartido donde constantemente se construyen y redefinen significados. Ese ámbito puede sostenerse en lugares físicos, organizaciones, reuniones virtuales u otros espacios de circulación de sentidos. Los miembros de una comunidad interpretativa interactúan mediante la internalización de los significados compartidos que se naturalizan y guían –no de manera lineal y sobredeterminante- la mirada y el ejercicio profesional. (Zelizer, 2010).

En trabajos anteriores nos ocupamos por caracterizar y describir los modos de la relación entre las prácticas del periodismo ciudadano y la mayor o menor fiabilidad que los periodistas depositan en esas formas de intervenciones del público en la rutina de producción noticiosa y de qué modo esa fiabilidad provoca mayor o menor recelo sobre la transmisión, o no, de esa información al tiempo que complejiza la propia actividad cotidiana de los periodistas. (Bosco, 2021. Bosco, 2022; a- 2022, b). En este trabajo, nos proponemos analizar algunas configuraciones de sentido emergentes de la palabra de los periodistas locales<sup>1</sup> entrevistados en torno a las nociones de ‘verdad’, su relación con ‘lo verdadero’, cómo vinculan los principios de objetividad y neutralidad que deberían guiar su

---

<sup>1</sup> Cuando nos referimos a periodistas locales, hacemos alusión al ámbito de estudio donde desarrollamos nuestra investigación. Nuestros estudios se realizan en la ciudad de Río Cuarto, provincia de Córdoba. Río Cuarto es una ciudad de las llamadas ‘intermedias’ o ‘medianas’ (cuenta con 180 mil habitantes) y está ubicada en una zona productiva con predominio agrícola-ganadera. Nuestros estudios se concentran en comprender fenómenos sobre los periodistas de los principales medios de comunicación de la ciudad.

labor en relación con la idea rectora de *la verdad y lo verdadero* y la tensión que se establece con el fenómeno de las noticias falsas. Nos detendremos en entender los modos en que se vinculan los principios deontológicos que guían la profesión periodística y que se entraman con la definición de la tarea y con la propia definición del rol que los periodistas deben asumir y la responsabilidad social que ello implica.

## **La verdad y la objetividad como principios en transformación**

El periodismo, considerado como actividad profesional, constituye un ámbito social cuya institucionalidad y cuyos actores no escapan a las transformaciones que se producen en la sociedad toda. Esos cambios se inscriben en un proceso mayor de transformaciones sociales y culturales, denominado *proceso de mediatización* de la sociedad en el cual los medios juegan un rol clave y que refiere a cambios en los propios medios y en su desarrollo (Schulz, 2004). Este proceso involucra diversas instancias -entre ellas, los medios- que funcionan como polos de múltiples determinaciones, es decir que cada polo condiciona a los otros e interviene en las relaciones entre ellos (Ferreira, 2007). Es decir que la mediatización no es un proceso de determinación lineal donde la lógica mediática se impone sobre otras lógicas preexistentes, como muchas veces ha sido estudiado (Hjarvard, 2008), sino que se trata de un proceso interaccional. Roger Silverstone (2004) entiende a la mediatización como un proceso dialéctico en que los medios son envueltos en la circulación general de signos de la vida social. La mediatización implica relaciones entre individuos e instituciones y también el ambiente que estas relaciones crean; involucran productores, consumidores y textos mediáticos y se extiende a través de la sociabilidad y la experiencia.

Dentro de ese marco de transformaciones, también encontramos algunas que afectan la tarea periodística en sí misma, y son inherentes a su deontología, tal cual son la idea de 'realidad', 'verdad' y el criterio de la objetividad. Estos principios, si bien organizan y direccionan el ejercicio de la profesión periodística, vienen siendo cuestionados e interpelados. Las ciencias sociales, en general, sostienen la idea de que la objetividad es siempre relativa y que la condición humana deviene en la imposibilidad de una neutralidad absoluta frente a cualquier hecho. Por lo tanto, tampoco un periodista puede ser neutral y su visión de los hechos se corresponde, mejor, con una interpretación de los mismos. Capilla García (2014) entiende que las ideas de realidad y de verdad permiten articular la discusión epistemológica sobre el periodismo ya que son dos polos del proceso gnoseológico: el arranque del proceso (*la realidad*) y la concreción de la pretensión de conocimiento de un enunciado que pretenda estar relacionado con esa realidad (*el discurso verdadero*). Ese esquema conceptual propio de la epistemología se puede trasladar para explicar los principios del periodismo informativo: por un lado, el ámbito delimitado por el acceso a la realidad inherente a la actividad periodística, con lo cual es vital plantear la cuestión de las fuentes informativas y, por lo tanto, de la ontología posible del periodismo; y, por otro lado, el debate inevitable sobre la capacidad del periodismo para capturar la realidad mediante discursos que buscan ser verdaderos, es decir, que aspiran a generar conocimiento a partir del contacto con la realidad, lo cual obliga a preguntarse por la naturaleza de esos discursos y por cómo se concreta esa naturaleza en el ejercicio profesional periodístico.

En nuestro trabajo nos interesará comprender, a través de la palabra de los periodistas, como ellos mismos reflexionan respecto del vínculo entre la búsqueda de la 'verdad' que comparten como principio vital en su trabajo cotidiano y como un significado compartido por su propia comunidad interpretativa de periodistas y cómo transfieren ese valor a su práctica concreta en la producción de las noticias que, se supone, deben responder al criterio de ser 'verdaderas'. Aquí entra en juego el principio de 'objetividad como un principio regulador en la tarea del periodista. Fontevecchia (2018) sostiene que es necesario que los periodistas superen la dicotomía 'objetividad/subjetividad' y que se conciban a sí mismos como partícipes de un proceso cultural ya que la producción periodística ocupa más recursos y distribución que cualquier otra creación de contenidos y es consumido rutinariamente por más gente en todo el mundo. McQuail (1998) considera que la ausencia de objetividad no equivale a una falta de fidelidad o

un tratamiento tendencioso de la información, sino que, incluso los propios periodistas, creen que la objetividad entra en conflicto con otros dos propósitos que ellos mismos adjudican a su labor: el desempeño de un rol frente a determinadas causas sociales y la interpretación sobre los sucesos que, en ocasiones, necesitan darse a conocer a las audiencias. Es por esas variables e incidencias que es necesario revisar también el concepto de “objetividad” a la luz de los cambios y transformaciones que se van suscitando en el rol de los periodistas y en la manera en que estos conciben su propia función, tanto en su relación con las fuentes como dentro del marco de la comunidad interpretativa a través de la cual comparten significados y establecen relaciones con sus colegas. Estas concepciones, tanto sobre los propios principios deontológicos que guían la labor profesional de los periodistas como así también los cambios que se han ido produciendo en el ejercicio cotidiano de su tarea, aparecen, de distintos modos y con diferentes matices en el discurso de los periodistas entrevistados. También se revela, a través de su palabra, los vínculos que los periodistas establecen con el público cuando este opera como fuente; en este sentido los periodistas, encuentran que los diferentes modos de vincularse con el público modifican, en parte, el modo de producción de las noticias y pone en tensión lo que es el concepto de noticia *verdadera* vs. *falsa* noticia.

### **La objetividad en los bordes**

Como hemos venido señalando, el concepto de la objetividad no encuentra ya su correlato en los discursos de los periodistas y menos aún, en el ejercicio de la profesión, aunque a veces apelar a esa idea pueda resultar una fórmula atractiva y todavía vigente para ganar audiencias o para refrendar el valor que el público pueda otorgar a las noticias y a la información que circula en los medios de comunicación.

En nuestras entrevistas pudimos observar algunos cambios en las percepciones respecto de lo que los periodistas observan en su tarea y en el modo de concebir los principios rectores de su trabajo. Podemos dar cuenta de que hay una toma de posición que los ubica en la idea de que la objetividad no es posible porque no es posible ofrecer aquello que, humanamente, no puede brindarse y que, como tal, ya no se puede hablar de un periodismo *objetivo* y *neutral* dado que el trabajo periodístico se encuentra atravesado por muchas variables e intereses. El periodismo, en este sentido, no deja de ser una actividad inscrita en dificultades, problemas de recursos, escasez de tiempo, variables económicas, empresariales, precarización laboral, condicionamientos tecnológicos e ideológicos, entre otras. En este sentido, los periodistas entrevistados no se sitúan en una tensión entre lo subjetivo y lo objetivo, porque si bien creen que la objetividad es un pilar que debe ser contemplado en su desempeño, también consideran que esa tensión es parte de una mirada desactualizada y que no aporta una definición del quehacer periodístico actual, además de ser inalcanzable en la práctica; incluso creen, y eso es notable, que tampoco se vincula con las demandas reales del público hacia la actividad del periodismo.

Hoy, en virtud de lo que los propios periodistas argumentan, parecerían ser otros los valores y principios que organizan y dan forma a su labor cotidiana. Más bien, los periodistas matizan esta idea de ‘*lo objetivo*’ con otros conceptos que desplazarían ese principio tan caro a su tarea, justamente porque los cambios en la profesión, necesariamente, obligan a revisar el modo en que esta se realiza. Aparecen con fuerza ideas tales como: *rigurosidad*, *precisión*, *profundidad* en el tratamiento de los temas, *ecuanimidad*, ‘*ir al hueso*’ en la mirada de los problemas y atender el direccionamiento que el público va imponiendo en la agenda de los medios.

No obstante, y en contraposición a esas lógicas que definen el modo de entender la profesión, aparece otro entramado de orden *más* estructural que va socavando esos principios. La menor cantidad de periodistas que tiene cada medio, lo cual supone una reducción en el tiempo que le pueden dedicar a la producción de las noticias, las variables de ajuste que sufren las estructuras mediáticas y los nuevos modos de trabajo que

abonan el modelo 'multitareas'<sup>2</sup>, va en desmedro de las ideales y pretendidas rigurosidad y precisión e incluso desdibuja la aspiración a una mirada, al menos si no objetiva, imparcial de la realidad. Mc Quail (1998) considera que el término 'objetividad' resulta una idea escurridiza que se opone, más bien, al concepto de parcialidad con el que se alude a una tendencia para desviarse en una u otra dirección del recto sentido de la verdad objetiva. En la producción noticiosa, sigue diciendo este autor, el término 'parcialidad' se refiere a la tendencia a beneficiar a alguien de un lado o posición en detrimento de otro. Más bien, lo que habría que lograr es una posición de equilibrio que no altere la distancia entre esos puntos y logre eso que, nuestros entrevistados llaman, una mirada más o menos 'imparcial' sobre los distintos temas. Necesariamente, estas definiciones y percepciones sobre el propio trabajo profesional y la deontología que lo sustenta, nos conducen a un recorrido que desemboca en las preguntas sobre *la verdad y lo verdadero* y las implicancias de esas nociones al momento de la producción noticiosa. Sin ser novedosos ni originales estos planteos, observamos que emergen con visiones que se alejan de las miradas que podríamos llamar más clásicas y reposan en configuraciones de sentido que devienen de la práctica periodística y de las experiencias laborales de cada uno de los miembros de la comunidad interpretativa que constituyen los periodistas.

### **Los caminos de *la verdad* y de *lo verdadero***

Estos nuevos modos de percibir y entender la profesión periodística nos permiten sospechar que la idea de "*la verdad*" y "*lo verdadero*", siguen siendo importantes y funcionan como un marco para las prácticas del trabajo cotidiano porque condicionan la búsqueda y tratamiento de la información como así también la disponibilidad y acceso a mayor cantidad de fuentes. Y, como venimos diciendo, aunque esas definiciones y posicionamientos se encuentren matizadas y muestren algunos desplazamientos, no obstante, siguen entramados con un ideario más tradicional que fundamenta el ejercicio del periodismo. El chequeo y constatación de las fuentes y la posibilidad de verificar la información a través de la mayor cantidad de canales posibles parecen ser el norte a seguir. No obstante, los periodistas consideran que esa profundidad y precisión a la que aspiran entra en tensión con otros factores que muchas veces condicionan su propio trabajo: escasez de tiempo, cumplimiento de mayor cantidad de tareas y la reducción de personal en las estructuras mediáticas como también la mayor atención a las demandas del público, aparecen nuevamente como factores que tensionan y dificultan el proceso.

Amado (2021) considera que lo que se entiende por objetividad periodística nada tiene que ver con la negación de la subjetividad, sino que la objetividad es el resultado del proceso de verificación y transparencia con el fin de ofrecer al lector elementos para distinguir opiniones de evidencias, propaganda de información verificada y que permiten percibir al trabajo periodístico más apegado a chequear y documentar la noticia.

Algunos de nuestros entrevistados ubican la cuestión de '*la verdad*' como el insumo principal en la tarea de un periodista y algunos matizan esta idea diciendo que, la realidad, es decir, los hechos, son los que funcionan como insumo y punto de partida para construir un discurso *verdadero, creíble y útil* para el público, que satisfaga sus demandas y que le permita estar informado sobre los temas cotidianos y que preocupan a la sociedad. El proceso de observación, investigación y análisis de lo que algunos de ellos llaman 'la realidad', y que en la práctica son los hechos, es lo que conduciría, sino a una 'verdad' única, al menos a un discurso honesto y creíble, que es lo que el público, o 'la gente' espera de un periodista igualmente honesto. Este posicionamiento refuerza lo que decíamos más arriba sobre los dos polos del proceso gnoseológico: el arranque del proceso (*la realidad*) y la concreción de la pretensión de conocimiento de un enunciado que pretenda estar relacionado con esa realidad (*el discurso verdadero*) (Capilla García, 2014). En este sentido, en esa búsqueda de lo verdadero y el camino a recorrer para conseguirlo, no está exento de tensiones, problemas,

---

2 En el momento en que escribimos estas líneas, la principal radio y más antigua radio de la ciudad, gerenciada actualmente por una empresa desarrollista de proyectos inmobiliarios, acaba de prescindir, en forma arbitraria, de dos de sus comunicadores más importantes y ambos con 20 años de trabajo en dicho medio.

dificultades e incluso y, sobre todo, dilemas morales que pueden interferir y/u obturar ese camino.

Entre estos condicionamientos y dilemas, hay una expresión que aparece en el discurso de nuestros periodistas entrevistados y que vertebra y les da sentido a sus preocupaciones y al modo en que repiensen algunos aspectos de la profesión. Los periodistas están preocupados por *‘cómo contar las historias’* para que, efectivamente, desemboquen en un discurso verdadero y creíble. Y aquí es donde devienen otras disyuntivas, tales como la *precisión vs. la rapidez, la cantidad de fuentes vs. la calidad de las fuentes, la primicia vs. la profundidad, el compromiso con los sectores vulnerables o desfavorecidos vs. otros compromisos empresariales o políticos con otros actores de la agenda mediática*, entre otras posibilidades. En el medio de ello, emerge otro elemento, también de orden moral y que abona sus preocupaciones, y es el rol social que el periodista tiene y que nuestros entrevistados, en general, asocian con la honestidad intelectual que les cabe y que el público espera de ellos y la responsabilidad que ello implica.

En este sentido, y en relación con las expectativas del público sobre la labor de los periodistas, los entrevistados consideran, desde su perspectiva, que hoy por hoy los públicos le exigen al periodismo bastante más que la ya enorme responsabilidad de informar. Al mismo tiempo, creen que su rol, si bien es valorado, también puede ser fácilmente cuestionado si esas expectativas no se cumplen. Entre esas valoraciones y esos cuestionamientos, los periodistas se sienten, a su vez, interpelados por los públicos que buscan en ellos una voz que los represente dado que, la tarea del periodista, es entendida muchas veces como una tarea que tiene más valor que la propia función de un funcionario político o incluso, por sobre la institución judicial. Si bien los periodistas consideran que su rol social es otro, y que no pueden reemplazar ni suplir a las instituciones del estado, entienden igualmente que en la mirada del público hay una necesidad de que así sea y que sus reclamos encuentren en los medios una instancia donde *‘hacerse escuchar’*.

En virtud de estas disyuntivas y problemáticas que tensionan su propio trabajo, los periodistas entrevistados aportan dos definiciones interesantes que los aproximan a sus modos de entender la búsqueda de la verdad. Por un lado, el posicionamiento sobre qué tipo de periodismo ejercen o aspiran a ejercer, que en general se asocia con un periodismo comprometido, profundo, honesto, independiente, responsable, al servicio de la sociedad y que se opone a un periodismo *‘de oído’* o *‘de escritorio’*, como algunos lo llaman, deshonesto, banal, comercial, e incluso, del llamado *‘periodismo militante’*. Esa autodefinition va marcando su propio trabajo y en nuestras entrevistas sus miradas parecen estar más cercanas a las demandas del público o, como prefieren decir, *“de la gente”* y enfocan sus esfuerzos y compromisos hacia ese horizonte que consideran los ubica en un lugar de mayor independencia y más próximos a quienes los necesitan o de *“los más vulnerables”*. Esa posición parecería distanciarlos de compromisos políticos, económicos e incluso, ideológicos, y ponerlos en consonancia con causas nobles, justas y que operen a favor de sus públicos que, en muchos casos, consideran son sus fuentes más leales y a quienes se deben más auténticamente. La empatía entre los periodistas entrevistados y su público, o *“la gente”*, parece estar marcada por una suerte de proximidad, compromiso y mayor entrega hacia quienes los ven como quienes pueden dar voz a aquellos que no la tienen y colocar sus problemas cotidianos en la agenda mediática.

Por otro lado, los periodistas remarcan la necesidad de que ellos como comunidad de trabajadores puedan redefinirse laboralmente como tal, acceder a más derechos laborales, mejorar su realidad laboral y, por lo tanto, ejercer un periodismo de mejor calidad acorde a las necesidades y demandas del público y a las complejidades sociales sobre las que deben informar. Entienden, también, que ambos ideales son a veces contradictorios, pero consideran que, el hecho de asumirse como trabajadores les garantiza, en cierto modo, una mirada más abierta, más empática y más comprometida con aquellos sectores más desfavorecidos y que necesitan tener *‘una voz’* que los represente en la esfera pública.

### **El laberinto de las falsas noticias y las redes de por medio**

---

Una nueva modalidad noticiosa que ha irrumpido en el periodismo de los últimos años, de la mano del fenómeno de internet y especialmente con la expansión de las redes sociales, es la circulación de noticias falsas o las llamadas ‘fake-news’, cuyo nombre original en inglés. Esta variante en la circulación de los discursos informativos no corresponde a un fenómeno nuevo en sí mismo, pero gracias al actual despliegue tecnológico con que cuentan las audiencias actuales, se sitúa como un tópico que no puede soslayarse en el abordaje de la práctica periodística y la manera en que este ‘nuevo formato’ socava también los conceptos de ‘lo verdadero’ y ‘lo objetivo’ en la comunidad interpretativa de los periodistas.

González Alonso (2019) afirma que las fake news o noticias falsas se han convertido en una constante dentro del Periodismo y en un verdadero problema a la hora de discernir la verosimilitud de una información, hasta el punto de que la consultora Gartner sostiene en su último informe de “Predicciones tecnológicas para el 2018” que en el 2022 el público occidental consumirá más noticias falsas que verdaderas y que no habrá suficiente capacidad, ni material ni tecnológica, para eliminarlas. Las redes sociales han diseñado un panorama informativo descentralizado que afecta de forma importante a la producción de información. Las noticias creadas por periodistas conviven con las producidas por cualquier usuario (Van-Dijck,2009; Flichy,2010) generándose un espacio de superabundancia informativa (Keane, 2013) que unido al anonimato que favorecen las plataformas digitales genera el caldo de cultivo idóneo para la proliferación de noticias falsas.

Esta proliferación de falsas noticias hace que la labor de los periodistas deba revisar sus formas de concebir la veracidad de la información, que luego se convertirá en noticia, tanto en el momento de la recolección de esa información como al momento de su reproducción en los medios en los que trabajan. Este funcionamiento informativo, tan discordante de los principios que regulan el trabajo periodístico, merece detenerse en su importancia y abordarlo como otro aspecto que produce cambios en la comunidad interpretativa que conforman.

Cuando los periodistas entrevistados hablan de sus vínculos con el público y el modo en que esos vínculos definen la producción noticiosa, también ponen en escena el concepto de “la verdad” y la veracidad de aquella información que les llega a través del público cuando este se coloca como fuente. Creen que, en este sentido, la confianza en el público y la credibilidad que le merece siempre debe estar sesgada por un mínimo de sospecha y/o recelo que aumenta conforme al hecho de que las redes sociales, por su expansión e instantaneidad como así también por el fácil acceso, han modificado la idea de “lo verdadero” y permiten una mayor posibilidad de diseminación de noticias falsas. En este sentido, la posición de los periodistas se inscribe en esta idea de que, los cambios tecnológicos, han modificado sustancialmente sus maneras de trabajar y, con ello, la perspicacia con la que se deben manejar al momento de producir noticias.

Así mismo, la escasez de tiempo y la multiplicidad de tareas que deben asumir los periodistas, hechos que aparecen de manera recurrente en sus discursos, los colocan en una disyuntiva respecto de cómo garantizar que lo que publican sea “verdadero” porque, ellos mismos saben y creen que es muy complejo ser un portavoz del público sin caer en la trampa de ser envueltos por la cantidad de información y dejar de lado la calidad. Aunque, también parecer entender que el periodista sigue siendo quien posee criterio y herramientas para mediar en esa proliferación de información y poder separar lo que es útil, confiable y necesario de aquella información que consideran superflua e innecesaria o dudosa para sus públicos.

El hecho de que los periodistas que entrevistamos ejerzan su profesión en una ciudad mediana, los posiciona de un modo diferente respecto de ese flujo informativo algo descontrolado que puede filtrarse a través de las redes sociales y ser sorprendidos por falsas noticias. Esto los lleva a pensar que, por su mayor conocimiento y confianza con algunas fuentes y por su mayor proximidad y acercamiento con las audiencias tienen más posibilidades de controlar el flujo informativo y preservar la veracidad en la información. No obstante,

igualmente saben eso no los exime de la posibilidad de caer en la trampa de las fake-news aunque entienden que, puede ser en menor medida o que pueden ser más fácilmente detectables. Al mismo tiempo, en términos de lo local, los propios periodistas consideran que, en general, de su parte hay una preocupación por transmitir información de calidad y confiable para las audiencias que les permita seguir siendo creíbles y tener una mirada de conjunto lo más veraz posible.

### Algunas consideraciones finales

En primera instancia, pudimos conocer en líneas generales algunas particularidades del ejercicio del periodismo en la actualidad, específicamente a nivel local en la ciudad de Río Cuarto, e intentar comprender de qué manera operan sobre ese trabajo los cambios que se dan tanto en los valores y los principios que se ponen en juego como en las cuestiones más operativas como el tiempo, la organización laboral, los problemas gremiales y salariales que afrontan los periodistas como una comunidad interpretativa en la cual desarrollan su tarea.

Del mismo modo, podemos decir que el trabajo periodístico ha ido modificando distintos procedimientos y modos de organización que los hacen auto-percibirse como actores sociales que, si bien deben sostener los valores de la verdad, una cierta objetividad y abogar por la responsabilidad social que les cabe como transmisores de información, no obstante los periodistas son críticos frente a su labor y reconocen que están atravesados por distintas variables que, en muchos casos, repercuten en el modo en que trabajan y en el modo en que construyen los valores que guían efectivamente su profesión.

Como ya dijimos, aunque la idea de ‘verdad’ se desplace, más bien, hacia el principio de la rigurosidad y al ideal de la precisión, esto hace que se establezcan criterios más coyunturales que cada uno de ellos va poniendo en práctica en cada situación y que van transformando las miradas comunes de la comunidad interpretativa de la que forman parte. No obstante, el hecho de que sigan tomando la posibilidad de trabajar y defender la independencia como un valor asociado a la práctica del periodismo, aun cuando muchas veces reconocen que en la práctica eso no es siempre posible, los ubica en una definición importante de su modo de entender el trabajo y de asumirse como periodistas críticos y emancipados de posibles condicionamientos.

### Referencias bibliográficas

Amado, A. (2021) *Las metáforas del periodismo. Mutaciones y desafíos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Ediciones Ampersand.

Baldoni, M. (2012) *La disputa entre periodismo independiente y periodismo militante: apuntes para analizar las tensiones en la ética periodística en la Argentina contemporánea* en Revista Quórum Académico, Vol. 9, Nº2, Pp. 213-245, Universidad del Zulia.

Bosco, M. (2022; b) “*Cuando el público quiere ser periodista. La comunidad interpretativa de los periodistas locales frente a los retos del periodismo ciudadano*”. Ponencia presentada en ENACOM 2022- Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación. Fadeccos/Universidad FASTA- Ciudad de Mar del Plata- 19 al 21 de octubre de 2022.

Bosco, M. (2022; a) *El periodismo en tiempos de cambio: ¿periodismo ciudadano o ‘la gente’ como fuente? Un abordaje desde la palabra de los periodistas*. Ponencia presentada en III Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM “Agendas Emergentes y Protagonistas Territoriales” Instituto Académico-Pedagógico de Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Villa María Villa María, 6 y 7 de junio de 2022

Bosco, M. (2021) “*El periodismo ‘ciudadano’: concepciones y valoraciones. La mediación de la fiabilidad*”. Ponencia presentada en ENACOM 2021 XVIII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación. Fadeccos/Universidad Nacional de Cuyo- Ciudad de Mendoza- 23 a 26 de noviembre de 2021. (Modalidad virtual)

Capilla García, P. (2014) *El debate epistemológico en el periodismo informativo. Realidad y Verdad en el periodismo*. Tesis Doctoral. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna. Universitat Ramon Llull. Barcelona.

Ferreira, J. (2007) “*Midiatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação*” en E-Compós, Vol. 10 <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/196/197>

Fontevicchia, J. (2018) *Periodismo y verdad. Conversaciones con los que mandan en los medios*. Buenos Aires, Paidós.

González, M. A. (2019) *Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información* en Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación 45, pp. 29-52. doi: 10.12795/Ambitos.2019.45.03

Hjvard, S. (2008). The Mediatization of Society A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, 29 (2), 105-134.

Mc Quail, D. (1998) *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires, Amorrortu Editores.

Rossetti, C. (2022) "*Verdad, objetividad y noticias. Transformaciones en la comunidad interpretativa de los periodistas locales*". Informe final. Beca de Ayudantía de investigación 2021-2022- Secretaría de Ciencia y Técnica. Universidad Nacional de Río Cuarto. Inédito

Schulz, W. (2004). Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*. Vol 19(1), Pp. 87-101.

Silverstone, R. (2004) *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu Editores. Buenos Aires

Van-Dijk, J. (2009). *Users like you? Theorizing agency in user-generated content* en *Media, culture & society*, 31 (1), 41-58. <https://bit.ly/2FU97Ph>

Zelizer, B. (2010) *Journalists as Interpretive Communities, Revisited*. Allan, S, *The Routledge companion to news and journalism*. London : Routledge

# Estrategias editoriales y productivas en periodismo local: Medios informativos del Gran Córdoba

Dr. Gustavo Urenda

gustavourenda@unc.edu.ar

Esp. Tatiana Rodríguez Castagno

tatirodriguezcastagno@unc.edu.ar

Lic. Lucía Rho

lucirho96@gmail.com

**Universidad Nacional de Córdoba**

En esta presentación se comparten las conclusiones del proyecto de investigación *Cartografía de géneros periodísticos y procesos productivos en periódicos regionales del interior de la Provincia de Córdoba* (Línea Formar - período 2020-2022), radicado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Argentina.

El proyecto surgió luego de haber relevado la difícil situación de los trabajadores de prensa del interior de la provincia y de algunas organizaciones periodísticas: flexibilización laboral, precariedad en las condiciones de trabajo, el aumento de los insumos y las tarifas, el desigual reparto de las pautas oficiales, la disminución de los ingresos derivados de la pauta publicitaria privada y el cese de impresiones de periódicos sin otro modelo de negocio “rentable” en el horizonte de las empresas.

El informe obtenido motivó la aproximación del equipo de investigación a la categoría de “Periodismo de Cercanía”, de “Proximidad” o “Periodismo Hiperlocal”, con el objetivo de relevar bajo qué condiciones puede desarrollarse esta modalidad de periodismo, ofreciendo mejores posibilidades para quienes pretenden ejercerlo desde sus pequeñas localidades.

La hipótesis que operó como punto de partida fue que si había experiencias periodísticas que habían logrado sostener una comunidad de lectores –e incluso ediciones en papel- en el marco de transformaciones de las prácticas y de los modos canónicos de ejercer la profesión, resultaría relevante identificar qué hacen esos/esas periodistas y cómo producen y narran la información periodística.

## **Acerca de los marcos teóricos:**

Se parte de reconocer la fragmentación, hiperespecialización y proliferación de diferentes enfoques en la investigación en medios y comunicación para el estudio de la comunicación digital. Y de aceptar que en general se sabe mucho menos de los ecosistemas de medios situados fuera del llamado Norte Global (Scolari, 2022).

La investigación recupera mucho de los aportes de sociología de la producción de noticias, línea de investigación se fue gestando desde mediados de los años setenta y puso en evidencia que las decisiones sobre lo que será publicado están fuertemente marcadas por las normas de empleo, profesionales y organizativas más que por las preferencias personales (Wolf, 1987).

Como es una tarea burocrática la construcción de la noticia se debe planificar y organizar con anticipación a través de procesos rutinarios eficientes, acordes a las necesidades de las organizaciones. Estas restricciones intervienen en los criterios de noticiabilidad, es decir, en las aptitudes de un acontecimiento para convertirse en noticia.

Desde estos estudios se incorpora la categoría “rutinas productivas” “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).

Para poder explicar cómo ocurre el proceso de producción de noticias en el interior de las organizaciones, estas investigaciones recurrieron a la observación participante y el uso de entrevistas en profundidad que les permitieron registrar *in situ* el fenómeno estudiado.

Veinte años después, la evolución de las organizaciones informativas volvió a cobrar relevancia a partir del fenómeno de la convergencia digital, proceso complejo que afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando la integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados. García Avilés, Salaverría y Masip (2008).

Este escenario modifica sustancialmente el modelo de negocio, las condiciones de producción y los perfiles y rutinas de los periodistas. Los cambios en la rutina de producción fueron múltiples.

La rutina se vuelve intensiva, porque la temporalidad del trabajo, a diferencia de los medios tradicionales, exige la actualización permanente de los contenidos; y extensiva, en tanto promueve la polivalencia a partir de la publicación multiplataforma. (Bernardi, 2019) Se trata de que la información circule por diferentes soportes y plataformas, utilizando narrativas multimedia, crossmedia o transmedia, lo que exige nuevos conocimientos y tareas para el periodista digital.

Algunos de estos cambios se traducen en la pérdida de la profundidad en las coberturas en virtud de la velocidad con la que se produce. El chequeo de las fuentes se torna más laxo y el salir a la calle al encuentro de nuevas historias, por fuera del circuito oficial o de la gacetilla, es menos frecuente (Retegui, 2012). Por otra parte, la creciente presencia del usuario influye en los criterios de noticiabilidad, en las narrativas y en las agendas mediáticas. La práctica del periodista tiende más a la gestión de contenidos, procesados en otros ámbitos, que a la producción propia.

“La relevancia que adquieren las redes sociales para la producción y la circulación del contenido informativo es otro punto fundamental en la transformación de la rutina. Aunque nacieron como plataformas, se comportan como medios en tanto seleccionan, filtran, jerarquizan y tienen el poder, como intermediarios, para decidir sobre el modo en que circularán los contenidos (Rost, 2018). Los periodistas usan las redes como parte de su ecosistema periodístico (Rost, Bergero, Solaro y Espiño, 2013). Allí están las fuentes, los datos y la documentación, como así también la posibilidad de interactuar, gestionar una comunidad y construir una marca” (Bernardi, 2019)

En relación a periodismo de cercanía, como la otra cara de la globalización -que desdibuja fronteras y acorta distancias- y de la concentración de medios -que limita y unifica voces y miradas-, se asiste a una revalorización del periodismo local (López García, 2004) La consolidación del paradigma de Internet y las nuevas modalidades de consumo de noticias (López García, 2015), lejos de haber conllevado una pérdida de interés por lo local puede correlacionarse, más bien, con lo contrario: ante la vorágine informativa de canales y contenidos, la información de cercanía resulta altamente valorada en las pequeñas comunidades, pueblos, ciudades y regiones. En este contexto, la “prensa de proximidad” o “de cercanía” se redefine: centrarse en “lo local” no es atender sólo a la elaboración más o menos exclusiva de contenidos relacionados con un área geográfica, sino crear contenidos que respondan a los intereses de una comunidad, y de potenciales nuevos usuarios. La cercanía ya no es solamente física, sino también, de forma prioritaria, psicológica, social o cultural. Es algo más amplio y complejo que la simple demarcación territorial. Es la

pequeña escala con proyección global, pero que mantiene el ámbito local como su centro de intervención estratégica en los procesos comunicativos. (López García, 2004)

Entre los aportes latinoamericanos, se recuperan los desarrollos de la Fundación Gabo, que reflexiona sobre este el concepto de proximidad, sistematiza y difunde experiencias sostenibles e innovadoras, y promueve un periodismo de relatos hiperlocales con alto interés por las audiencias y con una conexión emocional para entender la realidad global desde los espacios locales.

### **Acerca de metodologías y técnicas**

Esta investigación tiene un diseño descriptivo, para el cual se seleccionó una metodologíacualitativa orientada hacia un estudio de casos. Se recurrió a entrevistas y se observaron los contenidos de las publicaciones, tanto en las ediciones impresas, páginas de inicio y redes sociales.

Para elegir las unidades de análisis se tuvo en cuenta por un lado, la focalización de la investigación en una sola región del interior de la provincia de Córdoba: el departamento Colón, el único que tiene nueve ciudades con más de 10 mil habitantes según el Censo de 2010; y por otro, la identificación -en esa región- de medios periodísticos que contarán con una trayectoria reconocida en la región y que aún sostuvieran ediciones impresas con algún criterio de periodicidad. Surgieron así dos medios periodísticos que reunieron ambos requisitos: La Unión Regional, con redacción en Río Ceballos y El Milenio, con redacción en Unquillo y Villa Allende. El recorte temporal para el análisis del corpus fue de 30 días consecutivos, durante los meses de abril y mayo de 2022.

La Unión Regional es un medio periodístico que edita una revista mensual y cuenta con un portal informativo en la web. Fue fundado en enero de 1993 en la localidad de Saldán. Según cuenta su director, Víctor Valente, la iniciativa surgió cuando él era estudiante de la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC (hoy Facultad de Ciencias de la Comunicación) y, merced al impulso de algunos docentes, se animó a apostar por una labor periodística comprometida con la idiosincrasia de Sierras Chicas. Las primeras ediciones fueron de 150 ejemplares, siempre se distribuyeron gratuitamente. “En blanco negro, papel oficio, abrochados a mano”, cuenta el fundador de la publicación (Valente, 2021).

La tirada actual es de aproximadamente 15 mil ejemplares mensuales y sigue siendo de distribución gratuita. Durante 10 años circuló sólo en la localidad de origen, luego se abrió a la región. Hoy llega a 6 pueblos y ciudades vecinas: La Calera, Villa Allende, Mendiolaza, Unquillo, Río Ceballos y Salsipuedes. Desde hace una década, cuenta con versión digital: <https://www.launionregional.com.ar/wordpress/>. También tiene presencia en las redes Facebook (Revista La Unión Regional) e Instagram (@revistalaunionregional).

El Milenio nació en el año 2008, en el marco de un Proyecto Comunicativo Escolar, ideado por docentes y alumnos de los Institutos Nuevo Milenio Unquillo y Milenio Villa Allende. Su periódico llega a los lectores gracias a la participación de los comercios e instituciones de Villa Allende, Mendiolaza, Unquillo, Río Ceballos y Salsipuedes, en los que se puede retirar gratuitamente. Tiene una tirada mensual de 7.500 a 10.000 ejemplares. El medio digital ([www.elmilenio.info](http://www.elmilenio.info)) cuenta con 60.000 visitas mensuales y tiene un mayor alcance, extendiéndose hacia localidades como La Calera, Saldán, Agua de Oro, La Granja, El Manzano, Colonia Caroya y Jesús María. A su vez, se lo puede encontrar en Facebook (El Milenio - Noticias de Sierras Chicas), Instagram (@elmileniook) y Twitter (@elmileniook).

Según su director, Guillermo Risso, el destino final de todos los esfuerzos y recursos puestos al servicio del producto, son los vecinos. “Es prioridad para este medio lograr que los vecinos encuentren en sus páginas, no sólo la información local que no hallan en otros periódicos más masivos, sino que además se conozcan y reconozcan a sí mismos como comunidad. Por ello, se persigue una constante revalorización de los personajes y momentos

exclusivos de la región y de cada una de las localidades que la conforman”. (El Milenio, s/f).

Algunas respuestas a la pregunta que animó la investigación

Es posible que no haya una única respuesta a la pregunta acerca qué es lo que hace posible que estos proyectos periodísticos tengan continuidad en el tiempo, y hasta logren sostener el soporte encarecido del papel, **aún hasta estos días. Sin embargo, algunas recurrencias detectadas**, orientan acerca de cuáles son algunos de los factores que facilitan la Supervivencia” y la sostenibilidad de estos medios “periféricos”.

-La cercanía se manifiesta en la selección de la información:

En la cobertura temática de La Unión Regional se priorizan aquellos hechos que ocurren en la zona. Predominan temas vinculados a la cultura y a espectáculos de la región, el ambiente, políticas públicas relacionadas con la comunidad. Mediante entrevistas (dialogales y narrativas) o historias de vida se presenta y describe a artistas, maestra/os, emprendedora/es, funcionarios/as locales.

Algo similar respecto a la cercanía ocurre en El Milenio, cuyo lema es “Conectamos Sierras Chicas” La nota de tapa de la edición impresa mensual aborda una temática común a toda la región. La titulación es un elemento central para situar el origen de la información. (Salsipuedes, Villa Allende, Unquillo, Mendiolaza, etc.). Por ejemplo: “Río Ceballos: comienza el ciclo Leer para Contar en la Biblioteca Popular Sarmiento”. Esto contribuye a que se puedan ubicar rápidamente los hechos en un territorio de influencia que abarca a distintas localidades, separadas por una distancia relativamente pequeña entre ellas.

-La cercanía se manifiesta en los géneros periodísticos:

Tanto en la versión impresa como en el portal web, el género noticia comparte como rasgo de estilo la necesaria “presencia” de los actores locales y regionales a través de la imagen y de la palabra. En *El Milenio* no hay información sin declaración, ni declaración sin imagen del hablante. El efecto de proximidad se produce en la lectura no solo a través de la selección y el tratamiento de los temas, sino a través de las palabras de vecinos y de las imágenes que permiten el reconocimiento de quienes transitan las calles de cada localidad. De manera similar en La Unión se trata, en cada caso, de noticias que incluyen las voces de los protagonistas o de entrevistas que incluyen abundante información que permite contextualizar acontecimientos y personajes. Algunos de los actores locales o regionales interpelados en las notas son: integrantes de agrupaciones o movimientos vecinales, funcionaria/os o vecina/os a cargo de iniciativas municipales, profesionales y/o especialistas en problemas que afectan a las sierras chicas, artistas destacada/os, emprendedora/es, referentes de campañas solidarias, vecina/os que desarrollaron o desarrollan actividades singulares o novedosas o meritorias. En estos casos las imágenes que acompañan los textos aportan un retrato amigable, sensible y en primeros planos, que facilitan el reconocimiento y destacan a la figura/vecino/a.

-La cercanía se manifiesta en la interacción con la comunidad:

El ejercicio de cercanía en el caso de los medios periodísticos relevados implica la no solo que elaboran contenidos a partir de sucesos sociales, económicos, eventos deportivos, culturales y políticos que ocurren en ese espacio limitado que abarcan; también se ve implicada su responsabilidad social con el espacio en el que se encuentran. “El periodismo de cercanía es justamente eso: estar cerca de la realidad, estar en la calle hablando con toda la gente que se pueda. En el periodismo de proximidad, ese principio de cercanía a la fuente se hace mucho más estrecho y mucho más vinculativo, obliga a participar o influir activamente en las relaciones (Martínez Juan en Caldevilla, 2013).

-La cercanía se manifiesta en la valoración de ambos medios en Sierras Chicas

En los casos analizados, el acceso a la información de proximidad es claramente percibida como una necesidad por las comunidades de Sierras Chicas, las que reconocen que La Unión y El Milenio les permiten obtener información sobre temas no cubiertos por los medios de mayor alcance. La población se identifica con ellos y los consideran más comprometidos e independientes que los medios de alcance provincial y nacional y encuentran en ellos una herramienta de participación ciudadana.

En consonancia con estas conclusiones provisorias, se puede plantear que “volverse cada vez más cercanos” y lograr el reconocimiento de sus audiencias se vislumbra como una de las principales estrategias que despliegan estos medios para mantenerse vigentes. Esta cercanía puede identificarse claramente al observar los temas que desarrollan: siempre de interés de la ciudadanía de Sierras Chicas y áreas cercanas y relacionados con cuestiones que les afectan o influyen directamente. Esta jerarquización, a su vez, va acompañada de un particular tratamiento de los géneros y del estilo elegido para abordarlos. Por otra parte, se privilegia el criterio de informar y de opinar de manera diferenciada y se da preferencia a la profundidad antes que a la cantidad de noticias.

Para finalizar, la investigación brevemente descrita permitió formular algunas hipótesis acerca de la relación entre el tratamiento de los géneros y las prácticas periodísticas, que podrán orientar una taxonomía -siempre provisoria e incompleta- de géneros y prácticas del periodismo de la proximidad.

## Bibliografía

- Scolari, Carlos Alberto (2022). *Sobre la evolución de los medios*. Hipermediaciones <https://hipermediaciones.com/2023/06/15/sobre-la-evolucion-de-los-medios/>
- Wolf, Mauro. (1987) *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós.
- Tuchman, G. (1972). La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas. *American Journal of Sociology*, 77(4), 199.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Gilli.
- Martini, S., y Luchessi, L. (2004). *Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder*. Editorial Biblos.
- García Avilés, J. A., Salaverría, R., y Masip, P. (2008). *Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa*. (I Congreso de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación). Santiago de Compostela.
- Bernardi, María Teresa. (2019). *El nuevo periodista: perfil profesional, rutinas productivas y narrativa transmedia en sitios de noticias de la Patagonia Norte*. (Tesis de Doctorado sin publicar). Universidad Nacional de Córdoba.
- Retegui, L. (2012). *Digitalización y cambios en las rutinas laborales*. (Congreso de Periodismo y Medios de Comunicación) La Plata. República Argentina.
- Rost, A. (2018). *Redes sociales y agendas en Argentina: luces y sombras, hitos y etapas*. En Poliszuk, S. y Barbieri, A. *Comp(s) ¿Quiénes cuentan? Estudios sobre medios, agendas y periodismo en escenarios de conflictos sociales*. Editorial UNRN.
- Rost, A., Bergero, F., Solaro, L., y Espiño, S. (2013). *El monólogo de los medios en las redes sociales*. En Luchessi, L. *Calidad informativa. Escenarios de postcrisis*. La Crujía.
- López García, Xosé. (2004). *Desafíos de la comunicación local. Guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*. Comunicación Social Ediciones.
- López García, X. (2008). *Ciberperiodismo en la proximidad*. Comunicación Social Ediciones.

# Nuevas tendencias y desafíos del periodismo digital: abordajes desde el aula

Sebastián N Di Domenica  
sebadido@yahoo.com.ar

**Universidad Nacional de Avellaneda**

## Resumen

Internet llegó a la Argentina en 1995, año en el que a su vez comenzó la historia local del periodismo digital. En más de 25 años de recorrido los medios de comunicación y las costumbres de consumo de información atravesaron una progresiva e inexorable transformación en el marco del avance creciente del contexto digital.

En todo ese tiempo los cambios en la actividad periodística y en el consumo de información fueron muy numerosos: algunos de estos son la ampliación de tareas para los periodistas, el crecimiento del consumo de noticias en formato digital y en redes sociales, las dificultades económicas de los medios y la adaptación de estos a los nuevos escenarios (los mayores exponentes dejaron de ser solo publicaciones informativas periódicas para transformarse en plataformas de información, consumo y entretenimiento). A su vez el celular se convirtió en el dispositivo principal de consumo de medios e información, y el tiempo de atención pasó a ser el mayor bien en disputa.

Muchos autores señalan que los cambios en los medios en todo ese tiempo pueden dividirse en varias etapas. La del optimismo inicial, la de la crisis económica posterior, la de la adaptación a las reglas impuestas por los gigantes tecnológicos y finalmente la de la desinformación y la desconfianza. Sin embargo, la pandemia, que aceleró el tiempo de muchos procesos de cambio; y la pospandemia, que trajo avances que parecían más lejanos, han marcado el inicio de una nueva etapa. Es aquella en la que la inteligencia artificial se suma a la actividad periodística y vuelve a determinar una transformación de importancia.

¿Cuáles son los mayores desafíos para los periodistas y los medios en esta etapa que comienza? ¿Qué tipo de periodismo será realizado por los periodistas (humanos) y que tenga un diferencial de calidad con el realizado por la inteligencia artificial? ¿Crecerá la relevancia del periodismo de investigación, el periodismo explicativo, el periodismo de soluciones, el periodismo social y la crónica de cercanía con las víctimas?

El objetivo de este trabajo es detallar el recorrido de análisis sobre el periodismo digital en el actual contexto, en el marco de la materia Informática y Periodismo Digital (comisión mañana) de la carrera de Periodismo de la Universidad Nacional de Avellaneda. A su vez el desarrollo intentará exponer y describir la experiencia práctica en el aula para producir contenidos periodísticos digitales con asistencia de inteligencia artificial (ChatGPT).

## 1-Introducción

La propuesta académica de la materia Informática y Periodismo Digital de la carrera de Periodismo de la Universidad Nacional de Avellaneda desde 2013 desarrolla una estrategia teórico-práctica. El planteo aborda el análisis de las mecánicas de producción y expansión de los medios digitales en Argentina y el mundo; y a su vez desde la práctica se lleva adelante una experimentación en el aula con el desarrollo de contenidos digitales innovadores

(en diferentes formatos) por parte de los estudiantes.

Para lograr esos objetivos (en la comisión mañana de la que soy el profesor) la clase se divide en dos partes: en la primera se desarrolla una exposición de autores y analistas sobre los medios digitales (según el programa de la materia), para facilitar el debate sobre las tendencias y costumbres en el consumo de noticias. Y luego, en la segunda, se aborda la etapa práctica: los estudiantes de manera grupal desarrollan blogs y contenidos digitales semanales. Ambas estrategias se desarrollan en el aula laboratorio de la universidad, espacio que hace posible el intercambio, el trabajo conjunto, el seguimiento y la corrección.

En 2020 con la irrupción de la pandemia, en el marco del desarrollo de las clases (a distancia) fue necesario sumar otros enfoques al recorrido de análisis de los medios de comunicación digitales, ya que en esos dos años (2020-2021) se aceleraron diversos procesos que ya estaban en marcha pero a menor velocidad.

A su vez, el escenario de pospandemia en el 2022 expuso un panorama aún más complejo para los medios de comunicación digitales (por nuevos cambios en los consumos informativos, las persistentes dificultades para generar ingresos y las exigencias de parte del público con relación a los contenidos). El regreso a la presencialidad plena en la mayoría de los ámbitos no significó retornar a las redacciones de la prepandemia; porque se inauguraron nuevas estrategias de trabajo en el periodismo (más remoto y con redacciones más desintegradas), y también se incorporó una herramienta verdaderamente disruptiva: la inteligencia artificial.

En el 2023 con la aparición del ChatFGPT y otros motores de inteligencia artificial gratuitos, los avances se hicieron accesibles para toda la comunidad, y fueron incorporados de manera inexorable por el periodismo profesional y a los medios de comunicación.

Todos estos nuevos aspectos se sumaron al planteo teórico de la materia, y el uso periodístico del ChatGPT se incorporó al recorrido práctico. Algunos de los puntos teóricos analizados y el abordaje práctico de la materia Informática y Periodismo Digital (UNDAV) en el actual contexto es lo que expondrá la ponencia que sigue a continuación.

## **2-Objetivos**

### **2.1 Objetivo principal**

-Exponer los principales puntos de análisis del periodismo digital y de los medios digitales en el actual contexto de transformación, que son abordados en la materia Informática y Periodismo Digital (comisión turno mañana) de la carrera Periodismo de la Universidad Nacional de Avellaneda

### **2.2 Objetivos secundarios**

-Puntualizar posibles cambios que la generalización de las nuevas herramientas (IA) puedan generar en la producción de noticias y medios: mecánicas de trabajo y áreas periodísticas a desarrollar en mayor medida por el periodismo profesional.

-Relevar aspectos de la experiencia teórico-práctica de la materia en el desarrollo grupal de contenidos digitales a partir de la utilización de herramientas de inteligencia artificial (ChatGPT).

## **3-Marco teórico**

La aparición de Internet fue un factor determinante de cambios progresivos de gran relevancia en todos los órdenes sociales, culturales y económicos. Con sus características propias, el periodismo y los medios de comunicación también siguieron un recorrido de grandes mutaciones desde 1995, año de inicio de los proyectos en la web desde Argentina. Pero desde ese momento inicial a la actualidad hay más de dos décadas y se pueden diferenciar varias

etapas de una evolución paulatina.

Para intentar describir las diferentes etapas de ese extenso trayecto, los investigadores de medios, Pablo J. Boczkowski y Eugenia Mitchelstein, plantearon una división de cuatro lapsos. Lo hicieron a partir de un recorrido histórico del periodismo digital en el contexto de los avances de la tecnología, y de los cambios empresariales y económicos en cada instancia (Boczkowski y Mitchelstein, 2020).

Las cuatro etapas son las siguientes:

**Primera etapa - Tiempo de optimismo: Internet y sus múltiples posibilidades.** La etapa del optimismo va entre mediados de los 90 y el año 2005. Fue el tiempo del lanzamiento e inicios de desarrollos en Internet y el del descubrimiento de todos los beneficios que brindaba para desarrollar la tarea periodística. Una computadora y una conexión ofrecían innumerables posibilidades de acceso, comunicación, publicación y distribución: y cualquier ciudadano con capital mínimo podía desarrollar un proyecto periodístico.

En Argentina, Internet apareció en 1995; y desde ese momento los principales diarios iniciaron sus versiones on line. En una primera instancia, copiaron e hicieron accesibles desde la web los contenidos publicados en el papel. Más tarde, comenzaron a presentar artículos especialmente desarrollados para la versión on line: primero con textos e imágenes (al igual que las versiones impresas) para luego sumar formatos específicos para la web que integraban videos, audios, gráficos dinámicos y más. En ese camino se implementaron cambios trascendentales en formatos, lógicas de trabajo y edición de temas (Di Domenica, 2018: 26).

En esa misma etapa se multiplicaron nuevos medios digitales: lejos de aquel costoso y engorroso proceso industrial que implicaba la impresión de diarios en papel, o la instalación de una emisora de radio o una emisora de TV; Internet facilitó y simplificó la posibilidad de lanzar y desarrollar una propuesta periodística digital con alcance global (Di Domenica, 2018: 27).

**Segunda etapa - El fin del negocio brillante: abundancia de medios e información gratuita, reducción de ingresos, calidad en baja.** A partir del 2006, comienza la etapa de la crisis económica. Pasado el ciclo del deslumbramiento por los avances que ofrecía la tecnología e Internet para hacer periodismo, empezó a ser una realidad la dificultad del plan de negocios de los medios en este nuevo escenario.

En éste período se observa la retracción económica de los medios ante la multiplicación de oferta informativa digital gratuita (se pasó de un escenario de medios de masas a masas de medios); y se perdieron dos ingresos centrales de las publicaciones en papel (precio de tapa y clasificados). A su vez la publicidad en Internet se hizo más barata, porque aumentó la competencia. Al cuadro se sumó la disminución de la calidad y profundidad de muchas publicaciones, en parte como consecuencia de la reducción de la plantilla de periodistas empleados (Ramonet, 2011: 45).

Así lo sintetizaba el periodista Gastón Roitberg en 2016: “El terremoto digital que comenzó a mediados de la última década del siglo XX tras el surgimiento de Internet y que se extiende hasta nuestros días con la revolución de las redes sociales y los dispositivos móviles, erosiona por partida doble y, de un plumazo, tanto la relevancia social como la sustentabilidad económica de la industria de los medios de comunicación” (Roitberg, 2015: 15)

**Tercera etapa - Los dueños de la atención: gigantes tecnológicos poderosos y medios con menos poder.** A partir de 2010, con la generalización de los celulares con acceso a Internet, sin teclado y con pantalla táctil (muy cómodos para el consumo de medios), al juego se suman como figuras centrales varios poderosos actores: Facebook (y otras redes sociales que siguieron) y Google (el mayor buscador de información del mundo). Esas dos empresas con agudas técnicas de vigilancia social comenzaron a ser el principal foco de atención de los usuarios y relegaron a los medios de comunicación a un segundo plano (la atención del público se convirtió en un valor más difícil de

conseguir). Entonces estos últimos para acceder al público tuvieron que acomodarse a las reglas de juego y nuevas narrativas impuestas por esos gigantes empresariales. Y a su vez se agravaron las condiciones económicas porque Facebook y Google se quedaron con gran parte de la publicidad que antes iba a los medios, por la capacidad de los primeros de segmentar la audiencia según los datos recolectados (Fontevicchia, 2018).

Las personas al llevar el celular a todas partes comenzaron a consumir contenidos periodísticos a toda hora del día y en cualquier lugar, en especial en los momentos ociosos que determina la vida urbana (un viaje en colectivo, la cola en el supermercado y otras). Consumos a mayor velocidad y adaptados a la circunstancia del lector, muy diferentes a los que se conocían hasta el inicio del siglo, cuando estos se desarrollaban en la casa y con una mayor cantidad de tiempo dedicada. Con el móvil con acceso a internet, la audiencia comenzó a tener un rol protagónico por consumir en mayor medida y a su vez también distribuir y producir (Mancini, 2011: 43).

Las grandes empresas multinacionales digitales (como Facebook, Google y otras) determinaron otras formas de acceso a la información a nivel mundial, con uso de algoritmos para exponer los contenidos según características del usuario que navega. Compañías que al conocer y obtener enorme cantidad de información sobre las personas, lograron quedarse con un gran porcentaje de la publicidad que antes iba a los medios de comunicación, situación que agravó los planes económicos de las empresas periodísticas (Fontevicchia, 2018).

Antes de Internet, los medios eran escasos y el tiempo abundante. Hoy el tiempo es escaso y los medios, muy abundantes. Todas las ofertas de información o entretenimiento compiten por los limitados minutos de atención de las personas (Mancini, 2011: 21).

**Cuarta etapa - Tiempo de desconfianza: lectura incidental, desinformación y vigilancia.** Como consecuencia del escenario anterior, a partir de 2016 se agregaron fenómenos nuevos: “el dominio de plataformas monopólicas como Facebook y Google y sus prácticas de ‘capitalismo de vigilancia’ causaron una serie de daños; desde la proliferación de información errónea hasta la violación de nuestra privacidad y el empobrecimiento de los medios (por la carrera para conseguir más clicks, que llevó al periodismo a la pérdida de parte de su credibilidad)”, señala un consultado en el texto de Boczkowski y Mitchelstein. Se agrega el avance de las suscripciones pagas para un grupo limitado de medios de mayor relevancia en cada país. (Boczkowski y Mitchelstein, 2020).

Se debe remarcar que frente al inmenso poder de llegada de Google y de las redes sociales, los medios se vieron obligados a intentar captar la atención de la gente a través de titulares más llamativos que generen la curiosidad del esquivo lector, mientras transita redes sociales (lectura incidental), plataformas o buscadores como Google o YouTube. Así surge la noción del “clickbait”, que es una estrategia de edición para lograr que el lector entre a la nota y al medio (Díaz de Quijano, 2019). La contracara de esa realidad fue la problemática de la desinformación, ya que el usuario en redes y buscadores consume comentarios y datos de fuentes diversas, no periodísticas en gran medida, y que pueden ofrecer aspectos no confirmados o chequeados, según las técnicas profesionales que utiliza el periodismo (Di Domenica, 2018).

#### **4-Trabajo y enfoque temático**

##### **¿Con el ChatGPT llegamos a la quinta etapa del periodismo digital?**

Luego de la pandemia, y con la llegada de la Inteligencia Artificial, ¿estamos ante una quinta etapa para el periodismo y los medios de comunicación? Es muy posible. Y el elemento nuevo es la generalización entre la gente y el uso periodístico de motores de IA como ChatGPT que facilitan tareas y que generan contenidos de manera automatizada.

¿Qué impacto tendrá la inteligencia artificial en el periodismo? “Hace 20 años que enseño periodismo digital y creo que nunca hubo un cambio tan abrupto como el que viene a traernos la inteligencia artificial generativa”, sostiene

el especialista colombiano en periodismo digital, Cristian Espinosa. Y así sigue su testimonio: “Lo principal es perderle el miedo y no sentir que viene a quitarnos el trabajo, sino usarla a nuestro favor” (Espinosa en Molina, 2023).

En sus dichos el especialista dejó expuestas las perspectivas y las dos alternativas posibles del periodismo con uso de inteligencia artificial: o reemplazan a los periodistas con un periodismo de muy baja calidad, o se suman al periodismo de los humanos para darle mayor profundidad y relevancia.

De manera similar opina el profesor español Ramón Salaverría: “No recuerdo un momento de transformación tan profunda, con un contexto donde emergen tecnologías capaces de generar texto, audio e imágenes”, analizó (Salaverría en cable Europress, 2023).

### **IA y periodismo: posibilidades y debilidades**

Con relación al motor de IA más popular en 2023, ChatGPT, es clave conocer sus características para delinear los puntos débiles que pueden presentar para la producción de contenidos periodísticos, y para así definir la relevancia del motor, como un elemento de ayuda o asistencia, pero no de reemplazo de los periodistas humanos.

¿Qué es el ChatGPT? Un sistema de inteligencia artificial, al que se le pueden realizar preguntas de todas las áreas del conocimiento humano, y obtener respuestas inmediatas y detalladas sobre la materia elegida, y de acuerdo a las características solicitadas (Di Domenica, 2023).

El mismo motor ChatGPT ofrece la siguiente autodescripción: “ChatGPT es un modelo de lenguaje desarrollado por OpenAI. Es un sistema de IA que ha sido entrenado con millones de conversaciones en texto para responder a preguntas y mantener conversaciones con personas de una manera coherente y natural”. (Di Domenica, 2023).

Y continúa: “ChatGPT es un ejemplo de un modelo Transformer basado en GPT-3 (Generative Pre-trained Transformer 3), que es uno de los modelos de lenguaje más grandes y avanzados en la actualidad. Con ChatGPT, los usuarios pueden interactuar con el modelo de IA a través de una interfaz de texto, como un chat o una aplicación de mensajería, y recibir respuestas en tiempo real a sus preguntas o conversaciones”

Es decir que en su propia descripción, el motor de inteligencia artificial habla de las posibilidades de diálogo y entrenamiento con los usuarios, pero omite hablar de las fuentes de información que utiliza para responder a esas preguntas. Y las fuentes son un punto clave para considerar confiables o no las respuestas que nos puedan ofrecer. Y a su vez son determinantes para comprender desde qué criterio se ofrecen. Si no están, hay una instancia a controlar por humanos sobre los contenidos periodísticos producidos de manera automática (Di Domenica, 2023).

A su vez el mismo motor acepta sus propias limitaciones frente a algunos temas. Ante la consulta remarca sus debilidades al sostener que sus respuestas pueden no ser precisas, en especial en temas de contextos complejos. Así lo señala:

“Es importante tener en cuenta que aunque ChatGPT ha sido entrenado en una amplia variedad de temas, no está garantizado que sus respuestas sean siempre precisas o actualizadas, especialmente en temas complejos o en constante evolución. Además, como modelo de IA, puede tener limitaciones en su capacidad para comprender contextos complejos o interpretar el tono y las emociones en una conversación. Por lo tanto, es importante verificar la información proporcionada por ChatGPT antes de tomar acciones basadas en ella” (Di Domenica, 2023)

Acerca de este punto se refirió el catedrático español Ramón Salaverría: “No es conveniente dar la espalda a la tecnología, pero una cosa es la rapidez y el volumen y otra la precisión”. El experto remarca que “uno de los grandes fallos” de esta tecnología de IA generativa es la “imprecisión absolutamente abrumadora de los datos” debido a que “bebe de un conjunto de datos donde se mezcla contenido real con contenido falso”(Salaverría en cable Europress, 2023).

## IA como asistente de periodistas

Tal como el mismo motor ChatGPT afirma, los contenidos creados por Inteligencia Artificial podrían carecer de precisión o de comprensión del contexto e incluso contener datos falsos. Aspectos que los hacen no publicables hasta la verificación por parte de un periodista humano: porque los motores pueden crear contenidos de manera muy veloz y eficaz, pero tienen que ser confirmados en su veracidad. Es decir que hasta la actualidad las tecnologías generativas de contenidos no estarían adaptadas para crear artículos y trabajar de manera independiente de los periodistas humanos.

Pero así como los motores de inteligencia artificial aún presentan la mencionada falencia, también pueden tener un rol central y muy efectivo como asistentes de los periodistas y para que se logren textos y notas de mayor relevancia en diversas áreas del periodismo. Algunas de estas son investigación, entrevistas de profundidad o periodismo de soluciones, entre otras.

A continuación algunas de las tareas en las que la IA podrá asistir a los periodistas, según los especialistas, y al margen de la generación de contenidos:

1-Analizar rápidamente grandes conjuntos de datos y documentos para extraer información relevante para investigación periodística, 2-verificación e identificación de noticias falsas, 3-análisis de grandes volúmenes de opiniones y comentarios en redes sociales y medios de comunicación, 4-personalización de contenido y recomendaciones según patrones de consumo de noticias, 5-traducción automática de textos entre diferentes idiomas, 6-planteo de preguntas y temas de discusión para entrevistas, 7-automatización de tareas rutinarias en el periodismo (clasificación y organización de la información, creación de titulares y generación de metadatos), 8-edición y revisión de textos para corregir errores gramaticales, de sintaxis o de estilo, y 9-predicción de tendencias y el análisis de datos en el ámbito periodístico (Laboratorio de Periodismo, 2023).

Gina Chua del medio digital norteamericano Semafor sostuvo en un encuentro internacional que el periodismo es, en última instancia, una industria de servicio público y, por lo tanto, debe centrarse en llevar a las personas información de utilidad de la mejor manera posible, y remarcó que eso es algo en lo que la IA puede ayudar: “Los modelos de lenguaje amplio nos permiten abrir nuestras mentes a un conjunto de cosas que antes no podíamos contemplar” (Adami, Suarez, Kahn, Leake, Bielhmann, 2023).

En el mismo encuentro, el experto en inteligencia artificial, Nicholas Diakopoulos, aseveró que usar herramientas como Bard o ChatGPT para tareas de sala de redacción de cara al público, “como escribir artículos, puede ser riesgoso, debido a las imprecisiones y alucinaciones que los modelos aún producen”. Sin embargo, también dijo que los periodistas “deberían usarlos con fines de investigación y análisis”,

Y concluyó con una idea clave: “Estas herramientas, explicó, deben usarse “menos como generadores de conocimiento y más como máquinas de lenguaje”” (Adami, Suarez, Kahn, Leake, Bielhmann, 2023).

**Otras características de ésta quinta etapa del periodismo:** Por supuesto la inteligencia artificial aplicada al periodismo sin duda marcará el fin de una etapa y el comienzo de otra. Sin embargo en el 2023 hay otras tendencias en el periodismo digital que plantean cambios y escenarios nuevos hacia adelante. El cierre de BuzzFeed News, el sitio norteamericano de periodismo que durante muchos años basó su éxito y llegada al público, por el tráfico que lograba desde redes sociales, se entiende como una nueva transformación. Según analistas, el cierre de ese medio norteamericano refleja el comienzo del fin de la relación desigual entre redes sociales y medios, y por la que éstos últimos cambiaron para adaptarse a las condiciones de las tecnológicas (algoritmos) (Ossorio Vega, 2023).

“Crecieron al calor de las redes sociales y llegaron a convertirse en reputadas marcas de noticias ‘serias’, pero los escándalos derivados de las noticias falsas llevaron a las mismas plataformas que los encumbraron a perjudicarles

hasta la desaparición”, explicaba el analista Miguel Angel Ossorio Vega.

A los pocos días del cierre de Buzfeed, Jonah Peretti, su fundador, planteaba otra tendencia y contracara de la causa del cierre. El periodista y ejecutivo vaticinó que la gente volverá pronto a informarse a través de los sitios de los medios de comunicación, porque las redes sociales se centralizarán en entretenimiento, y no en noticias (Laboratorio de Periodismo, 2023).

En ese nuevo contexto tendrán que encontrar audiencia los medios. La editora del sitio norteamericano Vox (que está a punto de cumplir 10 años), Melisa Bell, reflexionó en un encuentro sobre cómo distinguir su contenido explicativo, el género que adoptaron cuando se lanzaron en 2014: “Hay al menos dos cosas que podemos hacer. Podemos brindar a las personas un espacio amigable donde no se sientan inundadas por el ruido y podemos encontrar temas encubiertos como la crisis del agua en diferentes lugares, para que las personas entiendan y puedan crear soluciones para sus vidas y sus familias.” (Adami, Suarez, Kahn, Leake, Bielmann, 2023).

## **5-Periodismo Digital con Inteligencia Artificial (ChatGPT) en el aula**

En el inicio de 2023, y en el contexto de la generalización del motor de inteligencia artificial ChatGPT3, desde la materia Informática y Periodismo Digital de Periodismo UNDAV, se sumaron nuevos trabajos prácticos al recorrido de la materia para responder a esa nueva realidad. Los TP´s tenían como objetivo que los estudiantes reconozcan el avance, analicen su potencial, y a su vez desarrollen contenidos periodísticos con la asistencia de la herramienta.

“Es clave estar muy atento, y más pronto que tarde, aprender a recibir ayuda de ChatGPT o de otros motores del estilo. Tenemos que entender cómo podemos aprovechar la inteligencia artificial, y ponerla rápidamente a nuestro servicio”, se planteaba en uno de los textos presentados para analizar en el aula (Di Domenica, 2023).

Desde el inicio del recorrido de reconocimiento y estudio del motor de inteligencia artificial (ChatGPT) se informó a los estudiantes que en éstas nuevas prácticas las preguntas hacia la herramienta de IA son tan importantes como lo son en las entrevistas periodísticas: “Porque para poner a nuestro servicio a los motores de Inteligencia artificial tenemos que saber hacer buenas preguntas. Todas las que sean necesarias para responder a nuestra búsqueda y objetivos. También serán claves las órdenes que podamos dar. Para que estos motores hagan exactamente lo que necesitamos”, continuaba el mencionado texto (Di Domenica, 2023).

La idea es acercar y familiarizar a los estudiantes con la noción del Prompt: el nombre preciso que se utiliza para las directivas dirigidas a la IA. Un prompt es una construcción o un conjunto de palabras que tienen como objetivo central lograr las respuestas o la generación de contenidos de parte de un software de inteligencia artificial como ChatGPT u otros. Si se logran los prompts correctos, los resultados serán eficientes y efectivos. Y los motores estarán a nuestro servicio para facilitarnos las cosas (Di Domenica, 2023).

Luego del acercamiento a las características de la herramienta y a las estrategias de uso de la misma, se plantearon varios trabajos prácticos para poner en uso al ChatGPT con fines periodísticos desde el aula. El desarrollo de una nota temática sobre un tema no coyuntural y un informe sobre las principales ideas de un intelectual de fama mundial, junto con la presentación de las preguntas exactas utilizadas, fueron los dos primeros trabajos prácticos realizados, con la herramienta y que lograron resultados exitosos con relación a los objetivos planteados.

### **Estudiantes en el aula: desarrollar contenidos con ChatGPT**

Los estudiantes luego de desarrollar los mencionados trabajos prácticos expusieron sus apreciaciones sobre la experiencia de manera grupal, y las publicaron en el foro virtual de la materia. A continuación algunos de los puntos expuestos:

“Nos sentimos raros al utilizar ésta herramienta que no conocíamos. Sin embargo la experiencia fue buena. Porque

ofrece agilidad para el armado de los contenidos. Fue llamativo descubrir que es posible preguntar sobre cualquier tema, y el motor tardará solo unos pocos segundos para traer la respuesta. Además también es posible pedirle una ampliación explicativa si algún punto no se entiende. O se le puede pedir que resuma algo, si la respuesta resulta muy extensa”

“La mayor dificultad estuvo en determinar qué y cómo preguntar, ya que el orden de las palabras utilizadas y la extensión de las preguntas podían determinar diferentes respuestas. Sin embargo resultó divertida la búsqueda de esos “prompt” en el intercambio con el ChatGPT”

“La mayor falencia de las respuestas la encontramos en la redacción y en la falta de contexto en algunos temas. Si bien no es mala la redacción, el motor reitera el uso de algunas palabras, que no son propias de una redacción periodística en Argentina o de uso común de la gente local”

“Creemos y esperamos que la inteligencia artificial se convierta en un aliado dentro de las redacciones, para hacer posible un periodismo de mayor profundidad. Igualmente es difícil saber qué pasará en los próximos años con relación a estos avances y cómo mutará ésta nueva tecnología. Esperamos estar preparados para lo que venga”

“Nos resulta complejo encontrar ejes precisos para desarrollar las preguntas correctas o efectivas. Pero creemos que se trata de una cuestión de práctica. Todavía no conocemos la manera más eficaz para utilizar la herramienta. Sin embargo creemos que con el tiempo iremos asimilando su uso y le sacaremos el mayor provecho”

“Creemos que puede tener un impacto positivo a largo plazo en el periodismo, ya que permitiría que los periodistas dediquen mayor cantidad de tiempo a chequear información, investigar u opinar y así diferenciarse de lo que puede brindar la IA de manera automática”

“No es un detalle menor señalar que la inteligencia artificial con su inmensa capacidad para crear deepfakes o voice clonings, es posible que nos lleve hacia una oscura época de fake news”

“Es una herramienta muy reciente y aún es difícil determinar qué puede o no aportar a la sociedad. Igualmente creemos que será muy difícil que reemplace a los periodistas (humanos), debido a la imposibilidad del motor de IA de presentar una mirada crítica o un análisis desde el criterio de una persona, que posee emociones y vivencias. Además ChatGPT omite hablar de las fuentes de información que utiliza para responder a las preguntas que formulamos. Y las fuentes son un punto clave para considerar confiables o no las respuestas que nos puedan ofrecer. Y a su vez son determinantes para comprender desde qué perspectiva se ofrecen”

## **6-Conclusiones**

Tal como se planteó en el inicio del presente texto, en 2023 a la par de la generalización de los motores de inteligencia artificial, el periodismo digital ingresó de manera inexorable en una nueva etapa para el desarrollo y la producción de contenidos.

Han pasado más de 25 años desde la llegada de Internet a la Argentina. Aquel comienzo delineó una primera etapa de periodismo digital: instancia inicial que contaba con el optimismo de las posibilidades inmensas que ofrecía la tecnología y la red para producir, publicar o acercarse a las audiencias. Pero luego en las etapas posteriores se sucedieron una diversidad de hechos que generaron innumerables cambios, algunos positivos y otros negativos. En este nuevo escenario de la inteligencia artificial surgen reflexiones contradictorias sobre lo que viene. Porque ofrece posibilidades impactantes, pero a su vez genera dudas con relación a la posibilidad de la IA de reemplazar a muchos periodistas humanos; en especial a los de escritorio y que solo hacen curaduría de contenidos.

En ese punto se marcan los grandes interrogantes: ¿la inteligencia artificial para la generación de contenidos reemplazará el trabajo de muchos periodistas humanos? ¿O la inteligencia artificial será el nuevo y eficiente asistente

de los periodistas para lograr un periodismo más interesante y comprometido en una nueva dimensión de medios digitales?

En ambos casos nos encontraremos en algunos años con redacciones de medios de comunicación muy diferentes a las que conocimos hasta antes de la pandemia, y con menos periodistas humanos, y más trabajo desarrollado por la inteligencia artificial (solo un 15 por ciento de los periodistas de las redacciones serán personas en 2035 según un experto en medios<sup>1</sup>). Pero ese escenario no tiene que ser necesariamente negativo, ya que sin dudas permitirá que los periodistas humanos puedan dedicar más tiempo a trabajar en periodismo de investigación, crónicas de cercanía o en un periodismo de soluciones (este último para buscar salidas posibles a los diversos problemas que afronta la sociedad), y a su vez multiplicar la cantidad de medios, cada vez más segmentados o para responder a las necesidades de comunidades locales.

En todos los casos, la educación toda, y por supuesto las carreras de periodismo y comunicación, deberán adaptarse de manera veloz para preparar a los estudiantes para un mundo laboral del periodismo en el que la inteligencia artificial será parte central. Con ese objetivo se han desarrollado las nuevas propuestas prácticas de la materia Informática y Periodismo Digital de la carrera Periodismo de la Universidad Nacional de Avellaneda. Con la mirada puesta en ese mundo por venir y para que los egresados lo enfrenten con herramientas adecuadas y con la mente abierta hacia los cambios. Porque como señaló una estudiante en el contexto de uso del ChatGPT en el aula, estamos ante un gran desafío: “Y esperamos estar preparados para lo que venga”.

## 7-Bibliografía

-Adami, Marina; Suárez, Eduardo; Kahn, Gretel; Leake, Mathew; Biehlmann, Pricille (2023) International Journalism Festival 2023: what we learnt in Perugia about the future of news - Reuters Institute - Oxford - <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/international-journalism-festival-2023-what-we-learnt-perugia-about-future-news>

-Boczkowski, Pablo y Mitchelstein, Eugenia (2020) “Periodismo digital: entre la innovación y la crisis” – Publicado en Infobae el 3 de mayo 2020– Buenos Aires – Disponible en: <https://www.infobae.com/america/opinion/2020/05/03/periodismo-digital-entre-la-innovacion-y-la-crisis/>

-Díaz de Quijano, Fernando (2019) Si odias el ‘clickbait’ tienes que leer esto - En El Cultural del 8 de noviembre de 2019 - Madrid

-Di Domenica, Sebastián (2023) Tres reflexiones sobre ChatGPT, inteligencia artificial y periodismo – Blog Cronista con anteojos – Buenos Aires - <https://cronistaconanteojos.wordpress.com/2023/02/14/tres-reflexiones-sobre-chatgpt-inteligencia-artificial-y-periodismo/>

-Di Domenica, Sebastián (2023)- ¿Cómo prepararnos para el mundo laboral con Inteligencia Artificial? – Blog Cronista con anteojos – Buenos Aires -<https://cronistaconanteojos.wordpress.com/2023/03/27/como-prepararnos-para-el-mundo-laboral-con-inteligencia-artificial/>

-Di Domenica, Sebastián (2018) - Fake News: las falsas noticias y su impacto brutal en la política – En Perfil.com el 24 de octubre de 2018 – Buenos Aires

-Di Domenica, Sebastián (2018) - Periodismo de investigación en la era digital: medios innovadores, nuevas tecnologías de indagación y filtraciones de información secreta - Tesis de Maestría - Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP – SEDiC - La Plata

-Fontevicchia, Agustino (2018) - Google, Facebook y los falsos profetas de la libertad - En Perfil.com - 21 de marzo de 2018 - Buenos Aires

-Laboratorio de Periodismo (2023) En “Soy ChatGPT-4, así os puedo ayudar a los periodistas, y esto es lo que debéis aprender para sacar más provecho de mí” - Laboratorio de Periodismo - Mayo 2023 - Madrid -

-Laboratorio de Periodismo (2023) En “El fundador de BuzzFeed vaticina que la gente volverá a hacer uso de las portadas huyendo de las redes sociales” - Laboratorio de Periodismo - Mayo 2023 – Madrid <https://laboratoriodeperiodismo.org/el-fundador-de-buzzfeed-vaticina-que-la-gente-volvera-a-hacer-uso-de->

---

<sup>1</sup> Dato presentado en un hilo de Twitter por el profesor e investigador José A García Avilés - <https://twitter.com/jagaraviles/status/1645689708989624321?cxt=HHwWgsC9rcaE1dYtAAAA>

[las-portadas-huyendo-de-las-redes-sociales/](#)

-Mancini, Pablo (2011) Hackear al periodismo. Manual de laboratorio – La Crujía, Ediciones, Buenos Aires.

-Molina, India (2023) - La enseñanza de inteligencia artificial generativa llegó a las aulas universitarias – Laboratorio de Periodismo – Madrid

-Ossorio Vega, Miguel Angel (2023) - BuzzFeed, o la dificultad para equilibrar virales y noticias – MediaTics – Madrid

-Ramonet, Ignacio (2011) La explosión del Periodismo - Le Monde Diplomatique/Capital Intelectual - Buenos Aires

-Salaverría, Ramón (2023) En “Investigador de Iberifier prevé que los periodistas tendrán que “compatibilizar su trabajo con las IA” como ChatGPT”” - Europa Press - COPE – Madrid.

# El “mito” del periodismo independiente

Sebastián E. Ackerman  
sebasackerman@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

## Periodismo y política

La práctica periodística no es independiente de la organización social en la que está inserta: en tanto práctica, puede ser analizada con las herramientas que utilizamos para pensar otros aspectos de la sociedad. Este tipo de práctica, el periodismo, es parte *constitutiva* de la estructura social, y juega un papel concreto en ella, con un índice de eficacia específico en el proceso hegemónico por el cual se intentan definir sucesos y valores en relación a las significaciones sociales que circulan en la superficie discursiva.

Recuperaremos aquí algunos de los que, a nuestro entender, son hitos en este proceso porque trabajamos con la hipótesis que el proceso de profesionalización del periodismo fue una transformación de la práctica y la forma de presentarse que sin embargo no ubicó al periodista (o la empresa periodística) en un “limbo valorativo”; antes bien, ocultó esas valoraciones tras supuestos de ética profesional, rutinas técnicas y “necesidades del oficio”. Como destaca Horacio González en *Historia conjetural del periodismo*, algunas de las afirmaciones aquí realizadas son conjeturas sobre el sentido de procesos sociales específicos, sostenidas por datos fácticos. En nuestra lectura, ese período comienza a finales del siglo XIX, tiene sus primeras marcas de peso en las décadas del ´20 y ´30 del siglo pasado, encuentra su auge en la etapa post-peronista y sostiene ese “artificio retórico” casi sin traspies hasta el surgimiento de *Página/12*, en tanto el nuevo diario lo explicita a través de exponer las herramientas con las cuales supuestamente se “refleja” esa realidad (elección de fotografías, titulación, formas de construcción de la noticia escrita, etc.).

Es por eso que, en estas líneas, intentaremos dar cuenta de una serie en la que ciertos hitos del periodismo gráfico argentino se definen, en sus orígenes, por una línea política: *La Gazeta de Buenos Ayres* (1810), *La Nación* (1870), distintos diarios de izquierda (desde 1886 hasta 1894), *Crítica* (1913), *Clarín* (1945) y *La Opinión* (1970). La lista no es exhaustiva. Sin embargo, nosotros consideramos a estos ejemplos como una línea de periódicos que marcaron, de alguna manera, las formas de hacer periodismo en nuestro país.

Este proceso, en las últimas décadas, fue consolidando una forma específica: el borramiento de sus propias huellas de producción. Dicho de otro modo: hay enunciado, pero no enunciador. Representaciones sociales que en ese mismo movimiento niega al periodismo como práctica inserta en lo social, junto y en relación con otras (políticas, económicas, religiosas, familiares, etc.), para hacerla aparecer como “mirando desde fuera” todo el sistema de relaciones, el juego de movimientos de la vida social, para generar esa ilusión de “objetividad” y las demás ideas de sentido común respecto del periodismo y su “deber ser”.

Lo que organiza nuestra mirada sobre el periodismo vernáculo es una idea de trayectoria que tuvo el periodismo (gráfico, al menos) como un proceso en el cual *su profesionalización tuvo como resultado una idea de “objetividad”, “neutralidad” y “reflejo” que no tiene que ver con la práctica periodística en sí sino con una necesidad constituida al interior de esa profesionalización*. Un efecto necesario en este proceso es el borramiento del lugar de enunciación para producir el efecto de “objetividad” deseado.

A grandes rasgos, podemos definir a la etapa del “periodismo faccioso” como el momento en el que se producían las grandes disputas político-ideológicas que intentaban definir el rumbo del país, que intentaban consolidar una idea y un proyecto de nación que pensara de allí hacia el futuro *la manera en la que la nación debía funcionar*. Esta etapa tuvo su apogeo en el último tercio del siglo XIX y llegó hasta aproximadamente la finalización de la Primera Guerra Mundial.

En ese momento, creemos, operó en la práctica periodística una conversión que llevó a concebir al periodismo como una forma más de negocio, un reacomodamiento de objetivos por el que, además de intervenir en la arena social para definir valores, también cobró un gran peso la cuestión de la renta empresarial. Para ello hubo que transformar la práctica en sí: había que ampliar el universo de (potenciales) lectores, atraer publicidades y simular una cierta distancia de posiciones definidas –o, a lo sumo, adoptar una que intente representar a una gran mayoría.

### **El periodismo, un “mito”**

Para nosotros, este proceso de transformación de la práctica periodística opera a la manera en la que Roland Barthes describe cómo funciona un mito: en tanto “constituye un sistema de significación, un mensaje”, como forma (un sistema segundo en relación a la semiología), se produce un deslizamiento: su función no es esconder una verdad ni proferirla,

*El mito no oculta nada y no pregona nada: deforma; el mito no es ni una mentira ni una confesión: es una inflexión. (...) La elaboración de un segundo sistema semiológico permite al mito escapar al dilema: conminado a develar o a liquidar el concepto, lo que hace es naturalizarlo. Estamos en el principio mismo del mito: él transforma la historia en naturaleza. (Barthes, 2014: 222, 224)*

Así, al hacer aparecer como natural procesos de significación (siempre social), desarrolla un proceso que va de la despolitización a la comprobación:

*(...) el mito es un habla despolitizada. Naturalmente, es necesario entender política en el sentido profundo, como conjunto de relaciones humanas en su poder de construcción del mundo; sobre todo es necesario dar un valor activo al prefijo des: aquí representa un movimiento operatorio, actualiza sin cesar una defección. (...) El mito no niega las cosas, su función, por el contrario, es hablar de ellas; simplemente las purifica, las vuelve inocentes, las funda como naturaleza y eternidad, les confiere una claridad que no es la de la explicación, sino la de la comprobación. (Barthes, 2014: 238, 239)*

Ya no hay que comprobar la “objetividad” como valor periodístico; es un hecho a verificar en tanto el mito periodístico es convertido en naturaleza.

Es en este sentido que para nosotros el periodismo es una *forma mitológica*: naturaliza un momento histórico, borra los procesos que hicieron que se considere (en la actualidad) al periodismo como un “reflejo”, como “objetivo” y la necesidad de ser “independiente” para mantener su condición de “verdad”.

Para respaldar esta tesis proponemos un recorrido por distintos momentos de la prensa gráfica argentina, en los que plantearemos esta vinculación inherente con la política, ya sea directa y explícita (periodismo faccioso) o indirecta e implícita (periodismo “profesional”), en tanto el periodismo es concebido como la manera de continuar en la política por otros medios.

También sabemos que, en todo el período, hubo muchos ejemplos de periódicos (sobre todo partidarios) como forma de contacto entre los dirigentes y las masas, o como sistema de difusión de sus ideas y doctrinas. Pero no son el elemento central de nuestro trabajo.

## La Gazeta de Buenos Ayres

Es uno de los mejores oximorones históricos celebrar el día del periodista el 7 de junio, aniversario de la aparición de la *Gazeta de Buenos Ayres*, un jueves de 1810.<sup>1</sup> Según Carlos Ulanovsky, fue pensada por Mariano Moreno (en ese entonces secretario de la Primera Junta) como “órgano de difusión y defensa de los ideales revolucionarios e independentistas de Mayo” (Ulanovsky, 1997: 13).

Surgida entonces como órgano de difusión de la Primera Junta (un gobierno provisorio, y no carente de internas), en su primer número asegura:

*Una exacta noticia de los procedimientos de la Junta; una continuada comunicación pública de las medidas que acuerde para consolidar la grande obra que se ha principiado; una sincera y franca manifestación de los estorbos que se oponen al fin de su instalación y de los medios que adopta para allanarlos, son un deber en el Gobierno provisorio que ejerce, y un principio para que el Pueblo no resfríe en su confianza, o deba culparse a sí mismo si no auxilia con su energía y avisos a quienes nada pretenden sino sostener con dignidad los derechos del Rey y de la Patria, que se le han confiado.*

(...)

*Para el logro de tan justos deseos ha resuelto la Junta que salga a la luz un nuevo periódico semanal con el título de gaceta de Buenos Aires, el cual sin tocar los objetos que tan dignamente se desempeñan en el semanario de comercio, anuncie al público las noticias exteriores e interiores que deban mirarse con algún interés. (Moreno: 1998, 142, 143)*

Estaban dadas las condiciones para un surgimiento de este estilo: los procesos de independencia en América debían dar a conocer lo más ampliamente posible sus metas y sus logros, pero también debían poder legitimar su accionar.

*En ese sentido, el 11 de octubre de aquel año, el propio Mariano Moreno justifica el fusilamiento de Liniers, en el “Manifiesto de la Junta”:*

*¡Quién pudiera inspirar a los hombres el sentimiento de la verdad y de la moderación, o volver atrás el tiempo para prevenirlos a no precipitarse en los criminales proyectos con que se atraen la venganza de la justicia! Ellos no nos habrían puesto en los amargos conflictos que hemos sufrido.*

(...)

*Ya conocéis que hablamos de los delincuentes autores de la conspiración de Córdoba, cuya existencia no nos ha sido posible conservar.*

---

1 Para una interpretación histórico-política -que nosotros compartimos- de la elección de esta fecha como Día del Periodista por sobre otras posibilidades, véase el texto de Julio Moyano “Celebrando 200 años de periodismo nacional: modelos y símbolos en el origen de la prensa argentina”, publicado en la Revista de Ciencias Sociales nro. 91. “Recordar aquel 7 de junio de 1810 como símbolo fundacional del periodismo argentino es toda una decisión historiográfica, pues el Río de la Plata cuenta con periódicos impresos desde 1801, redactores que envían artículos a periódicos de España desde 1793, imprenta desde 1780, breves periódicos manuscritos o informaciones sueltas desde al menos 1759. Podría considerarse, como lo han fundamentado Mariluz Urquijo y César Díaz, a Manuel Belgrano como primer periodista rioplatense, por sus envíos sistemáticos a *El Comercio Mercantil de España y sus Indias*, o por su labor decisiva en el *Semanario de Agricultura, Industria y Comercio*, o en el *Correo de Comercio*. tal opción pondría en énfasis la trabajosa construcción de espacios de publicidad y sociabilidad en el último medio siglo colonial en el que nacieron los primeros periódicos.

Pero el eje de la decisión que opta por el 7 de junio está puesto en la ruptura fundamental que se predice en el Estado aquel 25 de mayo, y en la comprensión implícita de que una prensa cambia de naturaleza como consecuencia de tal ruptura.” (Moyano, 2015: 105, 106).

(...)

*Hemos concedido esta breve tregua al desahogo, para que en la calma y serenidad de un juicio libre y despejado, reconozcáis los urgentísimos motivos que han podido arrancar de nuestra moderación el fallo terrible, que una necesidad imperiosa hizo inevitable. (Moreno: 1998, 157, 158)*

Convocamos estas líneas para ejemplificar acerca de la función que cumplía el periodismo y la forma en que lo hacía: subordinada a objetivos políticos, *La Gazeta* no ocultaba el “nosotros” que observaba y contaba los hechos, *ni el tamiz que los filtraba*.

Jorge Rivera ubica a *La Gazeta* como uno de los elementos “iluministas” de los esfuerzos de los revolucionarios de Mayo, aunque este proceso, asegura, no va de la mano de la “profesionalización” de quienes lo impulsaban, ya que quienes participaban de la actividad periodística tenían su sustento en otras actividades:

*Vicente López y Planes es fundamentalmente abogado, funcionario y estadista; Fray Cayetano Rodríguez es pedagogo y bibliotecario; Esteban De Luca se especializa en la fabricación de armas; Juan Cruz Varela vive de sus tareas burocráticas, que le permiten escribir con cierto desahogo; Lafinur dicta clases en el Colegio de la Unión del Sur; Cavia, que es uno de los periodistas más conspicuos del momento, actúa también como burócrata y amanuense; Senillosa prospera más como ingeniero y matemático que como hombre de prensa, luego de la fallida tentativa de Los Amigos de la Patria, y cosas similares podemos apuntar a propósito de Manuel Alberti, Gregorio Funes, Pedro Agrelo, Bernardo Vélez, Antonio Valdez, etc. (Rivera, 1998: 10)*

## **Diarios de izquierda (fines siglo XIX)**

La tradición de la izquierda en nuestro país también nos sirve para ejemplificar que el mito del “periodismo objetivo” es una construcción moderna. En su libro *Marx en Argentina*<sup>2</sup> Horacio Tarcus da cuenta de varias de las experiencias de aquellas agrupaciones y partidos. Para nosotros, el trabajo de Tarcus resulta rico y fructífero, en tanto entendemos que tuvieron un papel preponderante y una circulación relativamente amplia en nuestro país, sobre todo en las grandes ciudades.

Es por ello que nos detendremos unos párrafos en estos ejemplos, que por previsibles que puedan resultar en la manera que sostienen nuestro punto de vista, no por ello pierden su valor histórico.

### **1. Vorwärts (1886-1901. Semanario)**

De la mano de la fundación del Verein Vorwärts, centro socialista de exiliados alemanes en Argentina, a principios de la década de 1880, también se discutió la necesidad de contar con un órgano de difusión de noticias que interesaran a los afiliados con una mirada propia, y que fuera -a la vez- una forma de difundir las ideas socialistas en estas pampas.

La inmensa mayoría de los artículos publicados estaba en alemán, excepto algunas notas que se consideraban de vital importancia, y se publicaban también en castellano. Esta publicación adopta “claramente la ideología socialista” recién en 1889, relegando en sus artículos los intereses específicos con la comunidad alemana en Argentina a un segundo plano. (Tarcus, 2013: 144, 145)

*Es visible el esfuerzo del periódico por brindar información, no sólo sobre la situación de los emigrados alemanes al país (...) sino también sobre la situación económica, social y política de la Argentina desde la perspectiva de los trabajadores. Aun cuando parte de la información*

---

2 Tarcus, Horacio (2013), *Marx en Argentina*. Siglo XXI, Buenos Aires.

*-especialmente la que proviene del interior del país- es remitida por corresponsales, hay un permanente esfuerzo por editorializar, por intervenir políticamente, cuestionando el atraso argentino, la corrupción, el caudillismo, las condiciones de inhumana explotación a que se veían sometidos los trabajadores. (Tarcus, 2013: 147) (el destacado es nuestro)*

## 2. La Vanguardia (1894-actualidad)

Su título completo era *La Vanguardia. Periódico Socialista Científico. Defensor de la clase trabajadora*. Tarcus señala que, a pesar de no llevar firma, la nota editorial del primer ejemplar fue redactada por Juan B. Justo.

*Este marxismo objetivista/legalista se articulará en el pensamiento de Justo y en el proyecto de La Vanguardia con una concepción de la acción política del proletariado.*

(...)

*La política de traducciones de La Vanguardia es sumamente intensa y da una idea de la regularidad de los vínculos con la prensa socialista internacional. Los artículos de doctrina ocupan en la prensa socialista el espacio que el "folletín" ocupa en la gran prensa nacional. (Tarcus, 2013: 315, 326)*

Vale la pena resaltar que *La Vanguardia*, en tanto órgano de difusión del Partido Socialista, sigue apareciendo en la actualidad, de la misma manera: como difusor de las posturas del PS respecto de la actualidad, tanto nacional como internacional.

## La Nación

Hijo directo del periódico *La Nación Argentina*, el hoy tradicional matutino apareció el 4 de enero de 1870, y salía "todos los días menos los lunes" (año I, número I). Pensado por su fundador Bartolomé Mitre como una contribución a la organización nacional, el propio Mitre afirmó que "*La Nación Argentina* fue una lucha. *La Nación* será una propaganda" (Ulanovsky, 1997: 19); es decir, difundirá las ideas y principios nacionales e institucionales que respondan al sector que representa. Su mismo lema lo indica: "*La Nación* será tribuna de doctrina": interpretaba la historia reciente del nuevo Estado argentino a la luz de los intereses de una clase o fracción de clase nacional, y señalaba desde sus páginas los mojones a establecer para la gobernabilidad y desarrollo de la nación para los años que seguían.

Dirigido por José María Gutiérrez durante la presidencia de Bartolomé Mitre, *La Nación Argentina* era un órgano del gobierno que se dedicaba a defender al entonces presidente y ensalzarlo en su labor. Pero una vez terminado el período presidencial, el cambio era necesario: debía "volver al llano", como Mitre. En el momento de su aparición, las disputas facciosas eran moneda corriente, y la ocupación de los puestos de poder político el resultado de esos enfrentamientos. De hecho, las diversas actividades que desarrollaba Mitre (política, militar, periodística) eran, según Sidicaro, una demostración de que las fronteras entre ellas eran muy permeables.

*Un diario, un partido y cierta disponibilidad militar configuraban la ecuación óptima, usual y casi ineludible, para aspirar con probabilidades de éxito al control de los centros de decisión política o a influir sobre ellos. Pero aquel primer editorial anunciaba una innovación importante. La nueva hoja impresa formato "sábana" no quería ser un "puesto de combate", aspiraba a situar su mirada por encima de los enfrentamientos. (Sidicaro, 1993: 13)*

El objetivo de la fundación del diario, a través de su primer editorial, era planteado en términos de construir un lugar político (el de cierta fracción de los sectores dominantes, a los que el diario les estaba destinado) pero alejado, o por lo menos a distancia, de una posición partidaria. Para ello, intentaba definir (y en el mismo movimiento conformar) una opinión pública sobre una definición de lo que un argentino *debía ser*, para luego desde ese deber ser poder definir lo que *debía hacer* desde los espacios de gobierno. Este paso es, según Sidicaro, el traspaso

del lugar de enunciación desde el gobierno (*La Nación Argentina*) a la sociedad (*La Nación*). Pero a pesar de su intención inicial, la publicación no pudo alejarse de las disputas políticas partidarias, aún cuando se desarrollaran al interior de los sectores dominantes. Esto puede sostenerse sobre las cinco clausuras que sufrió el diario entre su fundación y 1901.

Esta visión del periodismo como herramienta política puede leerse también en la anécdota que recuerda el historiador argentino: el acento en el carácter político por sobre el comercial que Mitre le atribuía a *La Nación* (del que era el único propietario desde 1879, cuando compró todas las acciones del diario) está implícito en su respuesta al administrador del diario, Enrique de Vedia, ante la preocupación que éste mostró cuando le comunicó que los suscriptores del matutino se borraban de manera “alarmante”. “Mitre le contestó: ‘Cuando haya renunciado el último imprenta dos, uno para usted y otro para mí’” (Sidicaro, 1993: 16, 17).

## Crítica

Tal vez, uno de los primeros diarios que atravesó este proceso de profesionalización (de “faccioso” a “objetivo”) sea *Crítica*, el periódico fundado por Natalio Botana en 1913. Desde su aparición hasta que dejó de editarse en 1963, sufrió cambios de posición política, de forma de realizar la práctica periodística, de estructura de negocios, una clausura y una reapertura. Más allá de la autopresentación que realiza en sus orígenes como “impersonal e independiente”,<sup>3</sup> Sylvia Saítta recupera, como ejemplo del intento de incidir en la política nacional, un artículo publicado el 28 de abril de 1915, “Proponemos una solución: el voto no debe ser secreto”:

*Para Crítica, el voto secreto, esta “siniestra amenaza que todos contemplamos en perspectiva, salida al sol de un miserable cuarto oscuro” que quiso combatir la venalidad o el fraude por dinero, introduce un mal peor: la traición, “que es eso sencillamente lo que representa el vender el voto que dará al que no lo pagó”. Ante la posible “traición” del votante y, sobre todo, ante su inmensa libertad de acción, Crítica exige la reforma de la ley electoral de 1912 que, con el mantenimiento del voto secreto, “injuria” a la república al tornar posible el triunfo de radicales y socialistas. (Saítta, 2013: 44, 45)*

Sin embargo, esa línea editorial explícitamente conservadora y antirradical fue cambiada a principios de la década del '20, en un momento en el que el diario no lograba despegar: frente a la tirada de *La Razón* de unos 90.000 ejemplares diarios, el de Botana rozaba los 20.000. Este viraje es el primer paso hacia un proceso de profesionalización, que implica la necesidad de mayores ventas y publicidad para poder solventarse. Es el abandono de una “voz parcial” para asumir la “voz total”, de la representación de una facción a la representación del “todo”.<sup>4</sup> Además,

*Antes de nosotros, todas las actividades tenían, quizás, “su diario”: los partidos políticos, las entidades comerciales, la industria; el pueblo, las clases modestas, no tenían ninguno. Crítica es el primer gran diario argentino dedicado al pueblo. (...) Crítica es el primer gran diario liberal de nuestro país (...) El periodismo que se hace en Crítica es absolutamente distinto del que cultivan los demás diarios. (Saítta, 2013: 72)*

Este editorial, aparecido el 15 de setiembre de 1924, es la actualización de la forma de hacer periodismo que practica: de fracciones políticas al “pueblo”, con la forma de “diario liberal”. El proceso de transformación de los diarios se va consolidando: poco a poco, los diarios facciosos van dejando de imprimirse o pierden injerencia en la vida social.

## Clarín

Fundado por Roberto Noble, apareció por primera vez el 28 de agosto de 1945. La explicación que le da Julio

3 Ese era el lema del diario al momento de su aparición.

4 Curioso gesto que se sigue repitiendo: el todo del “pueblo” (como ahora es “la gente”) excluye a ciertos elementos. Es una especie de todo-no-totalizado, que necesita de esa exclusión para constituir su identidad.

Ramos a este surgimiento es que después de atravesar la “Década Infame” (1930-1943) como diputado nacional y ministro de gobierno en la provincia de Buenos Aires en la gobernación de Manuel Fresco, y obligado a renunciar por el entonces presidente Roberto Ortiz en 1939, su desprestigio no le permitía seguir operando en el terreno de la política partidaria, por lo que su única opción para intentar influir en los destinos de la Argentina era fundar un diario (Ramos, 1993).

El intento de señalar la “vía correcta del desarrollo argentino” desde las páginas de su diario permitieron a Noble definir la orientación política de su medio, pensado originalmente según los autores citados (antes de convertirse en un gran negocio al absorber los avisos clasificados por la clausura y expropiación de *La Prensa* en 1951) para influir en la vida política vernácula. En ese sentido, González dice que

*Los editoriales de Roberto Noble son una catequesis continua. Como economista de un desarrollismo liberal, apenas abriendo una ligera excepción para ciertos casos específicos de tolerancia a la inflación, pero siempre con niveles de ajuste en el gasto público, avizora en la irresolución de la cuestión del peronismo una próxima acción militar que podrá detener algunos de los adelantos que se adjudica él en gran parte; esos niveles de autonomía energética y cierta estabilidad monetaria que se había logrado. (González, 2013: 263)*

Los años desde su surgimiento hasta el derrocamiento del presidente Juan Domingo Perón el 16 de setiembre de 1955 por el golpe de Estado del general de división Eduardo Lonardi, autodenominado “Revolución Libertadora”, *Clarín* los aprovechó para consolidarse como empresa sosteniendo una relación ambigua con el gobierno que le permitió, de manera directa (con el cierre de *La Prensa*) o indirecta (siendo una buena opción para publicar pauta publicitaria sin asociarse directamente ni con el peronismo ni con el antiperonismo), crecer desde lo económico. Ramos sostiene que

*De sus diez primeros años, desde 1945 a 1955, el diario debió permanecer nueve con bajo perfil político por el cierre de libertades que impuso el peronismo. No podía hacer juego político, que era lo que verdaderamente le interesaba y entusiasmaba a Noble, pero sí crecía económicamente como empresa aunque fuera algo que para él resultara secundario en el momento de fundarlo. (Ramos, 1993: 83)*

Ese rasgo de independencia partidaria (pero, como vimos, no política o ideológica) es lo que resalta el primer editorial del diario, al asegurar que

*Clarín está ya en la calle. (...) Aspiramos, así a marcar la iniciación de una época de periodismo ágil, informativo e ilustrado, pero igualmente atento a reflejar, con honda sensibilidad argentina, las inquietudes, las necesidades y los anhelos más entrañables de nuestro pueblo. Este es el propósito de CLARÍN, y lo cumplirá sin las deformaciones, omisiones y cortapisas que con frecuencia desvirtúan la elevada misión de la prensa, aquí y en todas partes. Para nosotros, el periodismo es una alta función pública. Sólo nos debemos, pues, al país y a la verdad. (...) Nec temere nec timere. Nada tenemos, nada nos intimida. La vieja divisa de los cruzados inspirará nuestra conducta y hará inquebrantable la línea de decoro y dignidad profesional que hemos de mantener. (Clarín, año 1 número 1)*

Esa modernización implica consolidarse como emprendimiento empresarial en el mercado periodístico capitalino (en sus comienzos, Noble renunció a competir con los grandes diarios en el interior) saliendo antes a la calle, pero además tocando temas que otros diarios, como *La Nación* y *La Prensa*, no trataban por considerarlos menores, como los deportes y los espectáculos (Ulanovsky, 1997; Ramos, 1993; González, 2013). De esta manera, podemos considerar que *Clarín* tenía un interés político pero no partidario (el periodismo faccioso era parte del pasado), que buscaba incidir en la política nacional pero desde una consolidación empresarial.

## Noticias

Esta breve experiencia periodística que encabezó Rodolfo Walsh se propuso para interpelar a un público más vasto que aquel que sólo buscaba las respuestas que daban las organizaciones peronistas para cada acontecimiento social –e incluso, para cada hecho de la historia nacional. Por supuesto, fue una experiencia explícitamente política, pero sus ambiciones de masividad hicieron que adoptara algunos de los criterios de la profesionalización de la práctica: borramiento del enunciador, corrimiento del punto de vista político/ideológico, mayor amplitud de la imagen del lector, entre otras adaptaciones.

Así lo recuerda Eduardo Jozami:

*Para llegar a un público más amplio tenía que ofrecer mucha información, estar bien hecho y registrar los acontecimientos con una visión que excediera la mirada de las agrupaciones de la Juventud Peronista. Este fue el punto de vista del excelente grupo de periodistas de Montoneros y FAR -Miguel Bonasso, Horacio Verbitsky, Rodolfo Walsh, Juan Gelman y Paco Urondo- que se hizo cargo de la edición del diario.*

*(...) Noticias tenía una presentación gráfica comparable a la del resto de la prensa comercial, aunque debía afrontar serias dificultades para salir a la calle, estaba bien escrito y, pese a que no podía considerársele un periódico independiente, su convocatoria e influencia excedían las de una publicación partidaria. (Jozami, 2011: 232)*

Muchos de quienes participaron de esta experiencia luego formaron parte de la redacción de *Página/12*. Creemos que vale recordar esta experiencia porque varios de estos mismos periodistas luego llevaron adelante el ejercicio de la profesión con marcas del “estilo Walsh”: datos precisos, investigaciones previas, interpretaciones contextualizadas.

## La Opinión

Apareció el 4 de mayo de 1971. “Se inaugura la era del diario selectivo, que no intenta ocuparse de todos los temas superficialmente, sino de los fundamentales en profundidad, que no se desespera por combatir en todos los frentes con la radio, la televisión y las revistas”, se publicitaba en otros diarios en los días previos a su lanzamiento (Ulanovsky, 1997: 208).

Mochkofsky recuerda que de las discusiones de quiénes integrarían el diario, la gran mayoría tenía militancia política activa o simpatías explícitas por algún partido o agrupación.

*Casi todos los candidatos a integrar La Opinión eran militantes peronistas o de izquierda, tenían relaciones estrechas con estos militantes o, cuanto menos, simpatizaban con ellos. Los periodistas sin compromiso político eran escasos y resultaban sospechosos: no se concebía que, en una época de proyectos colectivos y revulsión política, un periodista no adhiriera a ningún bando. Verbitsky militaba en las FAP, las Fuerzas Armadas Peronistas, que luego, como él mismo en 1972, desembocarían en Montoneros (...). Los Algañaraz depositaban sus simpatías en la izquierda peronista. Luis Guagnini venía del trotskismo y se acercaba a Montoneros. Osvaldo Tcherkaski, a quien Timerman había hecho renunciar a la secretaría de redacción de Siete Días, había militado en la Juventud Comunista y luego en el Partido Comunista Revolucionario. (Mochkofsky, 2003; 153)*

La apuesta de Timerman era a crear un diario influyente, que llegara a un amplio pero selecto grupo de lectores que estuvieran más interesados en el análisis de hechos que consideraran trascendentes más que en la cantidad de noticias publicadas. En ese sentido, con una redacción de periodistas politizados buscaba “marcar tendencia” en las definiciones políticas de la lectura de la realidad.

El emprendimiento empresarial como negocio parecía viable, el emprendimiento periodístico para influir políticamente en una sociedad convulsionada también. Entonces, tanto desde la dirección del diario como desde la

redacción, las ideas políticas estaban claras y se explicitaban, aún cuando no coincidieran. Se buscaba ser parte de los centros de poder políticos (de toma de decisiones) sin ser parte de la política. Y la mejor manera que encontraron fue, nuevamente, el periodismo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Barthes, Roland (2014), *Mitologías*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- González, Horacio (2013), *Historia conjetural del periodismo*. Colihue, Buenos Aires.
- Jozami, Eduardo (2011), *Rodolfo Walsh, la palabra y la acción*, Editora 12, Buenos Aires.
- Mochkofsky, Graciela (2003), *Timerman, el periodista que quiso ser parte del poder (1923-1999)*. Editorial Sudamericana, Buenos Aires.
- Moreno, Mariano (1998), *Representación de los hacendados y otros escritos*. Emecé, Buenos Aires.
- Moyano, Julio (2016), "Celebrando 200 años de periodismo nacional: modelos y símbolos en el origen de la prensa argentina" en *Ciencias Sociales 91: Otro bicentenario*.
- Ramos, Julio (1993), *Los cerrojos a la prensa*. Editorial Amfin, Buenos Aires.
- Rivera, Jorge (1998), *El escritor y la industria cultural*. Atuel, Buenos Aires.
- Sáitta, Sylvia (2013), *Regueros de tinta*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- Tarcus, Horacio (2013), *Marx en Argentina*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- Ulanovsky, Carlos (1997), *Parent las rotativas. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. Espasa, Buenos Aires.

# Medios de comunicación, periodismo y capitalismo en la Argentina hoy. Nuevos medios, viejos problemas

Rodolfo Gómez

rodolfo@clacso.edu.ar / rgomezmassa@gmail.com

**FSOC-UBA, FCECS-USAL, CLACSO**

## Introducción

Intentaremos observar en este trabajo la evolución que se plantea en el campo periodístico argentino en su vínculo con el subsistema de medios masivos de comunicación y en el marco de los cambios sucedidos en la sociedad capitalista argentina. Partimos para dicho análisis de una función primordial que entendemos ha desempeñado históricamente el campo periodístico en su relación con el desarrollo de los medios masivos de comunicación en el país.

Esa función, que se fue constituyendo a medida que se consolidó el Estado nacional capitalista argentino, con posterioridad a la imposición de un orden a través del uso de la violencia –la llamada “campaña del desierto”– supuso la búsqueda por parte de las clases dominantes nacionales de integrar por vías comunicacionales –léase hegemónicas– a las masas criollas de trabajadoras/es e inmigrantes en esta “nueva” sociedad. Si en un primer momento este intento de integración implicó la difusión de un discurso ideológico “de nación” republicano (presente en medios como “La Nación” o “La Prensa”) que planteaba la unificación nacional, en un segundo momento esta función integradora cobró la forma más moderna de un periodismo “objetivo” de difusión de noticias que buscaban reforzar las normas y valores vigentes; aquello que los funcionalistas estadounidenses, principalmente Lazarsfeld,

Merton o Klapper, llamaron función de “compulsión de normas sociales” o de “control social”. Función que se fue ampliando a medida que se fueron constituyendo los diferentes públicos populares, dando lugar a la aparición de la prensa “amarilla” en Argentina, por ejemplo, el diario “Crítica” de 1913.

Es, a nuestro entender, la vigencia de esta función integradora “de las masas” cumplida por el campo periodístico, la que permite explicar la configuración de un subsistema de medios masivos y de una industria cultural en el país en el marco del desarrollo de una sociedad capitalista argentina. En un trabajo pionero de 1974, titulado “Neocapitalismo y comunicación de masas”, Heriberto Muraro dio cuenta de estas funciones desplegadas por los medios masivos de comunicación enmarcadas en la configuración de un tipo de capitalismo como el nuestro, de características monopolistas, imperialistas y dependientes.

De modo similar, nosotros intentaremos aquí observar cambios que se fueron suscitando en el campo periodístico, en vinculación con el subsistema de medios masivos de comunicación y en el marco de la sociedad capitalista nacional; en un período de tiempo que va desde la época de la última dictadura hasta la posdictadura, pasando por hechos como la crisis del 19 y 20 de diciembre de 2001 y el conflicto con “el campo” de 2008, hasta la actualidad. La hipótesis con la que trabajaremos, es que los cambios en el campo periodístico, no pueden entenderse por fuera del funcionamiento del subsistema de medios masivos y de la evolución del capitalismo.

Campo periodístico, subsistema de medios masivos de comunicación y capitalismo durante la última dictadura militar argentina

La instalación entre 1976 y 1983 de una dictadura cívico militar en Argentina tuvo mucho que ver con la necesidad de reproducción y cambios a ser promovidos en esa sociedad capitalista. La imposición de una férrea censura sobre los medios masivos de comunicación, pero también el despliegue de toda una serie de políticas culturales hegemónicas, implicó por parte de la última dictadura argentina el intento de clausura de la disidencia al interior del campo periodístico y del subsistema de medios masivos que, sin embargo, no presentó modificaciones sustanciales respecto de la forma anteriormente asumida por ese campo y por ese subsistema, salvo en lo que refiere al crecimiento notable del consumo de radio y televisión. En lo referido a los contenidos, géneros y formatos, encontramos una línea de continuidad respecto de décadas previas, mucho más en radio y televisión, y en lo que a las funciones prevalecientes en el subsistema de medios masivos dominantes –porque sí hay variaciones notables en lo que serían las esferas públicas alternativas<sup>1</sup>– que siguieron siendo las funciones de integración y control social, a las que habría que sumar la de entretenimiento.

Esta continuidad se debe precisamente a la verificación del ejercicio de las funciones mencionadas que, durante el período previo a la última dictadura, tanto el campo periodístico como el subsistema de medios masivos de comunicación, llevaron adelante; más allá del escaso éxito que tuvieron por entonces en contener el conflicto social y recomponer la hegemonía dominante. Es precisamente por esto que la dictadura, más allá de la imposición de la censura y de las políticas culturales que llevó adelante, comprendió que para cambiar las relaciones de fuerza existentes y salir de la situación de “empate” clasista lo que debía precisamente modificarse era la estructura de funcionamiento de la sociedad capitalista argentina en su conjunto. Cuestión que fue de la mano de una situación internacional favorable a ello, ya que por ese entonces en los países desarrollados se verificaba el proceso de crisis del Estado benefactor y se iniciaba la transición a lo que sería la “forma” neoconservadora y neoliberal del capitalismo.

Si en Europa o los Estados Unidos, estos procesos se llevaron adelante en el marco de regímenes políticos democráticos, esto no fue así en América Latina, donde el proceso “transicional” capitalista fue llevado a cabo por regímenes políticos dictatoriales. Eso fue posible por supuesto, por la férrea represión ejercida por el régimen dictatorial, pero esa sola característica no explica por qué también la dictadura llevó adelante todo un conjunto de políticas comunicacionales y culturales, que son las que permiten que hoy hablemos de una dictadura cívico-militar, tal como describen –entre otras y otros– Risler (2018), Schenquer (2022) y también Margiolakis (2016).

En efecto, si en su crítica a las teorías “vulgares” de la manipulación, planteaba tempranamente Muraro (1974) que la incidencia de los medios masivos de comunicación se daba sobre ciertos sectores sociales “medios”, proclives al consumo de ese tipo de mensajes, y no sobre el conjunto de la población, lo que le permitió explicar por qué triunfó Perón en las elecciones de 1973 con el conjunto de los medios masivos de comunicación en contra; esto mismo fue lo que llevó a la dictadura a buscar promover un profundo cambio, que fue el que posibilitó –finalmente– que los medios masivos de comunicación tuvieran incidencia como mecanismos de “control” –o aparatos ideológicos del Estado capitalista– sobre algunos sectores sociales que ahora se volverían determinantes sobre el conjunto de la sociedad capitalista emergente.

El trabajo llevado adelante por el sociólogo Adrián Piva (2020), que da cuenta de las transformaciones de la estruc-

---

1 Tomamos el concepto de esfera pública “alternativa” o “autónoma” de John Keane (1993). Para este autor, estas esferas públicas se distinguen de aquella esfera pública “oficial” constituida por medios masivos de comunicación determinados por el subsistema económico (comerciales) o por el subsistema político (estatal). Estas esferas públicas alternativas, que se habían desarrollado de modo notable entre las décadas del sesenta y setenta en Argentina, fueron reprimidas durante la última dictadura, aunque algunas de estas se mantuvieron circulando de manera subterránea, como explica Margiolakis (2016).

tura de clases y de la estratificación de la sociedad capitalista nacional entre 1947 y 2019, a partir de la consideración la articulación de datos provenientes de los censos nacionales, los censos económicos y la evolución de la EPH, es ejemplificador del proyecto de transformación “total” que llevó adelante la última dictadura cívico militar. Concluye allí Piva que durante el período de esta última dictadura se produce una profunda transformación de la relación de fuerzas entre las clases sociales, donde se observa una disminución de la clase obrera industrial y una ruptura de su identidad de clase, a partir del crecimiento del cuentapropismo y del impulso del sector servicios, una reducción y concentración de las clases dominantes, un crecimiento de los sectores medios y una fuerte suba de la desocupación.<sup>2</sup>

Fueron estas transformaciones estructurales, que llevó adelante la última dictadura, las que determinaron un cambio en las relaciones de fuerza económicas, sociales, políticas, culturales y comunicacionales; con el fin – explicitado por el propio régimen de facto – de terminar con la Argentina populista y con cualquier posibilidad de cuestionamiento al capitalismo. La reconversión capitalista llevada a cabo y una política represiva que tuvo como principal blanco a las clases trabajadoras y populares, cumplió con ese objetivo explícito en el marco del consenso represivo dictatorial con los grupos políticos armados, lo que se plasmó en la campaña “Ganar la guerra”, desplegada desde diferentes medios de comunicación en una primera fase que fue entre 1976 y 1977. Sin embargo, ese consenso dictatorial fue resquebrajándose a medida que se concretaba el triunfo de la “guerra” contra las organizaciones políticas armadas, política cultural desplegada en el marco de la organización del Mundial de Fútbol de 1978 mediante, y se iniciaba una segunda fase comunicacional a partir del despliegue de la campaña “Ganar la paz” entre 1978 y 1979 (Risler, 2018).

Pero si fue desde lo económico que comenzó a observarse la pérdida de consenso de la última dictadura, tanto entre las clases dominante como entre las clases populares, lo cierto es que la pérdida de consenso, tal como relata Marina Franco (2019) en su libro, comenzó a introducirse en los medios masivos de comunicación controlados por la censura en el marco de la disputa por los derechos humanos y frente a lo que se entendían eran “excesos” represivos.

Esto marca dos cuestiones relativas a lo que signará el funcionamiento de los medios masivos de comunicación y del campo periodístico a partir de aquí. La primera de ellas supone que por más política editorial que se tenga, los medios masivos no pueden dejar de difundir y abordar hechos que comienzan a resultar innegables para una opinión pública que se va configurando como mayoritaria; la segunda considera que los medios masivos adoptan la forma de “equilibrador” social entre los subsistemas económico y político, en pos de la reproducción de la sociedad capitalista en su conjunto. La democracia, en términos capitalistas, resulta en ese sentido, una forma política que sin dudas resulta mucho más funcional para la resolución de conflictos que una forma política de facto; pero para que esto sea posible en términos capitalistas, como indicamos, la última dictadura tuvo que transformar drásticamente la estructura social anterior a 1976.

Campo periodístico, subsistema de medios masivos de comunicación y capitalismo en la posdictadura

Como intentamos describir en el apartado anterior, además de sus características represivas, la última dictadura buscó hacer emerger nuevas relaciones económicas, sociales, políticas, culturales y comunicacionales; que permitieran consolidar un nuevo patrón de acumulación capitalista para reemplazar el anterior, de características populistas, que había tenido vigencia hasta 1975. Estas nuevas relaciones de fuerza implicaron la unificación de las clases dominantes, la disgregación de las clases trabajadoras y populares, el crecimiento de los sectores medios y del cuentapropismo, como así de la desocupación; lo que en términos ideológicos supone el quiebre de la identidad hasta entonces consolidada del “trabajador peronista”, como bien supieron relevar investigaciones desarrolladas

<sup>2</sup> *Conciertassalvedades en lo que respecta a la teoría de Piva, también encontramos datos coincidentes en lo que refiere a los cambios en la estructura social en el trabajo de Dalle (2016).*

durante los ochenta y noventa de Pozzi y Schneider (1995) y Svampa (2000). Un punto de importancia, ya que, si seguimos el análisis clásico de Hoggart (2013) sobre la fragmentación identitaria de la clase obrera inglesa, podemos inferir en el mismo sentido que es dicha fragmentación identitaria la que permite la incidencia de los mensajes emitidos por los medios masivos y por la industria cultural, en el mismo sentido que lo planteado por Muraro en 1974.

Dos textos nos permiten complementar nuestro argumento. En primer lugar, uno de Sebreli (2003) donde este autor analiza las características de disponibilidad ideológica de dichos sectores medios, configurada por su referencia a valores abstractos (como “la república” o “la moral”) que se contraponen a los valores concretos –signados por el interés– que encontramos en las clases dominantes y las clases trabajadoras y populares. En segundo lugar, uno de Ezequiel Adamovsky (2021) que analiza la configuración por parte de las clases dominantes capitalistas de una “identidad de clase media” construida para aproximar dicha identidad a los intereses capitalistas dominantes y distanciarla de los intereses de las clases trabajadoras y populares.

Es esta “identidad de clase media”, que no es –como sostuvo el propio Alfonsín– ni de derecha ni de izquierda, la que emerge como discursividad dominante en los años de la posdictadura, producto de la transformación de la estructura de clases promovida durante la última dictadura y donde los sectores medios cobran relevancia. Esto pudo verse por otro lado no sólo en el triunfo del radical Raúl Alfonsín como presidente de la nación sino además en la presencia de dos tipos de electores –o ciudadano– novedosos, los “indecisos” y los “independientes” (Bonnet, 2008). Ahora bien, en el caso de los medios masivos de comunicación esto se expresó en un campo periodístico signado desde hacía ya bastante tiempo –una característica estructural del campo– por un ideal de “objetividad”, lo que llevó por otro lado a una importante incorporación del uso de encuestas de opinión pública, caracterizadas por ese tipo de discurso como “objetivas” y “científicas” (Vommaro, 2008).

En lo referido al discurso de los derechos humanos, la discursividad dominante de la “objetividad” o del “equilibrio” (la “mid cult”, “identidad de clase media”), se expresó durante el período alfonsinista en la difusión y abordaje por parte de los medios masivos de comunicación de la llamada “teoría de los dos demonios”, salvo en unos pocos casos, francamente minoritarios, donde se defendió el terrorismo de Estado (el caso de programas como *Tiempo Nuevo*) o donde se lo condenó (el caso del matutino *Página 12* o de *Radio Belgrano*). Esto quiere decir que el rol que comenzarían a cumplir los medios masivos de comunicación, es el rol de la “moderación”, el rol del “equilibrio”, propio de la discursividad “objetiva” de los sectores medios, que podría garantizar al mismo tiempo el equilibrio propio de una democracia que no debería virar –como observaron en los medios masivos de comunicación los sociólogos funcionalistas estadounidenses durante la década del cincuenta en ese país– a la extrema derecha ni a la extrema izquierda (ni fascistas ni comunistas).

Las funciones de integración social, de entretenimiento, subsumidas en la función general de “control social” (es decir, en las funciones de “compulsión de normas sociales” y de “reforzamiento de las normas y valores vigentes”), que históricamente fueron cumplidas por los medios masivos, se articularon para promover el “equilibrio social” general de la sociedad capitalista nacional. De modo que, si un discurso social, político, económico, cultural, se desplazaba demasiado a la izquierda, era reequilibrado, moderado, re-centrado, a partir de esta última función descrita, por el funcionamiento del subsistema de medios masivos de comunicación, por la industria cultural y por el campo periodístico.

En términos puramente discursivos e ideológicos, porque hay otras razones – políticas, económicas y sociales – que permiten dar cuenta de estos hechos, ello permite explicar el porqué del escaso apoyo en los medios de comunicación – sobre todo de los privados – a las políticas económicas típicamente intervencionistas o heterodoxas que buscó implementar el gobierno alfonsinista y lo mismo podría decirse respecto de cualquier intento por cuestionarla “teoría de los dos demonios” en el ámbito de los derechos humanos.

Ahora bien, de nuevo en términos ideológicos, esta discursividad dominante en los medios y en el campo periodístico, sustentada en la “objetividad”, la “moderación” y el “equilibrio” propio de una “identidad de clase media”, impuso por otro lado un punto de vista donde se igualaba cualquier diferencia de clase a partir de la figura del “ciudadano”. Al igualar discursivamente toda diferencia de clase, la ideología de la “transición democrática” (que borra toda referencia a la transición capitalista a la que hicimos antes referencia) supuso que cualquier enfrentamiento se daba –de manera abstracta, propia de la identidad de clase media referida- en igualdad de condiciones<sup>33</sup>; lo que favoreció –por otro lado- el triunfo posterior de las clases dominantes, que tuvo lugar con el menemismo.

A poco más de un año de asumido el gobierno justicialista de Carlos Menem se implementó el Plan de Convertibilidad, que resultó la instauración, con una fuerte hegemonía política, económica y cultural, de un nuevo modo de acumulación en Argentina, de características neoliberales, por primera vez luego de la dictadura. Pero incluso antes de la instauración de un nuevo modo de acumulación capitalista, el gobierno menemista había modificado un artículo de la Ley de Radiodifusión de la última dictadura, que permitió la constitución de grupos monopólicos multimedia en todo el país; lo que le valió el apoyo prácticamente sin fisuras de estos medios durante su primer gobierno.

Ahora bien, esto comenzó a cambiar cuando los resultados económicos no resultaron tan beneficiosos y comenzó a observarse cierta pérdida de consenso respecto del gobierno y de la Convertibilidad, sobre todo luego de las crisis internacionales de los años '94 (al final del primer gobierno) y '98 (del segundo).

En un trabajo anterior (Gómez, 2015) analizamos por qué el subsistema de medios masivos y la industria cultural fue cambiando su posición frente al gobierno menemista y terminó cuestionándolo de manera importante. A nuestro entender esto tuvo que ver con la mencionada función de “equilibrio” que debe cumplir ese subsistema, por que si frente al fonsi mismo cumplió aquella

función equilibradora que favoreció la llegada del menemismo al gobierno y el apoyo a la implementación del Plan de Convertibilidad; el corrimiento discursivo promovido por el menemismo hacia la derecha junto con el crecimiento impresionante de la desocupación y subocupación como consecuencia de ese plan mereció por parte de los medios una intervención crítica que buscara reequilibrar lo que comenzaba a entenderse como una franca disfuncionalidad gestada desde el mismo gobierno.

Como en el caso del gobierno menemista, también el gobierno posterior de la Alianza, presidido por el radical Fernando de la Rúa, recibió en sus inicios un tratamiento auspicioso del subsistema de medios masivos de comunicación. Sin embargo, a medida que fue avanzando la gestión y el gobierno se manifestó errático en la modificación –aunque sea parcial- de la forma neoliberal de acumulación (recordemos que el gobierno aliancista mantuvo la Convertibilidad del gobierno previo), profundizando aún más el camino neoliberal que se había iniciado (sanción de la Ley de Flexibilización laboral, aplicación de las recetas de austeridad y disciplina fiscal del Fondo Monetario Internacional, promoción de recortes salariales a jubilados y estatales, entre otros sectores, imposición del llamado “corralito” financiero); con las consecuencias disfuncionales –para la gobernabilidad y la democracia, esto es, para el subsistema político- que ya se habían hecho presentes durante el último gobierno menemista; ese apoyo inicial del subsistema de medios masivos y del campo periodístico fue virando hacia una franca crítica.

Ahora bien, una vez producida la renuncia de Fernando de la Rúa, estalló la crisis de legitimación y representación del subsistema político, pero también del funcionamiento del subsistema económico, y habiéndose hecho presente un crecimiento notable de la protesta social en todo el país; nuevamente el subsistema de medios ma-

3 Elejimos el más paradigmático de esta discursividad de la “transición” y de su intento de igualar “corporativamente” a las distintas organizaciones de clase (empresarias y sindicales), es el que encontramos en Portantiero y Nun (1988).

sivos de comunicación jugó un rol de equilibrador del subsistema político y también del subsistema económico, caracterizando la protesta social -desatada en todo el país- como hecho delictivo y desplegando las clásicas funciones de “compulsión de normas sociales” y de “control social”, de modo de promover la resolución institucional (aunque esta resolución tenga características represivas, como las tuvo) de los conflictos.<sup>4</sup>

La pervivencia de esa función social re-equilibradora en los medios masivos fue sumamente importante asumido el gobierno de Eduardo Duhalde, a quien se consideraba prácticamente el único capaz de contener la protesta social y encauzar, a través de un gobierno de coalición, la salida democrática institucional. Es también esa pervivencia la que permite explicar el famoso titular del diario Clarín -replicado en prácticamente toda la programación del multimedio- “La crisis se llevó dos nuevos muertos”, para dar cuenta de un hecho de violencia institucional. La réplica a esa caracterización periodística elíptica y abstracta (“la crisis”), encabezada al interior del campo periodístico por el matutino Página 12, mostraba en cambio la responsabilidad del aparato represivo del Estado en esos asesinatos y también los límites que, aún dentro del subsistema de medios masivos, presentaba el gobierno de Duhalde para encargarse de la re-legitimación del subsistema político.

La resultante de los límites duhaldistas para recomponer el funcionamiento del subsistema político fue el llamado a elecciones presidenciales de abril de 2003 donde -finalmente- resultó triunfante Néstor Kirchner. Una vez asumido el nuevo gobierno se observó una continuidad en la política económica respecto del gobierno de Duhalde, pero en términos políticos se produjeron toda una serie de gestos que irían permitiendo la incorporación al interior de ese deslegitimado subsistema político de todo un conjunto de actores que hasta ese momento se encontraban por fuera del subsistema (el caso del movimiento de derechos humanos es el más claro, pero a este movimiento cabría agregarle el de los piqueteros, el del sindicalismo de la CTA, entre otros).

Pero también en este caso, frente a un nuevo gobierno en búsqueda de ampliación de consensos y cuando el subsistema político no estaba aún re-legitimado, la función del subsistema de medios masivos de comunicación fue la del equilibrio, apoyando los procesos de reconstrucción de la matriz productiva y de generación de empleo y cuestionando cuando los gestos kirchneristas de búsqueda de re-legitimación del subsistema político - parafraseando la célebre frase de Hilda “Chiche” Duhalde- se “pasaban de progresistas”.

diarios Clarín, La Nación, Crónica, Página 12); durante el período posterior al 20 de diciembre de 2001 - nuestro relevamiento se extendió hasta febrero de 2002- asociaban los hechos de protesta a hechos delictivos. Ver Gambina, Rajland y Campione (2011) (Orgs.).

Las funciones del subsistema de medios masivos, y del campo periodístico que actuaba en su interior, observadas hasta ahora, se mantuvieron en simultáneo con la re-legitimación de un subsistema político, que iba de la mano de la recomposición del subsistema económico. Pero todo cambió con la elección de Cristina Fernández como presidenta de la Nación, hecho que confirmaba la re-legitimación del subsistema político, y con la crisis económica del 2008, que junto con el intento de sanción de la resolución 125, comenzaba a dar cuenta de tensiones a la hora de construir un modo de acumulación diferente al “neoliberal”.

Campo periodístico, subsistema de medios masivos de comunicación y capitalismo desde el conflicto con el campo a la actualidad. A modo de conclusión

La crisis capitalista del año 2008 tuvo consecuencias a nivel mundial. En los países desarrollados marcó el inicio de la crisis de las políticas neoliberales de distinto cuño y en los países latinoamericanos, el impacto dio de lleno sobre los intentos de construcción de un modo “posneoliberal” de acumulación, mostrando los límites de conciliar acu-

4 En un trabajo anterior relevamos el rol que algunos medios masivos de comunicación desempeñaron frente a los hechos de protesta social. Encontramos allí que los principales periódicos en la Argentina (los

mulación capitalista y cierta distribución del ingreso.

Es en este marco, de profunda crisis neoliberal y al mismo tiempo de los límites que el neoliberalismo mismo impuso a cualquier intento dentro de los marcos del capitalismo por construir un modo de acumulación “posneoliberal”; es que nos encontramos con el conflicto de 2008 entre el gobierno kirchnerista y “el campo”, cuando se reconfiguraron de manera drástica las funciones que hasta ese momento el subsistema de medios masivos de comunicación y el campo periodístico habían desplegado respecto del funcionamiento general del “sistema” social capitalista. Porque si desde el retorno del régimen político democrático dicho subsistema mass-mediático había sabido desplegar sus funciones de compulsión de normas sociales, de control social y también de entretenimiento, en pos de garantizar el equilibrio del subsistema político, de su “centramiento”, en el marco de la hegemonía económica del modo de acumulación neoliberal; y si dichas funciones se habían mantenido aún a posteriori de la crisis de este modo de acumulación, esta vez en el marco de la crisis de legitimación del subsistema político; en 2008, una vez recompuesta la legitimidad del subsistema político, la crisis mundial neoliberal venía ahora a tensionar el intento de configurar algún modo de acumulación diferente del neoliberal.

Mostramos, en un trabajo anterior (Gómez, 2018) que esta nueva realidad del subsistema de medios masivos y del campo periodístico, da origen a nuevas funciones, que denominamos “destituyentes”, y que significaban la promoción de límites a las funciones que pudiera desempeñar el subsistema político, en el marco de la crisis global neoliberal que comenzó en 2008. El contexto de crisis de hegemonía resulta determinante a nuestro entender para explicar el alineamiento del subsistema de medios masivos de comunicación y del campo periodístico con un subsistema económico determinado por un modo de acumulación de capital –neoliberal– también en crisis. Es este alineamiento de estos dos subsistemas –aunque enmarcados y determinados por el funcionamiento del “sistema social” capitalista en su totalidad– el que permite explicar en términos estructurales el porqué del apoyo general del subsistema mass-mediático (sobre todo el comercial) y del sector dominante al interior del campo periodístico a los sectores capitalistas nucleados en “el campo” en contra del gobierno de Cristina Fernández (Vommaro, Yabkowski, 2010).

Sin embargo, aún en este contexto y en este alineamiento del subsistema, todavía podía encontrarse al interior del campo periodístico y del subsistema de medios masivos cierto intento de construcción noticiosa que buscaba basarse en la “objetividad” y se sostenía en el uso de distintas fuentes. Pero esto va a ir cambiando hasta prácticamente desaparecer del campo periodístico, y del subsistema de medios masivos de comunicación en general, luego de la sanción de la Ley de Comunicación Audiovisual de 2009, que intentaba establecer límites a la propiedad de las empresas oligopólicas comunicacionales, en un momento donde además dichas empresas iniciaban ciertos procesos de diversificación y buscaban volverse también una “potencia económica”; más luego del segundo triunfo electoral de Cristina Fernández en 2011.

A partir de aquí el campo periodístico dejará de lado toda pretensión de “objetividad” y comenzará a realizar “periodismo de guerra”, determinado por el funcionamiento general de un subsistema de medios masivos de comunicación que, desde 2008, buscará –integrado al subsistema económico– traccionar al centro a un subsistema político “demasiado” corrido hacia “la izquierda” y con pretensiones de consolidar un modo de acumulación “posneoliberal”.

El triunfo del candidato derechista Macri a fines de 2015 mostró la fortaleza de este alineamiento del subsistema de medios masivos de comunicación y del subsistema económico frente al subsistema político, permitiendo también promover un corrimiento al centro de este último subsistema. Sin embargo, el intento por parte del macrismo gobernante, con el apoyo de casi el conjunto del subsistema de medios masivos de comunicación (incluidos los llamados “nuevos medios”), de promover un retorno “gradual” a un modo de acumulación lo más cercano posible al neoliberal (es decir, el aceptado por las clases capitalistas dominantes), tropezó con fuertes resistencias, en primer lugar por parte de las clases trabajadoras y populares que cada vez más eran empujadas hacia las fron-

teras del subsistema político. Pero también por parte del mismo subsistema político que, aunque rechazado por efecto del subsistema mass-mediático (articulado con sectores del aparato represivo del Estado capitalista), mostró resistencias provenientes de su interior como así de su exterior (aquel ejercitado por movimientos sociales y partidos de izquierda). Estas resistencias fueron determinantes para el fracaso del experimento restaurador del modo de acumulación neoliberal por parte de las clases capitalistas dominantes representadas por el macrismo y apoyadas por el subsistema dominante de medios masivos de comunicación. Aunque -esta vez- ese fracaso restaurador, en el contexto de un subsistema político ya no deslegitimado y de un subsistema de medios masivos integrado al subsistema económico; dejaba -deuda externa contraída con el FMI mediante- una “pesada herencia” que buscaba limitar de manera efectiva cualquier intento por promover un modo de acumulación diferente al buscado por las clases dominantes.

Como si esto fuera poco, el gobierno posneoliberal de Alberto Fernández, que sucedió al neoconservador de Macri, debió enfrentar una Pandemia cuya principal consecuencia a nivel político -aislamiento obligatorio mediante- fue dejar todo el espacio público político a manos de ese mismo subsistema de medios masivos integrado al subsistema económico, lo que sin dudas favoreció la acción política derechista y la puesta en jaque de cualquier intento progresista de cuestionarla. Sin embargo, al igual que lo sucedido durante el gobierno neo-conservador macrista, como consecuencia de estas condiciones políticas atravesadas tanto durante la Pandemia pero que continuaron durante la pos-Pandemia y también como consecuencia de las limitaciones que se establecieron a partir del endeudamiento externo con el FMI, tampoco el gobierno de Alberto Fernández pudo lograr construir un nuevo modo de acumulación diferente al “neoliberal” promovido por las clases capitalistas dominantes. Lo que quiere decir que nos encontramos entonces en un momento donde, por un lado, las clases capitalistas dominantes intentan imponer -sin consenso social suficiente- el retorno a un modo de acumulación neoliberal previo; y por el otro, con el intento por parte de otros sectores capitalistas articulados con sectores subalternos, que buscan -también sin el consenso suficiente- promover un patrón de acumulación “posneoliberal”.

En el marco de esta suerte de nuevo “empate” momentáneo, se explica por qué el subsistema de medios masivos y el sector dominante dentro del campo periodístico, como partes del subsistema económico capitalista, promueven la presencia de figuras -economistas en general, pero también locutores, presentadores massmediáticos, actores o ex actores- cuyas opiniones se difunden a través del mismo subsistema y se ubican en un registro conservador radicalizado, de estilo neofascista “pop” (referido a la cultura “pop” massmediática o mid-cult). Como intentamos mostrar a lo largo de la exposición, se trata de la característica estructural que asume el subsistema de medios masivos de comunicación -sobre todo broadcasting pero cuyos determinantes se extienden también a nuevos medios como las redes sociales (Hang, 2022)- ahora transformado en una fuerza integrada dentro del subsistema económico; en el marco de la crisis irresuelta del neoliberalismo a nivel global. Es la crisis de la “forma” neoliberal del capitalismo la que abre el camino cultural, fomentado a través del subsistema mass-mediático capitalista dominante (cuyos mensajes van destinados sobre todo a las clases medias y al lumpen, esto es a aquellos sectores “disponibles” ideológicamente), a estos neofascismos pop que buscan traccionar a la cultura y a la política a la derecha. Porque para el capitalismo, no debería haber resolución de la crisis - de “su” crisis- por izquierda.

## Bibliografía

Adamovksy, E. (2019), *Historia de la clase media argentina*, Crítica. Bonnet, A. (2008), *La hegemonía menemista*, Prometeo.

Dalle, P. (2016), *Movilidad social desde las clases populares*, CLACSO. Franco, M. (2019), *El final del silencio. Dictadura, sociedad y DDHH*, FCE. Gambina, J.; Rajland, B. y Campione, D. (2011) (Orgs.), *Hegemonía y proceso de acumulación capitalista 2001-2007. El caso argentino*, FISYP.

Gómez, R. (2015), *Políticas públicas de comunicación de masas, ciudadanía y conflicto social en las sociedades capitalistas latinoamericanas*. En Saintout, F. y Varela, A. (Dir.), *Voces Abiertas en América Latina* (pps.43-77), CLACSO. Gómez, R. (2018), *¿Constituyente o destituyente? El rol de los medios masivos de comunicación en las democracias latinoamericanas*. En Saintout, F. (Introd.), *Comunicación para la resistencia* (pps.55-87), CLACSO.

- Habermas, J. (1990), *Historia y Crítica de la Opinión Pública*, Gustavo Gili. Han, B.C. (2022), *Infocracia*, Taurus.
- Hoggart, R. (2013), *La cultura obrera en la sociedad de masas*, Paidós. Keane, J. (1993), *La vida pública y el capitalismo tardío*, Alianza.
- Margiolakis, E. (2016), *La conformación de una trama de revistas culturales subterráneas durante la última dictadura cívico-militar argentina y sus transformaciones en postdictadura*. Tesis doctoral, FSOC, UBA.
- Muraro, H. (1974), *Neocapitalismo y comunicación de masas*, Eudeba.
- Piva, A. (2020), "Clases y estratificación social en Argentina, 1947-2010" en *Papers 2020*; <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2609>
- Portantiero, J.C. y Nun, J. (Comps.) (1987), *Ensayos sobre la transición democrática en Argentina*, Puntosur.
- Pozzi, P. y Schneider, A. (1995), *Combatiendo al capital*, El Bloque Editorial. Risler, J. (2018), *La acción psicológica*, Tinta Limón.
- Schenquer, L. (Comp.) (2022), *Terror y consenso. Políticas culturales y comunicacionales de la última dictadura*, EDULP.
- Sebreli, J.J. (2003), *Buenos Aires, vida cotidiana y alienación*, Sudamericana. Svampa, M. (2000), *Desde abajo*, Biblos.
- Vommaro, G. (2008), *Lo que quiere la "gente"*, Prometeo. Vommaro, G. y Aronskind, R. (2010), *Campos de batalla*, UNGS.

# Los medios de comunicación digitales en San Luis ¿Hablan de Ciencia?

## Análisis sobre el tratamiento periodístico durante marzo de 2023

Cadelago, Sandra Mariela

scadelago@unlc.edu.ar

Alfaro, Dayana

dalfaro@unlc.edu.ar

**Universidad Nacional de los Comechingones (UNLC)**

### **RESUMEN**

En este documento se presenta la primera experiencia de investigación en curso de la Tecnicatura Universitaria en Comunicación de las Ciencias de la Universidad Nacional de los Comechingones (UNLC) ubicada en Villa de Merlo, San Luis.

El proyecto de investigación busca identificar y recopilar noticias o notas periodísticas vinculadas a temáticas científicas, en medios de comunicación digitales de la provincia de San Luis. Asimismo indaga sobre la existencia o no de una sección denominada „Ciencia“ en cada medio digital.

Se parte de la hipótesis de que en los medios digitales de mayor llegada a nivel nacional existen secciones dedicadas a la ciencia, mientras que en los medios de comunicación de San Luis, seleccionados, para la investigación no hay presencia de una sección dedicada a información científica.

Para el desarrollo de la investigación se aplica una metodología mixta que incluye la cuantificación de datos a través de unidades de información, obtenidas en la observación de portales digitales, un análisis bibliográfico y la búsqueda de documentación. También, se realiza un seguimiento sobre la cobertura informativa de los medios de comunicación delimitados para la investigación. El procesamiento de la información se realiza a través de la técnica de análisis de contenido. Esta investigación se encuentra en curso y comenzó a realizarse en marzo de 2023.

En este documento se presenta el diseño de un instrumento de recolección de datos, se describe la creación y uso de un protocolo para lograr una mayor normalización en los procesos de observación. Lo mencionado anteriormente, persigue el objetivo de poder tabular lo recopilado en las muestras y propiciar un procesamiento de los datos más eficiente.

La siguiente ponencia busca destacar la pertinencia de analizar las agendas informativas y, por último, situar a la comunicación de las ciencias en el eje de las prácticas periodísticas y en la circulación de información científica en los medios de comunicación digitales.

## Introducción

A continuación, se presenta la primera experiencia de investigación en curso de la Tecnicatura Universitaria en Comunicación de las Ciencias de la Universidad Nacional de los Comechingones (UNLC) ubicada en Villa de Merlo, San Luis. Este proyecto se titula Los medios de comunicación en San Luis: ¿Hablan de Ciencia? Análisis sobre el tratamiento periodístico en medios digitales de la provincia, el cual persigue la realización de un relevamiento y análisis de los medios de comunicación digitales de la provincia de San Luis con la intención de indagar sobre la presencia o ausencia de una sección relacionada a temáticas científicas o denominada como tal. En esta ponencia se describe su marco institucional, su diseño, la metodología de investigación, grado de avance y se arriba a los primeros resultados.

La labor de la narrativa de la ciencia para no científicos y su impronta social constituye un eslabón relevante en la construcción de la ciudadanía y es objeto de estudio desde múltiples disciplinas. La incorporación a la oferta educativa de la Universidad Nacional de los Comechingones (UNLC) de una Tecnicatura Universitaria en Comunicación de las Ciencias (TUCC) visibiliza la necesidad latente y palpable de la democratización de estos saberes, de entenderla como una rama particular de la comunicación, que tiene que abordarse de determinada manera, al convertirlo en el mediador entre la ciencia y el público en general.

La TUCC se creó en el “2019 y su plan de estudios consta de veinticinco asignaturas incluyendo la elaboración de un trabajo final para acceder al título de Técnica/o en Comunicación de las Ciencias”. (Alfaro, 2020). Bajo esta óptica, y ante la primera convocatoria de Proyectos de Investigación de la UNLC en 2022, se presentó el mencionado proyecto, el cual constituye una base para futuras producciones y resultados de investigación que contemplen diversos puntos del perfil profesional del conjunto de comunicadoras/es de las ciencias.

Este proyecto de investigación recupera los resultados de una encuesta realizada por la Mobile Marketing Association (2020), previo a la pandemia, los cuales permiten destacar la relevancia singular que cobró la navegación Web y la búsqueda de información durante ese año. En Argentina la población usuaria le dedica, aproximadamente, un promedio de 8 horas y 50 minutos por día al uso de internet, 3 horas diarias a las redes sociales y 1 hora y media a escuchar música a través de servicios de streaming.

De esta manera, el proyecto de investigación se gestó enfatizando en las nuevas modalidades de consumo de información que comprenden un alto índice de ingreso, y lectura, de medios de comunicación digitales.

Asimismo, el eje teórico de este estudio se sitúa sobre la teoría de la Agenda Setting, que señala a los medios de comunicación como agentes influyentes en la oferta de información y consumo del público. En otras palabras, esta Teoría, propuesta por McCombs y Shaw (1972), enfatiza en la influencia de los medios de comunicación y señala que la audiencia se enfoca en temas o hechos puntuales, a partir de la importancia que los medios le dan a determinados eventos noticiosos.

Cohen (1963, p. 13) señala la premisa en la cual se apoya el establecimiento de la agenda, y menciona que la prensa no alcanza a decirle a las audiencias qué pensar, pero sí sobre qué pensar.

Asimismo, para esta investigación se parte del postulado de que medios construyen la realidad social, Verón (1981). Dicha característica, también será central en este estudio.

Se parte de la hipótesis de que:

En los medios digitales de mayor llegada a nivel nacional existen secciones dedicadas a la Ciencia, mientras que en los medios de comunicación de San Luis elegidos para esta investigación, no hay presencia de una sección dedicada a temáticas científicas.

En cuanto a los antecedentes de investigaciones sobre medios digitales de San Luis son la base para la presente in-

investigación los trabajos de Hidalgo y Quiroga Gil (2020-2021), Martín y Ponce (2012) y, Quiroga y Centeno (2017). Los cuales enfatizan sobre un mapa de medios digitales de dicha provincia y la cobertura informativa sobre temáticas científicas.

Los interrogantes a responder se encuentran vinculados a los objetivos: ¿Los medios digitales de San Luis cubren temas científicos? y ¿Poseen una sección llamada ciencia o dedicada a ella?.

## **El proceso de investigación: observación y análisis de datos**

A continuación se presentan los nombres de los medios de comunicación digitales observados, se fundamenta dicha elección y se presenta la modalidad de observación y análisis de datos recopilados.

En el desarrollo de la investigación en una primera etapa se realizó una búsqueda de documentación pertinente y se ejecutó un análisis bibliográfico sobre el tema. A continuación se obtuvo la muestra de los medios.

Se observaron 14 medios de comunicación digitales de San Luis y pertenecientes a la capital, a la ciudad de La Punta, Villa Mercedes y Villa de Merlo: El Diario de la República, El Chorrillero, Infomerlo, el Corredor de Noticias, el Punteño, San Luis Noticia, Agencia de Noticias, Digital San Luis, La Gaceta Digital, El Merlino, San Luis Informa, El Puntano, El Diario de San Luis y Villa Mercedes Info.

La definición de esta muestra de medios estuvo determinada por 3 fuentes: el trabajo de Martín y Ponce (2012) como el primer antecedente que determina una muestra de medios digitales y su papel en la divulgación de las ciencias, el segundo es el trabajo de Hidalgo y Quiroga Gil (2021) que son los resultados del observatorio de medios digitales de San Luis, y la tercera fuente fue una muestra de medios indizada a través de Google a inicios de marzo de 2023.

Se contó con 6 observadores que posteriormente, se dividieron los días, horarios y portales de información. Dicho proceso duró 14 días.

Para la observación no participante y el monitoreo de agendas en cada uno de los medios digitales, se prosiguió a diseñar un instructivo de observación; ésto posibilitaría delimitar de los elementos a observar en pos de los objetivos de dicha investigación.

El instructivo con el protocolo de observación que contiene los siguientes elementos:

a) El instrumento de recolección, para que cada observador pueda tomar la muestra y plasmar el resultado de esa observación. A continuación se presenta la plantilla modelo con la que cada observador monitorea cada portal digital.

La tabla presenta elementos básicos: nombre del observador, día, hora, dispositivo; Le prosiguen elementos vinculados a lo periodístico: unidad de género periodístico<sup>1</sup>, título, fecha y hora (de la noticia o nota), extensión de la pieza (cantidad de párrafos) resumen de la pieza, fuente de información de la noticia o nota, firma o cita de fuente al final de cada pieza. En relación con este ítem, se refiere a la firma del periodista que redactó o la mención a otra fuente o medio de comunicación. En este sentido, nos encontramos con varias noticias y notas que replican información de otras agencias o medios de comunicación nacionales.

Le sigue, la fila denominada Sección donde fue publicado (si no hubiera agregar que no existe). Efectivamente, esta categoría se vincula directamente con uno de los objetivos de la investigación, el cual consiste en la identificación o no, de una sección sobre ciencia en los portales digitales observados.

---

1 En relación con los géneros periodísticos nos interesa el informativo, en el cual se presenta la noticia, entrevista o reportaje.

En la fila ¿Posee contenidos multimediales? tiene foto - tiene video - tiene audio- Tiene infografía, interesa recopilar información sobre si la cobertura periodística a temáticas científicas está acompañada o no por elementos multimediales.

En el ítem Fuente de la imagen/vídeo/audio elemento interactivo (en el caso que la hubiera) con las siguientes opciones: propia, banco de imágenes y archivo. Se busca registrar el uso de elementos visuales o piezas de audio que complementan la noticia/ nota periodística.

Una de las filas más importantes, consiste en la denominada Datos particulares- No se evidencia información ct (científica) -, en este caso, y de la mano con la hipótesis de investigación, se busca recopilar noticias/notas que no reúnan las características mencionadas anteriormente y que sus titulares no estén vinculados a ninguna ciencia o temática de dicha tipología.

Le siguen capturas de pantalla, navegador utilizado y link de acceso. Ello busca recoger, y plasmar, evidencia de lo observado.

### 1) INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS (plantilla modelo)

NOMBRE DEL OBSERVADOR/A	Nro:	
Día, hora, dispositivo de observación	Día	
	Hora	
	Dispositivo/s	
Unidad de género periodístico		
Título de la pieza		

Fecha y hora (noticia)	
Extensión de la pieza (Cantidad de párrafos)	
Breve síntesis de la pieza (Resumen: Máximo de 2 párrafos)	
Fuente de información mencionada en la pieza	
Firma o cita de fuente al final de cada pieza	
Sección donde fue publicado (Si no hubiera agregar que no existe)	
¿Posee contenidos multimediales? tiene foto - tiene video - tiene audio- Tiene infografía	
Fuente de la imagen/vídeo/audio elemento interactivo (en el caso que la hubiera)	propia
	banco de imágenes
	archivo
Datos particulares- No se evidencia información <del>ct</del>	
Captura de pantalla	dispositivo móvil
	dispositivo 2
	escritorio
Navegador utilizado	
LINK DE ACCESO	

Instrumento de recoopilación de datos. Fuente: Elaboración propia de las autoras.

Instrumento de recopilación de datos. Fuente: Elaboración propia de las autoras.

b) una tabla de doble entrada en la que se encuentran los observadores y los días y horarios a observar. Se observa que hay una fila para el total de relevadas por semana, en cada uno de los días. A continuación se visualiza la tabla.

Número de observador/a	Lu 20/27	Ma 21/28	Mie 15/22/29	Jue 16/23/30	Vie 17/24/31	Sab 18/25	Dom 19/26
1		2hs	2hs	2hs			
2	1h	1h	1h	1h			
3				1: 30 h	1: 30 h	1: 30 h	
4	1h	1h	1h	1h	1h		
5			1 h	2 hs	1 h		
6	1 hs					1 hs	2hs
7	2 hs	2 hs					
Analista de datos 1							
Analista de datos 2							
<b>Total de horas</b>	5 h	6 h	5 h.	7:30 h	4:30 h	2:30 h	2h

2) Tabla de observadores: días y horas

Tabla de observadores días y horas. Fuente: elaboración propia de las autoras.

c) Un instructivo de observación que vehiculiza en 4 pasos una secuencia estandarizada para todos los observadores.

El propósito de este protocolo es lograr una mayor normalización en los procesos de observación con el objetivo de poder tabular lo obtenido en las muestras cuando llegue el momento del procesamiento de los datos obtenidos. Allí se explicó el paso a paso de la observación:

- ¿Qué mirar?
- ¿Qué busco?

- ¿Qué pasa si no encuentro lo que busco?,
- ¿Qué pasa si encuentro algunas particularidades?
- ¿Cómo identificar la fuente de la imagen/vídeo/infografía/ audio?
- ¿Cómo ubicar la fuente de información o quién redactó “x” titular?
- ¿Cómo encuentro los recursos multimediales?
- ¿Cómo mido la extensión de la pieza?
- ¿Cómo redactar un resumen de la pieza periodística?
- Y por último, una breve descripción del género informativo y sus formatos, enfatizando sobre la noticia y mencionando que es posible encontrar columnas de opinión, editoriales o entrevistas.

El mayor énfasis fue puesto en la rigurosidad con la que se realizó el seguimiento de la cobertura informativa. Esto garantiza que el posterior procesamiento de la información se realice a través del análisis cualitativo de lo relevado.

Se espera culminar con esta etapa en julio y agosto de 2023 ya que resta el procesamiento de datos y la elaboración de piezas gráficas para representar los resultados más sobresalientes.

## Conclusión

En esta ponencia se presentó la primera experiencia de investigación , titulada Los medios de comunicación en San Luis: ¿Hablan de Ciencia? Análisis sobre el tratamiento periodístico en medios digitales de la provincia, la cual se encuentra en una instancia de procesamiento de datos.

Dicho proyecto se presentó en el marco de la primera convocatoria de la Universidad Nacional de los Comechingones (UNLC) ubicada en Villa de Merlo, San Luis.

La investigación identificó y recopiló noticias o notas periodísticas vinculadas a temáticas científicas, en 14 medios de comunicación digitales de la provincia de San Luis. Igualmente, indagó sobre la existencia o no de una sección denominada „Ciencia“ en cada medio digital.

Aquí, se describió el enfoque y las técnicas de investigación. Igualmente, se expuso el diseño y ejecución de un protocolo de observación y una tabla de observación, para recopilar datos.

En este momento se está trabajando sobre el procesamiento de datos y resultados finales. Igualmente, el equipo de trabajo está diseñando un diagnóstico sobre lo realizado y se plantean nuevas líneas de análisis vinculados al análisis de audiencias digitales.

## Referencias bibliográficas

Alfaro, D. (2020). Comunicadores de las ciencias y científicos: ¿Quién hace qué? Reflexiones y debate en torno a la función social de divulgadores y científicos . 2do. Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM, nuevos escenarios entre emergencias y conflictos. Villa María: Universidad Nacional de Villa María

Cohen, B. (1963). The Press and Foreign Policy. Institute of Governmental Studies, Berkeley.

Martín, M., Ponce, V. (2012). “Los periódicos digitales de San Luis y su papel en la divulgación de la ciencia. Análisis comparativo de algunos casos particulares”. Revista Fundamentos en Humanidades Universidad Nacional de San Luis –

Argentina Año XIII – Número II (26/2012) 147/158 pp. Disponible en: <http://fundamentos.unsl.edu.ar/pdf/>

articulo-26-147.pdf

Hidalgo, A. y Quiroga Gil, M. (2021). Un observatorio como laboratorio. Primeras lecturas del Observatorio de Medios Digitales de San Luis (OMEDI-SL) en

M. Quiroga Gil et al. (Comp.), Entornos digitales y mundo VUCA (pp. 75-94). Nueva Editorial Universitaria UNSL.

Mc Combs, M. E.; Shaw, D. L. (1972). "The agenda-setting function of mass media". The public opinion quarterly, v. 36, n. 2, pp. 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>.

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Sims, A., Nielsen, K., R. (2020). Reuters Institute Digital News Report 2020. Universidad de Oxford. Disponible en: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf)

Quiroga Gil, M y Centeno, M. (2017). Mapa de medios digitales de la provincia de San Luis Sección Académica - Argonautas, Año 7, N° 9.

Total Medios. (2020). Cómo cambiaron los hábitos de consumo de internet en Argentina durante 2020. Disponible en : <https://www.totalmedios.com/nota/44120/como-cambiaron-los-habitos-de-consumo-de-internet-en-argentina-durante-2020>

Universidad Nacional de los Comechingones. (2022). Plan de Estudios de la Tecnicatura en Comunicación de las Ciencias. Disponible en: <http://www.unlc.edu.ar/wp-content/uploads/2022/04/Ord.-CS-005-2022-Crear-la-Carrera-de-Tec.Univ.-en-Comunicacion-de-las-Ciencias-Modalidad-a-Distancia-de-la-UNLC.pdf>

Verón, E. (1981). Construir el acontecimiento. 1a. ed. Serie: Gedisa.

# Materiales Educativos Digitales y Educación a Distancia: un análisis desde el relativismo.

Dra. Soledad Ayala

UNRaf-UNQ-UAI

soledad.ayala@gmail.com

Lic. Gerardo Boetto

CONICET UNRaf

gerardo.boetto@unraf.edu.ar

Dra. Ana Marotias UBA-UNRaf

anas.marotias@unraf.edu.ar

## Resumen Introducción

Los materiales educativos digitales, la educación a distancia y los estudios referidos al capitalismo cognitivo adquirieron relevancia en los últimos años, especialmente a partir del aislamiento social, preventivo y obligatorio por COVID y, luego, con el regreso a la presencialidad.

En este marco el trabajo analiza la interrelación entre a los Materiales Educativos Digitales (MED) y a la Educación a Distancia (EAD) a fin de analizarlos y repensarlos en función de las nociones de industria cultural, desarrollo e inclusión social y educativa.

También se presentan resultados preliminares del análisis de las prácticas de uso de los MED en el EVEA de la UNRaf entre marzo de 2020 y diciembre de 2021. El relevamiento de los datos, su sistematización y el análisis fueron efectuados en términos sistémicos, relativistas y desde un abordaje socio-tecnológico-educativa. Esta investigación permitió sistematizar cuáles son los recursos técnicos, los lenguajes (escrito, visual, sonoro, multimedial), los formatos (archivos, podcast, videos, uso de software interactivos, webinar) y la extensión/duración de los materiales educativos digitales (MED) usados.

## Abordaje teórico y metodológico

Se elige al relativismo tecnológico como la perspectiva epistemológica para la investigación ya que permite observar, identificar y analizar las características de la situación analizada a partir de datos precisos, recuperando y haciendo inteligibles la vinculación existente entre aspectos sociales, técnicos y educativos.

Por otra parte, el contexto a partir del cual se realiza el análisis anteriormente descripto es el capitalismo cognitivo, entendido como un proceso de cambio y reestructuración social inédito a partir del desarrollo de las Tecnologías Digitales (TD) a partir de la centralidad de las lógicas tecnológicas e informacionales en los procesos de producción y generación de riqueza, al punto tal de asistir a un nuevo modo de desarrollo: el informacional (Castells, 2005). Se pasó de un patrón de acumulación basado en la producción industrial (automotriz, electrónica, construcción) con altos índices de ocupación, a uno basado en la producción de tecnologías altamente sofisticadas donde el rol del conocimiento se torna central, no solo como medio para el proceso de producción, sino también como producto

(Boutang, 2004; Zukerfeld, 2015; Corsani, 2004; Avella Gonzales, 2015,). Al mismo tiempo, se provocó una deslocalización del proceso de producción a fin de abaratar los costos asociados con el pago de los trabajadores (Mattelart, 2003). Esta “Tercera Revolución Industrial” se caracterizó por “la disolución de las fronteras entre el trabajo manual y trabajo intelectual, manifiesta en la subsunción del trabajo intelectual y en una intelectualización general de los procesos de trabajo en la industria y el sector de servicios (Bolaño, 1995,1997b)” (Bolaño, 2005,.48). De esta manera, la nueva economía capitalista está sustentada en el capital cognitivo. Como afirma Zallo (2011), este tipo de capitalismo e basa en “[la] captación conocimiento social e individual para la acumulación de capital” (Zallo, 2011, 63).

En este contexto, donde el motor de la producción de bienes es el conocimiento, las tecnologías digitales e Internet penetran en todas las esferas de la actividad social, incluyendo la educación, que se convierte en un campo estratégico tanto para el Estado como para las empresas privadas, donde la incorporación de las tecnologías digitales (notebooks o netbooks, teléfonos celulares o smartphones, cámaras de video y otros.) y de la información digital (el software, pero también los contenidos como textos y audiovisuales) son considerados indispensables para el aprendizaje y la comunicación, al punto tal de generarse un mercado EdTech.

En este sentido, es necesario indagar y comprender los modos por los cuales los MED y la EAD son atravesados por aspectos referidos al capitalismo cognitivo, pudiendo ser entendidos como una industria cultural particular. Si bien existen antecedentes en los que la EAD y los MED son investigados por separado, estudiar su vinculación de maneja interdisciplinaria cruzándolos con conceptos del capitalismo cognitivo es una mirada poco investigada y que contribuye a conocer las condiciones materiales, simbólicas y pedagógicas en las que se producen los MED, se elaboran las estrategias pedagógicas y tienen lugar las prácticas docentes. En suma, para interpretar rasgos de la educación actual.

A esto se suma la Educación a Distancia, cuyos orígenes datan del SVXIII, pero que ha tenido un crecimiento exponencial a partir del surgimiento de las tecnologías digitales.

Las condiciones actuales de producción de conocimiento, configuradas por la existencia e interrelación entre tecnologías impresas y digitales, generan brechas de acceso muy disímiles y brechas -cada vez más marcadas- que remiten a aspectos materiales pero también simbólicos, porque aunque se haya incrementado la cantidad de soportes digitales y facilitado la disponibilidad de contenidos digitales, no está garantizado el acceso a ellos ni a las capacidades necesarias para la utilización de los artefactos tecnológicos, la búsqueda y selección de información, así como su validación.

Tal como se mencionó, la discusión teórica propuesta se basa en un análisis realizado en términos sistémicos, desde una perspectiva epistemológica relativista y un abordaje teórico socio-tecnológico-educativo, que permite construir el objeto de estudio recuperando sus rasgos coyunturales y distintivos. De esta manera, la temática es investigada vinculando conceptos de las ciencias sociales, la educación, la comunicación y la sociología de la tecnología, a fin de evitar ideas reduccionistas, lineales y universalistas que impidan conocer la realidad educativa de cada coyuntura. Así, los antecedentes pueden ubicarse en cinco áreas. En primer lugar, en las investigaciones en educación a distancia pueden encontrarse los trabajos de Litwin (2001, 2005, 2008), Mena (2005, 2007), Morelli (2013), Maggio (2013). En segundo lugar, los trabajos referidos a inclusión educativa, tales como Marotias (2018), Litiwin

(2001, 2005, 2008), Morelli (2013), Mena (2005, 2007). En tercer lugar, dentro de los estudios que abordan la temática de los materiales educativos pueden mencionarse a Ayala y Marotias (2020, 2022), Cefire (s/f), Esnaola (2007), Mena (2005), Litwin (2001). En cuarto lugar, en el estado del arte relacionado con las industrias culturales se hallan las investigaciones de Becerra (2016), Bolaño y Mastrini (2002), Zallo (1988). En quinto y último lugar, los estudios vinculados al capitalismo cognitivo refieren a las reflexiones de Míguez (2014), Zukerfeld (2008), Fuchs (2012),

Sztulwark y Miguez (2012), Caffentzis (2013) quienes analizan la acumulación y valorización del capital a partir del creciente rol del conocimiento social, educativo y tecnológico y las transformaciones vehiculizadas por las tecnologías digitales. Si bien cada uno de los estudios mencionados abordan a las temáticas por separado, constituye un aporte único efectuar un cruce de campos con el propósito de estudiar de manera sistémica el objeto de estudio, haciendo foco en la constante relación de aspectos sociales, educativos, tecnológicos y económicos.

De esta manera, el enfoque del presente trabajo está elaborado desde la perspectiva del mutual shapping (Bijker, 1987; Boczkowski, 2006; Ayala, 2019) a fin de analizar al objeto de estudio interrelacionando aspectos tecnológicos, sociales, educativos y culturales de manera simultánea, generando nuevas prácticas que van más allá de la acción de usar y/o consumir los materiales educativos -ya sea en un marco de la educación a distancia o educación virtualizada de emergencia-, para comprenderlos e interpretarlos como dispositivos tecnológicos que implican la construcción de nuevos vínculos con las tecnologías digitales y las formas de producir conocimiento. Así, tanto la EAD como los MED se relacionan estrechamente con las tecnologías de comunicación (y los soportes) disponibles en cada época ya que requieren de la mediación en la trasmisión de los saberes, puesto que las personas que intervienen en el proceso de enseñanza y aprendizaje están separadas en el espacio y en el tiempo. Por lo tanto, cada tecnología comunicacional condiciona las potencialidades de esta modalidad educativa (Marotias, 2019).

En función de lo dicho anteriormente, la metodología de abordaje es de tipo cualitativa-interpretativa, con un corte temporal sincrónico, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas de recolección de datos en una muestra no-aleatoria de materias específicas de distintas carreras de grado de las Facultades de la UNRaf durante un corte sincrónico desde marzo 2020 a diciembre 2021. De esta manera, la triangulación con herramientas teóricas provenientes de diferentes enfoques disciplinarios: la educación, la comunicación, la sociología de la tecnología, las ciencias sociales y los estudios del audiovisual, nos están permitiendo efectuar una observación y análisis de los datos con una mirada más amplia. Por otro lado, el uso de instrumentos cuantitativos, tales como el relevamiento, comparación y categorización, obtenidos a la fecha, de los materiales educativos digitales usados en distintas materias en el EVEA nos están permitiendo saber qué se usó efectivamente y de qué manera. La identificación del uso de los materiales en cada aula, según el programa de las materias, de acuerdo con el año de dictado en la carrera, son algunos de los indicadores que nos ayudan a inferir la presencia -o ausencia- de estrategias pedagógicas pensadas para la inclusión social y educativa en el marco de la “educación de emergencia virtualizada” a partir de la pandemia de COVID19.

## Datos preliminares

Al momento de la presentación del trabajo se obtuvieron datos de dos materias de 3° año y dos materias de 5° año de dos carreras de dos -de las tres- Facultades<sup>1</sup>. El análisis efectuado a la fecha hizo posible encontrar algunas similitudes entre las unidades curriculares, entre las que puede mencionarse el formato de presentación de los materiales bibliográficos, identificando una gran mayoría en PDF, siguiendo luego el formato Power Point, Word y Excel. En algunos casos esos materiales son de producción propia de los docentes (por ejemplo, la elaboración del Itinerario de Clase o ejercicios) y otras se trata de bibliografía de otros autores. En menos medida se encontraron materiales educativos realizados a partir de software interactivo, tales como el Genial.ly, Padlet, etc.

En algunos casos, estos formatos sirvieron para la lectura de los contenidos y, en otros, como indicaciones para la elaboración de actividades y/o ejercicios. Sin embargo, uno de los datos claves es si el material estaba -o no- acompañado por instrucciones, indicaciones acerca de cómo o en qué momento debía ser utilizado. Por ejemplo, en una gran cantidad de aulas virtuales los materiales aparecían uno debajo de otro, sin ninguna especificación respecto a si debían ser abordados en ese orden o en otro. Tampoco se distinguía si se trataba de bibliografía obligatoria

---

<sup>1</sup> Respetando a la Ley de Protección de Datos, 25.326, no pueden consignarse los nombres de las materias, de las carreras ni de las Facultades.

y/o complementaria; de la misma manera no se aclaraba si constituían complemento de la clase o eran la clase propiamente dicha. A esta disponibilidad de materiales, se sumaba información referida a un link de conexión con una hora y fecha determinada. Dato que permite pensar en la reproducción de una práctica docente arraigada en lo presencial: nos vemos el mismo día y a la misma hora en la que tenía lugar el dictado de la clase presencial. En resumen, la ausencia de indicaciones claras y específicas, junto a la exigencia de “estar presente” en un momento determinado, fueron algunos de los indicios -entre otros que se están analizando- de que predominaron criterios de educación virtualizada de emergencia y no de Educación a Distancia.

En algunos casos minoritarios, se encontraron aulas diseñadas según criterios de Educación a Distancia: un orden pre-determinado, explicaciones de los pasos a seguir, información clara, diálogo con los estudiantes, imágenes que acompañan la función de acompañar los textos.

Las primeras estadísticas muestran que las aulas que fueron armadas siguiendo las líneas de la EaD obtuvieron una mayor permanencia de los estudiantes hasta el final del cuatrimestre e, inclusive, una valoración más positiva de la práctica docente.

Aunque la investigación se haya iniciado hace poco tiempo, podemos decir que una primera aproximación a los datos nos permiten reflexionar sobre el modo en que los materiales educativos son reconfigurados según una variedad de factores: indicaciones institucionales, el contexto histórico, saberes y prácticas previas, objetivos coyunturales, similitudes con la presencialidad; pero, también, según la disponibilidad, teniendo en cuenta aquí aspectos relacionados con la Ley 11723 de Propiedad Intelectual y, también de la creación de Recursos Educativos Abiertos (REA), puesto que los MED permiten, a nivel técnico, su libre distribución e intervención siempre que se licencien libremente y en el marco de lo que estipula la Ley 26.899 de repositorios digitales institucionales de acceso abierto.

Es en este aspecto que reconocemos algunos indicios de una incipiente industria cultural: condiciones para acceder al material, requisitos económicos y ciertas limitaciones para reproducirlo (ya sean libros o videos).

Los materiales educativos digitales y la educación a distancia van de la mano, son las dos caras de una misma moneda. ¿En qué sentido? Los MED debe producirse en el marco de una estrategia educativa que contemple los lineamientos de la educación a distancia: el material educativo es usado con fines concretos en el marco de una estrategia de enseñanza y de aprendizaje específica con el propósito de construir inclusión educativa. Es decir, tener en cuenta quienes no pueden conectarse de manera sincrónica, que no pueden acceder materialmente y a quienes necesitan superar los obstáculos actuales a aspectos técnicos de acceso a dispositivos digitales, sus condiciones de privacidad y confidencialidad -rasgos propios del capitalismo cognitivo- que se evidenciaron en la necesidad de utilizar determinados software, servicios u obras intelectuales.

## **A modo de conclusión**

En función de lo expuesto, es posible afirmar que, durante el aislamiento se privilegió lo sincrónico y se utilizó el EVEA como repositorio de materiales educativos que pocas veces eran de producción propia. Sin embargo, esto abrió una ventana a nuevas maneras de relación entre la educación superior y las tecnologías digitales y a nuevas formas de presencialidad.

Es decir, no se logró alcanzar estándares relacionados con la educación a distancia durante el aislamiento, modalidad que siguió su curso en las propuestas pensadas a distancia desde el inicio y que, en la actualidad, han incorporado algunas características de la sincronía, siempre que no atenten contra la inclusión social y educativa que caracteriza a esta modalidad.

Sin embargo, la presencialidad se ha visto modificada en mayor medida que la EAD, puesto que las posibilidades de interacción sincrónica han sido interpretadas como nuevas presencialidades. De esta manera, es posible com-

binar presencia física con presencia sincrónica a través de diversos sistemas que incluyen la videoconferencia o la transmisión en directo.

Sin embargo, el uso de los EVEA también ha crecido en las propuestas presenciales y se ha mejorado en las propuestas a distancia, utilizándose cada vez más materiales educativos digitales diversos.

En este sentido es que sostenemos que, si bien los resultados de la investigación aún son parciales, aportan luz para seguir reflexionado acerca del nacimiento de una nueva industria cultural relacionada de manera directa con la educación y los materiales educativos digitales.

#### Bibliografía

Ayala, S. (2014). Ayala, S. (2014). Usos de materiales educativos en soporte papel y digital en las Universidades argentinas (2011). Un acercamiento a las prácticas de lecturas. Tesis Doctoral. Facultad de Ciencia Política. Universidad Nacional de Rosario, Rosario, Santa Fe, Argentina.

Ayala, Soledad (Mayo, 2019). "Reading and search practices in Rosario, Argentina: A case study of usage practices of digital and paper devices by students and professors in higher education", in Participations, Journal of Audience and Reception studies. Vol.

16 (1), pp.174-196. ISSN 1749-8716. Recuperado de: <http://www.participations.org/Volume%2016/Issue%201/contents.htm>

AYALA, Soledad (2020). El reinado del papel: prácticas de lectura universitarias, un análisis desde la construcción social de la tecnología. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de: <http://unidaddepublicaciones.web.unq.edu.ar/wp-content/uploads/sites/46/2020/03/Ebook-Elreinadodelpapel-Ayala.pdf>

Ayala, S., & Marotias, A. (2020). Conectividad o... La educación superior en tiempos de pandemia. RevCom, 11(040). ISSN: 2451-7836.

<https://doi.org/10.24215/24517836e040>

Ayala, S. y Marotias, A. (2022). Capítulo X "Materiales educativos, prácticas de lectura, construcción del conocimiento e inclusión en educación superior en pandemia", en Tarullo, R. (et. al) (contribuciones de Frezzotti, Yanina). Jóvenes, Medios y Redes Sociales. Representaciones, usos y prácticas antes y durante la pandemia", (pp. 199-215). Capítulo Evaluado con doble referato ciego. Junín: Universidad Nacional del Noroeste de Buenos Aires. UNNOBA.

BECERRA, M. (2016). La convergencia es más que un proyecto de ley. Disponible en: <https://martinbecerra.wordpress.com/2016/05/17/la-convergencia-es-mas-que-un-proyecto-de-ley/>

Bijker, W. (1987). Bijker, W., Hughes, T., & Pinch, T. (1987). The Social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology.

Cambridge: Mass, MIT Press.

Boczkowski, P. (2006). Digitalizar las noticias: innovación en los diarios online. Buenos Aires, Argentina: Manantí

BOLAÑO, C. y MASTRINI, G. (2002). Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional. Oficios Terrestres; #11-

12. 45-5

CAFFENTZIS, G. (2013). „A Critique of Cognitive Capitalism“, en In letters of Blood and Fire: Work, Machines, and the Crisis of Capitalism, Oakland: PM Press.

CEFIRE (s/f) - Conselleria de Educació, Investigació, Cultura y Deporte. ¿Qué es un recurso educativo? Comunicación y Apertura de Centro a través de Internet. Recuperado de: [http://cefire.edu.gva.es/file.php/1/Comunicacion\\_y\\_apertura/B4\\_RecursosEducativos](http://cefire.edu.gva.es/file.php/1/Comunicacion_y_apertura/B4_RecursosEducativos)

/5objetos\_educativos\_digitales.html Fecha de consulta: 25 de abril de 2019. Esnaola, Fernanda (2017). "Materiales educativos digitales para educación a distancia en la UNLP", en Trayectorias Universitarias, Vol. 3, Nro. 4, pp. 60-67, 2017, ISSN 2469-0090. Recuperado de: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62300/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62300/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fuchs, C. (2012) Una contribución a la crítica de la economía política del capitalismo informacional transnacional. Revista Nómadas (36), 27-41.

Litwin E. (2001). Educação à distância: temas para o debate de uma nova agenda educativa. Editor Artmed.

Litwin E. (2005) Cuadernos de Investigación Educativa. Presentación del Vol. 2 N° 12 Abril 2005. Publicación anual del Instituto de Educación de la Universidad ORT Uruguay. En [http://ie.ort.edu.uy/innovaportal/file/11512/1/cuad\\_12.pdf](http://ie.ort.edu.uy/innovaportal/file/11512/1/cuad_12.pdf) Consultado el 15.05.2019

Litwin, E.(2008) El oficio de enseñar. Condiciones y contextos. Buenos Aires: Paidós. Maggio, M. (2013). Enriquecer la Enseñanza. Los ambientes con alta disposición tecnológica como oportunidad. Buenos Aires: Paidós.

Marotias, A. (2018). El rol de la Educación a Distancia en la universidad pública argentina. 1986/2016. 47 JAIIO. Universidad de Palermo – Buenos Aires – 3 al 7 de septiembre de 2018.

Marotias, A. (2019). El rol de la educación a distancia en la universidad pública argentina (1986 - 2016). Tesis doctoral.

Mena, M. (Comp.) (2005). Construyendo la nueva agencia de la educación a distancia. Buenos Aires: La Crujía.

Mena, M. (comp) (2007) Construyendo la nueva agenda de la Educación a Distancia. Buenos Aires: La Crujía.

Míguez, P. (2014). Del General Intellect a las tesis del “capitalismo cognitivo: aportes para el estudio del capitalismo del siglo XXI. Bajo el Volcán, 13.

Morelli, S. (2013). El Currículum universitario en torno a la formación integral. Revista de la Escuela de Ciencias de la Educación: Núm. 8 (2013)

SAGOL, C.(2020). “De la emergencia a la oportunidad. Pandemia, educación y plataformas”. Conferencia dada en la mesa panel del conversatorio realizado el 28 de octubre de 2020, organizado por el Equipo Ciencia Tecnología y Sociedad. Universidad Maimónides.

SZTULWARK, S & MÍGUEZ, P. (2012). “Conocimiento y valorización en el nuevo capitalismo”, en Revista Realidad Económica; Buenos Aires.

Van Dijk, J. (2002). A framework for digital divide research. The Electronic Journal of Communication, 12(1/2). Recuperadode: <https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/6849188/Volume+12+Numbers+1.pdf>

Zallo, R. (1988) Economía de la Comunicación y la Cultura. Madrid: Akal.

Zukerfeld, M. (2008) Capitalismo cognitivo, trabajo informacional y un poco de música. Revista Nómadas (28

## MESA 2

# Medios universitarios

# Programación televisiva universitaria: análisis de la grilla de contenidos emitidos en la señal abierta Xama TV de la Universidad Nacional de San Juan, periodo 2020-2022

María Cecilia Vila

ceciliavila08@gmail.com

Fabrizio Pérez

perezescansion@gmail.com

**Universidad Nacional de San Juan**

## Resumen

Con los años, la TV se ha vuelto un agente socializador: acompaña en las rutinas de las personas, a través de su soporte muestra y propone estilos de vida, temas y perspectivas para la conversación, promueve pautas de comportamientos, criterios y valores, con aprendizajes básicos. Una manera de analizar la televisión es a través de la distribución de sus contenidos, que no se presentan de manera estática, sino desde una verdadera experiencia de flujo. Es decir, ofrece un conjunto de secuencias de acontecimientos disponibles en una única operación (Williams, 2011). El trabajo presenta la lectura de la grilla de programación de una señal televisiva universitaria, el caso de Xama TV, de la Universidad Nacional de San Juan. A más de una década de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA), en Argentina, las universidades públicas fueron sumándose al sistema de medios nacionales como nuevos prestadores públicos estatales, según la legislación. Reviste de interés indagar sobre la complejidad de estos actores emergentes (Monje y Zanotti, 2015) en el mapa mediático nacional. Se trata de licenciarios de televisión que no responden a un actor tradicional del mercado de medios.

Una de sus dimensiones a indagar son las programaciones como la distribución y organización de sus contenidos a lo largo de la semana. En este sentido, al seguir los aportes de Gustavo Orza (2002), junto con las aplicaciones de Yamila Heram y Pablo Schleifer (2021), es posible identificar y describir los tipos de discursos y los géneros televisivos que dan lugar al estilo de las señales. Para el análisis tuvimos en cuenta las grillas de los últimos tres años informadas por la dirección de la señal, ya que desde entonces lograron estabilizar la propuesta desde que iniciaron la transmisión, en octubre de 2017.

Xama TV es una de las primeras señales universitarias en integrar el sistema de televisión digital abierta a nivel federal. Es el primer canal público estatal de la provincia de San Juan, en un sistema audiovisual local de aire con predominancia de licenciarios privados con fines de lucro (Canal 8, Canal 5, Canal 13, Canal 34) y uno del arzobispado de la Iglesia Católica (Canal 4).

El artículo comunica parte de los análisis ofrecidos en las asignaturas Comunicación y Medios y Sociopolítica y Economía Política de la Comunicación de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNSJ.

## 1. Introducción

Con los años, la TV se ha vuelto un agente socializador: acompaña en las rutinas de las personas, a través de su soporte muestra y propone estilos de vida, temas y perspectivas para la conversación, promueve pautas de comportamientos, criterios y valores, con aprendizajes básicos. O como dice el periodista argentino Carlos Ulanovsky, en su reciente artículo *No somos como la televisión quiso (¿o sí)*, este medio “funcionó y funciona como agenda, como organizadora de opiniones, como escuela de consumo (y de consumismo), como modelo de aspiración social, como dictador de modas y palabras” (2021, p.3). En la última década, en lo que respecta a consumos mediáticos audiovisuales, es notorio que las audiencias conviven migran, van y vienen, cada vez más a los dispositivos móviles desde la lógica bajo demanda. En este sentido, la TV probablemente nos recuerda el uso más doméstico de un medio de comunicación: un aparato con su propio lugar en el hogar, en los espacios compartidos e incluso en los más privados de una vivienda. Tenemos para seleccionar toda clase de contenidos discursivos allí, con variedad de tópicos en canales desde programaciones más generalistas, hasta temáticas específicas en las grillas de los servicios de cableoperadores.

En la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales de 2023, realizada por el Ministerio de Cultura de la Nación, a través del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA), hay datos por demás interesantes sobre el consumo de televisión y audiovisual en internet. En la estadística un 91% afirma consumir televisión, de ese porcentaje un 90% habitualmente lo hace mediante un televisor, el resto utiliza computadora, celular o tableta para ver sus contenidos televisivos. Si nos centramos específicamente en el consumo de fuentes emisoras de televisión, la encuesta presenta que un 69% contrata a televisión por cableoperador, en efecto nuestro país tiene una larga trayectoria de acceso por esta vía, mientras que, en segundo lugar, un 13% mira TV por aire (sistema analógico y televisión digital abierta) (Servicio de Información Cultural de la Argentina, 2023).

Asimismo, la televisión fue construyéndose como objeto de estudio desde diferentes campos de producción de conocimiento dentro de las Ciencias Sociales. Una de sus dimensiones a indagar son las programaciones, como el producto que canales y señales televisivas ofrecen en ese continuo flujo de contenidos. Desde un punto de vista operativo, estudiar una programación, en palabras de Gustavo Orza supone catalogar y caracterizar sus programas como unidades discursivas según sus campos de referencia externos (realidad extradiscursiva), internos (ficciones) o híbridos y sus géneros discursivos (Orza, 2002) y avanzar hacia un modelo integral para su análisis. Específicamente, en este trabajo nos interesa aproximarnos a un análisis de la programación de una señal televisiva universitaria por tratarse de un actor que a nivel federal se incorporó con más fuerza al sistema de medios, desde 2009 en adelante, con la sanción de la Ley 26.522, de Servicios de Comunicación Audiovisual. Desde el incentivo de una política de comunicación, las universidades públicas nacionales logran conformarse legalmente como un nuevo tipo de licenciario que habilita la regulación, junto con los Pueblos Originarios y la Iglesia Católica.

A través de la selección de un caso de estudio, indagamos en su programación teniendo en cuenta las dimensiones propuestas por Yamila Heram y Pablo Schleifer (2021) en cuanto a promedio semanal de tiempo de emisión por contenidos referenciales, ficcionales e híbridos; géneros que predominan en cada uno de ellos; su programación local o repetición. En esta oportunidad, seleccionamos a Xama TV, de la Universidad Nacional de San Juan (en adelante UNSJ), por ser una de las primeras señales universitarias que solicitó su autorización para transmitir en el sistema de televisión digital abierta (en adelante TDA). Oficialmente, fue inaugurada el 17 de octubre de 2017, previamente estuvo casi un año con emisión de señal de prueba. En la actualidad puede sintonizarse en la señal 33 de la TDA y cuenta con transmisión vía streaming en su página de internet, luego de largas negociaciones pudo incorporarse a la señal 22 del principal cableoperador de la provincia de San Juan, Supercanal del grupo América.

Para el análisis tuvimos en cuenta las grillas de programación de los últimos tres años informadas por la dirección de la señal, ya que desde entonces lograron una estabilidad en la propuesta desde que iniciaron la transmisión.

## 2. Programaciones televisivas, entre la organización y la experiencia

Desde los Estudios Culturales, Raymond Williams (2011) argumentó que la televisión es una tecnología y una forma cultural que reelabora experiencias visuales heredadas pero también innova con propuestas intrínsecas al medio. Una manera de analizar la televisión es a través de la distribución de sus contenidos, que no se presentan de manera estática, sino que, en sus palabras, propone una verdadera experiencia de flujo, tal cual como lo hace la radio. Es decir, ofrece un conjunto de secuencias de acontecimientos disponibles en una única operación (Williams, 2011). Por lo tanto, la experiencia central de flujo de la TV no es percibida como “una serie de unidades relacionadas de distinta manera en el que la sincronización, aunque real, no está declarada” (p.123) sino que la organización interna real es algo diferente de la organización manifestada. Aclara que, aunque la programación sea algo planeado como un todo, está planificada en secuencias discernibles impuestas como unidades de programas particulares.

Paralelamente, las programaciones de la televisión y de la radio a menudo se clasifican, según su apertura temática en generalistas o segmentadas. Las generalistas cubren un amplio rango de tópicos, géneros y formatos destinados a una diversidad de públicos en cada parte de su propuesta. Las primeras televisoras construyeron una organización de contenidos con estas características. En un mismo canal había discursos informativos, ficcionales y de entretenimiento. Mientras que la segunda tipología surge a partir de la década del 1980, con una televisión a color en expansión y grandes cambios técnicos en su distribución a través de los sistemas de cableoperadores, en un primer momento, y la televisión satelital posteriormente.

Gustavo Orza (2002) establece una tipología discursiva dentro de las unidades de las programaciones generalistas. Según los campos de referencia, externo para aquellos que remiten a realidades empíricas o extradiscursivas, interno para los que ofrecen mundos ficcionales o híbridos para los que conjugan los dos primeros. En el tipo referencial están los programas que sostienen el discurso de la información como los periodísticos y los documentales: “operan con información del campo de referencia externo y pueden adoptar géneros variados: el noticiero, el magazine, el debate, el documental, el resumen semanal de noticias, etc.” (p.139). Mientras que el segundo tipo sirve para agrupar los discursos que “no presentan un alto grado de concordancia con el campo de referencia externo, más bien, a un campo de referencia interno (posible o fantástico) con diferentes grados de aproximación a la realidad externa” (p.138). Aquí encontramos las ficciones televisivas como telenovelas, series, telefilmes, la animación, las sitcoms, incluso algunas publicidades. La tercera tipología se da porque existen las primeras dos, es decir, implica una hibridación de ambos grupos: “se trata de discursos que operan sobre los límites de uno y otro intentando borrar las diferencias que, oportunamente, separaría a la realidad referencial de la ficción” (p.141). Por ejemplo, la categoría sirve para clasificar el reality show, el talk show, programas para las infancias, los docu-ficción, algunos programas de humor, por decir algunos recurrentes.

Los géneros son una variable cualitativa intermedia para cada grupo ya que permiten nominar a los productos televisivos que se agrupan en ellos. De la misma manera, Orza propone trabajarlos como modelos para abstraer “los temas, las estructuras y los estilos de cada género televisivo” (2002, p.143).

## 3. Señales universitarias en la televisión digital abierta

En Argentina, la televisión digital es objeto de política pública. Responde a una tradición que involucró al Estado en la instalación, cambios y expansión del medio tecnológico: desde su implementación, en 1951 con el gobierno de Juan Domingo Perón, durante la dictadura de Jorge Rafael Videla tuvo lugar el paso a TV color, hasta, en 2009, con el gobierno de Cristina Fernández quien implementó el Sistema de Televisión Digital Terrestre (en adelante SATVD-T), como parte de una política de comunicación. La intervención contempló la instalación, emisión de señales públicas, producción de contenidos audiovisuales y recepción a través de la distribución de aparatos receptores. Meses después de este suceso, en octubre del mismo año, quedó sancionada la Ley de Servicios de Comunicación Audiovi-

sual (Ley N° 26.522). Entre las múltiples regulaciones, la legislación declaró de interés público estos servicios. Además, en su artículo 21, recategorizó a los prestadores, por lo tanto, son titulares de este derecho: a) personas de derecho público estatal y no estatal, b) personas de existencia visible o de existencia ideal, de derecho privado, con o sin fines de lucro. Asimismo, en su artículo 37, establece nuevos prestadores al otorgar una autorización directa para brindar los servicios: personas de existencia ideal de derecho público, universidades nacionales e institutos universitarios nacionales, Pueblos Originarios e Iglesia Católica.

Específicamente, en su Título VIII regula los medios de comunicación audiovisual universitarios. Con el artículo 145 establece que las universidades y los institutos universitarios públicos pueden ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión. Esto último incluye una frecuencia en radio FM y una señal audiovisual en televisión digital abierta. Por lo tanto, el Estado promueve el afianzamiento de un sistema de radiodifusión educativo universitario público que hasta ese entonces estaba construyéndose con emisoras de radio, centros de creación audiovisual nucleados en la Red Nacional Audiovisual Universitaria (en adelante RENAÚ), el Canal 10 de la Universidad Nacional de Córdoba y el Canal 10 de la Universidad Nacional de Tucumán.

Puntualmente, la señal Xama TV, de la UNSJ, permite reunir características específicas para nuestro propósito. Xama TV reviste de un particular interés porque es un canal universitario montado en el sistema de TDA desde octubre de 2017, en el número 33 de la grilla, cuenta con su propio equipo de producción de contenidos. Asimismo, la señal tiene su infraestructura técnica para transmitir en la zona del Gran San Juan. Además, cuenta con un sitio de web para reproducir simultáneamente aquello que emite por televisión y tiene redes sociales digitales para su comunicación e interacción con los públicos. La universidad inauguró el canal Xama, incentivado también por las políticas audiovisuales nacionales que fortalecieron los equipamientos de las unidades académicas y facilitaron subsidios para la compra de infraestructura técnica. Su principal antecedente data de 2015 como una señal en transmisión streaming por la plataforma audiovisual Youtube. Institucionalmente, el canal funciona como una estructura orgánica dependiente de la Secretaría de Comunicación Institucional del Rectorado de la Universidad.

A pocos años de instaladas todas estas tecnologías, la UNSJ está construyendo lo que hoy podemos nombrar como televisión digital universitaria. Tan importante emprendimiento nuclea múltiples decisiones y voluntades para hacer funcionar el canal de televisión y orienta también sus apropiaciones.

#### **4. Aproximaciones a una lectura de la programación de la señal universitaria Xama TV**

La programación de Xama TV incluye producción propia y contenidos transmitidos en red de otras señales o redes, como es el caso de Edu.ar, el Banco de Contenidos Audiovisuales Argentinos (BACUA), la RENAÚ, Cine.ar, la Red Televisión América Latina (TAL), entre otros. Si bien al ser universitaria, por su tipo de propuesta, podríamos incluirla en una señal segmentada, su producción contiene géneros y formatos propios de los canales generalistas. Una característica a señalar es que realiza sobre todo programas “de piso”, de estudios, en géneros discursivos referenciales de tipo noticiero, magazine, debate. En este sentido, es necesario destacar que los recursos económicos para las producciones propias provienen principalmente de una partida específica del presupuesto universitario.

Para el análisis, tomamos las grillas de programación de los últimos tres años (2020, 2021 y 2022) durante la primera semana de noviembre, al encontrarse construidas en las bases de datos de la señal (la primera grilla constituida data de diciembre de 2019) (ver Anexo).

##### **4.1 Programación del 2020**

La primera variable a considerar es la cantidad de programas de producción propia y aquellos que tienen otro origen. Para construir este dato, tomamos como unidad de análisis la programación de la primera semana de noviembre. Si bien en los bloques temporales, la grilla se mantiene estable en cuanto al tipo de contenido, algunas veces varía, por

ejemplo en el contenido ficcional, o en el acontecimiento en directo que transmiten. En este último caso, durante los últimos tres años encontramos que son partidos de fútbol de la selección argentina en el marco de un torneo internacional (Copa América, Copa del Mundo).

Contamos, durante los siete días de esa semana los programas de cada origen y sus repeticiones, como recurrencia vemos que en los horarios de la tarde-noche vuelven a emitir las ediciones matutinas.



Gráfico 1: Productores de programas en 2020. Fuente: Elaboración propia.

Durante el 2020, los días hábiles de semana la señal emitió contenidos en el rango de tiempo de 8 a 24. Un poco más del 40 por ciento del material emitido es propio de la señal. Complementa la programación, contenidos provenientes de otros organismos públicos como BACUA, CONICET, Canal Encuentro, el Instituto Nacional de la Música (INAMU) y al estar aun en pandemia la señal emitió el programa Seguimos Educando del Ministerio de Educación de la Nacional de 16 a 20. Asimismo, retransmitió programas de redes de universitarias RENAU y televisoras públicas de América Latina (Red Tal).

En cuanto al promedio de tiempos de transmisión dividimos el procesamiento de datos en días hábiles y fines de semana, ya que la programación cambia en su propuesta para sábados y domingo. La señal alcanza en esta temporada un total de 34 horas de tiempo en transmisión de lunes a viernes, con sus producciones y repeticiones.

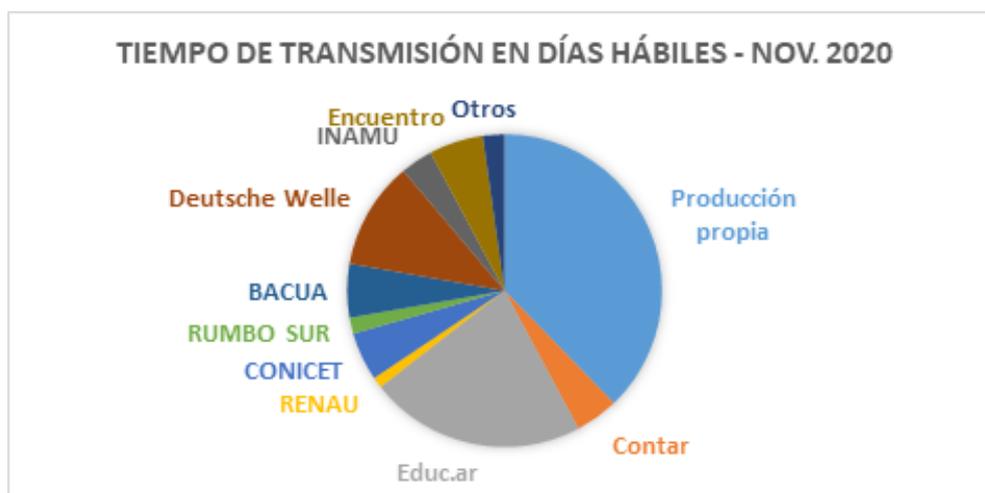


Gráfico 2: Tiempo de transmisión según productores de programas en días hábiles en 2020.

Fuente: Elaboración propia.

En la lógica de flujo, el tiempo es una variable sustancial, el gráfico anterior si bien nos muestra que la mayor cantidad de programas emitidos es de producción propia, en el tiempo representa un 31 por ciento del total durante los días hábiles de la semana, siendo el mayor origen de contenidos. Le siguen con valores cercanos Educ.ar, con el 25 por ciento y contenidos de Deutsche Welle, un servicio de radiodifusión internacional financiada por el estado alemán.

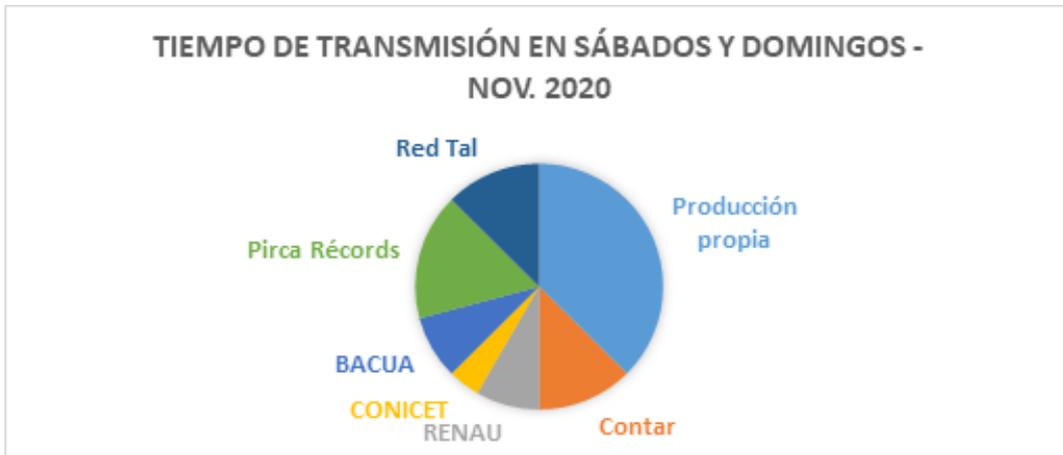


Gráfico 3: Tiempo de transmisión según origen de producción en sábado y domingo en 2020.

Fuente: Elaboración propia.

Durante los fines de semana disminuye la diversidad de origen de contenidos, aunque sigue predominando la producción propia. Paralelamente, en esos dos días la señal comenzó su transmisión a las 9 y finalizó como los días hábiles a las 24.

En relación a los tipos de discursos, siguiendo la tipología de Orza (2002), en la producción de Xama predominan los discursos referenciales, principalmente de carácter informativo-periodístico, en primer lugar, en segundo orden los de tipo de documental.



Gráfico 4: Tipos de discursos en producción de Xama TV 2020. Fuente: Elaboración propia.

Si bien detallaremos los géneros en el último año, por encontrar más información sobre ello, durante el 2020 clasificamos como ficcional el registro audiovisual de obras teatrales en el Teatro del Bicentenario de la Ciudad de San Juan, realizadas por el canal. En cuanto al género híbrido, encontramos el programa infantil Peques, destinados a las infancias.

En cuanto a los contenidos producidos por tercero vemos que no varía demasiado la proporción, sigue habiendo predominancia de discursos referenciales. A esto puede completar su propuesta con ficciones, sobre todo a partir

de la plataforma Contar del estado nacional.



Gráfico 5: Tipos de discursos en producción terceros en Xama TV 2020. Fuente: Elaboración propia.

#### 4.2 Programación del 2021

Al año siguiente, en la programación de Xama, aparecieron nuevos productores en los contenidos que integraron su propuesta como el canal público provincial de Mendoza, Acequia TV, el Centro Cultural Kircher (CCK) y UN3TV, la señal universitaria de la Universidad Nacional Tres de Febrero (UNTREF). Entre los productores privados, señalamos los acuerdos en la transmisión por su libre licencia de circulación para contenidos musicales, es el caso del programa Música en compañía, de la productora Pirca Records y Lo que se nos canta, de Silvia Lallana.

Asimismo, cabe destacar a noviembre de este año, hacía cuatro meses que se iniciaba una nueva gestión en el gobierno central de la UNSJ, asumiendo un nuevo grupo de funcionarios en todas las secretarías que no constituye una continuidad del sector político hasta la gestión de julio del 2021.



Gráfico 6: Productores de programas en Xama TV 2021.

Fuente: Elaboración propia.

Al igual que en el año anterior la programación cambia de acuerdo a los días hábiles de los fines de semana. En el primer momento, encontramos esta proporción de cantidad de tiempo según el productor del programa. La producción propia de la señal es la que sigue predominando en el tiempo de emisión. La cantidad de tiempo de trans-

misión, de lunes a viernes, de Xama TV fue de 44 horas con sus contenidos y repeticiones.

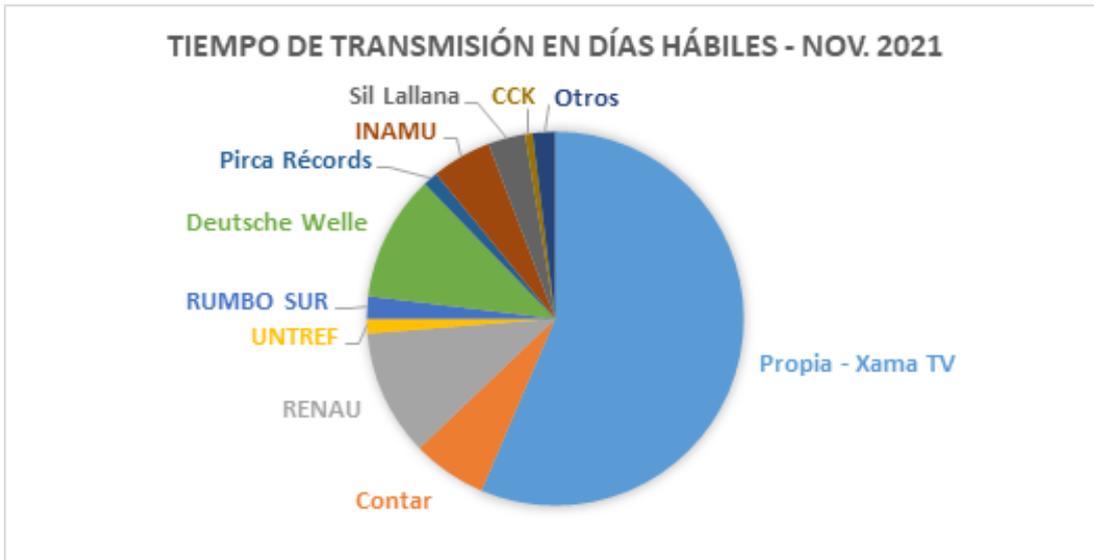


Gráfico 7: Tiempo de transmisión según productores de programas en días hábiles en 2021.

Fuente: Elaboración propia.

Durante los fines de semana, disminuye la cantidad de productores de programa, aparecen en este segundo momento enunciadores públicos que no están los días hábiles como Acequia TV y la TV Pública, principalmente para programas de tipo referenciales que abordan problemáticas internacionales e intergeneracionales.



Gráfico 8: Tiempo de transmisión según productores de programas en sábado y domingo en 2021.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los tipos de discursos de producción propia, Xama TV tuvo para esta altura una totalidad de programas referenciales, no continuando con los géneros híbridos o ficcionales, también por los costos de realización que demandan.



Gráfico 9: Tipos de discursos en producción de Xama TV 2021. Fuente: Elaboración propia.

Ese año, la diversidad de discursos fue aportada por otros productores con los que la señal acordó ser ventana para sus contenidos. Continuó con las decisiones sostenidas el año anterior en relación a las ficciones y los géneros híbridos.



Gráfico 10: Tipos de discursos en producción terceros en Xama TV 2021.

Fuente: Elaboración propia.

### 4.2 Programación del 2022

En el último año tomado en esta muestra, vemos que se mantiene la diversidad de productores de los contenidos emitidos, en proporciones semejantes a las de año anterior.

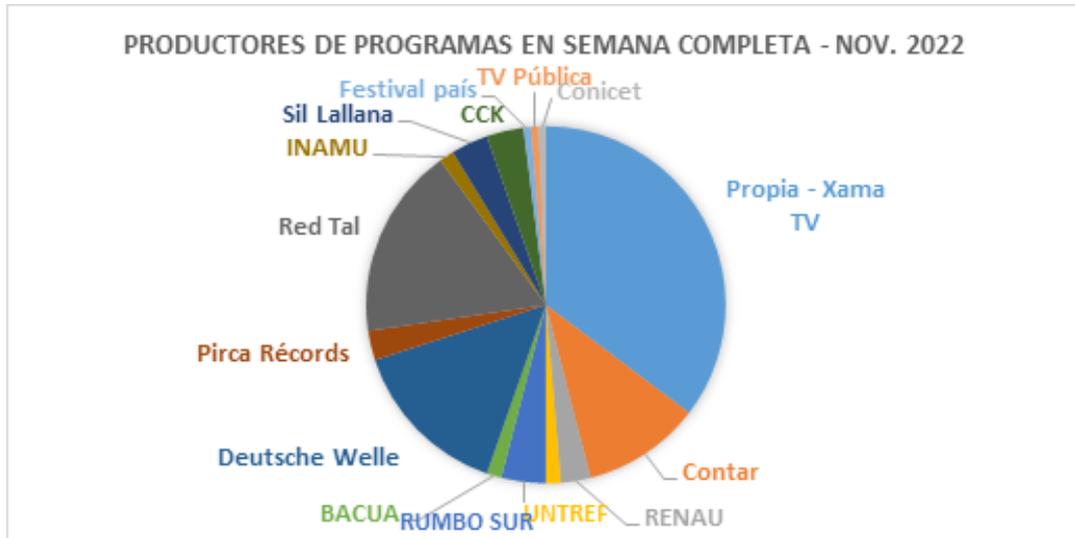


Gráfico 11: Productores de programas en Xama TV 2022.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la cantidad de tiempo de transmisión, de lunes a viernes, Xama TV alcanzó un total de 32 horas y 30 minutos con sus contenidos y repeticiones. El resto pertenece a programas de otros productores.

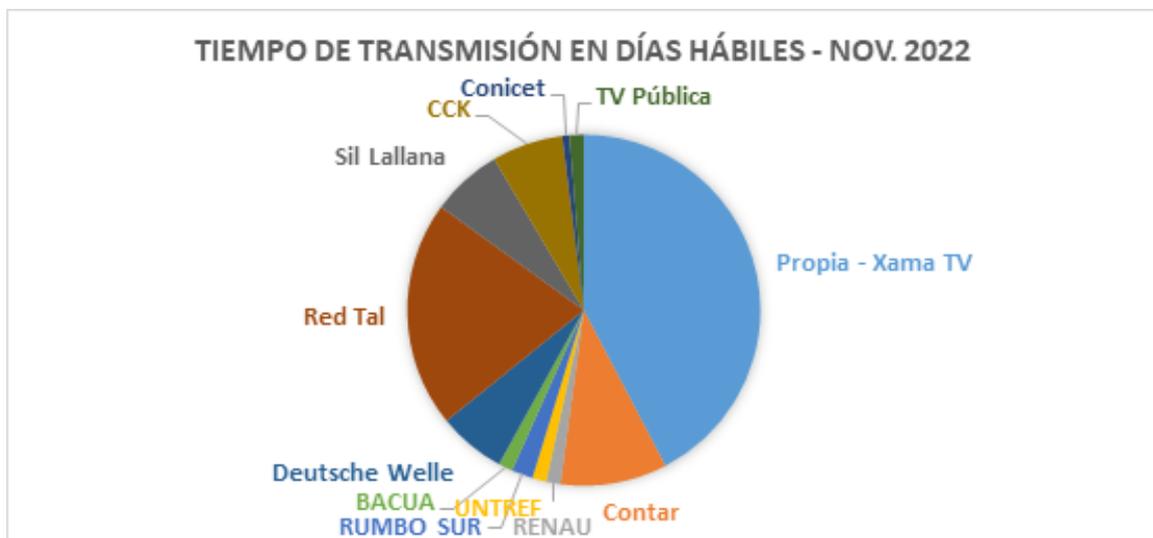


Gráfico 12: Tiempo de transmisión según productores de programas en días hábiles en 2022.

Fuente: Elaboración propia.

Durante el fin de semana sigue proponiendo adaptando la programación a este periodo, disminuyendo la cantidad de productores de contenidos.

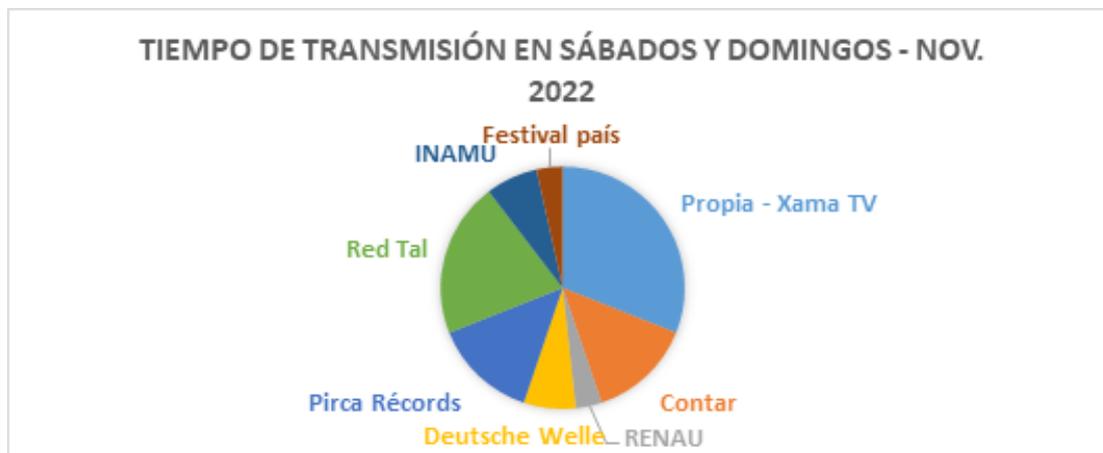


Gráfico 13: Tiempo de transmisión según productores de programas en sábado y domingo en 2022.

Fuente: Elaboración propia.

La producción propia sigue manteniendo este año un predominio de los discursos referenciales. En cuanto a la cantidad no hay gran variedad en los tres años, en esta medición hay siete programas propios, de los cuales seis son de ese grupo mayoritario, y uno de géneros híbridos.



Gráfico 14: Tipos de discursos en producción de Xama TV 2022.

Fuente: Elaboración propia.

Al ampliar esta información, encontramos los siguientes detalles en cuanto a los géneros. El que predomina es el magazine, por tratarse de un programa que agrupa diferentes temáticas tanto de actualidad como propuestas de tópicos más globales no necesariamente anclados a un suceso reciente. El magazine está presente en el momento matutino de la señal y en la primera hora de la tarde. En la mañana emiten San Juan en vivo con temáticas de interés general, de la agenda periodística local y nacional. De la misma manera, el magazine es un formato utilizado

para segmentación de temáticas, es el caso de Campus para noticias de deportes y Mujeres en movimiento para problemáticas de los géneros.

En el caso del noticiero, Xama Noticias, su edición central es al mediodía y se repite en la noche. Para el género documental, la señal propone Grabando con el registro de músicos locales que han visitado la señal brindando conciertos televisados en el mismo estudio. Dentro del género propuesto por Orza como publicidad institucional, detectamos en esta configuración al programa Nuestros temas, por tratarse de noticias propias de la universidad, principalmente en sus funciones académicas, de investigación y extensión.



Gráfico 14: Tipos de discursos en producción de Xama TV 2022.

Fuente: Elaboración propia.

Si bien el canal no produce ficción, ofrece a través del programa Así filmamos la transmisión de cortometrajes producidos por la sede Cuyo de la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC), en un acuerdo con esa institución y el Ministerio de Turismo y Cultura de la provincia. El programa ofrece, además de los cortometrajes, entrevistas a sus realizadores y el ‘detrás de escena’ de su producción.

Finalmente, para cerrar este apartado, complementamos la información con los tipos de discursos de productores externos a Xama que integran su programación a noviembre del 2022. La cuota de ficción sigue aportándola la plataforma Contar con series nacionales que suelen ser el resultado de políticas de fomento a la producción. Destacamos que este tipo de iniciativas termina beneficiando a señales como estas que les resulta muy difícil afrontar el costo de esos productos.



Gráfico 15: Tipos de discursos en producción terceros en Xama TV 2022. Fuente: Elaboración propia

## 5. A modo de cierre

A través del trabajo nos propusimos un primer abordaje en la programación de una señal universitaria, en este caso de Xama TV por la proximidad del objeto en el territorio y por ser una de las primeras señales televisivas de una universidad pública, en el sistema de televisión digital abierto a pocos años de ser sancionada la Ley 26.522.

Para llevar adelante el análisis, partimos de los aportes de Gustavo Orza (2002), junto con las aplicaciones de Yamila Heram y Pablo Schleifer (2021), para identificar y describir los tipos de discursos y los géneros televisivos que dan lugar al estilo de las señales. Metodológicamente resultó un dispositivo analítico de mucho valor para avanzar en una primera propuesta de interpretación de la programación desde un enfoque operativo que nos permita agrupar y clasificar dimensiones de ese referente empírico complejo por sus variaciones en el tiempo que va construyéndose a largo del tiempo.

Entre las particularidades de Xama, si bien podríamos describirla como una señal de contenido segmentado, por la institución a la que pertenece y los tópicos vinculados a las realidades de los sistemas universitarios y la comunicación pública de la ciencia, los géneros trabajados son más propios de las programaciones generalistas. Nos parece relevante advertir esta característica en el sistema de transmisión al que originalmente pertenece: el sistema de televisión digital abierta. Recordemos que esta política de comunicación, iniciada por 2009, diversificó, por la particularidad técnica de la compresión de las señales digitales, la cantidad de enunciadores en el sistema al compararlo con la tecnología precedente en el sistema analógico. Este último, estaba compuesto por pocos canales de corte generalista, dejando al sistema de cableoperadores la diversidad de señales temáticas. Por lo tanto, el sistema de televisión digital abierta es una hibridación de ambos sistemas. En una tecnología de transmisión de aire con más señales de programaciones generalistas y segmentadas.

La programación de Xama se caracteriza, en los últimos años, por ofrecer una cantidad acotada de programas propios pero que en el emplazamiento por su duración y sus repeticiones compone la mayor parte del servicio. Asimismo, en sus realizaciones predominan los discursos referenciales cuya particularidad está en ser programas de estudio por el abaratamiento de los costos que esto supone. En estos últimos sobre sale el formato magazine. En este sentido, la diversidad de discursos y géneros están en otros productores con los que la gestión de Xama acuerda retransmisiones como BACUA, la plataforma Contar, el servicio internacional alemán Deutsche Welle, la señal pública mendocina Acequia, la Red TAL, entre otras.

Varios interrogantes quedan abiertos a partir de esta primera aproximación ¿cómo se toman las decisiones para armar esa programación? ¿cómo son esos procesos para integrar actores de la comunidad universitaria y de la comunidad local en la propuesta de producción propia para que sea plural y participativa? ¿cómo diseñar la programación de una señal universitaria en un sistema mediático de múltiples dispositivos y plataformas? ¿cómo participan las audiencias en la construcción de la programación de una señal público estatal?

Nos parece relevante que desde cada universidad en general, y desde las carreras de comunicación y periodismo en particular, pueda hacerse un seguimiento de estos fenómenos. De esta manera, nos ayudan a comprender y evaluar procesos comunicacionales trascendentes para las historias de las instituciones y de los medios de cada lugar.

## 6. Referencias bibliográficas

HERAM, Y. y SCHLEIFER, P. (2021): Canal 10 de Río Negro: límites y posibilidades de su programación. Revista Pilquen. Vol. 24, N°4. Recuperado de <http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/Sociales/article/view/3448/PDF>

ORZA, G. F. (2002). Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental. Buenos Aires: La Crujía.

SERVICIO DE INFORMACIÓN CULTURAL ARGENTINA (2023): Encuesta Nacional de Consumos Culturales: TV, películas y series. Recuperado de [https://www.cultura.gob.ar/media/uploads/encc2023\\_informe\\_preliminar.pdf](https://www.cultura.gob.ar/media/uploads/encc2023_informe_preliminar.pdf).

ULANOVSKY, C. (2021): No somos como la televisión quiso (¿o sí?). REVCOM. Revista científica de la red de carreras de Comunicación Social, N° 13, E. 061. Universidad Nacional de La Plata, Argentina. DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e061>.

WILLIAMS, R. (2011). Televisión, tecnología y forma cultural. Buenos Aires: Paidós.

# Panorama Revés. Deconstruir la agenda tradicional para las audiencias jóvenes de noticias

Marta Pereyra.

Daniela Vuirli.

**Universidad Nacional de Córdoba**

Entre las numerosas dimensiones de la crisis del periodismo nos interesan en particular la saturación de la información en línea, la polarización política y la concentración de los medios de comunicación en grandes conglomerados y los efectos de estos problemas en las **agendas periodísticas**. Conectamos estos emergentes con los resultados de un informe del Instituto Reuters que da cuenta de la desconexión creciente entre el periodismo y el público con fenómenos como caída en la confianza, declive en el interés por las noticias y aumento de quienes las evitan a propósito. En lo que atañe a la juventud, las redes sociales han ido reemplazando a los sitios informativos en las preferencias de las audiencias jóvenes en general. Según la encuesta, las noticias son repetitivas y desalentadoras, a menudo de dudosa credibilidad y dejan a las personas sintiéndose impotentes. ¿Por qué la gente evita las noticias? ¿En particular, los jóvenes evitan consumir noticias? ¿Hay algo malo en el producto del periodismo, en las noticias? Si el objetivo del periodismo es informar a la gente, ¿dónde está la evidencia de que está funcionando?

Revelar el modo en que las noticias se producen es algo más que la clave para comprender su significado, es contribuir al perfeccionamiento democrático de la sociedad, una reflexión urgente en la formación de periodistas y comunicadores en la universidad pública.

Este trabajo se sustenta en la investigación sobre la experiencia del programa periodístico “**Panorama Revés**”, que se emite en Radio Revés producido por estudiantes, la Radio de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC. En particular, abordaremos las **categorías de los asuntos noticiables** que define la producción periodística del programa. El relato se realiza desde algunos de los postulados de la teoría de la **agenda setting** y analiza las categorías que se alejan de la cobertura de noticias relacionadas con la política, las figuras políticas y los conflictos sociales para incorporar una **agenda de temas diversa y personalizada**, incorporando intereses de nicho, desde la cultura pop hasta los viajes, la salud y el bienestar y los temas ambiente, género, trabajo, pueblos originarios y minorías.

*“La historia, así como el periodismo, no reconstruye la verdad, sino que la interpreta”.*

## **Construcción de la realidad**

Entre los ritos de la vida cotidiana de las personas está el de consultar redes sociales, sitios web, conectar la radio o encender la televisión para conocer noticias. El conjunto de medios, redes y plataformas forma un círculo de realidad envolvente que se convierte en referencia diaria de nuestra vida. La información que ofrecen los diferentes medios es una construcción fruto de la actividad de mediación del periodismo y tiene una finalidad social. Las noticias inciden sobre las personas, las sociedades, las culturas y civilizaciones y generan efectos afectivos, cognitivos y comportamentales. Construyen y modifican la opinión pública en la medida en que se constituyen como valor de cambio en el escenario contemporáneo del debate público y pueden contribuir a sensibilizar sobre los graves problemas de la sociedad y las personas y mover voluntades para resolverlos.

El periodismo, cuyo objeto de estudio y producción es la información, evolucionó según las épocas. Evolucionó desde el primer periodismo (de 1789 a 1830), caracterizado por el contenido literario y político, con textos críticos, economía deficitaria y dominado por escritores, políticos e intelectuales. Siguió evolucionando a inicios del siglo XX, con la prensa de masas, que marcó el comienzo de la profesionalización de los periodistas, la creación de reportajes y titulares, la utilización de publicidad y la consolidación de la economía de empresa. Y llega hasta la actualidad, con el amplio uso de la tecnología digital, información electrónica e interactiva transmitida a una velocidad nunca experimentada, la convergencia mediática, la enorme valoración de lo visual, cambios en las funciones del periodista y una crisis de los modelos tradicionales de medios.

Pero en cualquier caso y época, la materia prima de la información siguen siendo los hechos ocurridos en la realidad. La mediación fundamental que ejercen los medios en una sociedad es la que realizan por medio de la captación, selección y difusión de estos hechos. Lo que se informa -bien o mal, mejor o peor- da cuenta de acontecimientos que han ocupado un tiempo y un espacio reales; ocurridos espontáneamente o preparados, pero reales. La función social del periodista será la de recoger, codificar y comunicar en forma permanente, regular y organizada, por cualquier medio técnico, mensajes que contengan información para la comunicación social.

El periodista interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla. “El periodismo puede considerarse un método de interpretación sucesiva de la realidad social del entorno humano, método que comporta unos hábitos y unos supuestos. Una sociedad no puede vivir sin un presente que la envuelva y le sirva de referencia. Siempre tiene que estar pasando algo y siempre hemos de conocerlo. Siempre tiene que haber acciones en curso y siempre hemos de poder enterarnos de ellas”. (Gomis, 1991, p. 43).

¿Por qué consideramos que un hecho es noticia? Lorenzo Gomis afirma que “un hecho es noticia si desde que lo captamos, formulamos y comunicamos podrá seguir funcionando como tal, es decir, si otros lo captarán, entenderán y repetirán, porque el hecho les ha interesado, quieren comentarlo, consideran que debe conocerse, que puede influir en sus vidas y en las de los demás, que puede repercutir en nuevos hechos que habrá que conocer también”. (Gomis, 1991, p. 57) Por eso la interpretación de la realidad social como un conjunto nuevo de noticias es una interpretación activadora de la sociedad. Hace que la gente hable, piense y actúe, que quiera intervenir en esa misma realidad que se le da a conocer.

Pero en la rutina productiva de las redacciones de todo el mundo hay un exceso de sucesos que llegan a conocimiento de los periodistas. Y sólo una pequeña parte de ellos se publica o emite. Es decir, sólo una pequeña parte se convertirá en noticia. ¿Cuál es el criterio usado por el periodismo para elegir qué hechos deben o no llegar a ser noticia? Sin dudas, esta es la pregunta más importante sobre la práctica periodística.

Mauro Wolf (2002) llama “noticiabilidad” a la capacidad que tienen los hechos de convertirse o no en noticia. Cuanto mayor sea el grado de noticiabilidad, mayor es esa capacidad. Resulta fundamental entonces relevar y analizar los criterios por los cuales el trabajo periodístico realiza la “construcción social de la realidad” empezando por la selección y jerarquización de los hechos susceptibles de convertirse en noticia.

Para Felipe Pena (2009), la teoría del periodismo se ocupa de dos cuestiones básicas: por qué las noticias son como son y cuáles son los efectos que esas noticias generan. Sin embargo, los efectos influyen en la propia producción de la noticia, en un movimiento retroactivo de repercusión. Si abordamos los efectos, aparecen fenómenos como caída en la confianza, declive en el interés por las noticias y aumento de quienes las evitan a propósito. Según las encuestas, las noticias son repetitivas y desalentadoras, a menudo de dudosa credibilidad y dejan a las personas sintiéndose impotentes. ¿La gente evita las noticias? ¿En particular, los jóvenes evitan consumir noticias? ¿Hay algo malo en el producto del periodismo, en las noticias? Si el objetivo del periodismo es informar a la gente, ¿dónde está la evidencia de que está funcionando?

Interesa determinar si las teorías tradicionales del periodismo alcanzan para analizar el contexto contemporáneo en el que, en lo que atañe a la juventud, las redes sociales han ido reemplazando a los sitios informativos en las preferencias.

Al respecto, hay emergentes notables sobre los hábitos y las actitudes de las audiencias jóvenes, afectadas por la creciente desconfianza y la evasión de noticias, el aumento de la atención pública para cuestiones como el cambio climático y la justicia social, y el crecimiento de nuevas plataformas como TikTok y Telegram. Según el “Digital News Report 2022”, desarrollado por el Reuters Institute for the Study of Journalism y Oxford University, en la franja considerada “juventud” hay diferencias sustanciales entre los nativos sociales (que tienen entre 18 y 24 años y crecieron en gran medida en el mundo de la internet social y participativa) y los nativos digitales (de 25 a 34 años, que crecieron en la era de la información pero antes del aumento de las redes sociales) con respecto al acceso a las noticias, a los formatos y a las actitudes. Estos grupos son audiencias fundamentales para los medios y los periodistas de todo el mundo y para la sostenibilidad del sector, aunque son cada vez más difíciles de alcanzar y pueden resultar necesarias distintas estrategias para atraerles. Los nativos sociales utilizan las redes como fuente principal, en comparación con quienes eligen visitar un portal de noticias o una aplicación. También son mucho más propensos que los grupos de mayor edad a acceder a las noticias mediante los agregadores y los motores de búsqueda.

Stella Martini ubica el trabajo periodístico entre el espacio de la subjetividad y el del poder, quien tiene la capacidad para que el mundo “se vuelva a ver” (Martini, 2000:17) Una concepción racionalista que parte de la necesidad de entender, comprender y hacer saber la verdad y que remite a la matriz iluminista de la prensa escrita en el siglo 19. Más adelante en el tiempo, la falta de confianza en instituciones y sistema político ubicó al periodismo en aquello que dio en llamarse “el cuarto poder”, mediadores entre la ciudadanía y el poder. El papel del periodismo ha ido cambiando según la historia, las estructuras sociales, las agendas públicas, la tecnología y las necesidades de los medios de comunicación.

En la actualidad, las tecnologías comunicativas han generado un proceso de cambio de los lugares institucionales que definen la noticiabilidad en el exterior de las redacciones, mientras éstas se limitan a aceptar y dar forma a aquello que viene ya elaborado de fuera. Cada vez más, un número de sujetos sociales en todos los campos de la esfera pública se convierte en noticiable en ámbitos como la cultura, la sociedad, la moda, las esferas de los derechos de la ciudadanía, la ética, etc. El resultado es una mayor visibilidad de la sociedad civil y del cambio social.

En este contexto, se han reducido o ampliado los límites de la noticiabilidad? Qué es noticia para los jóvenes entre 18 y 25 años? Cuáles son los criterios por los cuales un hecho es noticia para los jóvenes? Qué noticias debería comunicar un servicio informativo destinado a jóvenes?

## Noticias y criterios noticiables

Para responder los interrogantes hemos tomado como caso la producción periodística del programa informativo “**Panorama Revés**”, un espacio informativo de la radio Revés, perteneciente a la Facultad de Ciencias de la Comunicación. El **Panorama Revés** es producido por estudiantes de cuarto y segundo año de la licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba. A lo largo de dos emisiones de 30 minutos cada una, el programa sintetiza los hechos más relevantes de la actualidad según una categorización que modifica las secciones tradiciones (política, economía, deportes y cultura) para abrir la noticiabilidad a otros ámbitos de la vida social en la búsqueda de interpelar a los jóvenes oyentes.

Una de las formulaciones de la «agenda setting» es que las cuestiones que reciben más atención en los medios se perciben como las más importantes por los públicos, de manera que los medios no dicen qué hay que pensar, sino sobre qué hay que pensar. La teoría de la «agenda setting» surgió a comienzos de los 70 y la

mayoría de los estudios fundados en esta teoría se refieren a la confluencia entre la agenda mediática y la pública. “Las personas tienen tendencia a incluir o excluir de sus conocimientos aquellos que los medios de masas incluyen o excluyen de su contenido” (Wolf, 2002, p.144) Lejos del postulado teórico, en el contexto del consumo de jóvenes, los hábitos y actitudes hacia las noticias han cambiado, aumentando la desconfianza y la evasión. Los menores de 35 años son los grupos de edad de menor confianza, con solo un tercio (37 %) de personas entre 18 y 24 años y entre 25 y 34 años diciendo que confían en la mayoría de las noticias la mayor parte del tiempo, en comparación con casi la mitad de los mayores de 55 años (47%). Los jóvenes también cada vez más eligen evitar las noticias. En todos los mercados, alrededor de cuatro de cada diez menores de 35 a menudo o a veces evitan el consumo de noticias.

Las audiencias más jóvenes dicen que las noticias tienen un efecto negativo en su estado de ánimo (34 %) y que hay demasiada cobertura de noticias sobre temas como la política o el coronavirus (39 %). En particular, persiste entre los jóvenes la vieja crítica al carácter deprimente o abrumador de las noticias<sup>1</sup>.

Los jóvenes, especialmente los nativos digitales, también evitan en ocasiones las noticias porque las perciben como tendenciosas o poco fiables. Dado que los menores de 35 años crecieron en la era digital y las generaciones mayores los han socializado para ser críticos con la información que consumen, podría inferirse que adoptan un enfoque particularmente escéptico de toda la información cuestionando la "agenda" de los proveedores de noticias.

Al mismo tiempo que concurren la desconfianza y la evasión, es notable el incremento de la atención a temas como el cambio climático y la justicia social como integrantes de la «agenda» de los jóvenes. Hay un alejamiento en creer que los asuntos de política y economía de los medios tienen la importancia que se les atribuye y viran sus intereses hacia otros temas.

Esto demuestra que tanto los medios como el público están sujetos simultáneamente a otras influencias. En el caso de los jóvenes, incluyen ofertas como el entretenimiento o las series de ficción y otros consumos culturales disponibles en sus dispositivos (teléfonos, estaciones de juego, etc)

La experiencia de modificación de los factores de noticiabilidad tradicionales implementada en el programa informativo **Panorama Revés** da cuenta de categorías que se alejan de la cobertura de noticias relacionadas con la política, las figuras políticas y los conflictos sociales para incorporar una agenda de temas diversa y personalizada, incorporando intereses de nicho, desde la cultura pop hasta los viajes, la salud y el bienestar y los temas ambiente, género, trabajo, pueblos originarios y minorías.

El **Panorama Revés** está producido por estudiantes en una experiencia pedagógica de aprendizaje significativo entre pares, en relación horizontal. No hay docentes que determinen los contenidos seleccionados ni la redacción previa a la emisión de aire. Este rol de revisión y coordinación general lo desarrollan estudiantes avanzados del ciclo orientado en Radio de la Licenciatura en Comunicación quienes acompañan la producción y puesta al aire a cargo de estudiantes del ciclo básico (2do. año). Es decir que son los estudiantes productores y destinatarios a la vez, como grupo etario, de la selección y jerarquización que se realiza en la producción del programa. Un dato relevante a aportar en cuanto a criterios periodísticos es la radio para la cual se producen los programas, Radio Revés, una radio nacida en el año 2001 en la Escuela de Ciencias de la Información (ahora Facultad de Ciencias de la Comunicación) de la UNC a partir de la iniciativa de un grupo de docentes y estudiantes que comprendieron la necesidad de sumarse a la ya nutrida presencia de emisoras de radio alternativas y populares del espectro de frecuencia modulada en Córdoba. Esta condición de origen de la radio

---

1 Estudio de referencia: Digital News Report 2022. Publicado por el Reuters Institute for the Study of Journalism en el año 2023.

-universitaria, alternativa y popular- determina unos objetivos comunicacionales alineados hacia las luchas populares, de trabajadores y minorías que sufrieron directamente las consecuencias de la crisis de salida de la convertibilidad en Argentina.

Es interesante la puesta en común respecto del interrogante: ¿qué son las noticias para estos jóvenes nativos digitales que producen y a la vez son receptan el programa de noticias?

En principio la percepción de que los medios se dirigen a temas como la política refleja el deseo más amplio de las audiencias jóvenes por diversas agendas, voces y perspectivas de noticias.

Muchos jóvenes tienen una definición más amplia de lo que es una noticia: a menudo distinguen entre «las noticias» como la agenda estrecha y tradicional de política y asuntos de actualidad, y «noticias» como un paraguas mucho más amplio que abarca temas como deportes, entretenimiento, chismes de celebridades, cultura y ciencia. Esto se refleja en los ejemplos de «noticias» que eligen: desde historias sobre la frutilla más grande del mundo hasta la contaminación en los ríos y el último episodio de Gran Hermano. Según el estudio de referencia, los jóvenes están interesados en temas de noticias "más suaves": noticias de entretenimiento y celebridades (33 % interesados), noticias de cultura y arte (37 %) y noticias educativas (34 %)<sup>2</sup>.

En lo que respecta a la motivación a consumir noticias, los jóvenes menores de 35 años están un poco más motivados que los grupos de mayor edad por lo entretenidas que son las noticias y lo *compartibles* que son, y están un poco menos motivados que los grupos mayores por un sentido del deber de mantenerse informado de las novedades o por su utilidad personal para los mismos.

En sus conclusiones sobre jóvenes y consumo de noticias, el informe expresa: “Esto, junto con la naturaleza a menudo deprimente de las noticias y la abrumadora cantidad de información que encuentran en su vida diaria, hace que los jóvenes se muestren escépticos sobre las agendas de las organizaciones de noticias y sean cada vez más propensos a evitar las noticias, o al menos ciertos tipos de noticias. Si bien no todos los jóvenes tienen las mismas necesidades, muchos buscan voces y perspectivas más diversas e historias que no los depriman ni los molesten”. (2023, p. 45) Y respecto a los dispositivos de acceso a la información afirma que los jóvenes nativos digitales se mueven cada vez más hacia las nuevas redes sociales visuales, pero no todos tienen períodos de atención limitados cuando se trata de información seria. Les gusta una variedad de formatos y medios entre los que se incluye el audio, y se sienten atraídos por la información seleccionada para ellos. Es decir, que los jóvenes dejan lugar tanto para los «tonos» de los medios tradicionales como para enfoques más casuales o entretenidos.

El **Panorama Revés** se emite desde el año 2012, con una estructura pautada de antemano que quienes producen completan diariamente en sus horarios.

A continuación, extraemos un fragmento de la Guía de Producción que determina las secciones del programa:

“El equipo producirá un boletín informativo radiofónico, es decir un microprograma de entre 10 y 15 minutos que está compuesto de varias noticias, algunas más largas que otras, pero todas breves. Las noticias largas tienen una extensión de entre 4 y 6 líneas y las cortas, entre 3 y 5. A su vez, se distribuyen en 5 secciones de la siguiente manera:

4 Locales (1 larga, tres cortas)

2 Nacionales (1 larga, 1 corta)

---

2 Id. estudio de referencia ant.

2 Internacionales (ambas cortas)

1 Deportiva (martes y jueves) o 1 Cultural (lunes, miércoles y viernes) (cortas)”

A partir del año 2023, la estructura del programa incorpora un criterio diferente al geográfico para determinar la jerarquía y la noticiabilidad de los hechos.

“Las categorías de las noticias son:

1° Universidad	Con énfasis en igualdad de género, prevención de violencias contra la mujer y las diversidades.
2° Género	Con énfasis en servicio a estudiantes y graduadxs
3° Movimientos sociales	Con énfasis en organizaciones de la sociedad civil del sector comunitario, cooperativo: acciones, demandas...
4° Deportes	Con énfasis en deportes adaptados
5° Minorías	Con énfasis en temáticas de raza, clase, procedencia, religión y otras interseccionalidades
6° Trabajadores	Con énfasis en luchas por el salario y la distribución equitativa de la riqueza
7° Salud y bienestar	Con énfasis en nutrición, prevención y promoción de salud
8° Entretenimiento y Juegos	Con énfasis en intereses cercanos a estudiantes y graduados universitarios
9° Cambio climático	Con énfasis en el cuidado del ecosistema, iniciativas sustentables, producción y consumo responsables, etc.
10° Pueblos originarios	Con énfasis en acceso a la tierra, identidad, lengua, etc.
11° Economía y Política	Con énfasis en economía social y políticas públicas

	que favorezcan los derechos
12° Tecnología	Con énfasis en desarrollos de cultura libre
13° Elecciones 2023	Con énfasis en valores democráticos
14° Latinoamérica	Con énfasis en América Latina y sus temas
15° Artes y Ciencia	Con énfasis en circuitos independientes de artistas y géneros, y comunicación pública de la ciencia

Para Gomis (1991), la cuestión relevante consiste no tanto en saber “qué es noticia”, sino en averiguar “qué es más noticia”. “Sólo el tiempo permite ver si efectivamente tal hecho era más noticia que tal otro, pues sólo el tiempo descubre poco a poco las repercusiones de los hechos, su incidencia en las acciones públicas en curso, es decir, su importancia”. (p. 88)

Desde esta perspectiva, la exhaustiva enumeración de 15 áreas temáticas a relevar para definir las noticias de cada emisión del **Panorama Revés**, aparece como una búsqueda a futuro de diferentes objetivos:

Acercar la producción informativa a las expectativas de temas de interés del universo de oyentes de perfil jóvenes estudiantes universitarios menores de 35 años, nativos digitales.

Colaborar en la identificación de las diferentes dimensiones de la vida social posibles de ser interpeladas en la búsqueda de hechos que cumplan además con los requisitos de las categorías sustantivas de importancia de las personas involucradas, cantidad de personas involucradas, interés nacional o humano y hechos excepcionales, que menciona Pena (2009, p. 78)

Ampliar las categorías relativas a la competencia con otros medios, entendida en un universo de noticiabilidad emparentado con las noticias políticas, económicas y criminales, hacia ámbitos de proximidad de los jóvenes (tecnología, entretenimiento, género, deportes, cambio climático, artes, ciencia, etc.)

Construir anticipadamente la audiencia a partir de las nuevas categorías, el código particular de la radio, el proceso productivo consultando nuevas y variadas fuentes de información y las reglas del lenguaje radiofónico.

Incorporar en la rutina periodística la consulta a nuevas fuentes informativas de los ámbitos a relevar.

Aplicar preceptos ligados a la función social de la profesión periodística resistiendo a la concepción mercadológica del periodismo al consultar fuentes alternativas, propiciar nuevos enfoques de los hechos y atender la línea editorial universitaria, alternativa, comunitaria y feminista de la emisora.

Comprender la variedad de dimensiones de la vida social y el componente ideológico presente en cada una de ellas concibiendo al oyente como ciudadano, no como consumidor.

Ejercitar una escritura informativa que se concentre en un marco de propuestas que ayuden a mejorar la vida pública en cada ámbito social.

Si el periodismo es un fenómeno de interpretación, y más exactamente un método para interpretar periódicamente la realidad social del entorno humano, trazar un nuevo mapa para relevarla permitiría comprenderla en su complejidad alejándose del modelo periodístico moderno que entendía que el periodismo debía atender sólo

los asuntos públicos, restringidos a la política. Aquella tradición perdura en los medios masivos hegemónicos y se reproduce en las aulas, por lo que una experiencia de práctica de aprendizaje como el **Panorama Revés** podría colaborar en futuros profesionales que estructuren la realidad social organizando nuevos elementos de ella, formando opiniones y creencias nuevas.

Si bien se necesita un largo lapso de tiempo para evaluar la influencia que una selección y jerarquización como la propuesta pueden tener sobre el consumo de las noticias en jóvenes, es un camino posible para deconstruir las agendas tradicionales y formar comunicadores atentos a los devenires contemporáneos.

## **Bibliografía**

Gomis, L. (1991) Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente. Ed. Paidós, Barcelona.

Martini, S. (2000) Periodismo, noticia y noticiabilidad. Ed. Norma, Buenos Aires.

Newman, N. & otros. (2023) Digital News Report 2022. Editado por Reuters Institute for the Study of Journalism y Oxford University. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022>

Pena, F. (2009) Teoría del periodismo. Ed. Alfaomega, México DF.

Wolff, M. (2002) La investigación en comunicación de masas: crítica y perspectivas. Ed. castellana de Ed. Paidós, Barcelona.

# Construyendo relatos sobre Bañado de los Pantanos, La Rioja, Argentina

Gericke, Andrés

**Universidad Nacional de Chilecito.**

Jimenez, Hugo

**Universidad Nacional de Chilecito.**

Reuelta Claudio2

**Universidad Nacional de La Rioja**

## Resumen

La localidad de Bañado de los Pantanos, al norte de La Rioja, se destaca por ser una de las más antiguas de la provincia. La comunidad que allí habita, desvía el Río Salado Colorado permitiendo la producción de comino, trigo y algarroba que son la base de un sistema silvopastoril característico. El primer antecedente de intervención sobre el río data de principios del siglo XVII cuando los originarios desbordaron el río para empantanar la caballería de Don Jeronimo Luis de Cabrera. Actualmente se mantiene la tradición de que en el mes de mayo la comunidad participe de una „minga” para obtener el riego necesario que posibilite el desarrollo económico. En el 2016 el Instituto de Ambiente de Montaña y Regiones Áridas (IAMRA) de la Universidad Nacional de Chilecito se interesó en las características ambientales y socio productivas descritas. Desde el punto de vista comunicacional surgió el desafío de ¿Cómo relatamos, contamos y compartimos el conocimiento de los lugareños evidenciando su valor además, de los resultados de las diferentes investigaciones realizadas en la comunidad?. Es en este contexto que surge la pieza documental “Domando el Río”, el primer paso en el registro de las interacción entre las instituciones educativas, tecnológicas y de investigación con la comunidad. En el 2021 surge como una iniciativa de Secretaria de Ciencia y Técnica de la UNdeC en conjunto con otras instituciones la posibilidad de ejecutar un segundo proyecto: “!Si nos importa un Comino! Una inmersión a la Cultura Científica de la Comunidad de Bañado de los Pantanos” . El objetivo principal es desarrollar un portal inmersivo, con tecnología de realidad virtual, de las prácticas culturales y capacidades científicas de la comunidad para su difusión y divulgación. Esta propuesta promovió formas y vínculos, que posibilitaron compartir relatos y una relectura de las prácticas ancestrales comunitarias en donde las historias se expresan a través de nuevas técnicas y procesos que implican el desafío de lograr una inmersión virtual en el propio territorio de Bañados, además de una interacción con esas historias. El propósito de la ponencia es presentar el proceso desarrollado partiendo desde el clásico documental hasta una plataforma interactiva colaborativa que pretende captar el interés del público en general para dar a conocer esta realidad, interactuar y colaborar en la construcción del relato.

## 1.- Introducción

En la década del 80, los noticieros, eran el formato fundamental para el desarrollo del periodismo televisivo, diez años después comenzaron a explorarse y desarrollarse otros recursos/formatos para divulgar y difundir la información, tanto en canales de aire como de cable. El Otro Lado, Telenoche Investiga, Zoo, Kaos, Informe Especial, fueron programas que desarrollaron una nueva manera de acercarse al periodismo televisivo.

En la Argentina uno de los ejemplos más emblemático de este nuevo camino en la televisión pública estuvo a cargo de Claudio Martínez, en su rol de productor de Científicos Industria Argentina, conducido por Adrián Paenza en un rol a veces de periodismo deportivo, de comentarista pero muchas veces intentando colar informaciones del mundo científico. Esta propuesta desarrolló dos ejes: uno era “generar la atención hacia el mundo de la ciencia”, un mundo que se abría a los codazos entre otros mundos de interés en los grandes medios; y el otro era el de “captar militantes” para la ciencia. Para ello, fue necesario además de relatos científicos, “empatía”, se debía lograr que la gente se emocione a través del mundo científico y de esa manera comenzar a involucrarlo.

Durante el siglo pasado ha sido muy valorada la imagen como el soporte del relato científico, los documentales de Nat Geo, Carl Sagan o la BBC entre los ejemplos más conocidos, dieron cuenta de la capacidad del cine y el video para desarrollar un relato científico. En la actualidad esta realidad no ha perdido vigencia, las imágenes son de vital importancia para el trabajo científico y constituyen un instrumento sumamente eficaz en la investigación para la obtención de evidencias de calidad que sustente la experimentación (Gálvez, 2017).

Es evidente la necesidad dentro del mundo de la ciencia de contar siempre con el formato audiovisual como un aliado para una divulgación o difusión más certera de sus conocimientos e investigaciones. Debido a que el conocimiento científico es altamente especializado las imágenes se convierten en el mejor aliado de la comunicación científica por el impacto narrativo y audiovisual para divulgar o comunicar. Es la imagen quien permite llegar a un público más amplio, generando mayor interés y permeado de forma más profunda la mente del receptor (Fernández-Bayo, I. et al. 2020).

Según Bienvenido (2007) una actividad comunicativa peculiar es la divulgación científica, transmite saberes pacíficamente compartidos que el espectador asume como una referencia objetiva del mundo real, cuyos resultados no están sujetos a discusión o a puntos de vista contrapuestos. El mensaje que se transmite a través de una pieza divulgativa es aceptado por el espectador sin ningún problema (Ordoñez Gonzales, et al. 2015).

En este contexto, hace ya bastante que la comunidad académica empezó a involucrarse en los procesos de creación de piezas audiovisuales y en el uso de las herramientas cinematográficas, que tienen la capacidad de potenciar los esfuerzos comunicativos realizados por dicha comunidad para dar a conocer sus trabajos. Lo que permite que la comunicación pública de la ciencia sea más efectiva, pudiendo sobrellevar los obstáculos que impiden la comunicación efectiva de los procesos, conocimientos, y cultura científica (Guridi Colorado, 2010).

El Centro de Medios de la Universidad de Chilecito (La Rioja, Argentina), tiene entre sus propósitos el de divulgar y difundir los proyectos, las actividades y las experiencias científicas y tecnológicas que se desarrollan dentro de la Universidad y hacia afuera en interacción con otras Instituciones científico/tecnológicas del medio. La propuesta presentada, en esta ponencia, está vinculada al trabajo realizado por docentes investigadores de esta Universidad en la localidad de Bañado de Los Pantanos, Departamento Arauco, La Rioja. En el año 2016 el Instituto de Ambiente de Montaña y Regiones Áridas (IAMRA) nuestra Universidad estudió las características ambientales y socio productivas de esta región.

Desde el punto de vista comunicacional surgió el desafío de ¿Cómo relatamos, contamos y compartimos el conocimiento de los lugareños evidenciando su valor además, de los resultados de las diferentes investigaciones realizadas en la comunidad?.

## **2.- Del documental a un Portal Interactivo**

Se atravesó un camino que partió desde el documental clásico, con un formato semejante al documental televisivo, para llegar al desarrollo de un Portal Interactivo con una reconstrucción digital de “Entornos Virtuales”, bajo el modelo de los diversos territorios en donde se desarrollaban los trabajos de campo. En cada Entorno Virtual se insertan videos, audios y textos que conforman un panorama multimedial científico.

El paso del video a la realidad virtual tuvo el propósito de intentar perfeccionar la transmisión del contenido científico que se busca divulgar. Mientras el video muestra una realidad en dos dimensiones apta para contar historias y relatos, la realidad virtual provee una idea más acabada de las características del territorio en donde se generan esas historias; brinda la posibilidad de realizar una inmersión que permite descubrir aspectos que a través del video son imposible de abordar. Pero el proyecto que estamos desarrollando busca además, ir más allá, a partir de una hibridación de diferentes textos, dentro del Entorno Virtual: conviven el video, el audio y el texto escrito, lo que termina posibilitando acceder al relato científico a partir de múltiples dimensiones.

Por otro lado, existe la posibilidad de que los usuarios interactúen entre ellos y colaboren con su mirada a través de aportar al Entorno Virtual sus propias producciones.

## **2.1.- ¿Porque Bañado?**

La localidad de Bañado de los Pantanos, al norte de La Rioja, se destaca por ser una de las más antiguas de la provincia. El primer antecedente de la existencia de este paraje figura en las crónicas históricas debido a una intervención sobre el río que data de principios del siglo XVII cuando los originarios desbordaron el río para empantanar la caballería de Don Jeronimo Luis de Cabrera (Boman, 1927/1932).

Actualmente la comunidad tiene una relación en extremo asociada e interrelacionada con el Ambiente del que forman parte; se mantiene la tradición de que en el mes de mayo la comunidad participe de una „minga” para obtener el riego necesario que posibilite el desarrollo económico.

Se realiza una “Toma del río” con prácticas ancestrales para regar una superficie aproximada de mil doscientas hectáreas, en la que han preservado añosos algarrobos en una densidad aproximada de 50 árboles por hectárea. Bajo la protección de esos árboles, se cultiva trigo con fines forrajeros para alimentar ganado ovino, vacuno y caprino, en rotación con el cultivo del comino, destacándose que es la principal región productora del país de esta especia tan valorada en la gastronomía nacional e internacional.

La “Toma” de agua del río se viene realizando sobre el trazado de un sistema de canales y acequias para llegar a la parcela de cada miembro comunitario, regarlas y así poder cultivar. Se destaca que la comunidad ha tenido un manejo de la multiplicación de las semillas que utilizan de ambos cultivos, que han preservado la genética y la variabilidad necesaria para no tener que incorporar semillas producidas por fuera de la comunidad.

Bañado de los Pantanos, presenta un caso único, excepcional, por sus prácticas y métodos productivos basados en saberes ancestrales con importantes conexiones con metodologías de investigación científica, observadas y estudiadas a lo largo de años de trabajo conjunto entre las instituciones y organizaciones que componen este proyecto. Estas características singulares se identificaron por trabajos desarrollados inicialmente por los docentes-investigadores de la UNdeC, Ing.Agr. Néstor Bárbaro y Ulf Ola Karlin, quienes en colaboración con técnicos de INTA-Aimogasta, coordinados por el Ing. Agr. Lorenzo Jotayán, y la investigadora de CRILAR-CONICET, Dra. Margarita Brizuela, observaron la posibilidad de estudiar más profundamente el conocimiento ancestral de las prácticas sociales y productivas de la comunidad y parangonarlo con el conocimiento que se gestiona en nuestras instituciones académicas y científico-tecnológicas.

### **2.2.1.- Documental “Domando el Río”**

El primer abordaje documental surge a través de la convocatoria que la Secretaría de Políticas Universitarias realiza en 2016 bajo el título de La Universidad se Proyecta, la idea fue un documental de proceso que mostrará las acciones que realizan la Universidad, el INTA y otras organizaciones para el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad de Bañado de los Pantanos en Aimogasta, La Rioja, a través de la optimización del sistema agro-silvo-pastoril. Los productores de Bañado de los Pantanos han desarrollado e implementado allí un sistema

que es único en el país, el que abarca aproximadamente 2000 has. El sistema productivo es tradicional y practicado en predios de 3 a 5 ha c/u. Los cultivos que se realizan son de ciclo invernal, debido a que en ese periodo es posible disponer de agua de riego, proveniente del río Salado o Colorado, la que es aplicada por manto. Para efectuar el riego, los productores desvían una parte de la escorrentía del río Colorado, la que es direccionada hacia la zona de producción – distante 10 km - donde se realiza riego por inundación. Esta tarea de desvío de parte de la escorrentía se realiza a pala a inicios del mes de mayo con participación de toda la comunidad. Esta actividad debe ser hecha cada año, debido a que las crecidas que se producen durante los meses con mayores precipitaciones (entre noviembre y enero) ocasionan la ruptura del “dique” de desvío. En las zonas regadas, constituidas por bateas de unos 30 x 40 m separadas entre sí por bordos de aproximadamente 40 cm. Este sistema, basado en el trabajo comunitario, es tomado como base por los equipos de la Universidad Nacional de Chilecito, el INTA y otras organizaciones que intervienen en el lugar, para mejorar las técnicas y optimizar los resultados, bajo metodologías participativas de toma de decisión entre los profesionales y la comunidad se siembra comino y trigo en forma manual bajo el bosque de algarrobo.

La realización partió de la idea de establecer la historia de dos grupos de orígenes diferentes que se unen en un objetivo común. Se trata de los miembros de las comunidades agrícolas y de los técnicos e investigadores de las diferentes instituciones que trabajan en el proyecto. El eje central de la historia era el intercambio de saberes de las dos culturas. Paralelamente se cuentan diversas historias, la historia del río que se “doma” para generar el riego, la asociación virtuosa del algarrobo con el trigo y el comino, el uso de los recursos del algarrobo, el funcionamiento de las organizaciones comunitarias locales, la historia y el sistema de creencias del lugar y por último las técnicas y estrategias de las instituciones para desarrollar el Proyecto.

Una cámara en mano que seguía a los sujetos en su acción, y una mirada más acorde con la sensación de desierto, aridez, extensión, eran los extremos que marcaron los diferentes ritmos del relato que fueron acompañadas por recursos sonoros y estéticos que marcaron esa diferencia, el trabajo, la toma de decisiones, la transformación de la naturaleza por un lado, y la contemplación, la reflexión, el balance, por el otro.

Este Documental televisivo tuvo una duración total de 28 minutos, donde presentamos la trama principal (que hace foco en el proceso participativo de intervención) y las subtramas derivadas (aspectos ancestrales, continuidad y cambio, tensiones entre estos dos aspectos, etc.). Se publicó a través de la red de contenido audiovisual YouTube y tuvo alrededor de 500 visualizaciones y 25 reacciones positivas.

## **2.2.2.- Abordaje metodológico**

Un equipo de realización audiovisual y asistentes de producción acompañaron a los investigadores durante seis jornadas al territorio, durante los años 2013 a 2015. Los asistentes fueron estudiantes en el marco de sus prácticas pre profesionales. Por parte de los responsables del área de la UNdeC nunca fue proyectado/presentado ni en el marco de la Universidad ni en la localidad de Bañado de los Pantanos. Y su difusión a través de las redes sociales de la Universidad fue escasa o nula.

### **2.3.1.- “!Si nos importa un Comino; Una inmersión a la Cultura Científica de la Comunidad de Bañado de los Pantanos”**

El magro desempeño en la necesidad de divulgar y difundir la realidad socioeconómica de esa zona particular de la provincia de La Rioja y también los esfuerzos que técnicos y profesionales de la Universidad y el INTA y otras instituciones en apoyar y compartir los conocimientos científicos y tecnológicos con la comunidad, encontraron su revancha. A partir de la convocatoria de Proyectos de Cultura Científica generada por el Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación en el año 2021 para la que se presentó el proyecto “!Si nos importa un Comino; Una inmersión a la Cultura Científica de la Comunidad de Bañado de los Pantanos”.

A fines de promover la cultura científica es que se evaluó la posibilidad de desarrollar una plataforma tecnológica para presentar una experiencia inmersiva, participativa y recreativa con la finalidad de divulgar y aprender de las prácticas sociales y productivas, validadas ancestralmente, de la particular comunidad de Bañado de los Pantanos.

El Portal Interactivo que hemos desarrollado incorpora elementos de realidad virtual para poder visualizar contenidos que, a través de escenarios tridimensionales, posibilitan recrear situaciones de manera tal que sea percibida como reales por quienes se encuentran transitando la experiencia. Temáticas como, sus orígenes históricos, el uso y manejo del agua, la producción de comino, trigo y algarroba y el sistema agro-silvopastoril se incluyen como contenidos de divulgación científica.

Esta experiencia aporta elementos enriquecedores al desafío epistemológico que plantean los conocimientos tradicionales validados por la observación, la acción, los ajustes para lograr los objetivos perseguidos y mitigar los efectos negativos detectados (aprendizaje), para repetir el ciclo de observación, acción, aprendizaje a los largo de los años, en relación al conocimiento que se gestiona bajo los marcos teóricos y metodológicos de lo que hoy damos en llamar ciencia y tecnología.

A través de la página web del Proyecto se puede acceder a los seis entornos virtuales diseñados:

- -La Escuela de Bañado de los Pantanos,
- -Los Hornillos, Ciudad Perdida
- -Vivienda Rural, Mi Rancho
- -Uso del Monte, Chiquero de Cabras
- -Toma de San Isidro, Captación de Agua
- -Rastrojo, parcela productiva

Cada una de los entornos virtuales requería las siguientes características: a) Representación 3D: consiste en una representación tridimensional explorable del ambiente estudiado. Un entorno virtual que representa gráfica y digitalmente las características sobresalientes de cada uno de los sitios; b) Presentación de Registros como material audiovisual y audios y publicaciones: los materiales de contenido científico-cultural asociados al proyecto deben ser accesibles a los usuarios del entorno, integrados en el mismo como parte de él; es decir, representados como un objeto interactivo; c) Plataforma multi usuario: el entorno diseñado debe permitir la interacción entre visitantes de forma pública y gratuita, mediante una conexión de internet hogareña. Idealmente, también para ser accesible desde dispositivos móviles; d) Navegación hacia repositorios y sitios anexos: la información que por razones de practicidad o limitación técnica no puede ser incluida en el entorno navegable, debía ser accesible mediante enlaces al sitio web del proyecto que sirviera de repositorio.

Otras limitaciones que presenta tienen por objeto optimizar la ejecución en dispositivos, se recomienda no exceder de 25 usuarios simultáneamente, la complejidad de las escenas ser menor de 50.000 polígonos, y el tamaño total de la escena no superar los 16 Megabytes.

### **2.3.2.- Abordaje metodológico**

El proyecto se pudo desarrollar en un plazo de 18 meses, se obtuvo registro audiovisual de un ciclo socioproductivo (un año) y de los eventos de valor cultural para los pobladores aunque estos eventos no estén asociados a lo productivo.

Mozilla Hubs fue la plataforma elegida para desarrollar este proyecto en virtud de sus características y facilidades. Hubs, proyecto de la empresa Mozilla, es una plataforma para la creación de espacios inmersivos en la web. Utiliza tecnología web estándar y es compatible con software de código abierto. Su objetivo es posibilitar la comunicación e interacción en línea mediante eventos virtuales. Su dependencia de estándares web lo hace teóricamente accesible desde cualquier dispositivo que cuente con un navegador moderno, sea de escritorio, móvil, consolas de videojuego, etc. Los usuarios interactúan mediante un avatar (personaje virtual) y cuentan con chat de texto y voz. Los entornos diseñados son alojados en servidores de Mozilla, gratuitamente hasta un total de 500 Megabytes.

Para el desarrollo del diseño de la plataforma se necesitó realizar (1) Fotografía aérea: luego de seleccionar lugares concretos a representar en la zona de Bañado de los Pantanos, se llevó a cabo el registro del lugar en fotografía y video mediante drones; (2) Fotogrametría: con el material foto/videográfico obtenido, se genera un primer modelado de referencia mediante software de fotogrametría. El software utilizado fue MeshRoom. Este modelo no cumple las características de optimización necesarias para la plataforma Hubs, por lo que solamente consiste en una base sobre la cual llevar adelante el modelado definitivo; (3) Modelado poligonal: tomando como referencia el modelo generado, se utiliza el software de código abierto Blender 3D tanto para reducir complejidad geométrica como para modelar y corregir puntos específicos del modelo. En caso de que el modelo generado presente demasiada complejidad, este software también es utilizado para dividirlo en objetos más simples; (4) Proyección de texturas: a medida que los modelos se dan por terminados, se procede a proyectar sobre los mismos una versión reducida de las fotografías originales, de forma que el modelo final presenta una apariencia lo más cercana posible a la real; (5) Composición de escenas Mozilla Spoke: los modelos así diseñados son convertidos al formato web GLTF (formato de transmisión GL), formato de archivo específicamente diseñado para ser visualizado en navegadores web. La herramienta que Mozilla tiene disponible para su importación es Spoke. Mozilla Spoke es una herramienta online para importar y componer escenas de Mozilla Hubs, así como todos los elementos con los cuales los visitantes pueden interactuar (videos, audios, enlaces web, etc.)

### **3.- Discusión y conclusión**

Consideramos que en el ámbito de los medios universitarios debe existir no solo una vocación por divulgar y difundir, sino también por experimentar y extender los límites de lo probado y conocido en materia de comunicación. De alguna manera los dos proyectos establecen esas premisas. Ante el desafío de divulgar el quehacer científico en una zona poco explorada y con dificultades socioeconómicas, luego de probar con el documental más clásico, apostamos por apelar a los nuevos paradigmas tecnológicos en comunicación. Las tecnologías usadas por los jóvenes de todo el mundo, incluido los de Bañado de Los Pantanos, en el ámbito de los juegos virtuales fue el punto de partida para diseñar una estrategia para seducir al público y captar su atención a los contenidos científicos.

La idea de convertir los entornos virtuales en una suerte de plataforma multimedial se emparenta con el documental multimedial interactivo muy desarrollado por Irigaray (2017) y colaboradores en el marco de la Universidad Nacional de Rosario. Pero, en cuanto a la utilización de la plataforma y tecnología de Mozilla Hubs como soporte de los contenidos documentales, es innovador ya que no se encuentran experiencia previa en la Argentina.

Hoy en día realizar piezas audiovisuales ya sea en formato documental o para redes se enfrenta a la dificultad de que una vez obtenido el producto, en algunos casos las Universidades presentan escasa voluntad política o estructura que asegure la difusión del material.

Desde la academia ya es una cuestión asumida el hecho de que es necesario para transmitir el mensaje deseado que los técnicos y profesionales de la ciencia se involucren activamente durante todo el proceso de producción, desde que se piensa la idea hasta que se logra socializar con la comunidad.

Finalmente, queda pendiente tener los resultados prácticos de la puesta en funcionamiento de la Plataforma, más

allá de que su diseño e implementación representó para nosotros una fuente de conocimiento y experiencia en materia de comunicación social. Destacando lo enriquecedor del trabajo interdisciplinario necesario para alcanzar con éxito esta propuesta.

#### 4.- Referencias bibliográficas

Bienvenido, L. (2007). El documental de divulgación científica. Paidós, España.

Boman, E. (1927/1932). "Estudios arqueológicos Riojanos. Cuarta parte: „El fuerte del Pantano”, Bs. As., Anales Museo Nacional de Historia Natural, B. Rivadavia, Tomo IV: 123-168

Guridi Colorado, J. J. (2010). Tesis de Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura: "El discurso audiovisual en la divulgación de la ciencia de la UNAM: la construcción de un modelo de ciencia para divulgar". Director: Mtro. Carlos Enrique Orozco.

Gálvez, V. (2017). La fotografía científica. Historia y vínculo con la divulgación. Revista Digital Universitaria. 18: (5).

Fernández-Bayo, I.; Francescutti, P.; León, B.; del Pozo E.; Mecha, R. & Milán, M. (2020). La Comunidad Científica ante el uso de la Imagen en la Comunicación Guía de Actuación para Divulgar Ciencia a través de este recurso multimedia. Universidad Complutense de Madrid. España.

Irigaray, F.(2017). DocuMedia: documentales multimedia interactivos en la periferia. El caso de Calles Perdidas. In Luchessi, L., & Videla, L. (Eds.), Desafíos del periodismo en la sociedad del conocimiento. Viedma: Editorial UNRN. doi:10.4000/books.eunrn.830

Ordóñez González, K.Ortiz León, C. y Altamirano Benítez, V. (2015). El audiovisual como herramienta para la divulgación de la ciencia. Ponencia en Narrativas y formaciones discursivas emergentes de la comunicación. San Juan, Puerto Rico.

## MESA 3

# Comunicación popular y comunitaria

# Procesos de organización colectiva de mujeres en sectores populares desde la mirada comunicacional en B° La Ciénaga, Salta.

Paula Agostina Vilte

**Universidad Nacional de Salta**

En este proyecto buscamos indagar el papel de las mujeres dentro de los procesos de organización colectiva en B° La Ciénaga, ubicado en el municipio de San Lorenzo - Salta. El interés en investigar los procesos organizativos de mujeres en sectores populares desde la comunicación, nace desde la comprensión de estas como productoras de sentidos y significados dentro de la realidad social, tal como dice Jesús Martín – Barbero (2005) cuando refiere a la multidimensionalidad de la comunicación como campo de estudio en un intento de explicar los hechos de la realidad a partir de la producción de sentido de los sujetos que la integran.

Los procesos de organización colectiva son base fundamental a la hora de poder establecer el acceso a derechos sociales, es por eso que la demanda de estos procesos se da mayormente en sectores populares. No es un fenómeno propio de la sociedad como tal sino más bien de las comunidades, como se propone Brancoli (2010):

“La base de la distinción entre comunidad y sociedad es el tipo de relación que se establece entre los hombres; en un caso esencialmente unidos: la comunidad, y en otro esencialmente separados: la sociedad. El cambio hacia formas societarias significa un cambio en el contenido de la voluntad social” (2010; 33).

Entendemos esto como la construcción imaginada de lo que consideramos sectores populares desde la comunicación y desde la mirada que le queremos dar a la investigación.

Entonces, a la hora de hablar de los procesos de organización dentro de los sectores populares, sabemos que se dan dentro de comunidades donde hay primordialmente un objetivo colectivo. En lo que compete al caso elegido, el barrio no tiene una fecha exacta origen, pero algunos vecinos aseguran vivir allí hace más de 25 años. Si bien hay un sector del barrio que cuenta con acceso a servicios básicos, recolección de residuos y transporte público, y donde habita un gran porcentaje de familias adineradas, el objeto empírico de esta tesis se encuentra en una zona marginal donde viven 160 familias, sin acceso a servicios básicos, ni recolección de residuos, ni transporte público (Diario El Tribuno, 2021). Es importante destacar además que esta tesis surge de observar el trabajo colectivo que desplegaron las mujeres en el barrio en conjunto con otras organizaciones sociales como TECHO, la Secretaría de Integración Socio Urbana, el Registro Nacional de Barrios Populares y el Banco Interamericano de Desarrollo.

Si bien los proyectos realizados con varias instituciones han producido un gran cambio en la realidad del barrio, es necesaria la presencia del Estado para la realización de proyectos de infraestructura. Además el informe presentado por el Registro Nacional de Barrios Populares (2019), nos brinda la información en donde podemos dar cuenta que el rol de la mujer es fundamental en el desarrollo familiar, ya que la mayoría de las mujeres es la responsable de sus hogares. El rol protagónico lo adquieren las mujeres, que si bien no se movilizan con un nombre, lo hacen a partir de la organización de reuniones donde buscan resolver problemáticas territoriales, habitaciona-

les, de alimentación, capacitación y educación, y con el trabajo en conjunto con organizaciones, fundaciones y el Estado ¿Cómo sabemos qué hablamos de comunidades dentro de los sectores populares? Principalmente esto se debe a la ausencia de derechos y territorio, y la lucha por acceder a estos, que es un común denominador dentro de los sectores populares en Argentina. Esto entendiendo la conceptualización propuesta por Brancoli (2010) quien define a las comunidades desde una mirada etimológica de la palabra, entendiendo a la comunidad como aquel espacio donde prima lo común en la unidad.

Partimos de la premisa de que es posible el análisis de la participación de las mujeres en la organización como referentes de los diferentes proyectos, y siendo las que realizan acciones para lograr el trabajo en red a partir del mapeo de actores afines a sus espacios comunitarios. Esta participación e interés por el mejoramiento de su comunidad, inició hace aproximadamente 10 años, con la pelea por la mejoría de las calles y el acceso al alumbrado público, donde la organización se dio para realizar pedidos a la municipalidad y manifestaciones. En los años posteriores, continuaron no sólo los pedidos al Estado, sino la búsqueda de organizaciones y otros actores que pudieran colaborar con el proceso de accesibilidad a servicios básicos y a la formalización de su barrio. Fue así como llegaron organizaciones a trabajar en conjunto con las mujeres del barrio, no sólo brindando materialidad a los proyectos sino también capacitaciones e información necesaria para acrecentar la participación colectiva. En el año 2020 se abrieron tres merenderos en el barrio, ya que producto de la pandemia muchas familias quedaron sin trabajo y los merenderos trataron de brindar una solución a los problemas de alimentación de los niños y niñas del barrio. En el año 2021 a partir del trabajo en conjunto de las mujeres, la organización TECHO y el Banco Interamericano de Desarrollo, se logró el alumbrado de seis calles del barrio además de una posta sanitaria, solución a la falta de agua. En la actualidad, la búsqueda del mejoramiento de las calles y una red de cloacas se han vuelto prioridad en las agendas de las vecinas, además del pedido de ampliación del polígono de Registro Nacional de Barrios Populares (Informes TECHO 2020/21) Los datos fueron suministrados por mujeres del B° La Ciénaga durante actividades desarrolladas en el marco de la Organización Techo- Argentina, durante los años 2017-2020.

#### Mujeres de B° La Ciénaga en reuniones



Reunión durante la pandemia para trabajar en un merendero.



Reunión para la construcción de viviendas en conjunto con la organización TECHO

Ahora, ¿por qué hacer foco en las mujeres dentro de estos procesos de organización colectiva? Es sabido que por la condiciones dentro de los sectores populares, que poseen una mirada mucho más patriarcal que en otros espacios de la sociedad, las mujeres tienen una responsabilidad mayor por el hogar, los hijos y también sus comunidades, es por eso que la mayoría de los procesos de organización surgen a partir del planteo de lucha por acceso y garantía de derechos, y al ser las mujeres las que conviven mayormente con esto, son ellas las que producen estos espacios de organización colectiva. En la investigación de Gaona (2016) podemos ver como ante las necesidades sociales surgen movimientos emancipatorios y organizaciones que desde la base barrial y con la participación primordial de las mujeres, no solo como partícipes activos sino como referentes de estos, por ejemplo el caso de Milagro Sala y la organización barrial Túpac Amaru.

En esta línea, partimos de una mirada de la comunicación anclada en las prácticas de quienes vivencian los procesos colectivos. Así Uranga (2018), nos propone al hablar de comunicación popular, a la posibilidad de que los sujetos populares se comuniquen (trabajadores, vecinos, indígenas, intelectuales, estudiantes), anclándose en el intercambio cultural que genera, no sólo sentidos, sino que también consensos sociales. Dentro de esta mirada es sencillo poder darle forma a la investigación entendiendo a lo popular y comunitario a partir de los actores que son protagonistas de la comunicación.

Además de estudiar a las mujeres dentro de estos procesos de organización, es necesaria la mirada acerca de los sectores populares, más específicamente desde los barrios populares. Por eso, consideramos fundamental la mirada propuesta por Saavedra (2017) al observar a los barrios populares como sectores de disputa no solo de accesibilidad a derechos básicos, sino también la lucha por los territorios, teniendo como premisa que el territorio es de quien lo habita. Por su parte, López (2010) analizando la organización colectiva de los sectores populares,

explica a partir de la mirada de Bourdieu y Jelín, que muchas veces a las mujeres se las liga directamente con las tareas del hogar, entendiendo a este rol en “el mundo privado” como algo natural y es por ello que se ubica a la supuesta figura de madre en el centro de la organización colectiva. Teniendo en cuenta estas miradas, es preciso entender que el impulso de la organización de las mujeres en los sectores populares, está relacionado al cuidado de las infancias como motor para el conocimiento de otras necesidades alrededor del acceso a derechos humanos básicos.

Por lo expuesto anteriormente, al hablar de mujeres dentro de estos espacios es fundamental brindar una mirada desde el género y como este aparece en los estudios de comunicación. Cremona y Spinelli (2013) sostienen que estudiar desde la comunicación con perspectiva de género nos permite desentramar lo naturalizado y hacernos preguntas de las construcciones hegemónicas alrededor de las mujeres. Plantear este accionar desde la perspectiva de género es fundamental para desarrollar elementos que ayuden a construir sin exclusión y con equidad. Atendiendo también a los aportes de Gaona (2016) el hecho de que las mujeres se ven atravesadas por las tareas de cuidado en primer lugar, evidenciando otras múltiples desigualdades, las cuales son fácilmente trasladables a la realidad de sus comunidades.

Teniendo en cuenta todos estos factores, es posible entender a la organización colectiva como el espacio donde se buscan las soluciones a las disputas de los sectores populares, ya sea en reclamo al estado por no tener la capacidad de garantizar derechos básicos como también la visibilización de las problemáticas de los sectores populares para la búsqueda de soluciones verdaderas y prolongadas en el tiempo. Estudiar desde la comunicación estos procesos, involucra saber qué sentidos producen en el interior de los sectores populares y cuáles sentidos producen hacia su exterior. Si bien la producción de sentidos está relacionada con las representaciones sociales, es fundamental comprender que el objetivo principal es ver el trabajo de estos procesos y cómo estos influyen en la realidad social.

Para ir finalizando, sostenemos que es necesaria la mirada hacia los sectores populares, porque según lo propuesto por Brancoli (2010) es aquí donde surge una perspectiva comunitaria y colectiva de la realidad social. Y si tenemos en cuenta el texto de Susana Frutos (2010) el estudio desde la comunicación de los sectores populares, genera pluralidad de perspectivas y multiplicidad de formas de preguntarnos cómo se produce sentido, como este afecta a la realidad social y cuestionar porque solo algunos tenemos acceso a investigar y ser investigados, si tenemos en cuenta que la comunicación abarca todos los espectros de la sociedad. Además entender que “toda realidad social es una construcción”, entonces lo que se produce dentro de esta también es una construcción, y a pesar de la individualidad, son procesos y construcciones colectivas que buscan que no funcionan desde la supresión de responsabilidad, sino obligando a responsabilizarse. (Frutos, 2010; 6).

## **Estado del arte**

La construcción de antecedentes nos permitió observar que a nivel local la investigación de Saavedra (2017), se constituye en un aporte fundamental en tanto, nos brinda un aporte general de la mirada comunicacional en los barrios populares en Salta. Tomando como muestra lo que acontece en B° Gauchito Gil, en el pedido de la accesibilidad a derechos básicos y al territorio, teniendo en cuenta la perspectiva generada desde los proyectos y organización barrial de los vecinos y vecinas.

Además el aporte de la tesis de Collivadino (2022) sobre los procesos de organización colectiva en una radio comunitaria de Escoipe- Salta, nos sirve para poder expresar lo comunitario como aquello que construye identidad de los individuos de los sectores populares. Además de dar cuenta de los procesos de organización colectiva que surgen con el fin de cumplir objetivos comunes, y que se desarrollan a partir de las diferentes interacciones de los participantes, teniendo en cuenta que las perspectivas de estos si bien son comunes, nunca son iguales lo que lleva a que también haya disputa dentro del desarrollo de estos procesos. También nos nombra la conjunción de

horizontes que si bien parecieran estáticos, nunca lo son y se encuentran en constante mutación.

Por su parte, la tesis de Alvarez y Felice (2017) nos permite observar cómo se hace un recorrido en la influencia de las organizaciones sociales como TECHO en el acompañamiento de los procesos de organizativos colectivos en barrios populares, desde la mirada del voluntariado como actor dentro de estos procesos. A lo largo de su trabajo, podemos destacar el tratado que se le da a la pobreza en Argentina, cuál debería ser el rol del Estado en los sectores populares y cómo influye el accionar de las ONG que tienen participación de voluntariado. Es fundamental ya que en el barrio donde vamos a realizar la investigación la organización TECHO ha realizado trabajos y proyectos en conjunto con el grupo de vecinas que deseamos relevar.

Si ampliamos nuestra búsqueda de antecedentes a nivel nacional podemos encontrar investigaciones como la de López (2010) en Jujuy que nos aporta una mirada sobre la organización colectiva dentro de los barrios populares en la lucha por el acceso a derechos básicos. Además nos brinda una perspectiva acerca de la similitud de realidades en el norte argentino teniendo a las mujeres como protagonistas de estos procesos. Para sumar a lo propuesto por López (2010) aparece la influencia de Gaona (2016) que nos brindará una mirada específica de las mujeres dentro de las organizaciones barriales, donde buscará mostrar la relevancia del rol de la mujer dentro de estos espacios emancipatorios pero donde hay una constante disputa de sentidos y de poder, haciendo foco en que el referente de la Organización Barrial Tupac Amaru, es una mujer y ha sabido ser líder frente a una cultura machista.

Otra investigación que podríamos utilizar como antecedente de nuestro tema de investigación es la de Javier Brancoli (2010) donde se muestra el nacimiento de las organizaciones en el sector popular argentino, entendiendo a estos a partir del concepto de comunidad, además de tener en cuenta a que son las necesidades de este sector las que provocan la organización en comunidad, para así poder ser satisfechos.

La tesis de María Rosa Díaz (2021) es un aporte fundamental a la hora de comprender a la participación comunitaria, como una práctica social dentro del ámbito de la comunicación, conceptualizando esta participación como una acción propia de los sectores populares. A esta conceptualización se le suma la mirada de Julia Raznoszczyk y Rosana Verón (2016) que se encuentran en la búsqueda de conceptualizar la organización colectiva a partir de la mirada comunicacional al recorrido histórico de la comunidad.

## Marco teórico

Para poder contextualizar la investigación y entender por qué decidimos mirar los procesos de organización colectiva de las mujeres en sectores populares desde la comunicación, es necesario desglosar los conceptos que direccionan nuestra investigación.

En primer lugar, partimos de la mirada propuesta por Uranga (2018), quien establece a la comunicación como aquello que se define por la acción, es decir:

*“la comunicación como parte constitutiva e inseparable del proceso social, perspectiva que nos habilita para reconocer que toda práctica social puede ser entendida y leída también desde la comunicación de manera complementaria con otros saberes” (Uranga, W., Femia, G., & Díaz, H, 2002: 56).*

En ese sentido, los autores dirán que en el marco de la transdisciplinariedad, la comunicación resulta hoy imprescindible para comprender y desentrañar la complejidad de las prácticas que se dan en la realidad social y en las organizaciones.

Particularmente nos interesa mirar los procesos de comunicación, por ello nos situamos desde marcos teóricos provenientes del campo de la comunicación popular, ya que ésta según Uranga (2018) hace referencia a los actores populares, es la que reconoce al desarrollo de la comunicación entre estos actores que son protagonistas en sus

espacios y es importante este tipo de comunicación por el intercambio cultural que es generador de sentidos y consensos colectivos. Además consideramos que al estudiar una práctica de mujeres en sectores populares es menester tener en cuenta la mirada propuesta por Mata (2011; 4) donde entra el concepto de hacer crecer el murmullo y transformar este en palabra, haciendo referencia a que las organizaciones tengan en sí el poder de hacerse ver y escuchar.

Ahora, entendiendo porque miramos desde la comunicación es necesario conceptualizar a los procesos de organización colectiva, desde una mirada comunitaria para eso es fundamental el aporte de Javier Brancoli (2010; 32) que propone a lo comunitario como aquello que nace de la necesidad de la lucha por la accesibilidad a diferentes derechos. Es decir, que estos procesos de organización se dan alrededor de las necesidades y el vínculo que estos generan por la coincidencia de los actores en sus realidades sociales. A partir de lo propuesto es que entendemos a las organizaciones sociales:

“como los conjuntos de personas que se organizan a partir de un factor común (la conciencia de una carencia o una necesidad) e intentan producir una transformación de esa realidad. Su accionar se orienta según sus valores e intereses compartidos por sus integrantes, imágenes y creencias comunes sobre la sociedad y su transformación.” (Bráncoli, 2010: 24)

A las conceptualizaciones propuestas por Brancoli, podemos añadir que la comunidad generalmente se define como aquellas agrupaciones de individuos que producen interacciones a partir de valores ya fundados, con objetivos compartidos. Mata (2011) propone sobre esto, que dentro de la comunidad se hacen presentes disputas de sentidos que colaboran en sí al crecimiento de estas interacciones en pos de los objetivos compartidos.

Además, como la investigación va a tener foco en las mujeres de los sectores populares y sus formas de organización, es necesario definir cómo mirar desde una comunicación con perspectiva de género. Por eso, consideramos fundamental lo que proponen Cremona y Spinelli (2013), donde dicen que la mirada de la comunicación con perspectiva de género representa un aporte fundamental para el desarrollo de elementos críticos y construir desde una mirada equitativa, además de que se entiende a la comunicación como una práctica que debería desentramar lo naturalizado y hacernos preguntas alrededor de las construcciones hegemónicas de las mujeres. Estas autoras, también nos proponen no mirar a la perspectiva de género como aquel espacio que viene a resolver los problemas de las mujeres, ya que esta conceptualización colabora con las propuestas heteronormativas y marginan todas las formas diferentes de ver a la sexualidad, la forma correcta de mirar a la perspectiva de género, viene a construir espacios emancipatorios no solo para resolver las problemáticas de las mujeres, sino también para las diversas formas dentro del espectro de la sexualidad.

Cabe aclarar, que a medida que se vaya profundizando en la investigación, estos marcos se irán profundizando. Por ahora, compartimos algunos lineamientos teóricos claves para la comprensión del objeto de estudio.

#### Método

La perspectiva metodológica que se utilizará para realizar la investigación será de tipo cualitativa. Utilizar este tipo de metodología permitirá estudiar las realidades socioculturales, sus estructuras dinámicas, lo que da razón a los humanos, comportamientos y manifestaciones. El objetivo final de la metodología cualitativa “consiste en la interpretación de las acciones sociales, y por ello, se trata de captar el significado que los actores den a las acciones” (García Galera y Berganza Conde 2005; 19).

Esta metodología se relaciona directamente con el tipo de investigación, ya que a partir del estudio cualitativo se obtendrán datos descriptivos: como las palabras de los protagonistas y sus conductas observables. Además permitirá al investigador mirarse como partícipe activos del proceso de la investigación para tratar de comprender

e interpretar sus “objetos de estudio”. El estudio de caso es el método elegido para la investigación ya que nos permitirá obtener las experiencias más destacadas de la vida de las mujeres.

## Conclusiones

Desde las observaciones a las reuniones de las vecinas y las charlas no estructuradas que hemos mantenido durante los últimos meses, podemos destacar los cambios positivos en la mirada que tenían ellas alrededor de su rol dentro de su comunidad. El trabajo en proyectos para el crecimiento socio comunitario y la construcción de una identidad barrial, además de la aparición de organizaciones sociales dentro de sus planificaciones ha traído ciertas conceptualizaciones en las que las vecinas han podido colocarse desde la comprensión de su rol en el barrio, entendiendo a una o dos como referentes de la organización, en otros casos a líderes de diferentes proyectos. Más allá de estas reacciones respecto a la estructuración alrededor de la organización colectiva, las mujeres han visto cambios en sus vidas individuales, descubriendo la posibilidad de un trabajo formal, de una crianza compartida con sus parejas, de cuidado personal e incluso encontrarse con la universidad para finalizar sus estudios.

La organización colectiva para el mejoramiento de su comunidad, les trajo más que solo mejoras en su territorio, sino que trajo interés en el crecimiento y mejora en sus vidas íntimas y personales. Desde la intervención de organizaciones donde el voluntariado es en su mayoría liderado por mujeres, ellas empezaron a ver como posibilidad no solo ser partícipes de los cambios en su comunidad sino que podían ser líderes y referentes.

Posta Sanitaria



Alicia, vecina del barrio, pintando la posta sanitaria.

## Bibliografía

- Alvarez Julieta y Felice Valeria (2017). Juventud, participación y voluntariado en Salta. TECHO y la comunicación para el cambio social. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Salta.
- Bourdieu Pierre (2000). La dominación masculina. Barcelona, Anagrama.
- Bráncoli Javier (2010). Donde hay una necesidad, nace una organización: surgimiento de las asociaciones populares urbanas. Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Editorial Ciccus.
- Cremona Florencia y Spinelli Eleonara (2013). Género, comunicación y educación. Una articulación estratégica en la formación de comunicadores y comunicadoras. N° 74, Revista Tram[p]as de la comunicación y la altura.
- Díaz María Rosa (2021). Experiencias de organización popular: un análisis de los procesos de organización social y participación comunitaria en el marco de Centros de Integración Comunitaria, 2004-2015. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina.
- El Tribuno (2021). "No somos ilegales", aclaran las vecinas del barrio La Ciénaga. Entrevista a Elizabeth Justiniano y Carlos Duran. Diario El Tribuno. Salta. El Tribuno
- Frutos Susana (2013). Tradiciones, límites y tensiones en las nuevas tramas del estudio de la comunicación. Quito, Ecuador, Anselmino, Natalia y Reviglio, Cecilia –editoras Territorios de comunicación. Recorridos de investigación para abordar un campo heterogéneo. Editorial Quipus, QUIESPAL.
- Gaona Melina (2016). Mujeres, movimientos emancipatorios y liderazgos disruptivos: La organización barrial Tupac Amaru desde el norte argentino. CONICET, Extraprensa.
- García Galera Carmen y Berganza Conde Rosa (2005). El método científico aplicado a la investigación en Comunicación Mediática en Berganza Conde y San Román (coordinadores) Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y prácticas de investigación social en Comunicación, Madrid, Mc Graw Hill.
- Jelín Elizabeth (1998). Pan y afectos. La transformación de las familias. Buenos Aires, Fondo de cultura económica.
- López Andrea Noelia (2010). El papel de las mujeres en la organización social Tupaj Katari. Universidad Nacional de Jujuy, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Licenciatura en Comunicación Social.
- Mata María Cristina (2006). Comunicación comunitaria en pos de la palabra y la visibilidad social. Conferencia ofrecida en el marco de las Segundas Jornadas de Comunicación Comunitaria, Paraná, Área de comunicación comunitaria, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos.
- Martin Barbero Jesús (2005). De las hegemonías a las apropiaciones. Formación del campo latinoamericano de estudios de comunicación. Bogotá, Colombia.
- Raznoszczyk, Julia Melisa y Verón Rosana (2016). Procesos de organización y participación en relación a problemáticas ambientales: el caso Barrio Zavaleta. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina.
- RENABAP (2019) Informe del Registro Nacional de Barrios Populares B° La Ciénaga. En el contexto de relevamiento de barrios populares para la elaboración del registro, Argentina, Salta. Web RENABAP.
- Rincón Omar (2019): "Prólogo. Inventar la vida en otros modos", en A. MÜLLER (editora): No hay puntada sin hilo. Memorias de los aprendizajes de los encuentros de comunicación y ruralidad (p. 6-8). Salta: Ediciones de la Mesa.
- TECHO (2021). Informe de actividades realizadas. Web TECHO Argentina.
- Saavedra María Natalia (2017). Habitar el barrio Gauchito Gil de Salta (2009 – 2017) disputas y negociaciones por "trazar" el espacio en vinculación a las formas de construcción fronterizas y a los modos de resistir. Universidad Nacional de Salta, Facultad de Humanidades, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- Stiftung, F. E. (2020). MUJERES DE LA COMUNICACIÓN. Disponible en: <https://library.fes.de/pdf-files/bueeros/la-comunicacion/17702.pdf>
- Uranga, W., Femia, G., & Diaz, H. (2002). Acerca de la práctica social de los comunicadores consideraciones teóricas, metodológicas y políticas una mirada sobre comunicación y salud. In Memoria intercultural com comunicación y salud en el área rural: II Congreso Nacional de Comunicación y Salud (pp. 49-73).
- Uranga Washington (2018). La comunicación es acción: comunicar desde y en las prácticas sociales. Resistencia, Chaco.

# Comunicación y diálogos de vivires en las tramas de organización colectiva

Luciana María Melto  
meltoluciana@gmail.com

Universidad Nacional de San Luis

## 1- Introducción:

El trabajo busca compartir algunas reflexiones en torno a la comunicación comunitaria que emergen en el proceso de Diagnóstico Comunicacional Participativo, desde la perspectiva de la Planificación por Generación de Consensos (Abatedaga, 2008), que llevamos a cabo quienes integramos el colectivo “La Chispa, Feria de Economía Social y Solidaria”.

La Chispa se desarrolla en la ciudad de San Luis, Argentina, desde el año 2017. Constituye un colectivo independiente, de conformación heterogénea integrado por artesanas, productores de alimentos y plantas, intermediarias de productos orgánicos, proyectos productivos de organizaciones sociales, emprendimientos familiares de actrices barriales y actrices universitarias, que buscamos pensar la Economía Social y Solidaria (ESS) como práctica compleja que involucra aspectos económicos, culturales y sociales, desde otra forma de entender la sustentabilidad y la resolución de las necesidades materiales en la reproducción de la vida.

Este diagnóstico participativo tiene como sustento las reflexiones y producción de conocimientos que desarrollamos al interior del Proyecto de Investigación “Diálogo de Vivires y prácticas de Resistencias Transformadoras” CyT FCH/UNSL (2017/18- 2018/19- 2020/2023) y constituyó el Trabajo Final de la Carrera de Maestría en Comunicación Institucional (FCH/UNSL).

Partimos de entender estas experiencias como prácticas de resistencias, en tanto buscan desde micro acciones de la vida cotidiana, ensayar modos de enfrentar diversas condiciones de desigualdad social. Un aspecto sustantivo de las prácticas de resistencias es la posibilidad de tejer lo individual y lo colectivo, como experiencias subjetivantes que permiten conformar identidades desde la organización social.

La comunicación es un eje sustancial y constitutivo de los procesos relacionales que sostienen la organización colectiva autogestivas de sectores populares. En este horizonte, la comunicación se concibe como proceso dialógico, relacional y vincular entre sujetos o grupos; como proceso intersubjetivo que posibilita la construcción de sentidos y prácticas afines y que habilita a abordar los conflictos desde la construcción de consensos provisorios, (Abatedaga, 2008) como estrategia para sostener las organizaciones asumiendo las tensiones.

La Chispa en tanto construcción colectiva es posible desde los saberes que aportan los diversos trayectos vitales de quienes hacen parte del proyecto. Por ello, reconocer estrategias que habiliten el diálogo de estos vivires y que potencien la construcción de argumentaciones colectivas desde discursividades contrahegemónicas, significaron desafíos comunicacionales que emergen como núcleo de conocimiento valioso para potenciar procesos organizativos y pensar la comunicación comunitaria y popular.

## 2- Tramas comunicacionales en los procesos de construcción colectiva como práctica de resistencia.

La comunicación como dimensión sustantiva que permite la existencia de la trama social, constituye un eje fun-

damental en la conformación de las organizaciones sociales y en los procesos de organización colectiva de sectores populares.

Partimos de la concepción de la comunicación como una dimensión humana trascendental que constituye al sujeto y los modos de relacionarse y convivir (Pasquali, 1970; Schmucler, 1997; Reguillo, 1998), por lo tanto no se circunscribe a un instrumento para lograr otros fines sociales, sino que constituye una dimensión vinculada a las prácticas de interacción y de subjetividad colectiva, a la conformación de identidades, a través de las cuales se propicia la autodefinición, la reflexión crítica y la transformación de sujetos sociales y su realidad (Kaplún M., 1998; Uranga, 2016; Mata, 2009; Abatedaga; 2008).

En tanto campo disciplinar, la planificación y gestión de la comunicación en las organizaciones sociales populares permite abordar reflexivamente múltiples dimensiones que relacionan los procesos vinculares interpersonales e intergrupales, los sentidos y las prácticas que configuran intersubjetivamente las experiencias. En su dimensión dialógica relacional la comunicación habilita encontrarnos y reconocer la otredad, otorgar valor a los diversos presentes y a los trayectos vitales que los hicieron posible. En su dimensión concientizadora, la comunicación permite andamiar procesos de develamiento de las relaciones de poder que operan como estructurantes de las dinámicas sociales desde matrices hegemónicas. En su dimensión instrumental, es un elemento dinamizador de los procesos sociales que permite planificar estrategias específicas potenciadoras de los horizontes de transformación de las organizaciones sociales de sectores populares.

La perspectiva de planificación de la comunicación por generación de consensos tiene como fundamento abordar la transformación de las situaciones comunicativas a partir de la modificación de las subjetividades colectivas, mediante procesos reflexivos de autopercepción que le permita a los sujetos no sólo transformar sus necesidades materiales y sus modos de satisfacerlas, sino también, la mirada sobre sí y las relaciones en las que está inserto (Abatedaga, 2008). Siguiendo la propuesta de la autora, la planificación por consenso presenta dos pilares fundamentales: por un lado, los procesos comunicacionales como condición necesaria para generar la deliberación que posibilite la construcción de consensos entre sujetos que se reconozcan mutuamente “como sujetos de decisión” con capacidad para incidir en su entorno; y por el otro, la relación entre saber/poder como estrategia que naturaliza cierto tipo de racionalidad que necesita ser cuestionada para atravesar procesos de deconstrucción de las relaciones sociales. Entre estas dos dimensiones emerge la posibilidad de potenciar procesos emancipadores desde la comunicación.

La planificación por consensos toma los aportes de Foucault en torno a las relaciones de poder en la interacción social cotidiana y las prácticas de libertad, como ese espacio en el que, desde la conciencia de las asimetrías y los límites históricos que los contextos nos imponen, habilita las resistencias y la construcción de otras alternativas. En la perspectiva de Foucault las relaciones de poder no implican la dominación total sino la capacidad para direccionar la conducta de otros sujetos y está presente en todas las relaciones humanas.

Nos parece interesante para la construcción colectiva en organizaciones de sectores populares pensar el desafío que se plantea la planificación por consenso en términos de asumir esta dinámica poder/práctica de libertad, y buscar explícitamente estrategias que conlleven el menor grado de relaciones de imposición. En este sentido, se plantea que la intervención comunicacional busca “trabajar desde los procesos de comunicación y la evidenciación de las relaciones de poder” para desarmar estas últimas logrando estados provisorios de consenso (Abatedaga, 2008). Otra de las potencialidades es asumir como estado permanente la búsqueda de *consensos provisorios*, ya que ello permite evidenciar las contradicciones y las diferencias y no solo los acuerdos. Frente a una noción idealizada de la organización social donde el conflicto es concebido como debilidad, se busca poner de relieve las tensiones como posibilidad de construir las transformaciones. Es en la posibilidad de permanecer en la incomodidad de las diferencias y en la interpelación mutua, donde se tejen las tramas posibles de otras subjetividades y racionalidades sociales necesarias para el buen vivir como presente y futuro colectivo.

Desde el proyecto de investigación “Diálogo de Vivires y Prácticas de Resistencias Transformadoras” fuimos pensando los procesos de organización de sectores populares frente a las desigualdades y violencias, desde la categoría de construcción colectiva. Estas reflexiones nos permitieron concebir la *construcción colectiva* como una acción política desde sectores subalternos que implica habilitar formas organizativas en las que las perspectivas, expectativas, deseos y palabras de todos sus participantes tenga lugar y se vean imbricadas en alternativas que busquen formas de vidas dignas para todos. De partida, ello no puede suponer un proceso homogéneo, pero sí requiere la construcción de un horizonte común que emerja de descontentos compartidos; que habilite mapear puntos de llegada y esbozar los posibles recorridos por donde ir. En el camino es crucial ir reconociendo los núcleos de sentidos “irrenunciables” y los espacios/tiempos/oportunidades de “acuerdos provisorios” que permitan un andar, más o menos acompañado, en el que, lo colectivo, es posible desde los particulares trayectos vitales de quienes son parte.

En este recorrido, el diálogo de vivires configura una opción epistemológica, ética política y metodológica desde dónde habitar las experiencias de resistencias. Amplía la noción de diálogo de saberes que con gran potencial fue acuñando la educación popular y la perspectiva dialógica freiriana. Incorpora dimensiones que constituyen los vivires como los sentires, los sueños, las frustraciones, miedos y preocupaciones, (Merçon et al, 2014), y las huellas que las historias personales, familiares y colectivas van imprimiendo en las cosmovisiones de cada uno. Dimensiones sustantivas del *estar siendo* en el mundo, que la lupa de la racionalidad opaca, disminuye su capacidad comunicativa y su potencial para poner en juego los sentidos que nos involucran en los proyectos conjuntos.

Desde el proyecto de investigación sostenemos que “el diálogo es el aspecto fundante que habilita la construcción colectiva porque pone en juego conocimientos y saberes provenientes de distintos ámbitos, vividos y portados por subjetividades -individuales y colectivas- que se encuentran y confrontan desde sus respectivas lógicas, sin disimular las condiciones de desigualdad, de asimetría, y eventualmente, la lucha por la legitimidad” (Presentación del Proyecto de Investigación 4-0720 CyT FCH UNSL, Masi et al. 2020).

Tomando los aportes de Masi et al. (2017) recuperamos algunas claves para pensar las condiciones en las que es posible el diálogo como un “hablar con” y no “sobre o para” otros. En primer lugar, la coherencia entre el hacer y el decir. En segundo lugar reconocer en el silencio un espacio de pensamiento-palabra del/la otro que habilita a que emerja la pregunta; lo que implica, a nuestro entender, aprehender a habitar los silencios como parte de la deconstrucción de relaciones de jerarquía. En tercer lugar, considerar que cuando las personas entran en diálogos “no sólo hay distintas comprensiones del mundo, sino también tiempos diferentes. El aquí y ahora de una parte es el allá de las demás, en donde el diálogo implica el esfuerzo de correrse de un lugar de completud y la búsqueda de un tiempo común” (Masi et al, 2017). Por último el poder como un elemento constitutivo del diálogo que, en el marco de relaciones sin jerarquías, moviliza el conflicto y habilita la construcción del pensamiento colectivo que recupera las diferentes miradas en la comprensión y en la construcción de propuestas frente a los problemas.

Estas claves nos permiten pensar el diálogo de vivires como aspecto sustantivo en la construcción de las identidades colectivas y los procesos creativos de las organizaciones sociales para imaginar otras convivencias más democráticas y horizontales, asumiendo que si bien son posiciones utópicas, al estar presentes, configuran las relaciones desde un horizonte deseado.

El diálogo de vivires en las construcciones colectivas nos acerca a pensar las prácticas de resistencias en la vida cotidiana y no únicamente como grandes movimientos organizados y visibles en los espacios públicos. Los aportes de Scott (2000) y Maturana (2012) nos permitió hacer foco en estas micro resistencias que se dan en el marco de la cultura y la vida diaria, que son experiencias estructuradas desde las vivencias de opresión. Con diversas denominaciones, los autores distinguen entre las resistencias abiertas y declaradas que tienen visibilidad en la vida pública y las resistencias “implícitas o disfrazadas” en los discursos ocultos (Scott, 2000) y en “las prácticas introvertidas, enmarcadas en el campo de los hábitos y usos cotidianos” (Maturana, 2012, p.16). Estas últimas, deslizándose

en los intersticios de las interacciones sociales, toman cuerpo en múltiples situaciones que le permiten expresarse como parte de la cultura de resistencia, pero a la vez, mantenerse al resguardo sabiéndose en desigualdad de fuerzas en las posiciones sociales. Scott denomina infrapolítica de los grupos subordinados a estas estrategias que aún teniendo existencia concreta e intencionada se encuentran fuera de los registros visibles.

Nos permitimos pensar que entre estas dos dimensiones, la resistencia activa y la resistencia oculta, se presenta un hilo de continuidad en relación a la construcción de identidades colectivas al autopercibirse y construirse como parte de los sectores populares. Ello no implica una continuidad lógica, orgánica ni homogénea. Más bien caracterizada por la contradicción y la fragmentación, su potencial es el de la indignación acumulada, al decir de Silvia Rivera Cusicansqui (2019), que en ciertas coyunturas pueden expresarse como rebeldías explícitas o lograr suficiente poder acumulado para conformar movimientos sociales y/o colectivos con incidencia política en el espacio público. En el interior de las prácticas de resistencia, individuales y colectivas, se van amasando inconformidades que en otras coyunturas podrán emerger a dinámicas de mayor visibilidad o que funcionan como intersticios que habilitan a desnaturalizar relaciones de desigualdad, a construir discursividades contrahegemónicas y a tramitar socialmente las violencias que generan las estructuras de opresión.

### **3- La Chispa, un proceso que se echó a rodar**

La Chispa es una experiencia autogestiva e independiente desde la que buscamos participar de procesos de la economía social y solidaria a partir de ferias y actividades socioculturales. El horizonte del grupo es trascender el intercambio comercial constituyéndose en un colectivo comunitario que busca tener una fuerza de transformación social, cultural y económica. En este camino, se fue conformando como un espacio abierto y flexible en sus rutinas y estructuras, el cual aún está construyendo su forma de funcionamiento en coherencia con sus postulados de *social, solidario, autogestivo, colectivo y horizontal*.

Aunque el grupo se ha caracterizado por el movimiento permanente de personas en su configuración, han integrado el colectivo en mayor medida y con mayor constancia mujeres para quienes el ingreso económico de la feria representa un aporte complementario en la economía familiar. Algunas de ellas con trayectorias de militancias sociales y otras desde la posibilidad de generar ingresos a partir de saberes, capacidad creativa y/o manualidades, habilitadas socialmente como labores femeninas. Ello reúne en el mismo proyecto trayectorias que interpelan las estructuras sociales y trayectorias más conservadoras en los modos de pensar la realidad. Advertimos tres trayectorias prioritarias: feriantes que vienen de recorridos feministas y/o de proyectos productivos de las organizaciones sociales, feriantes que tiene experiencia desde mini emprendimientos familiares y participantes que sus recorridos están marcados por el oficio artesanal y la producción de manualidades.

Entre las expectativas del grupo, se expresa con fuerza la intención de consolidar un espacio productivo/cultural que reúna la producción local, la economía de actores barriales y de organizaciones sociales y las expresiones culturales independientes. Se organiza en torno a cuatro ejes: comercialización, espacio cultural, redes de ESS e intercambio de saberes.

Luego de una primera etapa en la conformación, caracterizada por la energía y la potencia de los espacios nacientes, emerge entre sus desafíos la necesidad de profundizar en las bases que dan sentido al proyecto en tanto posibilidad de consolidar la identidad colectiva: *los modos de ser y hacer de La Chispa*.

Si bien quienes participan comparten un horizonte común alternativo desde la economía social y solidaria, este no es un significativo homogéneo. Más bien configura un campo que se define por contraposición a múltiples características destructivas del sistema capitalista. Desde sus realidades y urgencias, cada participante imagina diversos escenarios futuros y carga el proyecto con sentidos particulares que en más de una situación entran en tensión.

#### 4- Aprendizajes significativos y desafíos desde la comunicación popular.

Las organizaciones sociales son en sí mismas espacios de comunicación: espacios de subjetivación, de construcción de identidades colectivas en relación a otros, espacios de vincularidades y de producción de sentidos sociales. Todas estas dimensiones magmáticas de la comunicación se deslizan por múltiples estrategias que permite dar cuerpo los procesos organizativos y sus luchas. La dimensión comunicacional en las prácticas de resistencias de sectores populares, nos habilita a pensar la producción de lo simbólico y lo material de las experiencias organizativas.

De los múltiples aprendizajes que nos permitió la construcción de La Chispa, en este escrito hacemos foco en la construcción de la identidad colectiva como un proceso complejo que involucra distintas dimensiones comunicacionales: el proceso de reconocimiento de los sentidos que luego fueron tomando cuerpo en rasgos idiosincráticos potentes de la identidad del colectivo; la construcción de narrativas, en tanto argumentaciones compartidas, que fueron amalgamando las diversas posiciones de sus participantes y el reconocimiento de las experiencias de organización como potenciadoras de subjetividades políticas.

En estos núcleos de sentidos pulsan la fuerza que mueve a la participación, pero también anidan las posibilidades latentes de rupturas de las organizaciones alternativas y populares. Estos procesos sustantivamente comunicacionales, no se dan de manera espontánea, sino que requiere de estrategias que habiliten reconocer lo común y lo diverso, resignificar lo recorrido y religar con quienes se van sumando a la construcción colectiva los sentidos, los horizontes deseados, los consensos y los disensos; pero fundamentalmente las discusiones que han andamiado posibles deconstrucciones de concepciones introyectadas desde las tramas de la cultura.

El reconocimiento y expresión colectiva de los sentidos se dio prioritariamente en los espacios asamblearios sostenidos durante dos años de manera semanal. Este tiempo/espacio, dialógico y lleno de tensiones, permitió desde el compromiso por permanecer en la incomodidad, ir creando puentes para arribar a consensos provisorios sobre La Chispa y sus modos de organización. Los núcleos de sentidos que emergieron como referentes identitarios los agrupamos en dos subcategorías: la feria como experiencia subjetivante y como experiencia contrahegemónica. En relación a la primera subcategoría, los sentidos más relevantes se relacionan con tres aspectos: la idea del trabajo como una dimensión sustantiva de la identidad personal y no solo como medio de resolución de necesidades materiales; la posibilidad de ser parte de un vínculo “otro” que busca desandar una forma de socialización individualista, competitiva, desresponsabilizada de las condiciones sociales y adormecida en relación a las crueldades del sistema como estrategia para sostener la vida (Segato, 2016); y el bienestar de saberse parte de una construcción colectiva “que se echó a rodar” en palabras de sus participantes. Una experiencia que permanentemente nos desliza de las zonas de confort, pero a la vez reconoce a cada uno como parte necesaria desde su alteridad.

*yo creo que lo colectivo ...y yo creo que sobre todo el ánimo, la convicción de querer algo distinto, de seguir laburando por esto: por enaltecer y valorar el trabajo artesanal, el cara a cara, la autogestión, lo democrático... porque creo que hay muchas ferias en la provincia y en el país hay muchas ferias, y La Chispa tiene su feria pero tiene todo un proceso también, un trabajo colectivo que hace que a mí me guste y que digo: - Bueno, ¡Creo en esto! Siento que hay esperanza en esto que estamos construyendo.”(Sujetx 1)*

*“esto de que fuera autogestionada, que propusiéramos. Qué la experiencia que ya habíamos tenido servía, eran importantes nuestros aportes. (...) entonces nos fuimos sintiendo más cómodos.*

*Por ahí en otras ferias que ya están dadas sino te gusta algo bueno, ya es así, no tenés mucha posibilidad de modificarlo. Entonces con ésta no, por lo menos te puedes..., puedes hablarlo (risas) puedes ponerlo sobre la mesa, ¡En las otras ni siquiera!*

*(...) por ahí el sentido de pertenencia con La Chispa, **es una construcción nuestra también,***

**tiene de nosotros, tiene de nosotros. Nos gusta así también...** (hace una pausa en silencio y reafirma) *Nos gusta así. (Sujetx 7)*

Es notable como el “tiene de nosotros” pone en palabras un proceso en el que la identidad colectiva constituye una amalgama que habilita el reconocimiento de lo propio porque involucra. El reconocer referentes identitarios en el proyecto que constituyen elementos importantes en la identidad personal o familiar posibilita generar el lazo de adscripción a esa grupalidad, proyectando el deseo y la decisión de formar parte de la construcción material y simbólica del espacio.

La construcción colectiva es significada como la clave desde donde es posible sostener los procesos de deconstrucción y a partir de ello, las posibilidades de transformación.

*“los debates, las búsquedas, el trabajo... ¡Me cuesta un montón! A ver, a veces me da ganas de matarlos a todos. (...) Pero está buenísimo, porque a mí me pone en conflicto interno. Entonces cuando yo me registro ahí digo -“Ah! Está buenísimo!” o sea, me saca de las zonas de confort todo el tiempo, todo el tiempo. En la feria estoy cómoda en la incomodidad, eso me produce. Ese movimiento permanente me hace sentir que estoy viva, que estoy... vital, no? Me parece súper enriquecedor para mi existencia... y sí tiene que ver con la parte colectiva.*

*...hay un montón de ferias en las que participamos, pero no todos tienen la necesidad o las ganas de laburar colectivamente para un cambio” (Sujetx 1)*

A su vez, esta misma dimensión que moviliza a ser parte del espacio para muchxs, significan barreras infranqueables para otrxs ya que demanda un alto grado de implicación emocional y política, en términos de poner el cuerpo desde lo afectivo relacional, desde la interpelación de las creencias que nos constituyen y sostienen, desde lo físico temporal y lo creativo intelectual para imaginar nuevas resoluciones.

En términos de experiencia organizativa emerge la necesidad de construir otra racionalidad relacional que pone en cuestión la verticalidad, la concentración de poder en la circulación de la palabra y en la toma de decisiones, pero también las lógicas de delegación en los modos de participar. Esta tensión en los modos de participación, es uno de los núcleos más fuerte de fractura del espacio, en tanto se entiende como un obstáculo a los horizontes prioritarios de construir un modo de funcionamiento horizontal, reflexivo y democrático.

Las reflexiones en torno a los procesos de organización de las fábricas recuperadas realizadas por el equipo de investigación de Ana María Fernández aportan una propuesta para construir en el entre-de-las-tensiones (Fernández, 2007). La secuencia momentos/ posiciones en tensión/ insistencia permite percibir un **movimiento recursivo** entre transformación y reproducción que da vida a los proyectos. Se concibe las tensiones como polos contrapuestos - e incluso antagónicos- de un mismo proceso que no buscan asimilarse, pero sí ocupar posiciones transitivas que permitan acortar las distancias en las diferencias.

Pudimos reconocer las siguientes tensiones que atraviesan con fuerza diversos momentos de nuestra experiencia: la autogestión/delegación como modos de entender la participación y el compromiso con el proyecto; la transformación/reproducción, asumiéndonos matizados por las lógicas hegemónicas de la cultura y las situaciones de desigualdad y opresión del sistema civilizatorio actual; reflexión/acción expresado en la percepción de tiempo productivo (el hacer) en contraposición con un tiempo improductivo (el de la discusión); lo colectivo/individual como modo relacional desde el que nos proyectamos socialmente y la autonomía/articulación en términos de posición frente a otros actores sociales en la estructura de poder, fundamentalmente el Estado y los entramados socioeconómicos.

Estas dimensiones emergen con insistencias en la interpretación de las diferentes situaciones que el colectivo debe afrontar y tomar definiciones. Desde allí, surge como necesidad comunicacional el advertir intersticios que

amplíen el rango de posibles acuerdos en la idea una praxis transformadora que fortalece un transitar crítico pero con la capacidad de lo anfibio (Segato, 2016), por lo cual asume que el hacer no es puro, mucho menos lineal y rígido.

El segundo aspecto que nos interesa compartir, refiere a los procesos de construcción de narrativas “otras” que habilitan identidades desde las resistencias. Este punto se liga a la vivencia de la feria como experiencia contrahegemónica.

Un rasgo constitutivo de la feria es que sus integrantes tienen una participación intermitente y hay un flujo importante de personas que se integran en distintos momentos. Mantener un núcleo común de acuerdos y sentidos religando los nuevos aportes a los recorridos transitados es un desafío permanente.

Torres Carrillo (2006), en el estudio sobre las condiciones que potencian la acción colectiva de las organizaciones territoriales y su potencialidad para el fortalecimiento del tejido social comunitario desde la afirmación de subjetividades políticas, pone de relieve el lugar de la identidad colectiva. Pudimos pensar esta característica como una condición constitutiva de La Chispa y no como un momento coyuntural en los inicios de la organización. Esta situacionalidad nos enfrenta constantemente con el desafío comunicacional de reactualizar y religar los sentidos construidos colectivamente con los aportes y cuestionamientos de quienes se van integrando al espacio. Al sumarse mucha gente mes a mes, se torna dificultoso condensar la complejidad del proyecto y los compromisos que están puestos en juego en las diversas aristas socioculturales que buscamos desarrollar. A partir de ello, entendemos que el proceso de reconocimiento y expresión de los sentidos colectivos no es un momento transitorio sino un modo de funcionamiento que estructura el colectivo.

En esa línea, identificamos algunos elementos a tener en cuenta desde la planificación de la comunicación a fin de potenciar la construcción del espacio. Por un lado, es necesario generar formas de ir religando tanto los sentidos como las discusiones de las que emergen. Como afirma Torres Carrillo (2014), la identidad de las organizaciones se constituye no solo de compartir vivencias, sino que anclan su fuerza en las narraciones que sus integrantes mantienen frecuentemente sobre las experiencias que atravesaron, en las cuales van cargando de sentidos los trayectos colectivos. A su vez, el sentimiento de pertenencia no se construye sólo desde una adscripción ideológica, sino fuertemente desde las huellas sensitivas que dejan estas vivencias compartidas, y ello es muy difícil de transmitir sin experienciarlo. Este punto, en tanto motivaciones vitales que se caldean al interior de las prácticas de resistencias conformando nuevas subjetividades, es un desafío reconocido en muchas experiencias de organización colectiva. Por ello, asumimos que es necesario generar ciertos *ritos* que permitan re-actualizar estas marcas y establecer dinámicas internas que habiliten poner en diálogo los vivires, reconocer las trayectorias y las expectativas de quienes hacen parte.

Por otro lado, evidencia que en este proceso, los colectivos pueden historizarse e insertarse en narrativas que constituyen las memorias colectivas de las experiencias de lucha y resistencias.

La recuperación de sentidos de la ESS que remiten a muy diversas concepciones y perspectivas, permitió la construcción de una narrativa común de La Chispa, reconociéndose como parte de otros modos de producir e intercambiar, pero también parte de las luchas desde el feminismo y los sectores populares. La ESS fue significada prioritariamente con potenciar las tramas comunitarias en los intercambios y formas de resolver la vida, valorar la producción local, valorar la creación propia y con identidad en las artesanías, revisar los mensajes que portan los objetos. Compartir estos pensamientos y sus significaciones, habilitó a identificarse, de distinta manera, como parte de resistencias que proponen el consumo y la producción como un lugar político para participar en lo social.

En este punto generamos algunas estrategias comunicacionales que entendemos importante. En primer lugar, la escritura de acuerdos que sintetizan los posicionamientos en un pequeño dossier que desde la imagen acerca pistas de la identidad de La Chispa. En segundo lugar, instaurar la reunión de bienvenida, una práctica que resignifica

la “fiscalización” de las dinámicas de ferias, en tanto lugar jerárquico desde donde acaptar o no nuevxs integrantes. Este espacio busca compartir el proyecto en su dimensión política y autogestiva y transmitir los sentires de la construcción colectiva, a la vez que se conocen las producciones para ver si se ajustan a los criterios de la feria. En tercer lugar, pensar la puesta en escena de la feria como un espacio comunicacional que desde su imagen pueda expresar las búsquedas como experiencia de resistencia.

El tercer aspecto significativo sobre el que queremos prestar atención en el proceso organizativo de sectores populares, es reconocer que las prácticas de resistencias configuran espacios de comunicación y formación que habilitan transformaciones subjetivas individuales y colectivas necesarias para la construcción de alternativas contra hegemónicas. Estas experiencias dejan huellas potentes en quienes forman parte y posibilitan andamiar procesos de deconstrucción, aún asumiendo lógicas contradictorias que en el hacer tensionan aspectos transformativos y aspectos de reproducción del sistema.

La Chispa, si bien en sí misma atraviesa importantes dimensiones de reproducción del sistema, sostiene algunos procesos que permite transicionar y generar resistencia (desde el cuerpo, desde las prácticas y desde pensamientos en contradicción) en un contexto local estructurado en tramas sociales de elevadísima impronta conservadora, religiosa y patriarcal. En este sentido, el hecho de sostener la experiencia desde vínculos de solidaridad que generan pertenencia y desde allí habilitar discusiones que para muchxs de nosotrxs no tendrían lugar de otro modo, es en sí mismo un potencial transformativo en la sociedad más amplia.

A partir de ello, podemos pensar que la existencia de estas experiencias tienen valor en sí mismas, no solo por las narrativas alternativas que fortalecen, sino por los tejidos de contención colectivas para los procesos de develamiento en torno a cómo operan las matrices patriarcales, coloniales y capitalistas en las tramas socioculturales que nos constituyen. En estos espacios de tensión/contradicción, los sectores populares encuentran continuidad con vivencias previas, búsquedas y opciones personales que hacen a la posibilidad de *pertenecer* y *permanecer* en las experiencias organizativas.

En las praxis transformadoras, no en términos de transformación radical sino como posibilidad de interpelar y modificar los micro espacios y relaciones de la vida cotidiana, lo comunicacional se constituye en un andamiaje sustancial que impacta en nuevas subjetividades y que habilita los procesos de acuerdos provisorios que hacen posible sostener en el tiempo las transformaciones. Por ello, como dimensión comunicacional, entendemos que es un espacio de intervención relevante el hecho de generar las condiciones para entablar *conversaciones recurrentes* y amasar las confianzas y complicidades que construyan lo común y las comunidades contribuyendo al proyecto histórico de los vínculos frente al proyecto histórico de las cosas, en palabras de Rita Segato (2016).

Desde ésta micro experiencia que relatamos, podemos advertir que en los procesos de organización social es de vital importancia el movimiento dialéctico de conocernos desde nuestras trayectorias previas para reconocernos como sujetxs de saber y sujetxs políticos con capacidad de incidir en la construcción de la realidad. En ello, los diálogos de vivires como perspectiva ética política y como propuestas metodológicas de acción desde la comunicación comunitaria y popular, aportan potentes dimensiones e iluminan aspectos indispensables que necesitamos profundizar para fortalecer organizaciones horizontales, democráticas y humanizadas que reinventen la convivencia social y con la naturaleza toda. .

- Abatedaga, N. (2008). *Comunicación. Epistemología y metodologías para planificar por consensos*. Ed. Brujas: Córdoba.
- Fernandez, A.M.; López, M.; Borakievich, S. y Ojám, E. (2008) Política y Subjetividad: La Tensión Autogestión-delegación en empresas y fábricas recuperadas. *Anuario de Investigaciones*, 15, pp. 195-203.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, España: La Torre.
- Masi, A. (Dir) (2020) PROICO N°04-0720 *Diálogo de Vivires y Prácticas de Resistencia Transformadoras*. Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de San Luis.
- Masi, A; Hodara, I; Navarro, L; Ferraro, P y Gómez, S. (2017). Condiciones que hacen posible el diálogo de saberes". En J. Gambina, B. Rajland y E. Elorza (comp) *Educación, movimiento popular y emancipación*. San Luis: Ed. Nueva Editorial Universitaria. - Ed. Rosa Luxemburgo.
- Mata, C. (2009). *Comunicación comunitaria en pos de la palabra y la visibilidad social*. En M.E. Carrieres, L. Danielli, M. Yedro, L. Romero, P. Espósito y P. Fasano (Eds) *Construyendo Comunidades... Reflexiones actuales sobre Comunicación Comunitaria*. Ed. La Crujía. Bs. As.
- Maturana, J. (2012). A Propósito de la Resistencia como propuesta teórica del estudio histórico. *Tiempo y Espacio*. 28, 7-22. <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/TYE/article/view/1791/1735>
- Merçon, J; Núñez Madrazo, C; Camou-Guerrero, A; Escalona Aguilar, M. A. (2014) ¿Diálogo de saberes? La investigación acción participativa va más allá de lo que sabemos. *Decisio* N°38 CREFAL. Mayo Agosto 2014. <http://decisio.crefal.edu.mx>
- Pasquali, A. (1980). *Comprender la comunicación*. Caracas. Monte Ávila.
- Reguillo, R. (1998) *Un malestar invisible: derechos humanos y comunicación*. *Chasqui, Revista Latinoamericana de comunicación* N° 64, dic 1998. pp 18-23. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/11668/1/REXTN-CH64-04-Reguillo.pdf>
- Rivera Cusicansqui, S. (2019) Tema: Micropolítica andina: formas elementales de insurgencia cotidiana. Curso de posgrado "De La Historia Oral a la Epistemología Ch'ixi. Una Trayectoria de Conocimiento". Universidad Nacional de San Luis.
- Schmucler, H. (1997) *Comunicación, cultura y desarrollo*. En *Memorias de la Comunicación - 1ra. Edición- Ed. Biblos*. Buenos Aires.
- Scott, J. (2000) *Los dominados y el arte de la resistencia. Discursos ocultos*. 1 ed. en español. Ed. Era. México.
- Segato, R. (2016) *La guerra contra las mujeres*. Ed. Traficantes de Sueños. Madrid, España.
- Torres Carrillo, A. (2006) *Organizaciones populares, construcción de identidad y acción política*. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 4, 2, julio-diciembre. Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud Manizales, Colombia. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianza-cindeumz/20130821012544/RevistaLatinoamericanaVol.4N.2julio-diciembre2006.pdf>
- Torres Carrillo, A. (2014) *La recuperación colectiva de la historia y memoria como práctica educativa popular*. *Decisio*, 38 CREFAL. Mayo Agosto 2014. Disponible en <http://decisio.crefal.edu.mx>
- Uranga, W. (2016) *La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía. Una propuesta para trabajar desde la comunicación*. Ed. Patria Grande. Buenos Aires, Argentina.
- Uranga, W. (2016) *Conocer, transformar, comunicar*. Ed. Patria Grande. Buenos Aires, Argentina.

# El barrio: una fuente de información para la radio escolar

Jimena Azar

jimenaazaryameti@gmail.com

María Pía Silva

ma.piasilva@gmail.com

Zulma Vichi

zulmavichi@gmail.com

**Universidad Nacional de Chilecito**

## Resumen

Con esta presentación queremos socializar la experiencia y los resultados del proyecto de extensión universitaria desarrollado en el periodo 2017 - 2021 denominado: “El barrio como fuente: una experiencia de comunicación comunitaria desde la escuela Pablo Pizzurno”.

El objetivo principal estuvo enfocado en promover el ejercicio del derecho a la comunicación y a la cultura con la reapertura y puesta en funcionamiento de una radio escolar que estaba en desuso, bajo el amparo de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que fomentó la democratización de la comunicación instando a las comunidades educativas a formar parte del proceso. En este sentido, el proyecto apuntó a revalorizar a la radio como medio de comunicación y a motivar la conformación de un equipo de trabajo que pueda sostenerla, favoreciendo la participación de toda la comunidad educativa.

El proyecto logró la articulación entre diferentes actores que participaban de la vida social del distrito “Los Sarmientos” (Dpto. Chilecito, La Rioja), es decir, de la comunidad educativa de la escuela primaria Pablo Pizzurno, la UNdeC que brinda la carrera de la Lic. en Comunicación Social y, en ese momento, el colectivo de comunicación comunitaria El Hormiguero que desarrollaba actividades en el centro cultural La Casita Libertad, cercano a la escuela.

La metodología seleccionada para llevar adelante las actividades fue mediante un trabajo colaborativo para conocer cuáles eran las necesidades de la escuela intentando ajustar el proyecto lo mejor posible a la realidad de los actores participantes. De esta manera, se concretaron una serie de talleres participativos a través de la interacción y la retroalimentación grupal en los que se aplicaron metodologías propias de la educación popular para la socialización de herramientas de comunicación popular y estrategias de registro y producción para posicionar al barrio como una fuente de información mediante la recuperación de la historia del distrito y sus personalidades.

Entre los resultados logrados podemos mencionar: la revalorización de la identidad y de la memoria cultural de Los Sarmientos, la apropiación por parte de los docentes y estudiantes de algunas herramientas de periodismo para la producción de contenidos en formato radiofónico y gráfico para su difusión; la fortaleza de las competencias de comunicación y expresión propias del nivel primario y la puesta en funcionamiento de una radio escolar.

*(...) “cuando pensamos en la comunicación comunitaria, hacemos referencia a la capacidad que tienen los grupos, las comunidades, las organizaciones para expresar, e intercambiar sus producciones culturales y comunicacionales a partir de sus propias demandas, las formas de resolución de esas*

*demandas, sus visiones acerca de la realidad y además, hacerlo a través de múltiples lenguajes”*  
(Magarola, O. 2014 )

## Presentación

La presente ponencia tiene la intención de compartir el proceso y los resultados del proyecto de extensión universitaria “*El Barrio como Fuente: una experiencia de comunicación comunitaria desde la escuela Pablo Pizzurno*” que se llevó a cabo conjuntamente con la escuela primaria mencionada, de la localidad de Los Sarmientos, departamento Chilecito (provincia de La Rioja). La propuesta elaborada desde el Departamento de Ciencias Sociales fue aprobada en la 22° Convocatoria de Proyectos de Extensión Universitaria y Vinculación Comunitaria “Universidad, Estado y Territorio” que promulgó la Subsecretaría de Gestión y Coordinación de Políticas Universitarias (SPU). En la misma nos planteamos abrir un proceso de formación en periodismo popular dentro de la escuela pública para poner en valor los saberes del barrio y las voces de los vecinos y vecinas del distrito. Intentamos generar a través del lenguaje radiofónico un medio para promover la expresión y el ejercicio de la ciudadanía, tomando como referencia y fuente de información el contexto sociocultural en el que se inserta la escuela.

El proyecto en general se orientó a establecer vínculos que articulen y enriquezcan las prácticas educativas, culturales y comunicacionales; la construcción de espacios de trabajo colaborativo, favoreciendo la formación de sujetos críticos que puedan ejercer la participación ciudadana, hacer oír sus voces y hacer valer sus derechos.

Presentamos a continuación las características que asumió nuestro trabajo considerando la descripción de la propuesta; la sistematización y el análisis de la misma desde un marco referencial que conceptualiza a la comunicación comunitaria como praxis para la transformación social.

## El Barrio como Fuente: una experiencia de comunicación comunitaria

### Fundamentos

Los Sarmientos es un distrito del departamento Chilecito, separado de la ciudad apenas por 3 km. Se trata de una localidad conformada por barrios populares, cabañas turísticas y zonas de casas quintas que conviven en apenas quince cuadras. Existen pocos espacios verdes y comunes que resienten las posibilidades de cruces sociales y son las familias tradicionales las que están más involucradas en la organización de algunas actividades vinculadas a festividades religiosas y conmemorativas del pueblo. El Proyecto surgió en el año 2016 en un contexto social marcado por la escasez de espacios habilitados para la participación barrial y vecinal, principalmente de niños y jóvenes.

En relación a los medios de comunicación masiva, lo que sucede en Los Sarmientos, se repite en la mayoría de los distritos y es que no cuentan con medios de comunicación masiva propios, por lo que se consume una agenda mediática que responde en gran medida a los acontecimientos noticiosos propios de la cabecera del departamento Chilecito.

La escuela, única en la zona, posee doble turno y recibe estudiantes del mismo distrito y otros alrededores como San Lorenzo y San Nicolás. Es una escuela cooperativista, por eso, no solo tiene un espacio institucionalizado para que toda la comunidad educativa trabaje contenidos relacionados con este eje, sino que desde el año 2014, funciona una extensión áulica de 1 y 2° de la escuela secundaria de Comercio “Brigadier Juan Facundo Quiroga” con el objetivo de lograr una articulación entre ambos niveles en materia de cooperativismo. Por otro lado, la institución ya contaba con una radio escolar, pero su directora, la Sra. Griselda Rearte manifestó en una primera entrevista que, si bien funcionó en algún momento, desde hace algunos años estaba apagada y sin uso. Además, la docente expresó que para poder reactivar ese medio de comunicación en manos de sus propios actores hacía falta capacitación para los/as docentes, estudiantes y actualización de parte del equipamiento tecnológico. A partir del primer relevamiento para la elaboración del presente proyecto de extensión se consideró a la escuela como un espacio potencial para el ejercicio del derecho a la comunicación y a la cultura, en tanto, promueve prácticas solidarias y cooperativistas, tiene alcance a las familias de los estudiantes y, de manera indirecta, a toda la comunidad. Cuenta con el equipamiento básico para poner a funcionar

una radio escolar y un espacio institucional para trabajar la línea de cooperativismo. Por eso, el proyecto apuntó a revalorizar a la radio como medio de comunicación y a motivar la conformación de un equipo de trabajo que pueda sostenerla, favoreciendo la participación de toda la comunidad educativa. Entendiendo a la radio como “herramienta pedagógica y didáctica al servicio de un proceso de aprendizaje integral, que es aula y taller, que produce contenidos relacionados con otros abordados desde las diferentes asignaturas y los socializa con la comunidad, que se convierte en su audiencia” ( Proyecto de Radios escolares, 2011, p.7 ). También, se definió que era fundamental socializar algunas herramientas periodísticas y técnicas para que la producción de contenidos y el manejo del equipamiento no sea un obstáculo para su funcionamiento y, sobre todo, para que los niños/as y jóvenes se apropien de estos recursos. En términos de necesidades educativas, se propuso un trabajo colaborativo, principalmente, con los/as docentes del área de Lengua para fortalecer desde el proyecto, las competencias de expresión y oralidad en los estudiantes. También se articuló con la supervisora del Nivel Primario para que la propuesta contará con el aval y tuviera un impacto positivo sobre las necesidades que demanda este nivel educativo.

Otro actor clave en el desarrollo del proyecto fue el Hormiguero Colectivo de comunicación. El grupo surgió de la mano del proyecto de una radio comunitaria en el año 2011. Pusieron en funcionamiento el medio radiofónico pero con el tiempo quedó fuera del aire por falta de espacio físico. Mientras tanto el colectivo publicó durante los años 2013 y parte del 2014, una revista cultural/barrial que apuntó a socializar relatos y testimonios de vecinos y vecinas con el objetivo de revalorizar la identidad y memoria de cada barrio y distrito del departamento. Así fue como el Hormiguero entró en contacto con la escuela Pablo Pizzurno. Entendiendo a la comunicación comunitaria más que un fenómeno de mediaciones tecnológicas, como la “capacidad que tienen los grupos, las comunidades, las organizaciones para expresar e intercambiar las producciones culturales y comunicacionales a partir de sus propias demandas, las formas de resolución de esas demandas, sus visiones acerca de la realidad y, además, hacerlo a través de múltiples lenguajes” (Magarola, 2014, p. 1) Tanto en la radio como en la revista, el colectivo propuso que el barrio sea fuente de información, productor y emisor de sus propios bienes culturales y comunicacionales, como así también de sus problemáticas y formas de resolución.

El tercer actor clave es la universidad pública, en tanto agente cultural, que aporta al desarrollo de la región mediante la producción y aplicación de conocimientos. La UNdeC cuenta con la carrera de licenciatura en comunicación social y la asignatura “Comunicación comunitaria”, por eso, en términos epistemológicos, desde el proyecto se apuntó a enriquecer el campo de intervención e investigación de la comunicación comunitaria. A su vez, se buscó jerarquizar el rol del comunicador comunitario y generar prácticas profesionalizantes en el territorio para los estudiantes. Considerando que estas experiencias comunitarias son intensamente participativas y por ende, democratizadoras en tanto fomentan subjetivaciones propicias para ejercer el derecho a la comunicación y a la cultura, entendido como “derecho humano” y “empoderamiento de la comunidad” (Magarola, 2014, p.5 ).

Entendemos que la riqueza que brinda un radio escolar está en mantener la puerta siempre abierta para que la comunidad barrial abrace el medio, lo habite, lo acompañe y fortalezca en su crecimiento y desarrollo. Este fue el principal motivo de la propuesta de extensión: el anhelo de recuperar la riqueza del barrio como fuente de información con sus prácticas culturales y sus memorias e impulsar desde la “Escuela de Los Sarmientos”, como todos la llaman; una experiencia de comunicación comunitaria. A su vez, se pretendió vincular educación /comunicación y socializar herramientas con los y las docentes de la escuela para posibilitar la articulación de contenidos curriculares y saberes populares, utilizando la radio como dispositivo de participación, expresión e intercambio entre la escuela y la comunidad de Los Sarmientos.

Nos propusimos establecer vínculos que enriquezcan las prácticas educativas, en especial las radiofónicas, que realizan los estudiantes de la Pizzurno con o sin aparato de radio, ya que, más allá de que el proyecto incluyera la puesta en marcha de la misma con el apoyo técnico brindado por el Centro de Medios de la UNdeC, la mirada estuvo

centrada en el intercambio de experiencias y conocimientos, como así también en generar espacios de trabajo colaborativo, favoreciendo la relación escuela/ comunidad/ universidad.

## 2.2- Supuesto de abordaje: comunicación/educación /comunidad

Como venimos mencionando, el proyecto se constituyó en oportunidad de ejercicio, tanto de la comunicación alternativa y/o comunitaria, como de prácticas educativas basadas en lo popular, por cuanto dio pie a la ejecución de las mismas en ambos campos del saber y habilitó instancias de formación docente para darles continuidad de aplicación. Decimos que el campo de la comunicación comunitaria suele vincularse y muchas veces, casi con exclusividad, al fenómeno de las radios comunitarias, agregamos escolares y de los movimientos sociales (Magarola, 2014, p.1). En este punto es válido citar lo expresado por Michi (2010) quien retoma de Engels: “Somos nosotros mismos quienes producimos nuestra historia” ( p.45); significando que la factualización de posibilidades se constituye en determinaciones o realidades concretas (con objetividad histórica), en tanto son el resultado de la acción de los hombres y no de algo que sucede en abstracto por fuera de la voluntad de las personas. En este sentido, el proyecto estuvo centrado en recuperar las historias del lugar, de sus habitantes y los hechos concretos ocurridos en el barrio, narrados con la voz de los propios estudiantes que habitan ese distrito. Washington Uranga propone trascender el concepto dominante de comunicación meramente como acontecimiento que va desarticulando los hechos cotidianos o extraordinarios entre sí y sometida a una lógica impuesta por el sistema masivo de medios y entenderla como proceso, se trata de “articular entre sí acontecimientos donde los actores sociales se construyen y constituyen simbólicamente, surgen como protagonistas, e impregnan de sentido el proceso histórico del que son partícipes” (Uranga, 2009, p.177). En el proyecto, la radio no fue considerada como lo más importante, es decir, no se puso el acento en el mero funcionamiento de un medio de comunicación, ni solamente en la adquisición de habilidades técnicas, sino en el proceso y cómo aportar a visibilizar y fortalecer una narrativa común: un nosotrxs. Se habilitó junto con los/as docentes un proceso de búsqueda e interrogación acerca del sentido del trabajo de enseñar incorporando prácticas educativas radiofónicas y de construir las condiciones que lo hagan posible desde el aula; con el acompañamiento sostenido, aportando con sus preguntas, sus preocupaciones, sus deseos, sus esperanzas, a nuestros saberes y miradas. Se trató de pensar y construir juntos/as con los y las otras los saberes, herramientas y metodologías para recuperar esas historias que están en el distrito y hacerlas noticiables, identificarlas y producirlas como hechos que merecen ser contados porque en ese proceso recuperamos la palabra. En términos de Uranga: “la comunicación comunitaria nos invita a reconstruir la narrativa de la historia desde los procesos comunicacionales que permiten tejer los hechos entre sí, lo cual supone hilvanar la historia particular de cada uno de los actores sociales desde la narrativa política, social y cultural de la historia colectiva” (Uranga, 2009, p.178).

Los debates en torno a la temática escuela pública, educación y comunicación comunitaria, generan un espacio en el que surgen interrogantes acerca de la posibilidad de articular la comunicación alternativa y popular en la escuela pública o, si solamente esta última tiene un lugar posible fuera de la escuela y de la educación formal, en otros ámbitos como en los movimientos sociales, organizaciones barriales, asamblearias etc. Al respecto existen variadas expresiones que coinciden al menos en un punto: que efectivamente es posible incorporar características propias de la educación popular en la educación formal, pero que sin duda en una sociedad de clases como la nuestra, es mucho más difícil trabajar en favor de la desocultación, que trabajar ocultando o nadar en favor de la corriente. Es difícil pero posible, señala Di Matteo (2021), quien plantea que el problema de la contradicción entre horizontes democratizadores y prácticas opresivas, es significativo para nosotros, aún en la actualidad en plena democracia. Incluso sostiene que surgen nuevos desafíos y se construyen nuevas preguntas, a partir de la renovación de experiencias pedagógicas, en algún caso como resultado de las acciones formativas impulsadas por movimientos sociales, pero también, en otras ocasiones, como consecuencia de iniciativas de educación sistemática que intentan construir otros modos de hacer educación dentro del sistema escolar. En torno a estos desafíos hay quienes consideran que es posible que la acción educativa favorezca procesos de pensamiento crítico y autónomo y fortalezca procesos de organización y protagonismo popular, es decir, ubicados en oposición a la “educación bancaria” (Freire,

1969, p.52). En este marco es que trabajamos los talleres de pre producción y producción de prácticas radiofónicas con los y las docentes y estudiantes de la escuela de Los Sarmientos. Desde el pensamiento de Freire y su crítica en la que incluye una posición política férrea: el educando no puede ser llenado por depósitos. No debe serlo. Por el contrario, el educando es portador de un saber, portador de una cierta lectura del mundo, que el educador necesita reconocer y con la cual debe proponer un diálogo. (Di Matteo, 2021, p.154) De manera tal que Freire observa que el problema de la educación bancaria merece ser discutido, que no es algo que se resuelve con sencillez. Freire, también señalaba que:

*“La producción de conocimiento tiene una serie de requisitos: exige una presencia curiosa del sujeto frente al mundo; requiere su acción transformadora sobre la realidad; demanda una búsqueda constante; implica invención y reinención; reclama la reflexión crítica de cada uno sobre el acto mismo de conocer” (Freire, 1993 en Morales y Molina 2014, p.4).*

Asimismo, plantea que la problematización implica un retorno crítico a la acción, y no puede desligarse de la acción concreta. En este rumbo el lema orientador del proyecto **El barrio como fuente** se basó en sostener que la misión de una Radio escolar comunitaria, es que los/as estudiantes y docentes puedan sumar más herramientas en pos de potenciar y poner en circulación sus voces desde las narrativas periodísticas y mantener una fluida relación con la comunidad y el barrio, porque éste último representa la fuente más rica de saberes, informaciones, vivencias e historias que podemos encontrar para recuperarlas como espacio de prácticas socio-culturales, tradiciones y de memoria, para impulsar desde la “Escuela de Los Sarmientos”, como todos la llaman; una genuina experiencia de comunicación comunitaria. Después de eso, se hizo foco en revalorizar a la radio como medio de comunicación y como espacio estratégico para la práctica de comunicación comunitaria y de educación basada, esta última, no solo en el desarrollo de contenidos curriculares sino articulados en una trama combinada con los saberes populares del barrio y el territorio local.

#### 2.4- Los hechos noticiables y la formación de pequeños periodistas populares: acerca de los encuentros

En términos pedagógicos, el trabajo con los docentes fue netamente colaborativo y constructivista en especial en el área de Lengua; para incorporar literatura de autores/as riojanos/as promoviendo así un reconocimiento de nuestra cultura para trabajar competencias básicas como la lectura, escritura y oralidad. Pero también otras ligadas al espíritu cooperativista, promoviendo el trabajo en grupo a través de los diferentes roles que operan en toda instancia de producción periodística.

En una primera etapa realizamos varios talleres en los que se trabajaron temáticas vinculadas a los recursos expresivos: el cuento- desde la escritura colectiva, resaltando la expresión oral e introducción al mundo de la radio, comenzando por la escritura radiofónica y géneros periodísticos en especial la noticia. También se hizo un mapeo social del distrito con los estudiantes, lo que permitió geo-referenciar y espacializar situaciones o eventos que ocurren dentro del barrio-territorio. El mapeo visibilizó algunos conflictos como zonas peligrosas (la plaza de noche y la esquina del boliche bailable que funciona los fines de semana, los basurales a cielo abierto al costado del río Los Sarmientos), otras más amigables (cerca de la escuela) y reveló que el 50% de los estudiantes que asisten a la escuela Pizzurno proceden de la localidad de San Lorenzo es decir de zona periurbana de la ciudad de Chilecito. Además, abordamos el taller sobre ¿Cuál es el rol del comunicador comunitario? Para generar la respuesta a este interrogante se apeló al juego de la “botella preguntona” induciendo de manera amena y lúdica, la ida y vuelta de preguntas y respuestas especialmente vinculadas a hechos y acontecimientos populares de la comunidad y de la propia cotidianeidad relatadas por los propios estudiantes. Las preguntas abrieron camino para trabajar “La Entrevista”: elaboración de preguntas, tipos de preguntas, trabajo en equipos y roles.

En una segunda etapa los talleres se centraron en el tema del derecho, en especial sobre los derechos humanos de los/las niños/as y jóvenes, el guión radiofónico y la música como recurso expresivo. En ese sentido se remarcó la importancia de tener franjas musicales programadas por los/as jóvenes, niños y niñas. Se abordó la propuesta

de una programación musical que pueda ir más allá de aquellas músicas que promueven las plataformas digitales y la industria discográfica. Es fundamental que en la radio suenen las músicas propias, locales y los nuevos talentos. Que los niños, las niñas y los jóvenes tengan la posibilidad no sólo de ser consumidores culturales, sino también productores e intérpretes de las músicas locales. Por eso también, para la elaboración de la “Campaña por los Derechos de las niñas y los niños” los estudiantes produjeron sus propias canciones y/o poemas y las grabaron.

En el cierre del proyecto se hizo hincapié en la Planeación para la producción radiofónica, el guión y el diseño de un programa de radio. Durante los ensayos, los/as estudiantes de la Pizzurno le dieron por nombre “La radio de la Pizzurno”, la muestra radiofónica se estrenó al cerrar el año lectivo 2018 ante la comunidad escolar y barrial en el salón de usos múltiples de la institución escolar bajo la conducción y puesta al aire de los estudiantes y docentes.

#### 2.4- Acerca las metas logradas

- Revalorización de la identidad y memoria del distrito Los Sarmientos.
- Promoción de la articulación entre los distintos actores: Escuela Pablo Pizzurno, Universidad Nacional de Chilecito y el colectivo El hormiguero que participaron del proyecto.
- Apropiación de algunas herramientas para la producción local de contenidos radiofónicos y gráficos en sus diferentes instancias de pre- producción, producción y post producción.
- Desempeño del rol de comunicadores populares por parte de docentes y alumnos en su comunidad.
- Puesta en funcionamiento y salida al aire -hacia la comunidad educativa- de la radio que posee la institución escolar.
- Sentar las bases para posibles investigaciones o trabajos futuros sobre comunicación y cultura comunitaria y popular.

### Conclusiones

Observamos que el proceso iniciado en el curso, de problematizar la radio como herramienta pedagógica y de rescate a través de sus prácticas de los saberes populares y/o comunitarios en la escuela, puso luz sobre dos cuestiones importantes a tener presente, una es que la práctica educativa asume como tarea un sentido absolutamente opuesto al que supo transmitir/enseñar el fatalismo neoliberal: el pensamiento único que expresaba la conocida frase “no hay alternativas” (Morales y Molina 2015, p.15) y la otra cuestión es que se puede partir del saber popular para tratar de avanzar en el proceso de conocer orientado por la posibilidad y el deseo de reducir una realidad que oprime y ejercer sobre ella alternativas liberadoras. Por una parte, hubo docentes que comenzaron a llevar a la práctica en sus clases de Lengua y Ciencias Sociales experiencias ligadas a la radio: presentarse en la feria del libro escolar y local. Algunos maestros organizaron proyectos pedagógicos, como el de música creando canciones para ser presentadas en la radio. Para quienes formamos parte del proyecto, el trabajo en la escuela fue muy fructífero, al sentir el entusiasmo con el que nos recibieron y los espacios de intercambios que se fueron generando, los cuales nos permiten interrogarnos y repensar lo aprendido y lo que nos falta por aprender, así como visualizar otras maneras de pensar la radio que circulan por la cotidianidad del día a día y quizás escapan de la academia.

Hoy la radio está en funcionamiento y en proceso de integración a la vida institucional a partir de la iniciativa de algunos/as docentes. Desde la escuela manifestaron la necesidad sentida de actualizar los talleres de capacitación en lenguaje radiofónico y de la integración de las TICs en la producción de contenidos debido a que hubo una renovación de actores, propio de la dinámica escolar. Desafío que asumimos desde nuestro doble rol de docentes y comunicadoras en la misión de continuar acompañando este valioso proceso.

## Referencias Bibliográficas

Cuadernillos de capacitación n°1. Proyecto de Radios escolares (2011) Programa Nacional de Extensión Educativa "Abrir la escuela". Nivel secundario: Centro de Actividades Juveniles (CAJ). Orientación en comunicación y nuevas tecnologías. Ministerio de Educación de la Nación. Dirección Nacional de Políticas Socioeducativas. Bs. As.

Freire, Paulo (2008). Pedagogía del Oprimido. Siglo XXI. Buenos Aires. Tercera edición.

Di Matteo, Javier (2021). Universidad, movimientos y educación: entre senderos y bordes. Parte III: Estrategias Metodológicas 6.El conocimiento popular en clave pedagógica. EdUNLu.

Kalman, Judith (2002). La importancia del contexto en la alfabetización. Revista Interamericana de Educación de Adultos. Publicación cuatrimestral. Arlo 24, nilm. 3, 2002.

Magarola, Oscar (2014). Una aproximación al campo de la Comunicación Comunitaria o de la Comunicación y Cultura Comunitaria. Apunte de cátedra 2014. Cátedra DE Comunicación Comunitaria de la UBA.

Michi, Norma (2010). Movimientos campesinos y educación .El Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra y el Movimiento Campesino de Santiago del Estero-VC.

Morales, Exequiel y Molina Guiñazú, María Milagros (2014). Disputar comunicando/Comunicar disputando. A propósito de la dimensión pedagógica en experiencias de comunicación popular en Mendoza, Argentina. Facultad de Ciencias. Políticas y Sociales, UNCuyo. Selección de fragmentos "Escuela pública y educación popular" (1992) en Política y Educación.

Washington Uranga (2009) La comunicación comunitaria: proceso cultural, social y político en: Área de Comunicación Comunitaria (comp.) *Construyendo comunidades: reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria*, Buenos Aires: La Crujía, pp.175- 188.

# Diálogo de saberes entre la universidad y los sectores populares. Concepciones y prácticas.

Maximiliano Verdier  
maximilianoverdier@gmail.com

**Universidad Nacional de San Luis**

## Introducción

Lo que tenemos para compartir, a través del presente trabajo, es el resultado de un proceso de investigación para acceder al grado de Especialista en Investigación en Ciencias Sociales y Humanas. La pregunta que fue una suerte de horizonte que nos invitó a caminar nos cuestionaba acerca de algunas concepciones y prácticas, en torno al diálogo de saberes, que habitan en las propuestas de formación de grado del Departamento de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas (FCH) de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), en territorios de sectores populares.

El diálogo de saberes fue la noción central de nuestro trabajo. Lo conceptualizamos como una serie de procesos comunicativos donde se ponen en interacción dos lógicas diferentes: la del conocimiento científico y la del saber cotidiano (que engloba las diversas variantes del saber popular). El diálogo, desde donde lo comprendemos, supone una intención de comprensión mutua que no se traduzca en asimilación. Implica necesariamente el reconocimiento de las y los otros (subjetividades) y de lo otro (saberes).

Como metodología de trabajo realizamos un exhaustivo análisis de todos los programas que componen los planes de estudio en ejecución en las tres carreras que el Departamento de Comunicación lleva adelante actualmente. Dicho análisis derivó en entrevistas a las docentes responsables de espacios de formación con prácticas en territorios en sectores populares que reconocimos a partir del primer análisis. Este trabajo nos permitió construir un gran caudal de datos sobre los cuales realizamos diferentes procedimientos de análisis y sistematizaciones que nos permitieron construir un conjunto rico de categorías analíticas y unas primeras conclusiones sobre las concepciones y las prácticas mencionadas. El devenir de todo este proceso investigativo es lo que compartimos a continuación.

## Sobre la pregunta de conocimiento

Cada pregunta nace de un eco, de una resonancia en nuestra experiencia. Nos preguntamos sobre aquello que nos interpela y que, en algún punto (o en varios), sacude nuestras trayectorias vitales. Las preguntas están habitadas por aromas que nos precedieron, sentires, experiencias vividas y recuerdos orbitando en sus recintos oscuros. Y desde esos recintos cavernosos nacen las voces que convocan el sonido; sonido que luego pronuncia nuestras preguntas.

Hacer ciencia de lo social es experimentar paradojas y contradicciones y, del mismo modo, buscar lo que es común y lo que es diverso. Y pensar sobre ello para entendernos un poco más. Las preguntas nacen de las historias: de las personales y de las colectivas, de las nuevas que salen al paso del andar y de las que nos precedieron por el camino que otras y otros han transitado. Las preguntas nacen a montones; las tomamos todas y las zarande-

amos, las pasamos por el tamiz de los modos de la investigación y las convertimos en problemas de investigación. En compañía de Sirvent y Rigal (2023), describimos un contexto de descubrimiento lleno de tensiones y de coordenadas; esto nos permitió circunscribir un momento de situaciones problemáticas, lo cual nos llevó a una focalización. A través de todo este proceso arribamos a nuestra pregunta investigativa: ¿Qué concepciones y qué prácticas, en torno al diálogo de saberes, habitan en las propuestas de formación de grado del Departamento de Comunicación de la FCH de la UNSL, en relación con el trabajo con los sectores populares?

La elección del tema, la metodología, la construcción del marco teórico, los modos del decir y del escribir de este trabajo tienen un fuerte (y, esperamos, coherente) posicionamiento político: creemos que quienes habitamos y hacemos las universidades públicas tenemos la obligación ética de trabajar junto a la comunidad; creemos en la construcción colectiva del conocimiento y que ese conocimiento debe ser condición de posibilidad para la transformación social; creemos que los modos del decir deben servirse también de las bellezas de las palabras, de las riquezas de los lenguajes y de las experiencias de quienes son parte de cada proceso de investigación, en definitiva, de lo misterioso de lo humano. Este trabajo pretendió ser un pequeño esbozo de estas posturas y un primer aporte para pensar, repensar, resignificar y, quizás desde allí, modificar los modos en que la universidad se acerca a los sectores populares y, en ocasiones, dialoga con ellos.

### **Un ejercicio de comunicación: poniendo en común nuestros conceptos**

Siempre existen muchas voces nombrando las mismas palabras. Creemos honesto y necesario hacer un ejercicio de comunicación y *poner en común* algunas concepciones que han sido centrales para nuestro proceso investigativo. Lo haremos muy sucintamente porque nuestro propósito en este trabajo es poder adentrarnos en las categorías construidas y en las conclusiones a las que arribamos.

Diálogo de saberes es un concepto sobre el cual hay muchas posibles definiciones, cada una con sus matices y acen- tos. Sobre esas voces (Bastidas Acevedo, 2009; Ishizawa Oba y Rengifo Vázquez, 2012) proponemos la nuestra para decir y entender a este concepto como diversas prácticas comunicativo-dialógicas que tienden y propician la construcción de vínculos entre, al menos, dos colectivos humanos diferentes, para poner en común sus respectivas epistemologías, gnoseologías y metodologías, sus formas de decir el mundo, y poder construir colectivamente nuevos saberes que permitan desnaturalizar, problematizar y transformar las realidades opresivas en la que puedan estar inmersos las y los distintos sujetos. El diálogo supone una intención de comprensión mutua que no se traduzca en asimilación. Implica, necesariamente, el reconocimiento de la y del otro (subjetividades) y de sus modos de conocer y comprender (saberes).

Hablar de diálogo nos lleva a compartir nuestra mirada sobre la comunicación. *Poner en común* designa uno de los significados basales de nuestra forma de designar la comunicación; también fue, históricamente, uno de los significados que dieron origen al concepto. “Poner en común como la forma de hacer del mundo un lugar de encuentro” (Martín Barbero, 2001, p. 31), decir y escuchar como el modo de constituirse en sujetos significando la vida en común (Caletti, 2006, p. 20-21). Para Freire (2010) lo que caracteriza la comunicación “es que ella es diálogo, así como el diálogo es comunicativo” (p. 76). La relación comunicativo-dialógica reconoce, en primera instancia, una igualdad de las alteridades en términos de las y los sujetos portadores de palabra. Supone, también, una búsqueda de construcción de significaciones comunes; esto no significa una adherencia total entre las y los dialogantes ni circunscribir la comunicación a la lógica consensualista, sino advertir un esfuerzo por penetrar en las significaciones que se ponen en común ya que no son nunca transparentes ni unívocas. Dialogar es arriesgar la palabra que sale “al encuentro no de una resonancia, de un eco de sí misma, sino de otra palabra, de la respuesta de otro. (...) es descubrir en la trama de nuestro ser la presencia de los lazos sociales que nos sostienen” (Martín Barbero, 2001, p. 34-35).

Investigamos el diálogo entre sectores populares y la universidad. Conceptualizamos los sectores populares como grupos heterogéneos de mujeres y hombres de diversos rangos etarios que comparten un espacio físico generalmen-

te marginal y carente en muchos aspectos, pero potencialmente capaces de transformar la realidad desfavorable que viven; además, son poseedores de saberes y experiencias válidos con lógicas epistemológicas, gnoseológicas y metodológicas propias. Las diversas experiencias de trabajo nos han ayudado a comprender que, si bien es evidente que las realidades cotidianas de quienes habitan los sectores populares están marcadas por derechos vulnerados, participaciones marginales y recursos escasos, existen en simultáneo numerosos ejemplos de concientización, creatividad, fuerza y poder para buscar caminos donde transforman sus realidades. “Los sectores populares aluden a colectivos, a grupos que sufren desigualdad y opresión social, pero que tienen posibilidad de transformarse en actores políticos, construirse intersubjetivamente y expresarse en el campo político” (Verdier, 2015, pág. 2), para buscar alternativas de transformaciones sociales a partir de un nosotros construido colectivamente.

Podemos conceptualizar la Universidad y encontrarnos con muchas aristas, sin embargo, acotaremos nuestra mirada a los objetivos del presente trabajo, y por ello pensaremos en la universidad que cobra materialidad a través de las y los sujetos que habitan los espacios de formación. A través de estas y estos actores universitarios, los posibles vínculos de la academia con la comunidad se vuelven tangibles y podemos intentar indagarlos. En las concepciones que las y los docentes vuelcan a través de los programas de sus materias se vislumbra la mirada que poseen de las disciplinas, pero también de las y los sujetos; tanto de aquellas y aquellos que habitarán los encuentros áulicos como, potencialmente, de aquellas y aquellos que habitan la comunidad. En tales programas puede leerse mucho más que una propuesta de recorrido teórico-práctico. Esas concepciones se traducen, muchas veces, en prácticas que pueden tener a las y los sujetos de los sectores populares como destinatarios, pueden tenerlos como actores necesarios, o simplemente no tenerlos en cuenta. No obstante, no podemos desconocer que cada programa se construye a partir de condiciones de posibilidad histórico-culturales que nos atraviesan a todas y todos los actores universitarios; que los distintos programas son, además, herramientas que presentan características y estructuras definidas; que están atravesados por los circuitos académicos, por los tiempos académicos, por los lenguajes académicos y por decisiones políticas estructurales, contextuales y personales de las y los sujetos académicos.

Avanzando en este tejido teórico, compartimos nuestra conceptualización sobre los tipos de saberes que entran en diálogo. El saber popular (Enríquez y Figueroa, 2014) puede conceptualizarse como un conjunto de conocimientos, interpretaciones y sistemas de comprensión generados por los sectores subalternos de una sociedad para explicar y comprender su experiencia. Incluye el saber cotidiano, la sabiduría popular y el saber orgánico. El conocimiento vulgar y el conocimiento cotidiano también están relacionados con el saber popular, ya que son formas prácticas y espontáneas de conocimiento que se transmiten de manera directa en la cultura popular. Desde una perspectiva política, este saber puede tener componentes tanto alienantes como emancipatorios. Puede reproducir el orden opresivo existente o cuestionarlo y buscar transformarlo. En cuanto al saber académico, podemos pensarlo como un conjunto de conocimientos construidos de manera metódica y sistemática. Su finalidad ha sido para comprender, explicar y predecir la realidad, y suele basarse en métodos estables y reglados. Puede ser visto como riguroso, neutral, verificable, completo y definitivo. Sin embargo, la teoría decolonial impugna los saberes eurocéntricos y propone una visión más situada y contextual que permita la emergencia de alternativas anticapitalistas, antipatriarcales y antiimperialistas.

Ambos saberes pueden ser tanto emancipadores como alienantes, dependiendo de cómo se utilicen y se relacionen con el poder. Ambos transitan los caminos trazados por la academia, aunque no del mismo modo ni bajo el mismo estatus. Necesitamos cuestionar los saberes dominantes y buscar enfoques más complejos y situados para la construcción de conocimientos.

Hemos compartido lo que comprendemos por diálogo de saberes y por comunicación. Luego, compartimos nuestras posiciones acerca de quiénes pueden establecer esa relación dialógica: los sectores populares y la universidad. Desembocamos, luego, en los saberes que circulan en uno y otro colectivo. Todo este recorrido teórico nos permite acercarnos a nuestro último concepto, a la última hebra (por utilizar una analogía de lo complejo) que ha de inser-

tarse en el tapiz de nuestras nociones: las prácticas.

Podemos pensar las prácticas (Enríquez y Olguín, 2012) desde tres principales perspectivas: positivista, interpretativa y sociocrítica. La perspectiva positivista considera que la teoría es primordial y subordina la práctica. La realidad educativa puede ser tratada como un objeto, con regularidades predecibles y leyes universales. El enfoque interpretativo cuestiona la concepción de la realidad educativa como un objeto y destaca la construcción social de significados. Aquí, la práctica se convierte en punto de partida y llegada para las construcciones teóricas. En el enfoque sociocrítico, se entiende que la realidad educativa es una construcción social históricamente determinada y compleja. La relación entre la teoría y la práctica se concibe como praxis, una articulación dialéctica en la que la práctica y la teoría se influyen mutuamente. Aquí, se enfatiza la importancia de una reflexión crítica y política en la práctica, con el objetivo de transformar la sociedad hacia una mayor justicia e igualdad.

## **Los modos y las y los actores**

Realizamos nuestro trabajo desde un enfoque cualitativo, inductivo y basado en la comprensión y construcción de conceptos a partir de los datos recolectados, sistematizados y analizados. El proceso fue flexible, lo que nos permitió reformular supuestos y centrarnos en describir situaciones, personas, interacciones y comportamientos. Incorporamos las voces y experiencias de los participantes. La metodología cualitativa fue, además dialéctica, para sumergirnos en la realidad estudiada mientras nos manteníamos a una distancia adecuada para objetivar el objeto de estudio.

Abordamos tanto objetos como mujeres sujetas de estudio. Los objetos comprendieron los programas de las tres licenciaturas del Departamento de Comunicación: Comunicación Social, Producción de Radio y Televisión, y Periodismo, totalizando 106 programas analizados. Por otro lado, realizamos entrevistas a las profesoras responsables de cuatro asignaturas de la Licenciatura en Comunicación Social, que incluían prácticas con sectores populares. En las otras dos carreras no evidenciamos prácticas de campo en territorio de sectores populares.

Utilizamos dos instrumentos de recolección de datos. El primero fue el análisis de documentos (Valles, 1999; Taylor y Bogdan, 1987). Leímos e interpretamos los programas para obtener información significativa. Consideramos a estos programas como documentos oficiales (MacDonald y Tipton, 1993) de la administración pública y fuentes secundarias de información. El segundo instrumento fueron las entrevistas semiestructuradas ((Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio, 2010) con las responsables de las asignaturas que manifestaban tener prácticas en territorios de sectores populares. En las entrevistas utilizamos una guía de asuntos o preguntas, con libertad para introducir preguntas adicionales y obtener información más detallada.

A través de estos instrumentos, recopilamos y reconstruimos datos cualitativos que fueron fundamentales para nuestros análisis. Es importante destacar que los datos son una elaboración de la realidad y no la realidad en sí misma. Los datos cualitativos son descripciones densas y significativas que capturan una amplia gama de información, vinculada a contextos y momentos específicos, y recopilada con un enfoque mínimo en la instrumentación (Rodríguez Gómez, Gil Flores y García Giménez, 1999).

En nuestra estrategia de análisis, los datos recolectados se consideran información en bruto que requiere ser procesada. Por ello, realizamos diversas operaciones para otorgarles sentido y coherencia en relación con nuestra pregunta de investigación y al desarrollo de nuestro proceso investigativo. Estas operaciones constituyeron el análisis de los datos y fueron desafiantes debido a la naturaleza polisémica, predominantemente verbal, irreplicable y voluminosa de los datos. Utilizamos el método general propuesto por Miles y Huberman (1990), que consta de tres tareas: reducción de datos, disposición y tratamiento de datos, y obtención y verificación de conclusiones. No las realizamos como una secuencia lineal y concatenada, sino más bien de forma simultánea y conectada. En un primer momento de análisis, llevamos a cabo reducciones iniciales de los datos para su posterior tratamiento. En

el segundo momento, profundizamos aún más en la reducción de datos y construimos categorías de análisis a partir de ellos. Ambas etapas fueron igualmente necesarias y nos condujeron a la obtención de importantes conclusiones.

En el **primer momento** de nuestro análisis, realizamos una reducción de datos para hacerlos más manejables. A los 106 programas de las carreras de Comunicación, los agrupamos por carrera y año de análisis. Encontramos que de la Licenciatura en Comunicación Social se analizaron 40 programas, de la Licenciatura en Periodismo se analizaron 33 programas y de la Licenciatura en Producción de Radio y Televisión se analizaron 33 programas. A los mismos, los separamos luego de acuerdo con las "Características del curso", enfocándonos en el ítem "Tipificación". Utilizamos categorías predefinidas para los programas, como Teórica con prácticas áulicas (T/PA), Teórica con prácticas áulicas y campo (T/PAC), Teórica con prácticas áulicas y laboratorio (T/PAL) y Teórica con prácticas áulicas, laboratorio y campo (T/PALC). Encontramos que 66 programas se tipificaron como T/PA, 33 programas como T/PAC, 7 programas como T/PAL y 4 programas como T/PALC. Una tercera reducción de datos consistió en determinar en qué asignaturas se realizaban prácticas de campo en territorios de sectores populares. Utilizamos los apartados de "Fundamentación", "Objetivos" y "Plan de trabajos prácticos" para identificar estas prácticas. Encontramos que 4 asignaturas cumplían con este criterio: Análisis organizacional (AO), Promoción de actividades comunitarias (PAC), Prácticas pre profesionales (PPP) y Taller de elaboración de proyectos de comunicación (TEPC).

La reducción que realizamos en el primer momento nos permitió arribar el **segundo** momento, que consistió en realizar la entrevista a las docentes de las asignaturas mencionadas. Para el análisis de los datos obtenidos de las entrevistas, utilizamos el esquema general de Miles y Huberman. Realizamos una desgrabación fiel de las entrevistas y las dividimos en unidades de sentido a partir de criterios sintácticos y semánticos. Aplicamos categorías analíticas para asociar cada unidad a conceptos específicos, utilizando un modelo mixto con categorías deductivas e inductivas. Existió una relación dialéctica entre teoría y empiria durante todo el proceso de análisis. Además, un proceso de constante triangulación entre las entrevistas, el análisis de los programas y el marco teórico.

Es imprescindible reconocer que todo proceso de categorización tiene un grado de arbitrariedad y de artificialidad. Arbitrario en cuanto que categorizamos desde una construcción subjetiva que no obedece, precisamente, a características objetivas observables y dadas en los fenómenos analizados. Artificial porque en las realidades analizadas no existe la división ni la clasificación, sino que hay un todo tensionado, mixturado, diverso, denso y, en ciertos momentos, inasible, espeso e inconmensurable. Por lo mismo, más allá del ejercicio de separar en categorías que nos permitan analizar, queremos presentar las mismas teniendo siempre presente la tensión y la relación intrínseca que las une. Más que un desarrollo lineal de categorías que se conectan, pensamos en una especie de simultaneidad de categorías que se solapan, se yuxtaponen, se permean y traslucen unas a otras generando juegos de claroscuros donde a mayor densidad teórica encontraremos mayor opacidad analítica.

La categoría "Condiciones de posibilidad académicas" surgió del análisis de los discursos de las docentes y los programas, revelando la complejidad de las dimensiones involucradas en las prácticas en territorios de sectores populares. Esta categoría da cuenta del marco y las condiciones generales de las prácticas, así como las particularidades de cada asignatura. Una primera reflexión a partir de esta categoría surgió al notar que las tres docentes manifestaron intentar flexibilizar las condiciones que estaban enunciadas en los programas al momento de realizar efectivamente las prácticas. Buscan los espacios de reflexión, de construcción de los vínculos con los espacios comunitarios, y manifestaron abogar por que se respetasen los tiempos de la comunidad que son muy distintos a los académicos. También expresaron que no siempre consiguen lo que buscan y que son intentos llenos de tensiones y contradicciones.

A este primer hilo tensor que colocamos le incorporamos otros que también construimos: una triada de categorías alrededor de las distintas temporalidades; tiempos que propician, desalientan, permiten, obstaculizan, complejizan y configuran las prácticas. Pensamos, entonces, proponer las categorías de Tiempo académico para las prácticas, Tiempo comunitario para las prácticas y Tiempo de proceso educativo para las prácticas. Estas categorías se piensan conjuntamente y cada una aporta un aspecto particular. En el ámbito académico, predomina el tiempo cronológico,

con una fuerte planificación y secuenciación de actividades. En el tiempo comunitario, hay una tensión entre las tres dimensiones temporales. Allí se intenta priorizar los tiempos de la comunidad y construir vínculos más horizontales. En el tiempo de proceso educativo, se busca un equilibrio entre las dinámicas y objetivos académicos, comunitarios y personales, con una carga de oportunidad. Las formas de estructurar los espacios de formación en las carreras condicionan las posibles prácticas, y en asignaturas de corta duración se ve una mayor influencia del tiempo académico sobre el comunitario.

Otro de los aspectos sobre los cuales indagamos con las docentes entrevistadas fue su percepción por la relación entre teoría y práctica, lo que constituye un nuevo conjunto de hilos tensores. Creímos importante abordar esta temática porque del vínculo entre estas dos dimensiones de los procesos educativos surgen diversas características que se imprimen en las prácticas concretas que las y los estudiantes desarrollan en territorios de los sectores populares. La relación entre la teoría y la práctica está atravesada, además, por las temporalidades que acabamos de desarrollar, como así también por las condiciones de posibilidad desde las cuales parte cada espacio formativo.

Identificamos tres categorías de relaciones teoría/práctica: **Relación Teoría-Práctica con impronta positivista (RTPP)**, **Relación Teoría-Práctica con impronta interpretativista (RTPI)** y **Relación Teoría-Práctica con impronta sociocrítica (RTPSC)**. Estas categorías representaron diferentes enfoques en cuanto a la subordinación, la reflexión y la influencia mutua entre ambas.

Las relaciones entre teoría y práctica varían en cada asignatura, aunque prevalece una mezcla de enfoques, en todas ellas. En el caso de PAC, se destacó una postura cercana a la RTPSC, donde la reflexión es fundamental tanto en los aspectos teóricos como prácticos. En AO, se encontraron expresiones que apuntan a una relación RTPSC con elementos de RTPI, pero debido a limitaciones de tiempo y a las características de los estudiantes, las prácticas no son tan profundas y se basan más en las experiencias de la docente. En PPP, prevalece la idea de aplicar la teoría a la práctica y se busca recuperar los conocimientos teóricos y metodológicos previos de los estudiantes, lo cual se asemeja a una relación RTPP.

A partir de lo compartido, pensamos a partir de tres reflexiones. En primer lugar, para que la RTPSC se concrete en prácticas reales, es necesario respetar los tiempos de la comunidad y los procesos de enseñanza y aprendizaje, en lugar de imponer lógicas temporales académicas. En segundo lugar, destacamos la necesidad de *bajar la teoría a la realidad*, lo cual refleja una jerarquía elevada de la teoría sobre la práctica y puede afectar la materialización de las prácticas y los vínculos construidos. Por último, reconocemos que el análisis basado en los comentarios de las docentes es provisional y parcial, y sería necesario complementarlo con observaciones y análisis de los procesos, momentos y espacios a los que se refieren.

Siguiendo con nuestro tejido, identificamos cuatro categorías en torno a prácticas reflexivas: **Prácticas reflexivas en sentido amplio (PRSA)**, **Prácticas reflexivas con lo académico como objeto (PRAO)**, **Prácticas reflexivas con lo socio comunitario como objeto (PRSCO)** y **Prácticas reflexivas con los procesos personales como objeto (PRPPO)**.

En la categoría PRSA, agrupamos a procesos reflexivos generales sin especificar un objeto de reflexión concreto. La palabra "reflexionar" se utilizó en un sentido vago y no pudo determinar a qué práctica en particular se referían los decires de las docentes. La categoría PRAO agrupa ideas relacionadas con procesos reflexivos que se centran en la academia y sus elementos como objeto de reflexión. Se reflexiona sobre programas, contenidos, elementos teóricos y metodológicos, sin necesariamente vincularlo a prácticas en territorios de sectores populares. La categoría PRSCO se refiere a prácticas reflexivas que tienen como objeto los sectores populares, los sujetos involucrados en esos espacios, e incluso los estudiantes. Esta categoría apareció menos representada en las entrevistas. Por último, la categoría PRPPO agrupó la mayor cantidad de enunciados relacionados con la reflexión sobre los procesos personales. Aparece como invitación a las y los estudiantes a reflexionar sobre los contenidos de cada espacio, las experiencias

recogidas, las experiencias de otros sujetos, los materiales proporcionados por los docentes y sus propios procesos de aprendizaje y práctica.

Desandaremos, ahora, un último conjunto de categorías que son las centrales. Nos adentramos a concepciones que las docentes han expresado acerca del diálogo de saberes. Para categorizar este conjunto de expresiones nos hemos valido en lo desarrollado en nuestro marco teórico, puesto que allí existe una riqueza de posibles miradas acerca del diálogo de saberes que nos permitió realizar un mejor análisis.

El **Diálogo de saberes con una impronta epistemológica** (DSIE) se centra en el vínculo entre el conocimiento científico y el saber cotidiano. Se busca la comprensión mutua y el reconocimiento de la alteridad, pero no se cuestionan las relaciones de desigualdad u opresión. El **Diálogo de saberes con una impronta antropológica** (DSIA) se busca no solo el respeto entre los interlocutores, sino también la posibilidad de acciones colectivas que construyan un horizonte común. Hay una búsqueda de dar lugar al otro y permitir que decida sobre el proceso. Se destaca la necesidad de comprender la perspectiva del otro y pensar una praxis basada en una necesidad sentida por ese otro. El **Diálogo de saberes con una impronta disciplinar** (DSID) es una mirada que implica el encuentro de conocimientos científicos en un diálogo multidisciplinario o transdisciplinario. Aquí, el diálogo es limitado y se centra en la integración de conocimientos de diferentes disciplinas, como un diálogo ampliado, que incluye otros modos de saberes más allá de las disciplinas académicas. Por último, el **Diálogo de saberes con una impronta comunicativa** (DSIC), donde se enfatiza la construcción de vínculos entre diferentes colectivos humanos para poner en común epistemologías, gnoseologías y metodologías, y así construir colectivamente nuevos saberes. Desnaturalizar, problematizar y transformar realidades opresivas. Desde esta mirada, es imprescindible volver a la organización, construir herramientas de recolección en colaboración con otros y lograr un diálogo real de saberes que genere transformación colectiva. Ninguna de estas categorías se presenta de forma pura en las expresiones de las docentes, sino que se entrelazan y se mezclan. Las categorías reflejan intenciones y principios, pero también revelan contradicciones internas y deseos.

## De las categorías a las relaciones

Hasta el momento, hemos desarrollado un gran conjunto de categorías analíticas. Ahora, nos adentraremos en la búsqueda de posibles relaciones entre estas concepciones y prácticas, teniendo en cuenta las tensiones previamente analizadas.

Si pensamos en el diálogo de saberes desde su impronta epistemológica, el objetivo principal es establecer una comprensión mutua entre los diferentes sujetos involucrados en las prácticas, lo que conduce a la búsqueda de relaciones horizontales. Desde esta perspectiva, se reconocen los saberes externos a la teoría académica y se fomentan prácticas que combinan elementos profesionales y reflexivos. Sin embargo, lo más destacado es la importancia del encuentro con los demás. Aunque no se rompen los límites entre la universidad y los sectores populares, existe un ejercicio de cercanía para comprender las diversas realidades presentes en las prácticas. En cuanto a la relación teoría-práctica, se adopta un enfoque interpretativista, donde ambos momentos se entrelazan sin subordinación. Además, se intenta priorizar el tiempo comunitario y del proceso educativo sobre el tiempo académico, aunque reconocen que las estructuras y lógicas de la academia son difíciles de transformar.

Si lo pensamos desde una impronta antropológica, va más allá del respeto y la comprensión de las realidades de los sujetos de sectores populares. En este caso, se busca generar acciones colectivas para co-construir un horizonte común de transformación. Las prácticas asociadas a esta concepción también tienen un enfoque profesional y reflexivo, pero con acento en el encuentro con los demás y la reflexividad. En cuanto a la relación adentro/afuera universitario, los límites se expanden y las prácticas se establecen en un espacio amplio que trasciende las fronteras tradicionales. En términos de la relación teoría-práctica, este enfoque favorece una perspectiva sociocrítica, aunque también pueden encontrarse elementos interpretativistas. En esta concepción, el tiempo comunitario y

del proceso educativo se convierte en una condición fundamental y en un posicionamiento político.

La tercera concepción identificada con una impronta disciplinar y se distingue de las anteriores por centrarse en el encuentro de conocimientos científicos, principalmente. Si bien se pueden considerar otros saberes, deben pasar por la sistematización y construcción teórica para ser admitidos. En este enfoque, las prácticas tienen un carácter profesional y reflexivo, pero no se enfatiza el encuentro con los demás. La relación adentro/afuera es marcada, con la academia como espacio interior y los territorios de los sectores populares como el exterior sobre el cual se construye o verifica la teoría. La relación teoría-práctica que prevalece aquí es predominantemente positivista, con la subordinación de la práctica a la teoría, aunque pueden surgir posturas interpretativistas que estén alineadas con los desarrollos teóricos. Los tiempos que predominan en esta concepción son los tiempos académicos y los del proceso educativo.

La última mirada es la que percibe el diálogo de saberes desde una impronta comunicativa. Esta concepción comparte aspectos tanto de la impronta interpretativista como de la antropológica, pero agrega el esfuerzo por poner en común las diferentes epistemologías, gnoseologías y metodologías, es decir, las diversas formas de comprender el mundo. Desde esta perspectiva, se busca construir colectivamente nuevos saberes que permitan problematizar, desnaturalizar y transformar las realidades. Además de las reflexiones y aspectos profesionales, las prácticas en este enfoque se caracterizan por la importancia del encuentro con los demás, ya que no es posible poner en común sin este contacto directo. En cuanto a la relación adentro/afuera, no se busca eliminar ni asimilar los límites, sino asumirlos y co-construir un nuevo espacio que incluya ambos territorios. La relación teoría-práctica que se favorece en esta concepción es la sociocrítica. Asimismo, también se busca priorizar el tiempo comunitario y del proceso educativo en las prácticas.

Es importante señalar que, en todas estas concepciones y las correspondientes características de las prácticas, hay una categoría transversal que influye en cada espacio de formación. Estas son las condiciones de posibilidad en las que se basa cada contexto educativo. Factores como la carga horaria, el tamaño de los equipos docentes, el lugar que ocupa cada asignatura en la currícula, las asignaturas relacionadas, los perfiles profesionales establecidos, entre otros aspectos estructurales, determinarán las posibilidades de que los diálogos de saberes se acerquen a una u otra postura y condicionarán el tipo de prácticas que se lleven a cabo.

### **La dificultad de concluir, y sin embargo...**

La literatura tiene una cosa mágica que quizás debiéramos poder trasladar a nuestros trabajos académicos. Salvo en el mítico relato de *Cien años de soledad*, cuando una historia termina nos queda la sensación de que sus personajes siguen habitando los espacios y desarrollando las narrativas, solo que sin la fisgona mirada de quien los lee. En los trabajos académicos es necesario realizar un cierre, aun cuando en la dinámica de lo humano los cierres sean tan ficcionales como en la literatura. Este ejercicio se trata un poco de eso, ficcionar un cierre. Comenzamos preguntándonos acerca de concepciones y prácticas, en torno al diálogo de saberes, que habitan en las propuestas de formación de grado del Departamento de Comunicación de la FCH de la UNSL, en relación con el trabajo con los sectores populares. Y llegamos al final de este recorrido para intentar esbozar una respuesta. Es lo esperable. Es lo exigible. Sin embargo, concluir es difícil. Les invitamos a leernos, entonces, en una serie de reflexiones inconclusas.

Para describir las concepciones preponderantes acerca del diálogo de saberes en las propuestas de formación de grado de las carreras del Departamento de Comunicación, recorrimos una serie de categorías que, si bien son descriptivas y han intentado ser exhaustivas, dejan espacio para que otros puedan encontrar nuevas perspectivas en ellas. Estas categorías conforman el esquema conceptual presente en la información analizada, y podemos considerarlas como un mapa de significados que refleja una estructura general. Nuestras categorías nos permiten afirmar que existen múltiples dimensiones tensionadas entre sí en las concepciones del diálogo de saberes. El diálogo de saberes puede tener una impronta epistemológica que busca, sobre todo, la comprensión mutua entre las y los

sujetos académicos y las y los sujetos de los sectores populares. El respeto, la escucha y el encuentro son conceptos que están asociados a esta forma de concebir el diálogo. Muy cercana a esta perspectiva se encuentra la impronta comunicativa, donde la palabra *diálogo* centraliza y unifica las ideas. Se trata de las diversas formas de expresar el mundo y de la dimensión performativa de esas palabras. Es la posibilidad de construir colectivamente nuevos saberes que permitan desnaturalizar, problematizar y transformar las realidades opresivas en las que pueden encontrarse diversos sujetos. Un paso más allá, quizás debido al posicionamiento político que asume esta categoría, encontramos la concepción del diálogo de saberes desde una perspectiva antropológica, donde la praxis, a través de la acción-reflexión, adquiere una fuerte presencia. Estas tres dimensiones son las que más se presentaron en la descripción y en las intenciones de las docentes, y se reflejan en los programas de cada espacio de formación, tanto en los objetivos como en la fundamentación de estos. Además, en menor medida, surgió la comprensión del diálogo de saberes desde una perspectiva disciplinar, donde se enfatiza la importancia de la interdisciplinariedad y la integración de diferentes campos del conocimiento. Esta perspectiva reconoce la riqueza que surge al combinar diferentes enfoques y metodologías, y busca fomentar la colaboración entre disciplinas para abordar de manera más completa y compleja los problemas y desafíos de la sociedad.

Sin embargo, a medida que exploramos estas concepciones, nos encontramos con desafíos y tensiones. Por un lado, está la tensión entre la teoría y la práctica. Si bien se reconoce la importancia del diálogo de saberes en la formación académica, a menudo existe una desconexión entre lo que se enseña en el aula y la realidad concreta de los sectores populares. Los contenidos teóricos pueden resultar alejados de las necesidades y realidades de las comunidades, lo que plantea la necesidad de repensar los enfoques pedagógicos y encontrar formas de vincular de manera más efectiva el conocimiento académico con las demandas y contextos locales.

Otra tensión es la que emerge entre la horizontalidad y la verticalidad en el diálogo de saberes. Mientras que se busca promover la igualdad de voces y el reconocimiento mutuo de saberes, existe una estructura jerárquica arraigada en la academia que puede obstaculizar la participación equitativa y la valoración de los conocimientos de los sectores populares. Es necesario reflexionar sobre cómo superar estas barreras y construir espacios genuinos de encuentro y diálogo, donde todas las voces sean escuchadas y valoradas en igual medida.

Por último, nos encontramos con la necesidad de una formación docente que promueva y fomente el diálogo de saberes. Las y los docentes desempeñan un papel fundamental en la construcción de espacios de aprendizaje en los que se valore y se promueva la diversidad de saberes. Es importante que los programas de formación docente incorporen de manera explícita y transversal la reflexión sobre el diálogo de saberes, brindando herramientas y estrategias pedagógicas que permitan su implementación efectiva en el aula.

El diálogo de saberes es un desafío y una oportunidad en la formación académica. A través de la exploración de diferentes concepciones y prácticas, hemos podido vislumbrar la riqueza y complejidad de este enfoque. Sin embargo, también hemos identificado desafíos y tensiones que debemos abordar. Es necesario seguir reflexionando y construyendo colectivamente para promover un diálogo de saberes genuino, inclusivo y transformador en nuestras propuestas de formación académica y en la sociedad en su conjunto. Es necesario seguir tejiendo-nos.

#### Bibliografía

Acosca Valencia, G., Pinto Arboleda, M., & Tapias Hernandez, C. (2016). *Diálogo de saberes en comunicación. Colectivos y academias*. Medellín: CIESPAL.

Acosta, G., & Garcés, Á. (2013). *El diálogo de saberes en comunicación: reconfiguraciones de la formación y de la investigación*. Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación.

Bastidas Acevedo, M., Pérez Becerra, F., Torres Ospina, J., Escobar Paucar, G., Arango Córdoba, A., & Peñaranda Correa, F. (2009). El diálogo de saberes como posición humana frente al otro: referente ontológico y pedagógico en educación para la salud. *Investigación y Educación en Enfermería*, 104-111.

- Versión 17, 19-78.
- Caletti, S. (2006). Decir, Autorrepresentación, sujetos. Tres notas para un debate sobre política y comunicación.
- Ceceña, A. (2008). De los saberes de la emancipación y de la dominación. Buenos Aires: Clacso.
- Enriquez, P., & Figueroa, P. (2014). Escuela de sectores populares. Notas para pensar la construcción de contenidos escolares desde el saber popular y el académico-científico. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Enriquez, P., & Olgún, W. (2012). Problemática de la realidad educativa. San Luis: LAE.
- Freire, P. (2010). ¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural. Mexico: Siglo XXI.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill - Interamericana.
- Martín Barbero, J. (2001). La Educación desde la Comunicación. Buenos Aires: Norma.
- Sirvent, M. T., & Rigal, L. (2023). Metodología de la investigación social y educativa. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Todorov, T. (2003). La conquista de América. El problema del otro. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Valles, M. (1999). Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional. España: Síntesis.
- Verdier, M. (2018). Mamushka de caminos. Relatos que gestan relatos sobre los vínculos entre la universidad y el pueblo. En M. Perez Sanchez, L. Folgar, M. Cantabrana, & D. Bianchi, Universidad y Territorio: A 10 años del Programa Integral Metropolitano y a 100 años de la Reforma de Córdoba (págs. 39-52). Montevideo: UdelaR - PIM.

# La radio como espacio de construcción ciudadana: el programa “Haciendo Escuelas”

Silvina Aida Romero

silvinar100@gmail.com

Rocío Mendoza

rociomendozabla166@gmail.com

Carla Lucero Ochoa

lucerochoacarla@gmail.com

**Universidad Nacional de San Luis**

## Presentación

El trabajo que presentamos forma parte de un proyecto de extensión mayor<sup>1</sup> que venimos realizando en la provincia de San Luis, Argentina, en el pueblo de Carpintería y alrededores.

El proyecto, como tal, se orienta a establecer vínculos que articulen y enriquezcan prácticas educativas, culturales y comunicacionales. Proponemos la construcción de espacios de trabajo colaborativo, favoreciendo la conformación de redes entre instituciones y proyectos comunitarios varios. En ese sentido, esperamos articular y fortalecer las tramas territoriales.

En el mismo, además, nos propusimos generar a través de la radio un lugar de encuentro y pertenencia social de los vecinos, contribuyendo desde este punto con la formación de sujetos críticos que puedan ejercer la participación ciudadana, hacer oír sus voces y hacer valer sus derechos.

En esta oportunidad presentaremos las características del programa radial “Haciendo Escuelas” (que forma parte del proyecto general), el mismo pretende vincular instituciones educativas, ONG y bibliotecas populares mediante la presentación y socialización de proyectos pedagógicos comunicacionales que estos realizan. Está construido desde una perspectiva dialógica en donde se problematizan sentidos con la intención de desnaturalizar discursos y prácticas instaladas en la sociedad.

## Creando encuentros

### Haciendo Escuelas: Un programa de radio para pensar y hacer educaciones

Antes de comenzar nuestro análisis, vamos a detenernos en el título del programa:

¿Por qué Haciendo Escuelas? El “hacer” nos invita a la acción, a la intervención y al compromiso y, el gerundio nos da cuenta de la simultaneidad, refiere al hacer en este momento, en el transcurrir del programa, pero también podría significar en que siempre podemos estar educando, en cualquier momento de la cotidianeidad, siempre y cuando se sostenga una intencionalidad educativa.

---

1 Proyecto de extensión “La radio y la comunidad” SPU EU61-UNSL15168

*La característica que hace que una práctica social sea una práctica educativa es el propósito que persigue. Sin embargo, lo educativo puede tener sentidos bien disímiles según cómo se lo entienda en el mundo social. El sentido que asumirá la práctica educativa estará condicionado por cómo se piense la relación entre la educación y la sociedad. (Romero, 2020)*

De aquí, el sentido del plural “escuelas, educaciones”, porque se piensa que hay muchas formas y posicionamientos al momento de educar, no hay recetas ni sentidos únicos. Podemos educar para reproducir un determinado “status quo” o buscamos transformar la sociedad, promoviendo vivir experiencias que generen nuevas relaciones sociales en pos de una sociedad más justa y solidaria.

Nosotras como equipo de extensión nos posicionamos desde la perspectiva de la comunicación/educación, así siguiendo a Huergo decimos que ambos procesos están atravesados por posicionamientos éticos y políticos en donde:

“Comunicación/Educación significan un territorio común, tejido por un estar en ese lugar con otros, configurados por memorias, por luchas, por proyectos. Significan el reconocimiento del otro en la trama del “nos-otros”. Significa un encuentro y reconstrucción permanente de sentidos, de núcleos arquetípicos, de utopías, transidos por un magma que llamamos cultura”. (Huergo, 2001)

En las escuelas y en los distintos ámbitos en donde se generan educaciones los distintos actores sociales tienen a pensar a la educación como algo bueno y deseable sin advertir la carga política que está implícita en el proceso. La educación es vista como neutral y se naturalizan sus prácticas. (Romero, 2019).

En el programa radial se intenta problematizar supuestos, así como los distintos contenidos que se negocian en el proceso educativo. A través de la pluralidad de voces se interpelan los sentidos que circulan en la sociedad que muchas veces son instalados como verdades, en algunos casos, por los medios de comunicación. En ese sentido la educación mediática se transita como un espacio transversal en donde se construyen nuevos saberes y sentidos.

Cuando hablamos de construcción ciudadana, vamos a referirnos al vínculo que le da sentido, a la necesaria relación entre educación y sociedad, donde se plantean problemas como: el grado de libertad que cada uno tiene, la posibilidad de entendimiento de base política, el análisis de nuestras acciones, -ya sea de carácter individual o colectivo. Es una tarea política que busca desarrollar una mayor conciencia social y también una preocupación por la acción social.

Estas cuestiones no son abstractas, tienen su sentido en el “hacer” en nuestro proyecto de extensión a través de la radio y, en este caso particular, en el programa “Haciendo Escuelas”.<sup>2</sup>

## **Acerca del programa**

El programa nace en el año 2021, en el marco del proyecto de extensión de ese momento “Prácticas educativas en contexto de desigualdad social”, fue el año en que transitamos la pandemia, por eso su gestación más allá de su posicionamiento político de buscar la emancipación social se vio resignificada por el contexto sanitario del momento. Toda acción y sentido están estrechamente vinculados con la historia y la coyuntura sociopolítica en la que se inscribe. Por eso, en su origen, el programa radial intentó vincular a la comunidad educativa por entonces encontrada: docentes, estudiantes, padres y madres, etc. Se caracterizó por incluir distintas voces y presentar contenidos educativos y temáticas de interés social que problematizan miradas, promoviendo la reflexión crítica y, además, difundiendo proyectos pedagógicos realizados por docentes en las diversas escuelas.

---

<sup>2</sup> El programa Haciendo Escuelas es producido y conducido por Silvina Romero y María Sol Pérez Carbajal. Actualmente, el programa se emite en vivo los lunes a las 16 hs y los sábados a la mañana por radio “Otra escucha” [www.otrapuerta.org.ar](http://www.otrapuerta.org.ar), también es retransmitido por la radio municipal de Los Molles 89.1 y por radio alternativa La Bulla labulla.org.

Con el tiempo el programa se fue consolidando en la comunidad, y ahora, son los distintos actores sociales: vecinos, docentes, estudiantes, talleristas quienes demandan participación. A continuación nos concentraremos en la descripción y el análisis del capítulo 89 de la tercera temporada. El mismo nos brindará la oportunidad de visibilizar la integración de los pilares fundamentales del proyecto de extensión en general: la comunicación/educación y la comunidad.

## Capítulo 89

### Tricletas y la creatividad en la lectura

"Haciendo Escuelas" se caracteriza por ser un espacio que promueve el diálogo y participación. Analizaremos el capítulo 89 para comprender cómo se integran la comunicación/educación y la comunidad.

El episodio contó con la presencia de Fabiana, integrante de la Compañía de arte independiente Tricletas, responsable de los talleres de motivación a la lectura, destinados a la infancia y adolescencia y de dos niñas participantes de los talleres. Los mismos se desarrollan en la Biblioteca Popular del pueblo de Los Molles.

El programa comenzó con la conductora saludando al público, nombra a las emisoras y plataformas donde puede escucharse, y anuncia eventos de la zona. El primer bloque del programa es un espacio de presentación y difusión de las actividades culturales que se realizan en el Corredor de pueblos que costean las sierras de Los Comechingones: Villa de Merlo, Carpintería, Los Molles y Cortaderas. Destacamos el espíritu de trabajo en red que se evidencia en el discurso, se promueve la participación de la comunidad a los talleres, resaltando el carácter gratuito de los mismos, también se invita a formar parte de la Fundación Otra Puerta<sup>3</sup>, ya sea como socie o como voluntarie. Posteriormente, y en el marco de la articulación entre instituciones, se presenta a la invitada, como integrante de "Tricletas", pero sobre todo como referente de la biblioteca Popular de Los Molles, lugar donde se desarrolla el taller de motivación a la lectura que la misma propone.

La conductora refiere: -Con la Biblioteca de Los Molles hemos realizado trabajos en conjunto con La Fundación, por eso le mandamos un saludo al coordinador de la Biblioteca... a nosotres nos gusta trabajar en Red, por eso: biblioteca de los Molles, Biblioteca de Carpintería, espacio cultural Fundación Otra Puerta, Radio Convivir en la Municipal de los Molles, qué lindo que se vayan construyendo distintas tramas...

El trabajo en comunidad implica el compromiso y participación activa de distintos actores: ONG, instituciones, organizaciones públicas, en donde como hombres y mujeres podemos ejercer ciudadanía buscando construir un buen vivir para todos y todas. En este marco, desde el programa, con su hacer educativo, se promueve el trabajo en comunidad, visibilizando las posibilidades que los sujetos tienen de conocer su propia existencia y sus posibilidades de acción.

### El diálogo como generador de encuentros

Una vez contextualizada la charla, la conductora en un clima distendido plantea algunas preguntas orientadoras:

Conductora: - Vamos a conocer un poquito, tu trabajo, sabés Fabi, cuando yo me enteré de tu propuesta de trabajo, lo primero que hice fue preguntarme por el nombre, vos decís Tricletas, a mí me sale Tricicletas, no sé por qué, pero bueno, contame, ¿por qué Tricletas compañía de arte, decime de qué se trata esto?

---

3 ONG que auspicia en programa radial junto con el proyecto de extensión de la UNSL.

Las preguntas buscan asumir un carácter dialógico, en el sentido de querer generar un encuentro en términos Freireanos, es decir, romper la lógica lineal de pregunta -respuesta para generar un intercambio dinámico en el que los sujetos se encuentren.

La comunicación efectiva se logra cuando se establece un intercambio activo de ideas, opiniones y experiencias entre los interlocutores, fomentando así una participación real y enriquecedora. En este sentido, podemos hablar del diálogo entre la conductora y la invitada y los dos niños que también participaron del encuentro.

En ese sentido, siguiendo a Uranga (2005) hablamos de procesos comunicacionales para guardar coherencia con una concepción de la comunicación que se apoya sobre todo en las relaciones y en las interacciones entre los sujetos que son actores de la misma.

Cuando hablamos de comunicación, nuestra preocupación está centrada en las prácticas sociales, entendiendo a los propios medios y a los comunicadores como partícipes de esas prácticas. (Uranga, 2005)

En oposición a esto, si lo que se enfatiza en una práctica es transmitir información/contenidos, lo lógico es que se opte por una comunicación-monólogo, de locutores a oyentes. En el caso, por el contrario, podemos observar un programa donde participan en igualdad de condiciones, en lugar de entronizar locutores, se potencian interlocutores.

En este sentido, la conductora, lejos de sentirse en un lugar privilegiado y exclusivo, se sitúa como facilitadora, animadora y organizadora de la comunicación, encuentra formas para que se genere un diálogo compartido y abierto entre ella y los invitados.

Así, por ejemplo, la conductora invita a las infancias a que le compartan a la audiencia el comentario de un libro que les haya gustado, dando la palabra a la niña para que relate el cuento y exprese por qué le gustó? Aquí se manifiesta la concepción de otro que se sustenta, un otro que tiene voz, una opinión que vale, que está en igualdad con los otros sujetos.

El diálogo significa encuentro de subjetividades, que se constituyen en el transcurrir de la vida de cada persona, en ellas se ponen en juego patrones culturales y la historia personal. En ese entramado, se articulan los discursos con las particulares formas de entender y dar sentido al mundo en lo concreto. La experiencia de este mundo de vida no se reduce a la experiencia sensible; está cargada de otras significaciones: valorativas, afectivas, estéticas, volitivas, etc. que se van configurando en la misma existencia y que son las que habilitan las distintas formas de actuar. El diálogo en tanto encuentro de subjetividades, implica una escucha auténtica en donde se ponen en juego los intereses de los sujetos, que a veces coinciden y otras no.

En la entrevista se escucharon, se puso en común, la experiencia de vida de Fabiana para compartirla con el público, su particular modo de vida nómada (cuenta que recorrieron en bicicleta y en familia el país presentando espectáculos artísticos y talleres) hará que algunos se sientan identificados o no, compartan sus ideas o las rechacen, pero en todo caso lo que se busca es la problematización de la propia vida. En ese sentido la voz de los niños también son escuchadas, intentando poner en evidencia el grado de libertad que cada uno perciba en sus acciones.

## **Contenido del encuentro**

En el programa las conductoras prefieren hablar de encuentro y no de entrevista, ya que la entrevista pone a los sujetos en una relación jerárquica diferenciada, el que pregunta y el que responde. Por el contrario, en los encuentros hay horizontalidad todos somos iguales y diferentes a la vez, lo que habilita la posibilidad de cuestionar sentidos y prácticas.

A lo largo del programa, surgieron diversos temas como: el origen del nombre de la compañía de teatro "Tricletas", la historia de la biblioteca ambulante y las diversas actividades que el grupo realizó y que realiza como el taller que se desarrolla en la Biblioteca.

Podríamos decir que en cada tema se reconoce y valora la trayectoria de vida de la invitada, se contextualizan las propuestas culturales y educativas que propone, se describen las actividades realizadas, con la intención de identificar la política cultural que se sostiene.

En ese sentido, Fabiana cuenta que la compañía de arte entiende a la lectura como una motivación y como algo que lleva al disfrute, en lugar de ser algo impuesto y obligatorio. Ella menciona que su objetivo es crear un espacio propicio para el desarrollo de la creatividad y la expresión.

También indica que los talleres están abiertos para todes, se proponen variadas actividades y contenidos ligados a los intereses de les niñes. Se establecen vínculos relajados ya que la tallerista es una orientadora, no impone una única mirada y está atenta a los requerimientos del grupo. Los temas que se abordan en el taller son variados, a veces se tienen en cuenta experiencias personales como punto de partida para la creación, mientras que en otras ocasiones se leen libros de diferentes géneros literarios o cualquier otro material propuesto.

En ese sentido la conductora recupera la idea de que no hay una única forma para abordar los contenidos y las actividades proponiendo la recreación de la propuesta al público, considerando que este está conformado en gran parte por docentes de escuela. Se resalta la importancia de ser consciente de la intencionalidad del acto pedagógico.

Otro tema de la charla fue la incursión en la realización de podcast por parte de Fabiana, sobre todo en época de pandemia, creando relatos sonoros para las niñeces. Uno de esos trabajos fue compartido en el programa.

Les niñes participantes del programa comentan sus experiencias en el taller, cuentan sobre sus libros preferidos y también hablan de la realización de unos podcast y de una columna radial basada en el relato de un cuento que presentarán próximamente en el programa radial de la Biblioteca de Los Molles, ésta última fue transmitida durante el programa.

Podemos decir entonces sobre los contenidos abordados en el programa que rescatan la trayectoria de vida y opiniones de les participantes, los cuales son respetados y al mismo tiempo problematizados. Se promueve la crítica, la creatividad.

Kaplun decía que debemos "conocer la pluralidad de opciones; lo blanco y lo negro de cada momento" (Kaplún, 1996, Pág. 172). De este modo, la presentación de variedad de perspectivas, experiencias, historias ayudan a la construcción de un sujeto ciudadano con posibilidad de pensar el mundo en todas sus aristas superando la visión sesgada que los medios de comunicación hegemónicos transmiten. Kaplún señala que la pedagogía tradicional ligada a estos medios se basa en mensajes expositivos y cerrados, sin espacio para la reflexión ni la participación activa de los sujetos, lo que ha llevado a adoptar una lógica unidireccional e instrumental de los medios. El programa busca lo opuesto.

Desde la lógica del programa se busca cuestionar pautas, valores, saberes que la sociedad capitalista presenta como únicos, universales y verdaderos. Se rechaza lo que Freire denominó la "educación bancaria", aquella donde el educador "deposita" conocimientos en la mente del educando; "el que sabe" le enseña "al que no sabe".

También se evita la "comunicación bancaria" donde el comunicador emite, mientras que el receptor sólo recibe.

Se entiende a la educación/comunicación como procesos que se dan juntos en un entramado social y político que le da sentido. Se busca el despertar de las conciencias, para transformar la realidad. En ese sentido el clima de

encuentro que se promueve genera relaciones sociales basadas en la solidaridad y el compromiso con la vida.

Siguiendo la perspectiva de Freire (2008), problematizar la realidad social, nos ayuda a identificar las estructuras que nos influyen, e interpelan ,y nos da como herramienta una mirada crítica. Este proceso nos permite explorar alternativas fuera de lo habitual y, en este caso particular, el episodio presenta propuestas para una educación diferente.

El programa “Haciendo escuelas” sienta sus bases en la participación, el dialogo, la horizontalidad y la educación entendida como un proceso que tiende a la transformación de la sociedad en un mundo mejor.

La comunidad juega un papel importante dentro de la radio, ya que es de ellos desde donde se construye. Hay una participación real por su parte.

El programa está abierto a todos, pues la construcción se da en conjunto, nadie se educa solo sino a través de la experiencia compartida, de la interrelación con los demás.

El programa radial "Haciendo escuelas" representa una perspectiva educativa que busca transformar las prácticas establecidas y desafiar las estructuras de poder dominantes. Como bien menciona Freire (2008, Pág. 200), solo a través de una praxis revolucionaria es posible contrarrestar las praxis impuestas por las élites dominadoras.

Armonías comunicativas: el lenguaje sonoro en la radio como instrumento de conexión

Hacer un producto sonoro requiere atender a su lenguaje, el tratamiento de la música, el silencio, los sonidos y la voz son elementos constitutivos de la construcción de los mensajes. En el programa aparecen articulados, acompañando y construyendo significación. La cortina utilizada en la presentación, la canción "La vida reclama" de Teresa Parodi refleja la editorial del programa. Dice:

“Vamos por la libertad No dejemos pasar

Su violencia insaciada La vida reclama

La vida reclama”

El tema del auspicio musical que se presenta en el medio del programa, la canción "Leer para saber - Papos Rodantes", guarda relación directa con la temática principal. Esta elección musical refuerza el mensaje del programa y contribuye a generar una conexión emocional con los oyentes.

Los separadores utilizados (música instrumental) marcan diferencias de temáticas y cortes que facilitan la escucha, funcionan como elementos sonoros para marcar transiciones.

Los tonos de voz se adecuan a las características de cada mensaje, elevando la voz para resaltar un sentido o suavizando o enfatizando para crear clima de encuentro y confianza en el estudio.

Cada programa de Haciendo Escuelas cierra con una canción de un grupo local, se busca difundir y valorizar a los artistas de la zona. En este episodio se presentó la canción “Cabezón, Osito Cannabis” del grupo musical Los Manyines de Cuyo. El ritmo y la temática de la canción hace que el programa cierre en un clima alegre en el que el invitado y público puedan sentirse identificados. Las canciones se utilizan para crear atmósfera y resaltar emociones, enriqueciendo la narrativa del programa

Finalmente el programa cierra con un coro de niños que dicen: “HACIENDO ESCUELAS” El recurso utilizado es la despedida con voces de niños o distintos actores de la comunidad que enuncian el nombre del programa, estas voces van cambiando en cada programa e intenta contribuir al sentido de pluralidad que se persigue.

## Finalmente

Recuperamos los que sostiene tiene Uranga (2012), son los sujetos quienes dan color a la comunicación cargando de sentido sus prácticas comunicativas en la sociedad. Son los actores populares y comunitarios, como protagonistas del proceso comunicativo, los únicos que pueden protagonizar la comunicación popular y comunitaria.

El programa Haciendo Escuelas pone en acto la voz de los vecinos y organizaciones sociales, con sus cargas culturales, políticas e ideológicas habilitando un espacio de encuentro para poner en común ideas y sentires.

Lejos de presentarse como una receta la estructura y organización del programa refleja un proceso de construcción que se viene gestando desde el proyecto mayor "La radio y la comunidad". La radio comunitaria se esfuerza por convertirse en un espacio donde las diversas voces de la comunidad sean escuchadas y valoradas.

Cada territorio y cada comunidad tendrán que construir su propio camino, esta presentación es solo un ejemplo que intenta contribuir a pensar nuevas prácticas, siendo cada una de ellas propias e irrepetibles



## Bibliografía:

FREIRE, P. (2008) Pedagogía del oprimido. Siglo XXI. Buenos Aires. Tercera edición.

Huergo, J. (2001) Comunicación/Educación. Ámbitos, Prácticas y Perspectivas. Ediciones de Periodismo y Comunicación. La Plata.

KAPLÚN, M. (1996) El comunicador popular. Lumen-Hvmanitas. Buenos Aires. Punto 1.

ROMERO, S. (2019) Notas para pensar los sentidos de la comunicación/educación en clave emancipadora. Apuntes de Cátedra Inédito.

ROMERO, S. (2020) 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-San Luis.

Recuperado de: [https://ri.unlu.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/rediunlu/829/1\\_%202020%20TESIS%20Romero.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://ri.unlu.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/rediunlu/829/1_%202020%20TESIS%20Romero.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Uranga, W. (2005) La comunicación es acción: comunicar desde y en las prácticas sociales. Buenos Aires.

Recuperado de:

[http://www.washingtonuranga.com.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=16:propios-22&catid=8:textos-propios](http://www.washingtonuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=16:propios-22&catid=8:textos-propios)

URANGA, W. (2012) "Comunicación popular y universidad: para invitar a la reflexión sobre la intervención". Artículo en Revista Territorio. Argentina.

# “Atravesando muros”: hacer radio en la cárcel de Villa Urquiza en San Miguel de Tucumán

Ivanna Gabriela Silva

Universidad Nacional de Tucumán

## Resumen:

Hablar hoy de contextos de encierro y, más específicamente, de cárceles significa abrir un abanico de conceptos. Desde la segunda mitad del siglo XX existe la idea de “institución total” (Goffman 1981), de “secuestro” (Batista 2001, Daroqui 2002) o de lugar de “rehabilitación”. La realidad es que se trata de una institución represiva del Estado cuyo objetivo es mantener apartados de la sociedad a quienes quebraron la ley.

Esta exclusión va generando en las personas detenidas una situación de aislamiento donde los internos van perdiendo la capacidad de expresarse y comunicarse.

En este contexto, en el año 2017 surge en el Penal de Villa Urquiza una experiencia radiofónica con modalidad de “taller”. El mismo se propone impulsar la voz de los internos a través del programa radial “Atravesando muros”, transmitido semanalmente por la radio de la Universidad Nacional de Tucumán y promovido por la fundación ANDHES (Abogados y Abogadas del NOA en Derechos Humanos y Estudios Sociales).

¿Qué significa hacer radio en contexto de encierro? ¿Qué usos y sentidos conlleva? ¿Qué aportes podemos hacer desde la comunicación popular y comunitaria?. Es por tanto, la exposición de un caso que permanece activo y que como comunicadores nos permite entender la radio desde una perspectiva relacional y dialógica de la comunicación. Parafraseando a María Cristina Mata (1998), como una forma de “pensar y un hacer radio”, donde los presos pasan de ser sujetos privados a convertirse en actores sociales.

Este trabajo se define con un enfoque interpretativo y cualitativo, de tipo no exploratorio y descriptivo, y de corte longitudinal. En cuanto al universo de análisis, el corpus está representado por el grupo social que hoy integra el ciclo radial. Esto es, 9 internos del penal de Villa Urquiza de San Miguel de Tucumán. Para la recolección de datos usaremos observación participante y entrevistas no directivas (Thiollent, 1982; Kandel, 1982). Entendiendo la observación participante, desde el interpretativismo, como una de las formas más acertadas para acceder a los significados de los fenómenos socioculturales. En cuanto a la entrevista no directiva, tomaremos los aportes de la antropología, incorporando las condiciones en las que se produce la entrevista.

## Introducción

En la capilla de la Unidad 1 del penal de Villa Urquiza (San Miguel de Tucumán, Argentina), todos los martes por la siesta se reúne un grupo de 12 personas. El propósito es grabar el programa que se emitirá el día sábado por la tarde a través de FM 94.7, Radio Universidad. Estamos hablando del Taller de Radio que semana tras semana, desde hace 6 años, hace el ciclo “Atravesando muros”. Dicha actividad funciona como una articulación entre el servicio penitenciario, la organización de la sociedad civil ANDHES (Abogados y Abogadas del NOA en Derechos Humanos y Estudios Sociales) y el medio radial de la UNT. Desde la perspectiva dialógica y tomando los aportes de la comunicación popular y alternativa, nos proponemos interpretar qué usos se le da al taller, qué sentidos y

significados conlleva hacer radio y fundamentalmente centrarnos en la palabra de sus protagonistas para describir los efectos de la radio, si es que los hubiera. El tema de este trabajo, entonces, se centra en los usos, sentidos y significados de hacer radio hoy en contexto de encierro; tomando el caso particular del ciclo radial “Atravesando muros”.

Entendemos al tema como relevante por diversas razones. Primero porque aborda una problemática que permanece vigente a lo largo del tiempo: esto es, las intervenciones de distinto tipo en contextos de encierro. Segundo porque nos permite ver a la radio como instrumento y como práctica comunicativa, al mismo tiempo que ahondamos en las oportunidades que nos brinda el uso de la oralidad y el encuentro. Por otra parte, consideramos que este trabajo es una oportunidad para difundir la experiencia enriquecedora de hacer “Atravesando muros”. Esperando que sirva de ejemplo para ahondar en la importancia de mantener vigentes los aportes de la comunicación popular y comunitaria.

El contexto en el que surge esta investigación tiene que ver con un salto cualitativo del ciclo radial en el presente. El programa viene siendo sostenido a lo largo de estos últimos años gracias a la articulación de las partes mencionadas al comienzo de la introducción. Desde abril del corriente año, parte del equipo de comunicación de la organización de DDHH comenzó a asistir al penal. De esta manera, el encuentro con los verdaderos hacedores del programa posibilitó y motivó este trabajo.

Las preguntas de las que aquí partimos tienen que ver con poder interpretar qué usos y sentidos se les da a la radio en un contexto de este tipo, qué apropiación hacen los hacedores del ciclo. Además, indagar en los efectos de la práctica radiofónica desde la óptica de la comunicación popular y si, los hubiera, describirlos y sistematizarlos. Los interrogantes son: ¿Qué significa hacer radio en contexto de encierro? ¿Qué usos y sentidos conlleva? ¿Qué aportes podemos hacer desde la comunicación popular y comunitaria?

La hipótesis de la que partimos es que *Atravesando muros*, en tanto práctica radiofónica con modalidad de taller surgida dentro del servicio penitenciario, genera efectos positivos para sus integrantes. Al representar una actividad que implica socialización y genera un espacio donde la palabra, la libertad de expresión y el diálogo son protagonistas en un ámbito donde prima el silencio, el aislamiento y la vergüenza.

En cuanto a los objetivos de este trabajo, nos proponemos:

- Indagar sobre los usos y sentidos de la práctica radiofónica en ámbito de encierro.
- Observar qué apropiación hacen los internos del ciclo radial.
- Indagar acerca de los efectos que produce el taller en sus miembros.
- Interpretar y explicar qué aportes realiza la comunicación popular y comunitaria.

El presente trabajo está pensado desde el enfoque interpretativo y cualitativo, también desde lo no exploratorio y descriptivo, con corte longitudinal. Nos serán valiosos para la estrategia metodológica los aportes de Rosana Guber. De su libro *El salvaje metropolitano*, recogemos fundamentalmente sus dichos al remarcar la importancia del *reconocimiento de la subjetividad del investigador en el proceso de conocimiento y del campo de las significaciones*. Aspiramos entonces a indagar en la práctica radiofónica de este trabajo “desde adentro”, reconociendo nuestra subjetividad al observar. Las técnicas empleadas para la recolección de datos, observación participante y entrevista no directiva, fueron elegidas con el fin de darle valor a la participación y la experiencia como medio privilegiado para acceder a los sentidos y significados sociales.

Adentrándonos en la perspectiva teórica-disciplinar, es conveniente esclarecer algunos conceptos a modo de no caer en esencialismos.

Si partimos de la etimología de la palabra **comunicación**, vemos que significa *poner en común* (Lois, Amate e Isella,

2014:5). La acción de comunicarse es una actividad cotidiana en la vida de los seres humanos, donde vamos al encuentro con el otro. Al incorporar la figura de un “otro”, proponemos abordar el desafío de este trabajo desde una **perspectiva dialógica y cultural** de la comunicación. Entendiendo al **dialogismo** como un fenómeno dinámico producido en un enunciado donde entran en juego múltiples voces, es *la relación dialéctica entre identidad y alteridad* (Coviello, 2014:139). Sobre esta definición volveremos más adelante para nuestro análisis. Retomando, esta perspectiva comprende a las prácticas comunicativas como *un proceso de significación y construcción de sentido* (Gardella, 2015:15). A partir del dialogismo ponemos en valor el intercambio donde se cruzan experiencias propias y ajenas, distintos lenguajes y una pluralidad de voces que hacen a la construcción de significados. Es importante esta distinción para no caer en el clásico e inevitable esencialismo que reduce la comunicación a lo instrumental, a los medios de comunicación o al uso de determinadas tecnologías.

Creemos también que la comunicación no puede producirse fuera de la **cultura**. Allí circulan las representaciones y los códigos, se disputan sentidos y significados, entran en juego las controversias y contradicciones. Y es que hablar de dialogismo y encuentro implica poner en juego voces y miradas que necesariamente entrarán en conflicto. Comunicación/cultura, entonces, son dos términos que con sus diferencias forman parte de un mismo campo semántico: *La barra acepta la distinción, pero anuncia la imposibilidad de un tratamiento por separado* (Schmucler, 1984:7).

En este sentido, las **organizaciones sociales** tienen un rol fundamental dentro de esa cotidianidad: son espacios de diálogo y acción en sus territorios. Su gran valor yace en la idoneidad para intervenir y crear instancias de participación, además del potencial para transformar sus entornos y resignificar prácticas sociales. Aún más grande es el potencial de las estrategias de comunicación llevadas a cabo por las organizaciones sociales para visibilizar situaciones de desigualdad.

Al entrecruzar la comunicación con las organizaciones sociales, estamos hablando de **comunicación popular, comunitaria, alternativa o educativa**. Estas se definen como *experiencias vinculadas con acciones de protesta, resistencia y cambio social impulsadas desde sectores populares y espacios comunitarios* (Lois, Amate e Isella, 2014:9). Al hablar de estas categorías pueden aparecer dudas respecto a qué es lo que las caracteriza y cuál sería su definición correcta. Para aclarar esto nos valdremos del aporte del *Curso Anual de Comunicación Popular*, de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA en conjunto con el Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales y la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). Allí la propuesta es caracterizarla en base al escenario y a los actores sociales: *lo educativo, lo popular y lo comunitario, se define por los actores que protagonizan la comunicación* (2014:9); es decir por su praxis, proceso, vocación de resistencia y transformación. María Cristina Mata sostiene que la característica de las prácticas de comunicación popular es que  *fueron siempre manifestación de un proyecto emancipatorio*. En síntesis, pensar la comunicación de esta manera significa apostar a experiencias comunitarias, incentivar la participación, democratizar el acceso a la palabra, disputar los sentidos instalados en los imaginarios sociales. **Es entonces pensar la comunicación en clave política.**

Vale aclarar que desde este trabajo no pretendemos una demonización de los medios masivos sino su uso crítico y transformador. La historia misma nos da ejemplos de ello, quizás el más emblemático es el uso de la radio como medio para alfabetizar. Esto también trae a colación la indisoluble relación entre comunicación y educación popular, con exponentes como Paulo Freire con su pedagogía para la liberación.

**La experiencia que aquí abordamos es popular porque es política, y es política porque se construye colectivamente desde un territorio en disputa como lo es una cárcel, porque pretende transformar el sentido que yace sobre las personas privadas de su libertad.**

Por otra parte, si hablamos de cárcel debemos hacer un parate para despejar teóricamente este término. La **cárcel** se configura como *espacio de castigo donde prevalece la premisa del daño por sobre la del reparo* (Davis, 2017). Además, la cárcel es el lugar donde se hace más visible el concepto de *exclusión*: el mismo encarcelamiento significa exclusión.

En palabras de Rostaing (1996:355) *la prisión es un lugar de exclusión temporal que imprime sobre los detenidos la marca de un estigma*. Ahora bien, ¿a qué nos referimos cuando hablamos de exclusión?, según Tezanos (2001:146) se es “excluido” *del nivel de vida y del modo de inserción laboral y social propio de un sistema de vida civilizado y avanzado*. La persona encarcelada deja la vida social que conoció hasta ese momento y pasa a ser un habitante más de una institución que maneja la vida y los tiempos de los internos. Al mismo tiempo, existe una paradoja: la mayoría de las personas que se encuentran encarceladas generalmente ya atravesaron otras instancias de exclusión: escuela, familia, barrio, trabajos.

Podemos hablar extensamente sobre el impacto de la vida en la cárcel de los internos a nivel sanitario, educativo, laboral o económico. Pero en este trabajo nos centraremos en uno de esos aspectos: las consecuencias en las relaciones sociales. Estar preso significa perder la instancia de conversación cotidiana con los vínculos: pareja, amigos y familia. Los impedimentos institucionales y burocráticos para sostener el contacto con sus afectos, sumado a la complejidad de integrarse a la trama social de la cárcel, genera en el recluso la pérdida de un derecho humano fundamental: el de la comunicación. Esto es, a su vez, otra forma de exclusión que marca y estigmatiza. La dimensión de ese estigma es tal que frecuentemente al cumplir su condena y regresar a la sociedad, muchos no pueden reconstruir una vida más allá de su condición de ex-recluso.

Por otra parte, a lo largo de este trabajo venimos hablando de esencialismos y de representaciones. En esta línea la cárcel es uno de los dispositivos que más produce y refuerza construcciones esencialistas. Sin ir más lejos, intensifica todas aquellas calificaciones que pesan sobre los detenidos: peligroso, anormal, vago, inmoral, bestia, violines y una larga lista de subjetivemas. La cárcel refuerza y consolida sobre quienes la habitan ciertos sentidos sociales que ubican al detenido como lo sobrante.

Siguiendo esta perspectiva, surge hace 6 años desde ANDHES una práctica comunicativa con el nombre de “**Taller de radio**”. Tanto para la categoría *taller* como la de *radio*, usaremos los aportes vertidos en *Prácticas y saberes de comunicación radiofónica* (Gardella 2015). En cuanto al primer término, entendemos *taller* como aquello que remite a *capacidades y destrezas*. Es donde la técnica se convierte en *objeto de reflexión, de uso y experimentación* (2015:15). Es decir, inevitablemente constituirá un desafío desde sus inicios. Por otra parte, entendemos a la radio como *una institución especializada en la producción de discursos*. En tanto *hecho tecnológico-cultural, material y simbólico*, es un *medio complejo* a través del cual los seres humanos *construimos* realidad. Desde aquí en adelante seguiremos a María Cristina Mata quien propone *pensar y hacer radio*, como una forma de entender la práctica radiofónica, como una práctica comunicativa que genera significados y sentidos pero que implica también nociones y tradiciones que la caracterizan. Pensar y hacer son dos momentos diferentes pero que deben integrarse, sostiene Mata; cuyo horizonte es el *sentir* radio.

Por otro lado, abordaremos los antecedentes que sirvieron para la realización de este trabajo. Hay diversidad dentro del campo de estudios que se abocan a intervenciones culturales y educativas en contextos de encierro, pero aquí tomaremos tres casos. El criterio de selección estuvo basado en:

- perspectiva de derechos humanos
- federalismo
- importancia disciplinar

De este modo, los casos elegidos fueron:

- *Decidir el lenguaje. Estrategias de subjetivación y supervivencia colectiva a través de experiencias de arte y cultura en contextos de encierro*. Publicado en 2020 y producido por Cynthia Bustelo, miembro del CONICET, este trabajo nos presenta una descripción y sistematización de las experiencias surgidas a partir del Programa de Extensión en Cárceles,

dependiente de la Secretaría de Extensión de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA. Este programa funcionó en Complejos Penitenciarios de Ezeiza, Devoto y CABA. A los fines de este trabajo, prestamos especial atención a uno de esos talleres realizados desde el PEC: el Taller de Radio que a su vez devino en un programa de radio denominado “RadioOculto” y del cual más tarde surgió un podcast. *Voces que liberan: una experiencia extensionista en contextos de encierro*. Publicado en 2020 y producido por Natalia Zapata, Valeria Vivas Arce, Julia Pascolini y Yuliya Maloman, pertenecientes al Instituto de Estudios Comunicacionales en Medios, Cultura y Poder de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de la Plata. En este trabajo se presenta un proyecto extensionista en articulación con Radio Universidad de La Plata y el Foro Argentino de Radios Comunitarias, cuyos destinatarios fueron las personas privadas de su libertad que se encontraban cursando carreras en la UNLP, en unidades carcelarias de esa ciudad. Del proyecto *Voces que liberan..* participaron docentes y estudiantes, tanto del nivel secundario como universitario, que se encontraban en contexto de encierro. Es decir, se trató de un equipo interclaustrero. El estudio propone difundir cómo, por medio del proyecto extensionista, se pusieron en acción estrategias orientadas a amplificar la palabra y estimular la circulación de sentidos.

- *La radio en contexto de encierro. Caso “Fuera de sistema”*. Este se trata del antecedente más significativo para el presente trabajo, la puesta en valor tiene que ver con la confluencia de todos los criterios de selección. El mismo reflexiona sobre el programa radial *Fuera de Sistema*, producido íntegramente por miembros de la Unidad Penal 1 de Villa Las Rosas en la Provincia de Salta. Integrando la perspectiva anclada en la comunicación popular, participativa y alternativa y una mirada pedagógica, se plantea una serie de interrogantes. Cabe destacar que *“Fuera de Sistema.. un programa de estudiantes Libres en contexto de encierro”*, se lleva a cabo en una emisora gestionada por funcionarios del servicio penitenciario y que solo se escucha dentro del penal, es decir no hay audiencia pública debido a la poca potencia de la señal.

## Desarrollo

### 1.1 Atravesando muros: un poco de historia y contexto

La organización de la sociedad civil sin fines de lucro ANDHES (Abogadas y Abogados del NOA en Derechos Humanos y Estudios Sociales) existe desde el 2001 con el propósito de consolidarse como un espacio de construcción colectiva con visión interdisciplinaria. Su modalidad de trabajo abarca áreas temáticas y líneas metodológicas. En este sentido, *Atrapando muros* es otro ejemplo de esa labor interdisciplinaria, ya que confluye el área temática “Seguridad y DDHH” junto a la línea metodológica “Comunicación y DDHH”.

Este programa de radio surge bajo la necesidad de ANDHES de profundizar el trabajo con personas privadas de libertad dentro de establecimientos penitenciarios. Si bien la organización ya venía abordando la temática, lo cierto es que casi todo el trabajo se realizaba con recopilación de información construida por “otrxs”: medios de comunicación, Estado, liberados. Esto llevó a que, hace 6 años, surja la iniciativa de producir un ciclo de radio dentro del Servicio Penitenciario de Villa Urquiza. Este fue motorizado desde la organización de DDHH y llevado a cabo en conjunto con la emisora de la UNT.

Finalmente en el año 2017 asoma la posibilidad, a través de una Directora de la Unidad 10, de ingresar a la institución con talleres de comunicación alternativa: la opción elegida fue el taller de radio. Entendiendo que lo más importante en ese momento era escuchar qué tenían para decir las personas privadas de su libertad, la radio era el medio privilegiado para ello. El espacio radial brinda la posibilidad del habla, de la escucha y el diálogo, lo que permite interactuar con personas que quizás tengan otra mirada sobre un mismo problema.

Desde sus inicios el programa estuvo pensado como un instrumento para que los internos puedan comunicarse con la sociedad en general y contar sus experiencias sobre lo que significa estar encerrados. Sin embargo el propósito

se fue ampliando y el taller también comenzó a permitir el diálogo con personal penitenciario para poder comprender el punto de vista desde el otro lado del mostrador.

Año a año esta práctica radiofónica se fue consolidando como espacio de diálogo y reflexión para comprender cómo las personas privadas de su libertad atraviesan esa privación de libertad y, al mismo tiempo, cómo interpela esa privación a sus afectos.

## **1.2 El hoy: hablemos del presente del ciclo**

*Atravesando Muros* se preproduce y produce dentro del penal, lo cual le aporta ciertas características que cabe resaltar. Se realiza en diferido, siendo grabado los martes de 15 a 17 hs y transmitido los sábados a las 19 hs por FM 94.7. En la técnica participan dos abogadxs, una locutora y una comunicadora, lxs cuales asisten al penal cada semana con el equipamiento técnico y se reúnen con los integrantes.

La participación de los internos es algo en lo que conviene detenerse. Es común que el grupo no se mantenga igual en el transcurso del tiempo. Puede suceder que algunos integrantes dejen de asistir debido a que salieron en libertad o tuvieron conflictos personales con otros miembros. Otra característica es el espacio físico desde donde se realiza, actualmente se trata de la Capilla perteneciente a la Unidad 1 y 2. Si bien significa una serie de limitaciones vinculadas a lo técnico, lo cierto es que también representa un espacio de encuentro donde esas limitaciones son dejadas de lado.

Hoy en día se trata de un grupo medianamente consolidado, con integrantes que están hace tiempo y personas nuevas. Allí sus miembros pasan de ser sujetos privados de la libertad a sujetos de derecho, ejerciendo su derecho a la comunicación.

### **2. 1 ¿Cómo es pensar y hacer *Atravesando muros*?**

Conviene retomar los propósitos iniciales en que se pensó el taller en relación con los objetivos de este trabajo. Este taller se plantea como un lugar donde, en principio, se aprenden *capacidades y destrezas* vinculadas a lo radiofónico. Al mismo tiempo pretende ser un espacio donde los internos tomen la palabra para escuchar de primera fuente lo que significa estar privado de la libertad y saber si sus derechos están siendo debidamente garantizados.

En la experiencia de la realización dialogan saberes y entran en juego distintas controversias. De un lado los conocimientos e ideas de quienes venimos del “afuera” y del otro la mirada de quien conoce su territorialidad, en este caso la cárcel.

La audiencia del ciclo es una peculiaridad que cabe nombrar y en la que hay que detenerse: la misma se compone mayoritariamente por personas allegadas a los internos (amigos, conocidos, familiares) y público en general de la emisora, esto se exterioriza en el bloque donde envían los saludos. Este aspecto está estrechamente relacionado con los objetivos del taller y con la visión de este trabajo. En cada programa los internos que participan hacen dialogar identidad y alteridad: entran en disputa la construcción de su propia identidad como sujetos con la alteridad que construyen los que están del otro lado, tanto de “los muros” como del ciclo radial. Ese entramado representa una intervención desde la comunicación popular, es donde el ciclo radial deja de ser algo instrumental para convertirse en un espacio político.

Pensar cualquier programa de radio solo desde su “funcionalidad” es despojarlo de su poder de generador de discursos y sentidos, de su capacidad política y transformadora.

### **2.2 La palabra de sus protagonistas**

Esta etapa del trabajo contiene la recolección de los datos realizada a partir de entrevistas no directivas y varias instancias de observación participante. Con el fin de indagar en la práctica radiofónica *desde adentro*, reconocemos

nuestra subjetividad al observar y participar, entendiendo también que sólo a partir de esa subjetividad podremos arribar a comprender los sentires de los protagonistas del ciclo. Si bien el grupo que forma parte del taller es inestable, a los fines de este trabajo tomamos como *muestra significativa* (Guber, 2004:76) la unidad de estudio comprendida por 9 internos que acuden de manera recurrente.

De la instancia de observación participante rescatamos los siguientes datos:

- El programa tiene 1 hs de duración y se estructura en 3 bloques. Está constituido por un conductor, un co-conductor y diferentes secciones de acuerdo a quienes estén presentes en ese momento.
- En la preproducción participan integrantes de ANDHES y algunos internos. Debido a que algunos no tienen permiso para acceder a internet o un teléfono celular, el guión de cada programa se elabora en el momento, durante la hora previa a grabar, recopilando la información que se quiera relatar. El contenido está compuesto de música, lectura de poesías, información general (deportes, cultura, efemérides, horóscopo, salud), información sobre situaciones particulares, eventos dentro del penal, entrevistas y saludos a la audiencia.
- El horario en que empieza la grabación nunca es el mismo debido a inconvenientes propios del contexto: requisas, formalidades institucionales. Además, se destinan varios minutos al armado del equipo técnico ya que el Servicio Penitenciario no cuenta con un lugar apto. En este sentido, el programa depende tanto en la técnica como en el armado del guión, de la presencia de integrantes de ANDHES.
- Lo anímico y lo personal suele influir tanto positiva como negativamente en la realización del ciclo. Es decir, si algún interno no está bien de ánimo o tuvo algún inconveniente con otro miembro del programa, no participa o directamente no asiste.

Por otro lado, pasamos a la recolección de datos a partir de entrevistas no directivas. Para iniciarlas, se ideó una serie de preguntas a modo de guía general que nos sirvan para acceder a los sentires de los protagonistas del ciclo y que se correspondan con los objetivos expuestos en este trabajo. Las mismas fueron:

1. ¿Hace cuánto que participas?
2. ¿Qué significa para vos hacer radio?
3. ¿Qué pensás que significa hacer radio en un contexto de encierro?
4. ¿Sentís que un proyecto como este puede generar efectos en quienes forman parte? ¿Efectos positivos o negativos?
5. ¿Generó en vos algún efecto?

*Estas fueron respondidas por 2 miembros que se ofrecieron voluntariamente para participar de este trabajo. Primero compartimos las respuestas de Agustín y luego las de Daniel.*

*Estoy en la radio desde el año pasado. Ya estuve en radio en otras ocasiones, sobre todo en la década del 90 en FM La Merced, en Famaillá. Conducía yo el programa los lunes, miércoles y viernes de 20 a 22. Ahora me están dando la oportunidad acá en ésta radio en la 94.7 y realmente me gusta hacerlo, hablar sobre diferentes cosas en la radio. Mi especialidad es hacerle un pequeño homenaje a los músicos del recuerdo, porque en cierto modo ellos nos dejaron algo en la vida.*

*Entré por Bruno y Sixto Ibarra, ellos conducen el programa. Desde el año 2022 estoy participando en la radio, haciendo lo que me gusta. Me gustaría el día de mañana tener un poquito más de conocimiento, expresarme mejor porque me falta mucho. Trabajar en radio para mí es muy*

*importante, me gustaría conocer a diferentes periodistas, estar en algún horario que tenga mucha difusión. Sí siento un efecto positivo con este proyecto, uno tiende a cambiar el habla. En este contexto de encierro se expresan con el modo “tumbero”. Y este espacio que nos brinda la radio es para poder expresarnos mejor, sacar ese vocabulario que tenemos acá, me incluyo porque a veces lo suelto, pero me gustaría cambiarlo. Es algo positivo para poder el día de mañana salir con otras palabras.*

*Mi nombre es Daniel y estoy interno en el penal de Villa Urquiza aproximadamente hace 4 años, tengo que cumplir una condena de 8 años. Participo de la radio hace 2 años, me enteré de casualidad porque no se sabía esto en el penal. Se difunde de boca en boca y los familiares de los muchachos que participan se enteran de la misma manera. El hecho de participar en la radio me da la posibilidad de poder expresarme de una manera que no lo hago a diario con mis compañeros. Incluso hasta con mi familia, poder hablar de temas que me parecen importantes y no se los trata cotidianamente, lo que es educación, salud, política, economía. Me da la posibilidad de tener un contacto más directo con la gente que está en libertad, nos da la oportunidad de salir de alguna manera y contar qué es lo que sucede realmente acá dentro. Entre tantas cosas negativas que suceden aquí, también tenemos las positivas. Tenemos una balanza emocional que nos ayuda a mantenernos con ganas de seguir adelante, más que nada por la familia para que nos vea bien. Hacer radio y poder contar qué es lo bueno que sucede es una chance de cambiar incluso los pensamientos que tiene la sociedad hacia nosotros. Estamos haciendo algo que es productivo, estar en una radio es algo productivo: nos sirve para llevar información y cultura. El efecto que tiene en nosotros es muy positivo, encontramos en la radio herramientas que no sabíamos que teníamos. Nos hace luchar un poco con la vergüenza de hablar con personas que no conocemos, dejar de ser tan introvertidos. Uno cuando está en contexto de encierro automáticamente agacha la cabeza y esto nos empuja un poco a tomar esa valentía que estaba ahí latente. Desde la radio nos animamos a decir muchas cosas que no nos animábamos antes, sin ir más lejos a los directivos del penal. En mí generó un efecto muy positivo, como ser más tolerante con compañeros que a lo mejor los ves en horarios de recreo o en el mismo pabellón y ni siquiera les dirigis la palabra porque te caen mal. Pero cuando comenzas a usar esas herramientas que no sabías que existían y las pones en práctica en la radio, cambia hasta la manera de pensar sobre esa persona. En mí generó un cambio muy importante a nivel emocional porque no encontraba palabras para decir lo que pienso y siento, para criticar de una manera seria o para decirle a la familia que la amo, que la extraño. Desde la radio se encuentra todo eso.*

## Conclusión y reflexiones

A modo de conclusión, podemos afirmar que el taller de radio *Atravesando muros* tiene distintas apropiaciones por parte de sus miembros y, por ende, genera distintos efectos y sentires. Por una parte, están quienes entienden la práctica radiofónica desde un uso pedagógico y educativo. Es el momento donde aprenden herramientas y destrezas para expresarse mejor desde la oralidad y al mismo tiempo, aprenden el oficio. Casualmente varios integrantes, estando en libertad, fueron parte de programas de radio y conocían la tarea. Para otros es algo completamente nuevo que aprenden semana a semana. Pero más allá de eso, entendemos que esta práctica radiofónica es una práctica comunicativa con visión contrahegemónica, es decir, con una fuerte impronta política. Pretende disputar un territorio tan hostil como la cárcel a través del encuentro, el diálogo y la palabra, siendo la radio el medio privilegiado para ello. No avala una jerarquía donde lxs profesionales sean quienes van a “impartir” el conocimiento sino que este se construye colectivamente en cada grabación. Desde este trabajo creemos que, en este sentido, el taller entiende a sus participantes como sujetos de derecho. Sujetos capaces de pensar un discurso y producirlo, capaces de luchar contra los estigmas que pesan sobre ellos. En síntesis, se trata de una práctica transformadora.

A modo de reflexión, esperamos que estos ejemplos se sigan replicando. Nuestra profesión nos da el privilegio de intervenir en distintos contextos, interpelar sujetos y transformar realidades.

## Bibliografía

Batista, N. (2001). *Poder, Historia y Sistemas Penales*. Capítulo Criminológico. Vol. 29 no.3: 5-24

Bustelo, C. E. (2020). *Decidir el lenguaje: Estrategias colectivas a través de experiencias de arte y cultura en contextos de encierro*.

- Castillo, F. (2020). "Acá estamos" radio para alumnos en contexto de encierro. *Question/Cuestión*, 2 (66).
- Coviello, A. L. (2014). *Términos fundamentales de semiótica*. Departamento de publicaciones, Facultad de Filosofía y Letras UNT.
- Daroqui, A. (2002) *La cárcel del presente, su "sentido" como práctica de secuestro institucional*. En: Sandra Gayol y Gabriel Kessler (compiladores), *Violencias, delitos y justicias en la Argentina*. Buenos Aires, Manantial, Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Gardella, M. E. (2012). *Prácticas y saberes de comunicación radiofónica* (2015th ed.). Departamento de Publicaciones.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu.
- Guber, R. (2005). *El salvaje metropolitano*. Paidós.
- Kalinsky, B. (2016). *La cárcel hoy. Un estudio de caso en Argentina*. [https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/115445/CONICET\\_Digital\\_Nro.6179ae11-a80b-45e0-8d6d-33b1958891d7\\_b.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/115445/CONICET_Digital_Nro.6179ae11-a80b-45e0-8d6d-33b1958891d7_b.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Lois, I., Amati, M., & Isella, J. (2014). *Comunicación popular, educativa y comunitaria. Curso Anual de Comunicación Popular*. <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/blogs.dir/219/files/2015/07/6-Comunicacion-B.pdf>
- Schmucler, H. (1984). *Un proyecto de comunicación/cultura* (12th ed.).
- Rosales, M. E. (2016). *The Radio in Confinement Contexto. Cuadernos de Humanidades*, (26-27).
- Rostaing, Corinne. (1996). *Les détenus: de la stigmatisation à la négociation d'autres identités*. En *L'exclusion, l'état des savoirs*. Editado por Serge Paugam. Éditions la Découverte, Paris.
- Tezanos, José Félix (2001) *La sociedad dividida: estructuras de clases y desigualdades en las sociedades tecnológicas*. Biblioteca Nueva, Madrid.

# Capitalismo y Hegemonía en Gramsci: el rol de los medios de comunicación y las ideas

Diego Santiago Caminos  
diegocaminos22@gmail.com

**Universidad Nacional de Tucumán**

## Resumen

La siguiente ponencia tiene como objetivo principal relacionar el concepto de Hegemonía y Bloque Histórico de Antonio Gramsci con el sistema social, cultural, económico y político del capitalismo difundido por Estados Unidos a partir de mediados del siglo XX. Se busca analizar algunos de los mecanismos utilizados por la clase dominante para la construcción de una hegemonía, que tuvo como consecuencia la asimilación de los ideales y valores propios del capitalismo por el todo social. Entre estos mecanismos, tanto el rol de los medios de comunicación como parte de la sociedad civil y el del comunicador como intelectual en el bloque histórico, son clave para la mantención, construcción y reproducción de los valores capitalistas. Este análisis intenta reflexionar acerca de estos procesos así como pensar la noción del cambio social a partir de la discusión de las ideas dominantes, es decir, la posibilidad de un cambio de bloque histórico..

El pensamiento de Gramsci se sitúa en el marco de la llegada del fascismo a Italia, durante la segunda década del siglo XX, pero resulta interesante actualizar sus ideas para analizar el sistema político, cultural y económico que hoy prevalece y que se ha establecido hegemónicamente, salvo algunas excepciones, a lo largo de todo el mundo.

En primer lugar, se sitúa el contexto en el que se lleva a cabo el análisis, en el marco de la Guerra Fría. Más adelante, se exponen los diversos conceptos que engloban la noción de hegemonía. Luego, se busca actualizar la teoría gramsciana con ejemplos y hechos llevados a la realidad. En este caso, referidos al sistema capitalista, orden imperante a nivel global. Aquí se intenta exponer la influencia de los medios de comunicación en la construcción de la hegemonía, así como su importancia para poner en discusión las ideas dominantes.

¿Cómo podría entenderse el concepto de hegemonía que pensó Gramsci en la actualidad? ¿Qué mecanismos utiliza el capitalismo para reproducir sus valores? ¿Qué función cumplen los medios de comunicación en este proceso? ¿Cuál es el rol del comunicador en la reproducción de ideas y cómo puede contribuir a generar un cambio de bloque? Son algunas de las preguntas desde las que partirá este análisis.

## Una lucha por la hegemonía global: La Guerra Fría

Luego de finalizada la Segunda Guerra Mundial, el escenario internacional sufrió una gran reconfiguración. El conflicto bélico global, que arrastraba varios años de tensión, dejó a Estados Unidos y la Unión Soviética como las grandes potencias mundiales, liderando no tan solo desde lo económico, sino también siendo referentes desde lo ideológico, político y social.

Las posturas eran prácticamente antagónicas. La Unión Soviética pregonaba el modelo del comunismo, basado en las ideas de Marx y las posteriores revisiones de Lenin como grandes influyentes. Nace justamente como una

crítica al feroz avance del capitalismo a partir de la Revolución Industrial y fundamenta que el Estado debe hacerse cargo de la economía, los medios de producción y la distribución equitativa de los bienes en la sociedad. Por otro lado, el capitalismo fomentaba el individualismo, el consumismo, la acumulación de riquezas y el libre mercado. Ambos modelos de organización, no impactarían tan solo desde lo económico, sino que se trató de una lucha que trascendió hacia lo ideológico, social y cultural.

De esta manera, durante los años posteriores se llevó a cabo una disputa por los sentidos, utilizando mecanismos como los medios de comunicación y la educación para fomentar una visión del mundo que se ajuste a los intereses de cada potencia. El objetivo era claro: no tan solo ser ideologías dominantes en el plano de lo simbólico, sino también lograr la dirigencia a nivel global.

La historia marcó un triunfo del sistema capitalista, logrando la adhesión de la gran mayoría de los países, un consenso general que tuvo como resultado la caída del Muro de Berlín en 1989 y la expansión del estilo de vida estadounidense por todo el mundo.

Sin embargo, lograr y mantener la hegemonía no es un proceso simple y diversos pensadores han teorizado sobre ello. En las siguientes páginas se exponen algunos conceptos de Antonio Gramsci para lograr comprender mejor la problemática.

## **El concepto de Hegemonía desde Antonio Gramsci**

Antonio Gramsci nació el 22 de enero de 1891 en la ciudad de Ales, Italia. Creció en una familia modesta y desde muy joven demostró ser un estudiante sobresaliente. A los 20 años se trasladó para estudiar en la Universidad de Turín, donde se involucró en el movimiento socialista y se convirtió en editor del periódico del partido de izquierda local.

En 1915, fue llamado para el ejército italiano durante la Primera Guerra Mundial, pero fue liberado. Después de la guerra, se involucró en la política a tiempo completo y se convirtió en miembro del Partido Socialista Italiano.

Durante 1922, fue elegido para formar parte del Comité Central del Partido Comunista de Italia. Sin embargo, en 1926, fue arrestado por el régimen fascista de Mussolini y condenado a 20 años de prisión. Durante su encarcelamiento, el autor escribió su obra más importante, los Cuadernos de la Cárcel, una serie de escritos filosóficos y políticos en los que desarrolló su teoría acerca de la hegemonía.

Finalmente, Gramsci murió el 27 de abril de 1937, debido a una enfermedad que había contraído durante su encarcelamiento.

Es importante recalcar que la teoría de Gramsci se forjó y construyó a partir de las numerosas transformaciones sociales y políticas de la época, desde el ascenso del capitalismo hasta la Revolución Rusa y el mandamiento de Mussolini, además de sus participaciones en los partidos comunistas de Italia. Esto le permitió profundizar acerca del funcionamiento del poder, cómo se lo consigue y las herramientas ideológicas y culturales involucradas. Buscó renovar la teoría marxista, postulándose en contra del determinismo económico y a favor de una relación dialéctica entre estructura y superestructura. Además, repensar a Marx junto con las diversas transformaciones de la época, le permitió actualizar la cuestión del cambio o la revolución a partir de su propio pensamiento, concepto que se profundizará más adelante.

Esas son algunas de las aristas en la vida y el pensamiento de Gramsci, que nos permiten comprender mejor su teoría acerca de la hegemonía y situarla algunas décadas posteriores a su contexto de elaboración.

*<sup>1</sup>De acuerdo a él, la hegemonía, en tanto concepción del mundo arraigada en –y co-constitutiva de– la materialidad de la vida social, busca construir un consenso activo alrededor de los valores e intereses de las clases y grupos dominantes, que son internalizados como propios por el resto de la sociedad, deviniendo “sentido común” y principio articulador general. Campo de lucha dinámico e inestable, lo hegemónico es habitado, confrontado y re creado a diario por quienes resisten a una condición subalterna. (Portantiero, 1977, p.20)*

Este fragmento del libro de Juan Carlos Portantiero, que profundiza en la teoría gramsciana, otorga varias características de la noción de hegemonía, lo que es de utilidad para analizar el caso del capitalismo. Como se puede observar, el autor plantea que se trata de un proceso activo y dinámico, que se encuentra constantemente en tensión. En el ejercicio del poder pesan fuerzas y resistencias subalternas que amenazan al poder hegemónico de turno. Además, realza la importancia del consenso. Es ahí donde radica la necesidad de renovación, ya que la demanda de los grupos subalternos se actualizan, y junto a ellas las técnicas de dominación empleadas. Es por ello que las clases subalternas poseen una condición activa, ya que son tensiones que también buscan acrecentar su hegemonía y dominio en el plano simbólico, en la disputa por los sentidos. Aquí se puede destacar una de las claves en el pensamiento de Gramsci: la cuestión dialéctica, en este caso entre fuerzas hegemónicas y subalternas. Este rasgo gramsciano se podrá observar a lo largo del análisis. Por último, es posible remarcar la importancia de lo ideológico. En el proceso de hegemonía, el todo social reproduce y asume como propia la ideología dominante, los valores hegemónicos. De esta manera, la ideología funciona como marcos de interpretación, a partir de los cuales se experimenta la realidad social. A su vez, impone formas de percepción del mundo que son relevantes para la distribución del poder y el prestigio en la sociedad.

Relacionando el concepto de hegemonía con la realidad en la que hoy vivimos, se puede decir que los valores que el capitalismo ha propuesto como clase dominante son los que se han establecido hegemónicamente en la sociedad. Es decir, se produjo un consenso en donde la gran mayoría de los miembros de cada sector socioeconómico en el país, se siente representado y vive en función de los ideales del consumismo, el individualismo, el progreso en función de la meritocracia, etc. De hecho, vivimos en una sociedad de consumo, donde este se volvió el eje central de la comunicación e interacción entre las personas. El todo social se circunscribe según estos valores. En la sociedad contemporánea consumir es prácticamente una condición de existencia, un modo de vida. Las clases socioeconómicas más bajas no logran en su mayoría tomar consciencia que están siendo sometidas y viven al ritmo que el sistema propone. He aquí el consenso al que Gramsci se refiere.

Otro ejemplo es el de las redes sociales. Vivimos en función de ellas, son parte primordial de nuestra vida social, sentimos que las necesitamos. Brindamos nuestro consenso. Aunque en segundo plano, estamos siendo sometidos por el sistema, por la clase dominante y dirigente, brindando gratuitamente nuestros datos para que las empresas obtengan información relevante sobre nosotros y vender publicidad micro segmentada.

Es decir, muchos de los valores e intereses del sistema capitalista están detrás de nuestras prácticas, operando en segundo plano. Los mecanismos que alguna vez tuvieron forma de propaganda radiofónica, hoy se actualizan en función de las demandas y tienen formato de redes sociales, entre otras cosas.

### **La noción de Bloque Histórico. El caso del sueño americano y el cine.**

Para tratar de explicar la manera en que lo cultural y lo económico se relacionan, además de analizar las formas en que las clases dominantes mantienen la hegemonía en consenso con las clases subalternas, Gramsci adoptó el término de bloque histórico. Esta noción busca superar el determinismo económico marxista, aludiendo que entre estructura (instancia económica) y superestructura (instancia cultural, simbólica e ideológica) existe una relación orgánica y dialéctica. El autor profundiza en la superestructura, donde describe que a su vez está conformada por la sociedad civil (educación, medios de comunicación, familia) y la sociedad política (Estado, justicia, violencia le-

---

1 Portantiero, J. C. (1977). Los usos de Gramsci, México: Cuadernos del Pasado y del Presente.

gítima).

Las instituciones de la sociedad civil resultan claves en el proceso de hegemonía, ya que los medios de comunicación y la educación son ámbitos del bloque histórico donde la sociedad aprende a experimentar el mundo a partir de la información que estas instituciones les proporcionan.

Por ejemplo, volviendo a la época de la Guerra Fría, las películas estadounidenses difundidas en los cines de todo el mundo jugaron un gran papel como constructores y reproductores de sentido. El cine hollywoodense era el más aclamado por el público en general y Estados Unidos logró transmitir los ideales de su sistema económico, político y social por un medio masivo de comunicación como es el cine. De esta manera, la cultura norteamericana consiguió trascender las fronteras nacionales para la transmisión de un mensaje encubierto en películas taquilleras que el mismo público deseaba osadamente ver.

*"La vida debería ser mejor y más rica y llena para todas las personas, con una oportunidad para todo el mundo según su habilidad o su trabajo, independientemente de su clase social o las circunstancias de las que proviene." (James Truslow Adams, 1931)*

Así definió el historiador J.T. Adams<sup>2</sup> el concepto de "sueño americano" en 1931. Se refiere a la creencia de que cualquier persona, independientemente de su origen social, puede tener éxito y prosperar en los Estados Unidos a través del trabajo duro y la dedicación. El cine ha sido una herramienta importante para difundir este ideal a nivel mundial. Las películas acostumbraron a presentar personajes que, a pesar de enfrentar obstáculos, lograron superarlos gracias a su determinación. Es el caso del personaje típico de clase media, que a partir de su esfuerzo y las oportunidades que el sistema capitalista le brinda, logra ser exitoso. Estas películas también muestran el éxito en relación a las riquezas, a los objetos de valor, grandes mansiones, autos deportivos, etc. De alguna manera, el cine ha enseñado qué es lo que significa la felicidad (acumulación de dinero) y los medios para conseguirla (el sistema capitalista).

Martin Barbero<sup>3</sup> teoriza que a través del cine el público ve la posibilidad de experimentar, de adoptar costumbres, códigos y hábitos. El autor afirma que al cine se va a aprender, que es un espacio donde la sociedad se curte de nuevas maneras de experimentar el mundo que lo rodea. Es decir, se trata de un rol activo del público, donde asimila como propias las ideas dominantes difundidas.

Las películas Rocky<sup>4</sup> (1976) y Forrest Gump<sup>5</sup> (1994) son solo algunos ejemplos de las grandes películas que se han visto en todo el mundo, con una temática relacionada a que con trabajo duro, sacrificio y dedicación, cualquier persona puede lograr ser exitosa. El mensaje es claro: mostrar a través de estas proyecciones que con el sistema capitalista todos pueden verse favorecidos, todos cuentan con las mismas oportunidades de poder progresar a partir del mérito individual de cada uno. De esta manera, se busca seducir a las clases subalternas y lograr el consenso para la hegemonía cultural. Cabe aclarar que estas ideas son antagónicas a las que el comunismo pregonaba en su momento.

2 James Truslow Adams (1878-1849) fue un escritor e historiador estadounidense.

3 Jesús Martín Barbero (1937-2021) fue un teórico español especializado en comunicación. Desarrolló gran parte de su profesión en América Latina.

4 "Rocky" es una película que narra la historia de Rocky Balboa, un boxeador de origen humilde que obtiene la oportunidad de enfrentarse al campeón mundial Apollo Creed. A través de su entrenamiento arduo y su lucha contra las adversidades, Rocky busca demostrar su valía y encontrar su lugar en el mundo del boxeo profesional, mientras también explora temas de amor, amistad y superación personal.

5 "Forrest Gump" es una película que destaca la superación personal de su protagonista, Forrest. A pesar de sus limitaciones, logra una serie de éxitos en su vida, como convertirse en un talentoso jugador de fútbol americano universitario, un héroe de guerra condecorado en Vietnam y un exitoso empresario. La historia resalta cómo su determinación, inocencia y bondad le permiten superar obstáculos y alcanzar logros relacionados con el éxito.

## El rol de los intelectuales y la posibilidad de revolución.

Gramsci concibe que todos los hombres pueden ser intelectuales, pero no todos cumplen la función social de serlo. El autor entiende como intelectuales a aquella masa social que tiene como función generar una toma de conciencia en los miembros de su clase y se debe definirlos a partir de la actividad y el lugar que ocupen en el seno de la estructura social. Además, el pensador italiano diferencia los intelectuales tradicionales de los intelectuales orgánicos. Respecto al primer caso, se trata de aquellos que se inscriben en un proceso histórico, más allá de una clase social. Asumen su tarea como autónomos. Por el otro lado, los intelectuales orgánicos son aquellos que se construyen y nacen de una clase social y buscan representar esos intereses. Asumen una posición funcional y militante, se involucran y son fundamentales para lograr una toma de conciencia.

Ahora bien, el rol de los intelectuales en la estructura social resulta clave en el mantenimiento de la hegemonía; y a su vez, para la construcción de una contrahegemonía frente al bloque histórico imperante. Entonces, la tarea de los intelectuales radica en aglutinar las demandas de determinados sectores, homogeneizar el sentir que las clases que no pueden articular por sí mismas, ya sea para operar en función de la hegemonía dominante o como fuerzas de resistencia y subalternidades.

De esta manera, los intelectuales pueden contribuir a la construcción de un nuevo bloque histórico cuando el de turno entra en crisis. Esta revolución se puede dar de dos maneras: en un sentido clásico, o desde abajo, el pueblo puede unirse en contra del bloque histórico imperante y construir un nuevo proyecto hegemónico. De una manera pasiva y desde arriba, el grupo dirigente puede consentir que hay que llevar adelante un cambio.

Anteriormente, hemos dicho que el bloque histórico que ha prevalecido hace varias décadas es el sistema capitalista. Ahora bien, ¿por qué no se ha podido realizar un cambio de bloque? Resulta interesante pensarlo ya que, como ha teorizado Gramsci, las fuerzas de resistencia y contra hegemonías han estado y se mantienen presentes.

Un caso paradigmático es la década del 60. Durante esos años, se han llevado adelante diversos movimientos revolucionarios, antisistema, pero ninguno ha logrado un cambio radical. Algunos de ellos fueron la Revolución Cubana<sup>6</sup> en 1959, el movimiento hippie<sup>7</sup>, diversas luchas estudiantiles, la figura de Marthin Luther King<sup>8</sup>, etc. Es decir, diversas fuerzas que se resistieron al orden imperante, se manifestaron en contra de los ideales hegemónicos de la época. En el caso del Hippiismo, se pregonaba la paz durante la Guerra de Vietnam. Postulaban una vida relacionada a la naturaleza, lejos del consumismo, alejada totalmente del sistema económico que prevalecía. Junto a este movimiento que llevaba la bandera del amor, tomó cada vez más fuerza el feminismo, buscando reconocer derechos que las mujeres de la época no gozaban. De la misma manera, Luther King y Malcom X lucharon contra la discriminación racial en Estados Unidos. La Revolución Cubana con Che Guevara buscó liberar a los centroamericanos del imperialismo estadounidense con el objetivo de luchar contra la desigualdad social.

Es decir, han existido muchas protestas ante el bloque histórico imperante, ideales y formas de vida con las que las diversas clases sociales no estaban de acuerdo. Sin embargo, y si bien muchos de estos movimientos han logrado escalar en el plano simbólico y consiguieron algunos de sus objetivos, el bloque histórico no ha cambiado, solo se ha

---

6 El pensamiento de La Revolución Cubana fue motivado por teorías marxistas-leninistas. Tuvo como consecuencia el establecimiento de un gobierno socialista en Cuba. El enemigo mayor fue Estados Unidos y el canal de protesta la lucha armada. Además, se luchó por la desigualdad social y racial en Cuba. Si bien tuvo una buena repercusión a nivel mundial, no logra considerarse como un cambio de bloque histórico, sino como una más de las grandes tensiones que este ha sufrido.

7 Los hippies practicaban una ideología basada en la vida simple y la anarquía no violenta. Protestaban o se oponían públicamente en contra de las guerras, el capitalismo, los valores tradicionales, la monogamia, el consumismo, la distinción de las clases sociales y a las prácticas religiosas impuestas.

8 Martin Luther King fue un importante activista estadounidense. Luchó por diversas movilizaciones civiles, entre ellas, por la desigualdad racial. Fue asesinado con un tiro en la cabeza en 1968.

actualizado. Siguiendo la teoría de Gramsci, podríamos decir que el problema radica en que todas esas demandas subalternas no se han aglutinado en una sola voluntad general. Eso, junto a una unidad entre praxis y teoría (por ejemplo, el hippismo y la Revolución Cubana estaban en contra del mismo sistema pero sus modos de ejercer la revolución no coincidían en lo absoluto) podría haber desencadenado en un cambio total del bloque. Sin ese arco de alianzas, el poder imperante es capaz de apagar los pequeños incendios y reinventarse, permitir que ciertas prácticas subalternas se hegemonicen, pero no nos encontraríamos ante una verdadera revolución.

## El comunicador como intelectual y las ideas

A lo largo del análisis, se ha propuesto reflexionar acerca de las ideas capitalistas que rigen la conducta y la manera de ver del mundo del sujeto contemporáneo. A su vez, se ha desarrollado a *grosso modo* cómo lograron ingresar al imaginario social global y mantenerse vigentes (con sus debidas actualizaciones) a lo largo de los años.

Entre los diversos *aparatos* que hacen a la *gran maquinaria* del capitalismo se ha mencionado a los medios de comunicación como miembros de la sociedad civil, además de la noción de intelectuales. De esta manera, Gramsci ya pudo dar cuenta de la importancia que tiene el comunicador en el seno del sistema, no tan solo como reproductor de ideas, sino como pensador y productor crítico de ellas.

En 1787, el político inglés Edmund Burke<sup>9</sup> describió a la prensa como “el cuarto poder”. Lo hizo durante el debate de apertura de la Cámara de Comunes de Reino Unido. En un sentido literal, la prensa ocupaba el cuarto espacio del parlamento inglés. De un modo más profundo, el pensador dió cuenta del poder de la información. Entre el poder de los políticos, la iglesia y la nobleza, la prensa aparecía con una fuerza descrita como independiente; porque como los demás poderes, podía ejercer una influencia ideológica propia en la opinión pública y en las sociedades.

Por otro lado, en 1815 cuando Napoleón estaba regresando de su exilio en la isla de Elba, el periódico *Le Monsieur* se convirtió en una herramienta narrativa fundamental para relatar su retorno al trono:

*"La libertad de prensa debe estar en manos del gobierno, la prensa debe ser un poderoso auxiliar para hacer llegar a todos los rincones del Imperio las sanas doctrinas y los buenos principios. Abandonarla a sí misma es dormirse junto al peligro"*<sup>10</sup>

Lejos de los optimistas de la prensa como un poder independiente, el emperador vio en ella una posibilidad de acrecentar y mantener su propio poder, o el del gobierno de turno. ¿Cuáles son las “sanas doctrinas”? ¿Los “buenos principios”?<sup>11</sup> ¿A qué se refiere con el “peligro” de abandonar la prensa? El peligro puede tratarse de la difusión de ideas subalternas, que amenacen las hegemónicas. Resulta un peligro porque Napoleón bien sabe que quien tiene el control de las ideas es quien puede controlar a las sociedades.

Volviendo nuevamente al presente, se podría decir que ambas posturas sobre la prensa (o la comunicación) son algo extremas. Hoy, la información y quienes la reproducen no son totalmente independientes, pero tampoco son producto de “la mano del gobierno” en el cien por ciento de los casos. Sin embargo, sí es preciso afirmar que está constantemente atravesada por tensiones de poder. En ese sentido, los medios de comunicación masivos suelen responder a los intereses dominantes, debidos a que se ven influenciados por la pauta publicitaria empresarial y estatal. Es decir, el rol de los intelectuales en este tipo de medios suelen ser funcionales a la hegemonía dominan-

9 Edmund Burke (1729-1707) fue un escritor y político inglés detractor de la Revolución Francesa.

10 Extraído de Sohr, Raúl (1998). «Prensa y poder: Una historia selectiva.». Historia y poder de la prensa. Andres Bello. p. 18.

11 Nótese la importancia de la clase dirigente por imponer su visión del mundo. Qué es lo bueno, lo malo, lo normal, lo sano. Ideas que la sociedad tiene arraigada pero pocas veces se cuestiona cómo llegaron a imponerse. Aquí recae el “peligro” mencionado por Napoleón también: ¿qué sucede si se imponen visiones del mundo diferentes a las dominantes? ¿Perderán el poder aquellos que dominan?

te, a los valores capitalistas.

Sin embargo, el comunicador puede asumir la función de “intelectual orgánico” en palabras de Gramsci. Los medios de comunicación alternativos surgen justamente con el propósito de luchar contra un orden hegemónico imperante y dar valor a ideas nuevas, generar una toma de conciencia. De esta manera, el comunicador es militante, se independiza de las ideas dominantes para la articulación de voces subalternas. Se puede deducir entonces que la función del comunicador en un bloque histórico, siguiendo a Gramsci, es clave. O bien puede ser funcional a la ideología de este; o puede trabajar como un “arco de alianzas” para aglutinar las demandas de las clases subalternas y reunir las condiciones para lograr un cambio de bloque histórico. En otras palabras, el rol de los comunicadores puede ser clave para cambiar el mundo y la forma en que la sociedad piensa y actúa.

## Conclusión

Para finalizar, se podría decir que la teoría de Gramsci está más vigente que nunca. A pesar de la cantidad de años que separan el momento de su pensamiento con el contexto actual, queda demostrado que todavía es posible utilizar sus conceptos para analizar la situación social en la contemporaneidad.

A su vez, creo que revisar su teoría es de gran valor para aquellos grupos intelectuales que no están satisfechos con el mundo que los rodea. Como comunicadores, conocer el funcionamiento de las estructuras de poder que le dan solidez al sistema al que pertenecemos permite acrecentar el pensamiento crítico y ajustar con mayor precisión las técnicas de protesta. Tal vez así, a partir del conocimiento y la toma de conciencia total, sea capaz de llevarse a cabo el cambio que muchos anhelan.

## Referencias

Ficha de Cátedra elaborada por la Dra. María Marta Luján: El concepto de Hegemonía. Universidad Nacional de Tucumán, Facultad de Filosofía y Letras. Cátedra de Cultura y Comunicación.

Izurieta, M. B. (2020, October 21). *Películas que retratan el sueño americano*. Tomatazos. Recuperado el 15 de Marzo, 2023, de <https://www.tomatazos.com/articulos/522403/Peliculas-que-retratan-el-sueno-americano>

Portantiero, J. C. (1977). *Los usos de Gramsci, México: Cuadernos del Pasado y del Presente*.

¿Qué es el sueño americano? Ventajas y desventajas. (2022, 2 de Mayo). Economía planificada. Recuperado el 15 de Marzo, 2023, de <https://economyplanificada.com/sueno-americano/>

*Sueño americano*. (n.d.). Wikipedia. Recuperado el 15 de Marzo, 2023, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Sue%C3%B1o\\_americano#Ideales\\_americanos](https://es.wikipedia.org/wiki/Sue%C3%B1o_americano#Ideales_americanos)

Sohr, Raúl (1998). «Prensa y poder: Una historia selectiva.». *Historia y poder de la prensa*. Andres Bello.

**MESA 4**

**Comunicación,  
géneros y  
diversidades  
sexuales.**

# La cobertura de la violencia de género en los medios gráficos de La Rioja

Mg. Sergio Alejandro Vergne

sergiovergne@gmail.com

Esp. Ana Marisa Nuñez Lanzillotto

anunez@unlar.edu.ar

**Universidad Nacional de La Rioja**

## Resumen

La violencia de género contra las mujeres y diversidades, expresión de las relaciones de poder en sociedades de carácter patriarcal como la nuestra, ha sido naturalizada por diversos dispositivos de producción y difusión ideológica, como los medios de comunicación y el periodismo.

Desde el año 2009, en el marco de las conquistas y luchas de los movimientos feministas y otras organizaciones de Derechos Humanos, en nuestro país, existe la ley 26485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, como herramienta regulatoria de identificación que posibilita el avance en la eliminación de las violencias.

La iniciativa legal reconoce cinco tipos de violencias de género, entre ellas, la simbólica. El artículo 5 de esta norma, en su inciso 5, señala a dicha violencia como “la que a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad”; y, en el artículo 6, indica las diversas modalidades y ámbitos de reproducción, entre otras, la violencia mediática.

Este trabajo tiene como objetivo observar y analizar la cobertura de la temática de violencia de género contra las mujeres y diversidades, durante el año 2022, en los medios gráficos de La Rioja, El Independiente y Nueva Rioja. La investigación se inscribe como continuidad de un proyecto desarrollado en el año 2015 en el que se analizó esta temática en los mismos medios, pero respecto a lo publicado durante el año 2012. En esta línea, se espera, tras el estudio, revisar en términos comparativos aquellos resultados y los que arroje el presente análisis.

El modelo metodológico que aplica esta propuesta es el de Intencionalidad Editorial (Ducrot, 2005), el cual entiende al periodismo “como una especie particular de propaganda, caracterizado por la objetividad, entendida como inexcusable referencia al hecho objetivo, revelado por la fuente” (p.2). En él, se combinan métodos de análisis cuantitativos, particularmente el análisis de contenido, con énfasis para el ordenamiento en los criterios temáticos, de tratamiento y ubicación; y cualitativos, desde un enfoque interpretativo, de algunas de las piezas más relevantes de las seleccionadas.

## Objetivos generales

Observar y analizar la cobertura de la problemática violencia de género hacia las mujeres durante el año 2022 en los diarios impresos El Independiente y Nueva Rioja

## Objetivos particulares

Relevar, recopilar y seleccionar las piezas periodísticas que aborden las cuestiones establecidas como objeto de seguimiento, durante el período fijado.

Determinar la intencionalidad editorial del medio con respecto al tema tratado.

Elaborar y difundir un informe final, con presentación de resultados y conclusiones

## Hipótesis del proyecto

Los medios de difusión gráfica de La Rioja, si bien difunden y cubren la problemática de la violencia de género hacia las mujeres y diversidades, permanecen anclados en estereotipos de género resultado de las relaciones de poder históricamente construidas y carecen de un tratamiento del mismo desde la perspectiva de los Derechos Humanos de las mujeres y diversidades.

## Estado actual del conocimiento sobre el tema

La violencia de género hacia las mujeres, expresión de las relaciones de poder en sociedades de carácter patriarcal como la nuestra, ha sido naturalizada por diversos dispositivos de producción y difusión ideológica, como los medios de comunicación y el periodismo,

Gracias a décadas de luchas del movimiento feminista y otras organizaciones de derechos humanos de nuestro país, el 11 de marzo del año 2009 fue sancionada en nuestro país la ley 26485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres con el objetivo de prevenir y erradicar la violencia de género en un país donde una mujer es asesinada cada tres días por su pareja o ex pareja, según datos de la filial local de Amnistía Internacional.

Cinco tipos de violencia:

La ley establece una definición clara y contundente sobre qué se entiende por violencia de género hacia las mujeres en todos los ámbitos. La iniciativa reconoce cinco tipos de violencia contra la mujer: física, psicológica, sexual, económica y patrimonial, y simbólica, bajo seis modalidades que van desde el plano doméstico hasta el institucional.

Según Perceval (2010), “la violencia de género constituye una epidemia y es la expresión más contundente de la desigualdad entre varones y mujeres porque durante muchos años no se reconoció la violencia intrafamiliar como un delito y también se silenciaron otras formas de violencia contra la mujer”.

Con motivo de la firma del decreto reglamentario en el año 2010, por parte de la presidenta Cristina Fernández, ésta declaró públicamente: “Hemos dado un paso más en las garantías y restitución de derechos”, y agregó que “la violencia contra la mujer es una batalla que hay que dar desde lo cultural”.

Frente a la necesidad de un cambio cultural, en el cuerpo normativo se resalta la importancia de que el gobierno incluya la violencia de género en la agenda pública, determine la asignación de presupuesto y la puesta en práctica de la norma.

Dentro de la violencia simbólica, se destaca la reglamentación sobre “violencia mediática”, en la que se puntualiza qué se entiende por imágenes y contenidos que vulneran la dignidad de las mujeres e incurrir en violencias. Las sanciones frente a ese tipo de violencia, determina, serán coordinadas con la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, creada por la nueva ley de medios.

Asimismo, el artículo 5, inciso 5, de la ley señala a la violencia simbólica como: “La que, a través de patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos transmita y reproduzca dominación, desigualdad y discriminación en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad”. Y en su artículo 6: Modalidades, en el inciso f) entiende:

“Violencia mediática contra las mujeres: aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonor, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres”.

Finalmente, el artículo 11 sobre Políticas Públicas que el Estado Nacional, junto a los provinciales deberán accionar, se especifica que corresponde a la Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación:

- a) Impulsar desde el Sistema Nacional de Medios la difusión de mensajes y campañas permanentes de sensibilización y concientización dirigida a la población en general y en particular a las mujeres sobre el derecho de las mismas a vivir una vida libre de violencias;
- b) Promover en los medios masivos de comunicación el respeto por los derechos humanos de las mujeres y el tratamiento de la violencia desde la perspectiva de género;
- c) Brindar capacitación a profesionales de los medios masivos de comunicación en violencia contra las mujeres;
- d) Alentar la eliminación del sexismo en la información;
- e) Promover, como un tema de responsabilidad social empresaria, la difusión de campañas publicitarias para prevenir y erradicar la violencia contra las mujeres.

## **Marco conceptual**

### **Sobre la mirada de género**

La noción de género surge a partir de la idea de que lo femenino y lo masculino no son hechos naturales o biológicos, sino construcciones culturales. La categoría género señala que aprendemos a ser mujeres y varones en cada cultura y época determinada influenciada por las ideas, creencias y representaciones de tipo religioso, político, económico, jurídico, psicológico, cultural, de etnia, y de clase social.

Históricamente, se ha reservado para el varón el espacio público de la producción y para la mujer el espacio privado de la reproducción: ser madres y el cuidado de los otros. Esta distribución de espacios lleva a la independencia económica y al reconocimiento social para los hombres mientras que a las mujeres se las condiciona a la dependencia, lo que genera inferioridad de oportunidades.

En la relación entre varones y mujeres es donde se juega la lógica patriarcal que históricamente le ha negado a las mujeres la capacidad de poder decidir. Las mujeres han sido socializadas para vivir un papel de subordinación que la sociedad ve como natural.

Si bien los roles se han modificado por cuestiones económicas, políticas y sociales, y las mujeres se han insertado en el mercado de trabajo, en las organizaciones, en la vida social, los cambios culturales han sido mucho más lentos en cuanto a las relaciones de poder en el hogar y en el espacio público.

### **Violencia de género hacia las mujeres:**

---

Para este trabajo se entiende por tal al señalado en la ley, esto es: “Se entiende por violencia contra las mujeres toda conducta, acción u omisión, que, de manera directa o indirecta, tanto en el ámbito público como en el privado, basada en una relación desigual de poder, afecte su vida, libertad, dignidad, integridad física, psicológica, sexual, económica o patrimonial, como así también su seguridad personal. Quedan comprendidas las perpetradas desde el Estado o por sus agentes.

Se considera violencia indirecta, a los efectos de la presente ley, toda conducta, acción omisión, disposición, criterio o práctica discriminatoria que ponga a la mujer en desventaja con respecto al varón”.

### **Sexo:**

Se refiere a las características biológicas que traemos al nacer y que nos definen como macho o una hembra. El sexo pertenece al orden de la naturaleza.

### **Género:**

Designa todos los aspectos psicológicos, sociales, y culturales que resultan en lo femenino y masculino. El género es una construcción social, un producto de la cultura que establece que es lo propio del varón y de la mujer y que se aprende a través del proceso de socialización. Se asigna, además a una relación de poder y subordinación de un género sobre el otro, mediante mecanismos tanto ideológicos como represivos.

### **Rol de género:**

Se refiere a las conductas prescritas y proscriptas por la sociedad para cada uno de los géneros. Las funciones que debe cumplir el varón y la mujer en un contexto determinado. Aunque es una construcción social, se la presenta como natural. Por ejemplo: cuando se dice que el rol natural del hombre es traer el sustento al hogar.

### **Estereotipo de género:**

Es la triplicación social del ideal femenino y masculino. El conjunto de características que la sociedad espera de un varón y de una mujer. Así el estereotipo masculino normativiza como propio del varón la actividad y la independencia; mientras que el estereotipo femenino sanciona como pertinente la pasividad y la dependencia. Tanto el estereotipo como el rol de género encierran un alto contenido valorativo. Siendo las características pertinentes al género femenino las de menor estimación social.

En nuestra provincia de La Rioja, la naturalización de las relaciones de poder entre los géneros está fuertemente reforzada por los medios de comunicación. Particularmente, los medios impresos como los diarios El Independiente y Nueva Rioja, se constituyen en referentes periodísticos de los otros medios, tanto radiofónicos como televisivos locales, estableciendo la agenda de los mismos.

Por esta razón, la propuesta de investigación hace hincapié en estos medios gráficos. Se propone la observación y el análisis de estos desde una perspectiva de género y desde el modelo de la Intencionalidad Editorial.

## **El modelo de la Intencionalidad Editorial como metodología para el análisis del Discurso Periodístico**

Para la investigación, se toma la metodología propuesta por el modelo de Intencionalidad Editorial desarrollada por Ducrot (2005). La perspectiva de la Intencionalidad Editorial asume entre sus premisas epistémicas la noción gramsciana de Hegemonía, la que, vinculada a la naturaleza de los medios de comunicación como instrumentos de dominación cultural, se liga al concepto de Ideología.

La idea de autonomía relativa de la superestructura respecto de la base material es esencial, en función de ubicar

a la lucha ideológica en el centro del debate; más aún, en tiempos en que los avances tecnológicos que acompañaron una nueva etapa del capitalismo a escala planetaria configuraron un escenario de concentración económica en el control y propiedad de los medios de comunicación.

Todo hecho periodístico pertenece al escenario del debate y de la puja en torno al poder, porque lo defiende, lo avala, lo sustenta o lo justifica, o porque lo cuestiona y hasta trabaja para su destrucción, para su reemplazo o para su modificación sustancial.

Se reconoce la práctica periodística como perteneciente al terreno de la disputa por el poder y del poder, es decir, como ámbito de la propaganda.

El periodismo, desde esta perspectiva, forma parte del concepto genérico de propaganda, es una especie particular de propaganda, que se especifica y se define por una metodología y un conjunto de técnicas propias. Esa especificidad del hecho periodístico, que lo distingue del resto de los mensajes que pertenecen al ámbito de la propaganda es su Objetividad, entendida esta como inexcusable referencia al hecho objetivo, revelado por la fuente.

Se puede decir entonces que el periodismo es propaganda objetiva, basada en hechos susceptibles de ser constatados y confirmados en su objetividad y veracidad por las llamadas fuentes, sean estas directas, indirectas, testimoniales o documentales.

Ducrot (2005), propone la siguiente perspectiva para el análisis: “La dicotomía Objetividad-Subjetividad no sólo es insuficiente, sino que es errónea. La naturaleza del hecho periodístico surge de la relación dialéctica que existe entre Objetividad-Subjetividad y la dicotomía entre Parcialidad e Imparcialidad. Asimismo, esa resolución dialéctica encierra el principio de autonomía metodológica necesario para llevar adelante el análisis del discurso periodístico con herramientas propias, es decir, pertenecientes al dominio de la teoría y la práctica periodística con independencia del marco teórico propuesto por la semiología (análisis del discurso)”<sup>1</sup>.

Así, como la Objetividad es un componente del hecho periodístico, el mismo necesariamente será Parcial, como lo es toda actividad humana desde el punto de vista cultural antropológico, y entendida esa Parcialidad no como aceptación de una parte en detrimento del todo sino como asunción de una posición propia del periodista y/o del medio ante el complejo y multifacético entramado de hechos sobre los que trabaja la práctica periodística.

En consecuencia, desde el modelo de Intencionalidad Editorial, se sostiene que el hecho periodístico debe ser necesariamente Objetivo y es necesariamente Parcial.

En esa dialéctica se apoya el discurso periodístico del bloque de poder para incurrir entonces en un “error” deliberado -en un alejamiento de concepto de Objetividad respecto de su necesaria referencia a hechos comprobables-, al convertir su Parcialidad en Objetividad. Dicho de otro modo, al convertir su propia Parcialidad (discurso de clase o de grupo) en Objetividad (en discurso universal).

Por consiguiente, el desafío a la hora del análisis del discurso periodístico desde un marco teórico e instrumental propio consiste en develar cuál es la Intencionalidad Editorial de ese discurso, entendiendo a esta última categoría (Intencionalidad Editorial) como el conjunto de informaciones y de reflexiones, fundadas, constatables y confirmables, según fuentes, que a su vez permiten descubrir qué discurso de clase o de grupo se esconde detrás del discurso con pretensiones de validez universal. Es decir, cuál es la Parcialidad transformada en Objetividad.

## Metodología a emplear

---

<sup>1</sup> Ducrot, Victor Hugo. (2005). *Intencionalidad editorial. una síntesis introductoria hacia una metodología propia para el análisis del discurso periodístico* en Revista Question, vol.6, <http://www.perio.unlp.edu.ar/question>, 25 de mayo de 2005.

El objetivo final de la Intencionalidad Editorial es desentrañar cuál es la parcialidad de grupo/sector/clase convertida en valor universal o natural a través del sentido común construido en las noticias sobre un determinado tema. Asimismo, trabaja sobre cuáles son los mecanismos que se utilizan para enmascarar esa parcialidad. Para llegar a esto, el modelo metodológico plantea un análisis cuantitativo y cualitativo de la información relevada bajo el método de un observatorio de medios.

El modelo combina, entonces, métodos de análisis cuantitativos y cualitativos. Los primeros apuntan a la obtención de datos estadísticos a partir de la selección de muestras conformadas por una cantidad específica de medios, durante un período de tiempo determinado y sobre unidades temáticas acotadas. Los segundos apuntan a un análisis contextualizado de las conductas mediáticas observadas, que permita brindarle al usuario del Observatorio un mapeo de las mismas y un plan de acción ante ellas.

En nuestra propuesta de investigación, se determinará un corpus de análisis constituido por ejemplares de diarios El Independiente y Nueva Rioja que hayan manifestado en algunos de sus titulares noticias, opiniones, editoriales o notas referidas a la Violencia hacia las Mujeres durante el año 2022.

Una vez delimitado el corpus, mediante técnicas cuantitativas, se seleccionará y cuantificarán las piezas periodísticas que traten el tema seleccionado. Esto se hará mediante una serie de planillas especialmente diseñadas para volcar en ellas los datos requeridos en la etapa cuantitativa del estudio.

Los datos obtenidos se analizarán de forma estadística, clasificándolos según diferentes aspectos temáticos, de tratamiento y ubicación. En el caso de los medios gráficos, se discriminarán primeras planas, páginas interiores, determinación de secciones y ubicación específica dentro de cada página.

Luego, se seleccionarán las piezas más relevantes que sirvan de base para el análisis cualitativo conforme al modelo de Intencionalidad Editorial. A este efecto, se examinarán indicadores de intencionalidad editorial, características de fuentes y agenda seleccionada.

Por otra parte, las piezas serán sometidas a un proceso de contextualización analítica, tomando artículos o programas anteriores del mismo autor, del mismo medio y de otros medios nacionales sobre la temática, con el fin de compararlos entre sí y determinar el comportamiento histórico editorial de los periodistas y los medios involucrados.

Al mismo tiempo, se investigarán cuestiones relacionadas a la economía política de los medios seleccionados: conformación histórica, actuales pertenencias corporativas, estructuras societarias e ingenierías financieras.

También, se establecerán relaciones entre esos medios y los ámbitos cultural, económico, social y político, tanto locales como nacionales

## **Resultados esperados al finalizar el proyecto**

Al finalizar el proyecto se espera tener los siguientes resultados:

Una recopilación y selección de piezas periodísticas de los diarios El Independiente y Nueva Rioja del año 2022 que hayan abordado el tema de la Violencia hacia las mujeres

Un análisis de las principales piezas, determinando la intencionalidad de los medios con respecto al tema tratado

Una propuesta para trabajar con los medios y periodistas desde el enfoque de Derechos Humanos de las Mujeres

## Principales resultados y conclusiones de la investigación situada en el año 2012

A continuación, se comparten los principales resultados y conclusiones de la investigación que focalizó sobre el objeto reseñado durante el año 2012.

Sólo el 1 por ciento del total de los titulares de los periódicos riojanos del año 2012 trabajaron la cobertura de las violencias contra las mujeres. En este sentido, importa destacar que casi nunca la cuestión de representatividad es un detalle.

A esto se suma que la mayoría de las publicaciones se expresaron como *noticias*, es decir, hechos que revisten importancia por su carácter actual, y que el 71 por ciento de los casos de estos eventos se encontraron ubicados en la sección Policial, mientras que el sólo un 2.3 por ciento en la sección Sociedad.

Estos datos puestos así, nos invitaron a pensar en la escasa problematización en la prensa escrita sobre las violencias contra las mujeres como problemática social estructural. Los casos se presentaron como hechos personales y aislados.

Otro dato que importa poner en valor es que casi la mitad de las piezas analizadas presentan justificación al victimario o culpabilizan a la mujer. Esto no puede sino permitirnos reflexionar sobre la falta de apego a la ley 26485 y la complicidad o reproducción de los medios respecto al sistema de exclusión y opresión que pone las existencias de los varones por encima de las de las mujeres en términos de subordinación, es decir, complicidad y reproducción con y del sistema patriarcal y androcéntrico.

Además, el tratamiento sensacionalista en más del 40 por ciento de las piezas analizadas puso al desnudo, en la misma línea, la espectacularización que hizo la prensa escrita en el año 2012, lo que sugiere respecto al tema en sus audiencias lecturas siempre inaugurales y sorprendentes.

En cuanto a las fortalezas podemos enunciar que aun antes de que se incorpore en el Código Penal Argentino la figura femicidio (de hecho, en el mes de octubre de 2012 el asunto fue cubierto por los diarios y por ello formó parte del corpus analizado), la prensa escrita riojana ya nombraba de esta forma a los asesinatos de mujeres. Otro punto relevante es que, aunque las menos de las veces la cobertura se ha presentado en páginas impares (consideradas de mayor importancia por el impacto visual, de acuerdo con las pautas de lectura occidental), la extensión que han dedicado en términos espaciales ha sido destacada.

En síntesis, el análisis del corpus de esta investigación aplicada en el periodo 2012 invita a pensar en la necesidad de seguir trabajando en la incorporación de recomendaciones vinculadas a los tratamientos respetuosos y con perspectiva de género, de derechos, en las prácticas cotidianas periodísticas de los medios escritos de La Rioja, recomendaciones que se han creado desde distintos organismos, como el INADI, la Defensoría del Público, entre otros, y seguir monitoreando cómo operan los agentes periodísticos desde el enfoque de la Intencionalidad Editorial, es decir, atender a qué responden, qué reproducen y con qué estrategias en cada momento histórico.

## Bibliografía

ALTHUSSER, Louis (1978). *Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado*. Siglo XXI.

BELLUCI, Mabel (1992). De los estudios de la mujer a los estudios de género: han recorrido un largo camino. En Fernández, Ana María. *Las mujeres en la imaginación colectiva*. Paidós.

BOURDIEU, Pierre y otros (1998). *El oficio de sociólogo*. Siglo XXI.

CASTELLS, Carme (1996). *Perspectivas feministas en teoría política*. Paidós.

CHAHER, Sandra y SANTORO, Sonia (2007). *Las palabras tienen sexo*. Artemisa Comunicación.

- CIRIZA, Alejandra (2002). *Ciudadanas de fin de siglo: transnacionalización de escenarios y privatización de derechos. Observaciones sobre la crisis del capitalismo tardío*. Mimeo.
- CIRIZA, Alejandra. Feminismo, política y crisis de la modernidad. En *El Cielo por Asalto*, Año 2, N° 5, Buenos Aires, 1993.
- DE BARBIERI, Teresita (1993) Sobre la categoría género. Una introducción teórico-metodológica. En *Debates en Sociología* N° 18.
- DOMENACH, Jean Marie (1993). *La propaganda política*. Eudeba.
- EGO DUCROT, Víctor (2007). *Objetividad-Subjetividad. Mito del periodismo hegemónico* en EGO DUCROT, Víctor y otros. *Intencionalidad Editorial*. Ediciones de periodismo y comunicación.
- EGO DUCROT, Víctor (2006). *La Intencionalidad Editorial*. En *Trampas de la comunicación y la cultura*.
- ESPECHE, Ernesto (2006). *La investigación de los procesos periodísticos* en *Trampas de la Comunicación y la cultura*, N° 40, La Plata.
- FRASER, Nancy (1992). Repensando la esfera pública: una contribución a la crítica de la democracia actualmente existente. En Calhoun (comp.): *Habermas y la esfera pública*. Inglaterra, Cambridge.
- FERNANDEZ HASAN, Valeria (2006). *La construcción mediática del sentido común: Imágenes sobre los procesos de ciudadanización de las mujeres. Análisis desde una perspectiva de género*. 1985/2003. Tesis Doctoral. Mendoza, UNCuyo.
- FOUCAULT, Michel (1985). *Verdad y Poder*. En *Microfísica del Poder*. La Piqueta.
- GRAMSCI, Antonio (1973). *Antología*. Siglo XXI.
- HARDING, Sandra (1999). *¿Existe un método feminista?* En Bartra, Eli: *Debates en torno a una metodología feminista*. México, Universidad Autónoma Metropolitana. Col. Ensayos, UAM-Xochimilco.
- LOPEZ, Fernando (2006). *Periodismo y Propaganda*. En *Trampas de la comunicación y la cultura*.
- LULL, J (1997). *Medios, Comunicación, Cultura. Aproximación global*. Amorrortu.
- MAC QUAIL, Denis (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós.
- MARTINI, Stella y LUCHESSI, Lila (2004). *Los que hacen la noticia. Periodismo, Información y Poder*. Biblos.
- MATTELART, Armand (1998). *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. 14° edición. Siglo XXI, 1998.
- MATTELART, Armand (1997). *Economía Política*. En *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós.
- MATTELART, Armand (1996). La gestión invisible de la gran sociedad, El Choque de las ideologías y La escuela de la astucia. En *La comunicación mundo*. Siglo XXI.
- MURARO, Heriberto (1987). *Economía y Comunicación: convergencia histórica e inventario de ideas con especial referencia a América Latina*. En *Invasión cultural, economía y comunicación*. Legasa.
- PORTELLI, Hugues (1974). *Gramsci y el bloque histórico*. Siglo XXI.
- SCOTT, Joan (1990). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En *VVAA: Historia y género: las mujeres en la Europa Moderna y contemporánea*. Ed. Alfons el Magnanim.

# “Científicas de Acá”: comunicación de la ciencia y ciberfeminismo

Analía Leonhardt Yahari

analialeonhardtyahari@yahoo.com.ar

Romina Ayré

ayreromina@gmail.com

**Universidad Nacional de Moreno**

## Resumen:

La comunicación de la ciencia en Argentina y gran parte de América Latina se encuentra en un período de profesionalización, dado por la creciente especialización de los profesionales gracias a la oferta de formación y capacitación específica, como así también por el interés de reconocimiento social de los actores intervinientes. Este proceso, a su vez, coincide con una transformación en la ecología de medios que tiene un impacto en cuestiones relacionadas con los géneros discursivos, los roles profesionales, las rutinas de trabajo y los modelos de negocio en la práctica profesional (Vara, 2022).

Contemporáneamente a este proceso de profesionalización en el campo de la comunicación de la ciencia, en el plano social hay un resurgimiento de nuevas corrientes feministas que ponen en relieve problemáticas poco tenidas en cuenta hasta el momento con el objetivo de generar cambios estructurales. En este sentido, tomamos el concepto “ciberfeminismo”, acuñado por Sadie Plant en 1997 en el que se define al ciberactivismo como un punto de inicio para acabar con las desigualdades propias del sistema patriarcal, dando lugar a nuevos escenarios más equitativos (Alonso - González, 2021).

Con relación a esto, en nuestro trabajo analizamos el caso de "Científicas de Acá", una iniciativa de divulgación científica que tiene como propósito visibilizar el trabajo de mujeres referentes en la ciencia de Argentina y la región.

El proyecto, abordado desde una perspectiva de género y diversidad, fue iniciado por cuatro mujeres de diferentes disciplinas en septiembre de 2020 hasta la actualidad, a través de diferentes plataformas digitales, principalmente una página web.

El caso de estudio seleccionado es abordado desde una perspectiva metodológica cualitativa que nos permite centrarnos en experiencias e interpretaciones. Como objetivo general nos propusimos indagar cómo son estos nuevos roles profesionales en la comunicación de la ciencia y si el proyecto “Científicas de Acá” se puede considerar un caso de ciberfeminismo. En relación con los objetivos específicos nos planteamos describir y analizar las motivaciones que originaron la iniciativa, la distribución de roles a su interior, las actividades desarrolladas, y los modos de financiación.

## Introducción

En Argentina y gran parte de América Latina como en Brasil, México, Colombia y Chile, la comunicación de la ciencia está experimentando un proceso de profesionalización impulsado, principalmente, por la creciente especialización de los profesionales gracias a la disponibilidad de programas de formación y capacitación específicos en universidades nacionales e institutos vinculados a la ciencia y la tecnología. Asimismo, se observa una búsqueda

de reconocimiento social por parte de los actores intervinientes como así también el reclamo por un lugar propio en el mercado laboral (Vara, 2015, 2022).

En nuestro trabajo, partimos del supuesto de que este proceso de profesionalización se da en paralelo a la transformación en la ecología de los medios, lo cual pone en crisis cuestiones relacionadas con los géneros discursivos, los roles profesionales ya establecidos, las rutinas de trabajo y los modelos de negocios en la práctica profesional. A su vez, coincide con el surgimiento de nuevas corrientes feministas, nuevos reclamos y con nuevas formas de manifestación.

Es por esto que nos proponemos analizar el caso "Científicas de Acá", un proyecto de comunicación de la ciencia, abordado con perspectiva de género y diversidad, iniciado en 2020 y en continuidad hasta la actualidad, con el fin de visibilizar el trabajo de mujeres científicas de Argentina y la región. Como objetivo general nos propusimos indagar cómo son estos nuevos roles profesionales en la comunicación de la ciencia y si el caso analizado puede ser considerado ciberfeminismo. En relación con los objetivos específicos nos planteamos describir y analizar las motivaciones que originaron el proyecto, la distribución de roles a su interior, las actividades desarrolladas, y los modos de financiación.

El caso de estudio seleccionado fue abordado desde una perspectiva metodológica cualitativa que posibilita centrarnos en interpretaciones y experiencias. Como indica Maxwell (1996), nos permite acceder a la comprensión del significado de los acontecimientos, situaciones y acciones en las que se encuentra involucrado nuestro caso de análisis. Por un lado, se utilizó la técnica de entrevista semiestructurada con algunas de las integrantes del caso analizado para obtener datos en profundidad basados en experiencias y percepciones acerca del proyecto "Científicas de Acá", debido a que el contacto con los actores claves brinda información privilegiada (Descombe, 1999). Por otra parte, para infiltrarnos en situaciones con el fin de entender prácticas y procesos del caso de referencia (Descombe, 1999), se realizó la técnica de observación participante tanto en los conversatorios que las integrantes del proyecto realizaban como en los denominados "vivos", es decir, presentaciones online sincrónicas, que transmitían mediante las redes sociales.

## **Configuración y profesionalización de la comunicación de la ciencia**

Si bien hasta el momento ha sido poco estudiado, puede decirse que el campo disciplinar de la comunicación de la ciencia en Argentina empezó a gestarse a mediados del siglo XX y tuvo una gran expansión y consolidación en las últimas décadas (Cortassa y Rosen, 2019). Entre los años 1950 y 1960 se comienza a conformar en el país un sistema nacional de ciencia y tecnología en consonancia con políticas públicas destinadas a promover y financiar la investigación y el desarrollo (Albornoz, 2007). Durante el mencionado período surgen instituciones extrauniversitarias que impulsarán el crecimiento de la ciencia local tales como la Comisión Nacional de Energía Atómica en 1950, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria en 1956 y el CONICET en 1958, entre otras instituciones; y, aunque con interrupciones, surgen políticas científicas para promover la investigación en las universidades, sobre todo en las públicas (Vara, Mallo y Hurtado de Mendoza, 2011). No obstante, este período de crecimiento se ve interrumpido por los golpes de Estado producidos entre 1966-1973 y 1976-1983.

A partir de 1983, con el regreso de la democracia, se comienzan a vislumbrar una serie de acontecimientos que darían lugar años después al despliegue de la comunicación científica local. Por un lado, surgen instituciones de investigación y desarrollo, espacios de formación especializada. Cabe destacar que, como señala Márquez (2022), el establecimiento del Programa de Divulgación Científica y Técnica, iniciado en 1985, representó una contribución crucial para la institucionalización del periodismo científico en Argentina, donde emerge como un espacio específico con funciones y estructuras determinadas. Por otro lado, comienzan a tener lugar la incorporación del periodismo científico y la divulgación en los medios masivos y en la industria cultural.

Finalmente, a partir del 2003 y hasta el 2015, resurge el interés de las políticas públicas en el sistema científico-tecnológico. Interés que se refleja en 2007 con la creación del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva, organismo que impulsó las iniciativas de comunicación científica. Asimismo, durante este período se generaron espacios de divulgación televisiva tanto en cadenas públicas como universitarias, se consolida la oferta de formación especializada en diversas instituciones y surgen asociaciones de representación de los trabajadores del periodismo científico.

Ahora bien, en lo que respecta al proceso de profesionalización de la comunicación de la ciencia y del periodismo científico en particular, tal como señala Vara (2015; 2022), tanto en Argentina como en varios países de América Latina, puede rastrearse a partir de los ochenta a través de una serie de indicadores. En primer lugar, hay una comunidad de practicantes especializados que desarrollan tareas, ya no de manera esporádica, sino como parte del *staff* estable o como colaboradores en lugares específicos y en secciones específicas acordes a la temática.

Otro indicador está dado por la creciente oferta de formación especializada de grado y posgrado en diversas instituciones académicas y en centros de investigación. A mediados de los ochenta, en Argentina, en el ex Instituto Campomar (hoy Leloir) se comenzó a dictar un curso especializado en periodismo científico. Más recientemente se crearon especializaciones en comunicación de la ciencia como las de las universidades de Córdoba, Quilmes, Río Negro y Buenos Aires. Incluso la Universidad Nacional de Moreno (UNM), en su formación de grado de la carrera de Comunicación Social, tiene la orientación en Comunicación Científica. Por otra parte, también se crearon espacios sistemáticos y específicos de discusión como, por ejemplo, el Congreso Internacional de Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología (COPUCI), iniciado en el año 2011.

Por último, el surgimiento de una identidad colectiva otorgada a partir de la creación de asociaciones profesionales tales como, inicialmente, la Asociación Argentina de Periodismo Científico (AAPC), la Asociación Argentina de Divulgación Científica (AADC), creadas en la década del sesenta y noventa, respectivamente. Otras asociaciones creadas más recientemente y con mayor actividad que las anteriores son la Red Argentina de Periodismo Científico (RADPC), creada en 2007, de la cual se desprende en 2019 la red Es Periodismo Científico (EsPeCie). Por último, la existencia de instituciones públicas y privadas que reconocen la especialidad y brindan apoyo realizando convocatorias a profesionales para los lugares de trabajo, crean oficinas, premios y actividades vinculadas al área.

## **Condiciones de empleo en Argentina**

Acerca de la situación laboral actual de los periodistas argentinos en los medios gráficos tradicionales, la investigación realizada por Rodríguez Mora y Díaz Marengi (2021) revela que los profesionales se enfrentan a varios desafíos: salarios bajos, condiciones laborales precarias y la necesidad de adaptarse a las demandas de optimización de motores de búsqueda en línea (SEO, su sigla en inglés). Esta situación, combinada con la inestabilidad laboral, obliga a los profesionales a buscar empleos complementarios ante las dificultades de subsistir con un solo sueldo. Si bien el estudio se refiere al periodismo en general, es posible extrapolar el análisis al periodismo científico.

Frente a este panorama, los periodistas plantean distintas estrategias para afrontar la situación actual. Por un lado, proponen la unión colectiva y la construcción de una identidad representativa que les permita hacer frente a los desafíos laborales y defender sus derechos. Por otro lado, a nivel individual, la especialización en una temática particular y migrar hacia construidos desde la óptica nativa digital, que operen con otros modelos de negocio.

En definitiva, el estudio realizado por Rodríguez Mora y Díaz Marengi (2021) pone en relieve las dificultades que enfrentan los periodistas argentinos en los medios gráficos tradicionales y la importancia de buscar soluciones tanto a nivel colectivo como individual para hacer frente a los desafíos actuales del campo periodístico.

## **Activismo de mujeres**

Para describir un panorama de la profesionalización del periodismo científico específicamente relativo a un activismo de género es necesario hacer un breve recorrido histórico del feminismo en general, comprendido como la búsqueda de su rol de las mujeres en la sociedad y la consecuente organización en búsqueda de derechos.

Antes de realizar una historización de las corrientes feministas, resulta fundamental distinguir a los movimientos sociales de mujeres de los movimientos feministas, mencionando que, en los primeros hay reivindicaciones sociales que pueden afectar a toda la humanidad, mientras que en los segundos se tratará de reclamos que propendan a la justicia para las mujeres en pos de una igualdad entre los géneros (Gómez Yepes, T., Bría, M. P., Etchezahar, E. D., & Ungaretti, J. 2019).

Si bien la bibliografía es diversa según las corrientes de estudio, consideraremos aquí, de acuerdo a la corriente histórica europeísta, que existen tres períodos representativos en la historia del feminismo y un posible cuarto período aún en estudio constante.

La Primera Ola, o la búsqueda de los derechos civiles femeninos, se da en el contexto de la Revolución Francesa, la Revolución Americana y la Revolución Industrial Británica, entre finales del siglo XVIII y XIX, las mujeres reclamaban el reconocimiento como parte integral de la sociedad, ya que hasta ese entonces eran vistas como seres inferiores a los hombres en muchos aspectos como acceder a la educación o a la propiedad.

La Segunda Ola, o de los derechos políticos, que se dio desde mediados del siglo XIX hasta la década de los cincuenta del siglo XX, buscaba una identidad política feminista, el reconocimiento de derechos políticos y logro del derecho al voto, acceso a la educación y a posiciones laborales de igualdad.

La Tercera Ola, o de los derechos sociales, que se extendió hasta avanzada la década de los 80s, promueve la integración social; toma en cuenta las contribuciones de mujeres de clase trabajadora, lesbianas, mujeres afro-americanas y activistas del mundo en desarrollo ayudaron a transformar una política que inicialmente fue de la clase media, blanca y europea. Aquí se pregunta quiénes entran en la categoría de mujeres, tomando en cuenta la distinción sexo/género para comprender una ampliación de derechos que contenga a distintas capas sociales que trascienden las luchas de olas pasadas (Gómez Yepes, T., Bría, M. P., Etchezahar, E. D., & Ungaretti, J. 2019).

Así como las mujeres fueron históricamente marginadas o menospreciadas de la ciudadanía y los derechos sociales, también lo fueron del trabajo en la ciencia y la tecnología o corridas de su protagonismo sobre el aporte a la construcción de las sociedades actuales, así como en la construcción de nuevos roles profesionales a los que se dirige en esta escena. En este sentido, consideramos que la obra de Sadie Plant es pionera en el pensamiento de una sociedad que se mueve a una sociedad tecnocientífica. Plant toma como base el concepto de *Cyborg*, un ser compuesto de materia orgánica y elementos cibernéticos, para popularizar el término “ciberfeminismo”.

Según Peñaranda Veizaga (2019), Plant define al ciberfeminismo como la cooperación entre mujeres, máquina y nueva tecnología, argumentando que, al haber siempre estado éstas en los puntos centrales de las redes comunicativas, las tecnologías son esencialmente femeninas y el simple hecho de su utilización les otorga gran posibilidad de transformar la sociedad. También señala que la digitalización y la participación del género femenino en ellas es liberador (*per se*). Asimismo, señala que el ciberfeminismo reivindica las cualidades específicas femeninas para el uso y apropiación de tecnología, proponiendo que las mujeres no son víctimas pasivas de las condiciones materiales en las que viven, sino activas transformadoras de la sociedad a partir del uso que hacen de la tecnología.

## **Nuevos roles profesionales y su vínculo con el activismo de mujeres**

“Científicas de Acá” es un proyecto de divulgación científica iniciado en septiembre de 2020, cuyo propósito es visibilizar el trabajo de científicas argentinas y de la región, deconstruir estereotipos y cambiar la representación social de la ciencia, abordado desde una perspectiva de género y diversidad. Las impulsoras del proyecto son:

Julieta Alcain, licenciada y doctora en Ciencias Biológicas; Julieta Elffman, licenciada en Comunicación Social; Carolina Hadad, licenciada en Ciencias de la Computación y, Valeria Edelsztein, licenciada y doctora en Química. Cuatro científicas de diferentes disciplinas, tres de ellas (Alcain, Elffman y Hadad) se conocieron en el año 2020, en contexto de pandemia, mientras cursaban la Especialización en Comunicación Pública de la Ciencia de la Universidad de Buenos Aires.

El proyecto surgió a partir del interés en común por parte de las integrantes de contar historias de mujeres que fueron ocultadas por la historia de la ciencia, pero también contar la situación de las mujeres en ciencia y tecnología; las dificultades para acceder a cargos jerárquicos, por qué tan pocas mujeres lo logran, cuáles son las decisiones que se deben tomar al momento de dedicarse a la ciencia, entre otras cuestiones. Las integrantes entienden que el tema de las mujeres en ciencia ya ha sido abordado por otros colectivos pero consideran que su aporte radica en el hecho de “contar historias de mujeres reales con estos obstáculos, estas dificultades. Contar cómo fue su recorrido, su derrotero, qué cosas pasaron, si fueron exitosas o no, pero por qué sobre todo y de qué manera” (Elffman, 2021)<sup>1</sup>.

El proyecto se inició oficialmente con una página web<sup>2</sup> considerada, en palabras de Elffman, “una herramienta transformadora” de acceso libre, donde se armó un listado colaborativo de mujeres referentes en ciencia y tecnología del país. En relación con esto, resulta clave la modalidad de trabajo autogestiva que posibilita internet al ser un medio de “autocomunicación de masas” (Castells, 2012, p. 88) que posibilita una transformación de los usuarios de la comunicación en productores de la comunicación. Además, el incremento de la presencia de mujeres en Internet contribuye a convocar a una generación de activistas jóvenes, que son el público objetivo clave en la lucha contra los estereotipos instalados para lograr la igualdad de género (Escobar, 2016).

Si bien la página web es la herramienta central del proyecto, previamente, habían comenzado su interacción con el público en Twitter y, posteriormente, hicieron extensivo su trabajo en otras redes sociales como Facebook e Instagram. En ellas se mantiene una comunicación con sus seguidores, se convoca a eventos y conversatorios en los que las integrantes del grupo participan. De esta manera, “el mundo virtual contribuye cuanto menos a la agitación y al movimiento en el cotidiano no-virtual, de las estrategias que logremos diseñar para fortalecer el proceso dependerá finalmente que se convierta en una herramienta decisiva de transformación” (Boix, M.& de Miguel, A. 2002. p. 25).

Actualmente, “Científicas de Acá” cuenta con la publicación de dos libros. El primero con una selección de más de veinte historias de científicas. El segundo, una adaptación del primero, destinado al público infantil, que fue publicado gracias a los fondos obtenidos por la Beca Creación del Fondo Nacional de las Artes. De la venta de estos libros y otros artículos de la tienda de la página web es de donde proviene el principal modo de financiación del proyecto y, en menor medida, de algunas notas que realizan para diferentes medios como, por ejemplo, el diario *La Nación*.

Sin embargo, como ellas mismas indican, ese ingreso es “simbólico”, es decir, que no alcanza para sostener la actividad ni representa un ingreso fundamental para las participantes. En lo sustancial, los ingresos se utilizan para pagar el trabajo de las ilustradoras. Por otra parte, el grupo se comprometió a donar el diez por ciento de lo recaudado a diversas organizaciones territoriales como La Poderosa, una asociación civil sin fines de lucro de educación popular, e Isauro Arancibia, una asociación civil que lleva adelante un centro educativo para adultos,

---

1 Elffman, Julieta (2021). Entrevista realizada el 9 de noviembre por Leonhardt, de manera remota.

2 <https://www.cientificasdeaca.com/>

jóvenes e infancias en situación de calle, entre otras organizaciones.

En relación con esto, podemos inferir que el proyecto analizado puede ser vinculado más con la movimiento social feminista que busca dar visibilidad a las mujeres en ciencia y también la de colaborar con organizaciones que aportan a la educación que con un proyecto orientado a una rentabilidad económica. Siguiendo a Barrancos (2005), las mujeres pueden participar en una amplia gama de movimientos sociales; sin embargo, para que dichos movimientos sean considerados feministas, es necesario que aborden la justicia para las mujeres como una de sus principales preocupaciones.

En este sentido, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, Internet y las redes sociales, son utilizadas para la causa feminista como herramientas políticas para desafiar el sistema patriarcal y habilitar espacios transformación social. De esta manera, “Científicas de Acá” puede considerarse un caso de ciberfeminismo, como “una ventana abierta para acabar con el sistema patriarcal, lo que significa procurar nuevos escenarios para conseguir la igualdad de derechos entre hombres y mujeres” (Gago, 2012, p.12).

En relación con lo anterior y en línea con la definición de ciberfeminismo, se está desarrollando una alianza entre mujeres, máquinas y nuevas tecnologías en pos de llevar adelante una transformación social. Las autoras del proyecto “Científicas de Acá” se proponen que las mujeres que participaron en ciencia y tecnología sean visibilizadas a raíz de su labor. Para esta tarea, hacen uso de Internet y las tecnologías disponibles para la publicación de libros, creando así esta cooperación.

*“En este sentido, la idea de Sadie Plant no es la de erradicar las diferencias de género, sino, al contrario, reivindica las cualidades específicas femeninas para el uso y apropiación de tecnología, proponiendo que las mujeres no son víctimas pasivas sino activas transformadoras de la sociedad a partir del uso que hacen de ella.” (Peñaranda Veizaga, 2019, p.42)*

En lo que respecta a la organización de trabajo interno del proyecto, el mismo se encuentra en estrecha vinculación con el modelo de negocio. Pudo verse una división de roles en la edición del primer libro: Elffman se encargó de la parte editorial, Edelstein de la edición de los textos y Hadad de la página web. Sin embargo, en lo que respecta al trabajo en general no hay una división clara ya que la tarea se encuentra supeditada a los tiempos de cada una de las integrantes del equipo, dado que cada una de ellas desarrolla una actividad de manera independiente al proyecto, de donde obtienen sus ingresos. Como ellas mismas afirman, es un proyecto que demanda mucho tiempo y que, por el momento, no produce ganancias, pero que se realiza como una apuesta personal, social y política de cada una de las integrantes. Pero aunque sea una militancia, consideran que debe ser rentado de manera justa.

No obstante, a pesar de no tener un ingreso rentable en lo económico por el proyecto, sí han obtenido reconocimiento social por “Científicas de Acá”: el libro y el proyecto fueron nombrados como de interés cultural por "Transistemas", una organización que busca la inserción laboral de personas trans en la tecnología; fueron invitadas por Presidencia de la Nación a cambiar el nombre al Salón de la Ciencia Argentina de la Casa Rosada, anteriormente denominado el Salón de los Científicos; son invitadas a brindar charlas.

Entonces, a pesar de que el proyecto no es rentable en lo económico, es llevado adelante, principalmente, por una motivación social. Motivadas por la necesidad de contar historias de mujeres en la ciencia, pero “no contar historias de mujeres exitosas en el sentido tradicional patriarcal del término. Una mujer exitosa es la que logra llevar adelante su carrera profesional a pesar de las limitaciones que sufrimos las mujeres en relación a los varones” (Elffman, 2021). Pero también motivadas por, como ellas señalan, visibilizar la diversidad geográfica, de género, de cultura, de etnia, entre otras, porque buscan “romper un poco con esta idea de que la ciencia la hacen las personas blancas de clase media alta en las grandes ciudades del país” (Elffman, 2021).

## Consideraciones finales

---

En nuestro trabajo nos hemos referido brevemente a la situación actual del periodismo en Argentina y cómo la inestabilidad laboral propicia la migración de los profesionales a medios digitales, entre otros cambios. A su vez, planteamos que la transición de medios habilita el surgimiento de nuevos roles profesionales en la comunicación de la ciencia.

En relación con esto, luego de haber analizado de manera preliminar el caso “Científicas de Acá”, podemos inferir que en lo que respecta a la distribución de los roles hacia el interior del proyecto, son variables y están supeditados al tiempo que libre que les deja las ocupaciones que cada una de las integrantes tienen y de donde proviene su principal sustento. Debido a que el ingreso proviene de las ventas de los libros no representa un ingreso significativo.

Por otra parte, la página web es lo que, para las integrantes, es una herramienta transformadora. En ese sentido, resulta clave la modalidad de trabajo autogestiva que posibilita internet, en consonancia con su característica de ser un medio de “autocomunicación de masas” (Castells, 2012, p. 88). Asimismo, las nuevas tecnologías, Internet y las redes sociales, sirven a la causa feminista y encuentran allí una generación de mujeres jóvenes que son de vital importancia para la lucha contra los estereotipos y pos de la igualdad de género.

Por último, analizamos si el caso “Científicas de Acá” puede considerarse ciberfeminismo por sus actividades y sus objetivos. Pensado como una cooperación entre mujeres, máquina y nuevas tecnologías (Peñaranda Veizaga, 2019), observamos que el proyecto cumple con la condición del uso de las tecnologías, que en el marco del ciberfeminismo su utilización por parte de las mujeres es de por sí una herramienta transformadora de la sociedad y que además se utiliza en un sentido de justicia para una inequidad histórica en las mujeres que es el borrado de las mismas de la historia de la ciencia y técnica.

No obstante, consideramos que no es posible determinar solamente por la condición anteriormente mencionada que “Científicas de Acá” pueda encuadrarse dentro del ciberfeminismo por lo que es necesario continuar indagando al respecto.

Referencias bibliográficas:

Albornoz, Mario (2007). “Los problemas de la ciencia y el poder”. *Revista CTS*, 3(8), 47-65.

Alonso-González, M. (2021). Activismo social femenino en la esfera pública digital. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, pp. 133-156

Barrancos, D. (2005). Primera recepción del término "feminismo" en la Argentina. *Labrys* (8). En *Memoria Académica*. Disponible en: [https://memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.11393/pr.11393.pdf](https://memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.11393/pr.11393.pdf)

Boix, M., & de Miguel, A. (2002). Los géneros en la red: los ciberfeminismos. *El ciberfeminismo social. The Role of Humanity in the Information Age: an Ibero-American Perspective*. Santiago: Universidad de Chile. Recuperado de <https://www.mujiere.net/IMG/pdf/ciberfeminismo-demiguel-boix.pdf>

Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. México: Siglo XXI.

Denscombe, M. (1999). *The Good Research Guide for small-scale social research projects*. Buckingham: Open University Press. Caps. 7-8. Traducción de B. Freidin, M. A. Otamendi y I. Perugorría (2001) Documento de Cátedra No.4

Escobar, N. (2016). El papel de las redes sociales en la lucha por la igualdad de género <https://hipertextual.com/2016/01/redes-sociales-e-igualdad-de-genero>

Gómez Yepes, T., Bría, M. P., Etchezahar, E. D., & Ungaretti, J. (2019). Feminismo y activismo de mujeres: síntesis histórica y definiciones conceptuales. *Revista Calidad de Vida y Salud*, Vol. 12, número 1, pp. 48-61

Márquez, C. (2022). *Inicios del Programa de Divulgación Científica y Técnica de la Fundación Campomar y su vinculación con políticas científicas de la UBA. Segundo Congreso Internacional de Ciencias Humanas “Actualidad de lo clásico y saberes en disputa de cara a la*

sociedad digital". *Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, San Martín*. Recuperado de

<https://www.academica.org/2.congreso.internacional.de.ciencias.humanas/305>

Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative research design. An interactive approach*. California: Sage publications. Traducción de M. L. Graffigna, CEIL. Capítulo 1.

Peñaranda Veizaga, I. (2019). Ciberfeminismo: sobre el uso de la tecnología para la acción política de las mujeres. *Punto Cero*, 24(39), 39-50. Recuperado en 02 de abril de 2023, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762019000200003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762019000200003&lng=es&tlng=es)

Plant, S. (1996), "Feminisations. Reflections on women and virtual reality", en Hershman Leeson, Lynn (ed.), *Clicking in. Hot links to digital culture*, Seattle, Bay Press, pp. 37-38.

Rodríguez Mora, S. y Díaz Marengi, P (2021). "El precario oficio de informar", *Crisis*, 15 de marzo de 2021. Recuperado de <https://revistacrisis.com.ar/notas/el-precario-oficio-de-informar>

Vara, A. M. (2015). "Periodismo científico: entre la profesionalización y los desafíos del cambio tecnológico". En Susana Espinosa (comp.), *Ciencia, arte y tecnología. Enfoques plurales para un abordaje multidisciplinar*. Remedios de Escalada: Editorial de la UNLa, pp. 167-184.

--- (2022). "Periodismo científico y comunicación de la ciencia: la profesionalización frente a la transición digital", *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, vol. 17, número 50, julio, pp. 187-194.

Vara, A. M., Mallo, E. y Hurtado de Mendoza, D. (2011). "Universidad y sociedad del conocimiento: apuntes históricos y perspectivas actuales en contrapunto entre centro y periferia". Publicado en Thomas, H., Gianella, C. y Hurtado de Mendoza, D. (comps.), *El conocimiento como estrategia de cambio. Ciencia, innovación y política*, San Martín, UNSAM Edita, pp.105-163.

# La democratización de la palabra: edición independiente, feminismos y disidencias

Marcia Lorena Sueldo  
marciasueldo@yahoo.com.ar

Universidad Nacional de Quilmes

## Resumen

Este año se cumplen cuarenta años de democracia sin interrupciones en Argentina. La recuperación de la libertad de expresión, entre otros derechos saqueados por la Dictadura, y el fin de la censura en el ámbito editorial fue un proceso que tuvo varias etapas. En este trabajo, nos vamos a concentrar en las últimas dos décadas cuando el fenómeno de la edición independiente emerge de manera significativa y, sobre todo, en los últimos diez años cuando un conjunto de editoriales enfoca su mirada y abre sus puertas a los feminismos y la comunidad LGBT+, siendo parte o acompañando las luchas por ganar más derechos. Trataremos de mostrar cómo las voces tradicionalmente marginadas encuentran un espacio de realización en la edición independiente dando pie a una mayor democratización de la palabra. Para esto, exploraremos las cualidades que hacen de las editoriales independientes el ámbito propicio para la difusión de esas voces que, aún en democracia, todavía no ocupan un lugar de igualdad respecto a otras que replican la heteronorma y el patriarcado dominantes.

*... hay palabras que pueden por fin pronunciarse, fijando en esa pronunciación una arremetida potente contra lo no dicho o lo activamente retenido.*

Nora Domínguez<sup>1</sup>

## Introducción<sup>2</sup>

Es conocida la persecución y censura que durante la última dictadura militar argentina sufrieron los distintos actores de la industria del libro: editoriales forzadas a cerrar sus puertas, librerías clausuradas, libros prohibidos, autorxs amenazadxs, entre otras violencias. Esto detiene un proceso de crecimiento del ámbito editorial nacional y regional que apostaba a un público popular y que no se desentendía del rol político que la lectura ocupaba en el escenario del momento. De la publicación de 41 millones de ejemplares en 1976, se pasa a los 31 millones en 1979 (Román, V. y Spadaro, M. C., 2019, p. 176).

Con la vuelta a la democracia, paulatinamente, el rubro editorial fue recomponiéndose, aunque con las marcas que el terrorismo de estado había dejado. En la década del noventa comenzó un proceso global de centralización de las empresas editoriales que dio como resultado la consolidación de unos pocos grupos monopólicos que hoy lideran el mercado editorial.

---

<sup>1</sup> Domínguez, N. (2018). „Escrituras de la urgencia. Otra vuelta sobre arte, política y feminismo“ en Gualichos 1, Centro Cultural Paco Urondo, Filo:UBA (2019) pp. 7 a 18 ISSN 2683-9296

<sup>2</sup> Este trabajo expone resultados parciales de una investigación llevada a cabo en el marco de la Beca de Formación Inicial en la Investigación para Estudiantes en Etapa Final de Carrera de Grado 2021 (BeFI 2021) y el Seminario de investigación de la Licenciatura en Comunicación Social, ambos de la Universidad Nacional de Quilmes.

Si observamos las cifras de algunos de los mercados nacionales, podemos encontrar que se componen por lo regular en un 90% por editoriales medianas y pequeñas, que a su vez publican 30% y 10% de los títulos respectivamente. Por otra parte, los grandes grupos representan el 10% del total de estas empresas, aunque producen cerca del 60% de los libros disponibles en el mercado. En otras palabras, la concentración es un problema que afecta cada vez con mayor profundidad la composición del ámbito editorial. (Rivera Mir, 2021, p. 59)

En un panorama cada vez más globalizado, donde esos grandes grupos absorben a las empresas chicas, surgen en Argentina a partir de 2001, paradójicamente, en momentos de crisis económica profunda, pequeñas editoriales que proponen una producción, promoción y circulación de libros alternativas a las del mercado editorial hegemónico. Estas editoriales denominadas "independientes" (concepto en el que profundizaremos en el próximo apartado) se multiplicaron y diversificaron en las últimas dos décadas. Según Román, V. y Spadaro, M. C. (2019), "esto estuvo vinculado a elementos de resistencia a la concentración, por un lado y por otro, a las ventajas significativas en materia de publicación y de circulación de productos editoriales que otorgaron la difusión generalizada de las nuevas tecnologías" (p. 177).

Además del posicionamiento contrahegemónico que la existencia de un gran número de estas editoriales revela, se suma una postura antipatriarcal que proponen quienes basan su política editorial en la difusión de las voces del feminismo y las disidencias<sup>3</sup> como parte constitutiva. La heteronormatividad dominante dejó invisibilizadas a mujeres y personas del colectivo LGBTQ+ que ocuparon distintos roles en la historia de la edición y la literatura. Hoy, algunas editoriales independientes emergen como canales de visibilización. Los Encuentros Plurinacionales, el colectivo Ni Una Menos, la campaña por el aborto legal son puentes que se articulan con la proliferación de editoriales que producen, publican y traducen textos referidos a esos intereses. Hablamos de escritoras y editoras que gestionaron proyectos, en general organizados colectivamente, en función de las necesidades de estas luchas porque ellas mismas son sus protagonistas.

Si bien, hace un tiempo podemos ver en las vidrieras y mesas de las librerías comerciales textos sobre feminismo, diversidades sexo-genéricas o escritos por miembros de la comunidad LGBTQ+, esto responde a un aprovechamiento mercantil del crecimiento en las calles y el surgimiento mediático que sus luchas vienen teniendo. Son libros y autoras que, generalmente, circularon con éxito en ámbitos

Cuando decimos "disidencias" nos referimos específicamente a disidencias sexuales o de género entendidas como personas que se separan de la heteronorma para establecer relaciones diversas.

marginales lo que les garantiza, al ser cooptados, que tendrán respuesta positiva en las ventas.

En los siguientes apartados, después de analizar el concepto de "edición independiente", exploraremos algunas características que hacen de esta un terreno óptimo para ampliar la difusión de la literatura feminista y disidente y, de esa manera, garantizar la democratización de la palabra.

## Metodología

Este trabajo indaga, a partir de un estudio de casos, en un proceso social contemporáneo como es la construcción de una identidad particular dentro del campo editorial argentino: la edición independiente, feminista y disidente. El punto de partida es la idea de que existen relaciones de reciprocidad entre editoriales independientes y los colectivos feministas y LGBTQ+ en función de una mirada antihegemónica/antipatriarcal compartida.

---

3 Cuando decimos „disidencias“ nos referimos específicamente a disidencias sexuales o de género entendidas como personas que se separan de la heteronorma para establecer relaciones diversas.

La investigación que se lleva a cabo es "situada" ya que parte de variables históricas y políticas que ubican el objeto de estudio, las editoriales independientes argentinas, en principio, y, luego, específicamente, las vinculadas al campo del feminismo y el colectivo LGBT+, en un contexto determinado. Algunas de esas variables tienen que ver con la evolución de ese campo editorial, el lugar que ocupan o no en el mercado las editoriales analizadas, el rol de las mujeres y lxs miembros de la comunidad LGBT+ en el ámbito de la edición y la literatura, las luchas que llevan adelante ambos colectivos, entre otras.

Muchas de las afirmaciones aquí contenidas se lograron a partir de un contacto estrecho con el objeto. Este acercamiento se realizó mediante la asistencia a diferentes eventos protagonizados por lxs actores de esta investigación: ferias, conversatorios, presentaciones de libros, etc. En el universo de las editoriales independientes estas actividades tienen un significado importante, ya que, tienden a la construcción de una comunidad lectora con la que socializan en la virtualidad y cara a cara en estas instancias de encuentro: "orientan su producción a una comunidad lectora específica, más que a un público indiferenciado" (Badenes, 2020, p. 41). Por ello, la observación y participación fue ineludible para la investigación.

También se realizaron entrevistas semi-estructuradas como forma de contacto directo con editorxs ya que permitieron acceder a información no observable como sentimientos, intenciones o pensamientos de aquellas personas informadas sobre el referente estudiado. Las mismas se llevaron a cabo en septiembre de 2022, en el marco de la Fiesta del Libro y la Revista realizada en la Universidad Nacional de Quilmes. Las personas entrevistadas fueron: Marina Klein, quien lleva adelante Ediciones Frenéticxs danzantes (editorial pequeña que produce libros y *plaquettes* artesanales desde 2015; busca publicar textos contestatarios, que incomoden el *establishment*); Leticia Hernando, una de las editoras de La mariposa y la iguana (sus fundadoras y actuales editoras son la entrevistada y Dafne Pidemunt, ambas poetisas, publican desde 2010 y hoy tienen cerca de sesenta títulos, la mayoría aborda la diversidad de género) y Ezequiel Peralta, editor de Saraza ("editorial que trabaja con textos diversos para gente diversa"<sup>4</sup>; surgió a finales de 2017 y el eje que atraviesa su catálogo es la literatura *queer*<sup>5</sup> y el homoerotismo).

Cabe destacar que los materiales recolectados -o mejor dicho, construidos- no van a ser comprendidos como partes de una única realidad, ya que, "cada práctica hace visible el mundo a su manera (...), depende de los problemas que se hayan formulado, y estos problemas, a su vez, dependen de sus contextos, es decir, de lo que está disponible en un determinado contexto y de lo que un investigador puede hacer en ese escenario" (Denzin y Lincoln, 2012, pp. 50-51).

## ¿Qué es una editorial independiente?

El crecimiento significativo que tuvo el sector de la edición independiente en los últimos veinte años motivó y motivó múltiples intentos por aprehenderlo mediante su conceptualización. Existen muchas definiciones que cambian y coexisten en la medida que el fenómeno crece y van variando algunas características, mientras otras se consolidan.

Rivera Mir (2021) nos habla de un concepto "evasivo" que "suele definirse por negación". Según este autor, las editoriales independientes son las que no forman parte de un conglomerado transnacional y no dependen del Estado,

---

4 La editorial se define así en sus redes: „Somos una editorial que trabaja con textos diversos para gente diversa“.

5 Lo queer es asociado a una identidad sexo-genérica que no se atiene al binarismo. Originalmente, la palabra significa „raro“, esta expresión, como muchas otras, inicialmente discriminatorias, es reivindicada por parte de la comunidad LGBT+ y apropiada para nombrarse. Otra acepción es como sinónimo de homosexual. En ese sentido, es interesante el planteo que hace Adrián Melo en el „Prólogo“ a su libro *Historia de la literatura gay en Argentina. Representaciones de la homosexualidad masculina en la ficción literaria* [2011. Lea. Buenos Aires] sobre el origen y la intención de la „literatura gay“. Afirma que esta no es un género sino una categoría política.

ni reciben recursos de alguna universidad. Aunque advierte que resulta problemático encontrar características mínimas que aúnen tantas alternativas y concluye que "la definición de quiénes son independientes pasa por la estructura de la empresa, los procesos organizativos, las relaciones con los lectores y con los autores y, especialmente, por cómo construyen sus catálogos" (pp. 67-68).

Un relevamiento hecho en 2019 da cuenta de 426 editoriales que se autodefinen o son denominadas como independientes, de las cuales el 92,5% se originó en las últimas dos décadas. Se ve una "democratización del quehacer editorial" que "implica la ampliación del acceso a un saber y una práctica antes más restringida, que tiene como consecuencia un aporte al pluralismo (...), a la bibliodiversidad<sup>6</sup>" y que se da en un marco global de concentración y privatización, como contracara de sus lógicas (Badenes, 2020, pp. 21-22).

Gazzera (2016) define las editoriales independientes no solo como aquellas que no tienen vínculos con los grupos transnacionales o extranjeros, sino también como las que construyen "un catálogo contra-hegemónico al dictado de la mercadotecnia y la receta a medida de usuarios previamente definidos" (pp. 60-62).

López Winne y Malumian (2016) caracterizan una editorial independiente como la que se enfoca en construir un catálogo de calidad sin resignar la rentabilidad del proyecto, se autosustenta, se compromete con la difusión de sus autorxs y decide qué publicar sin condicionamientos.

Szpilbarg (2019) problematiza el concepto, afirma que "la edición independiente puede comprenderse como un grupo de prácticas editoriales, y, por otro lado, como tomas de posición respecto a las condiciones, constricciones y factibilidades de estos proyectos en el campo cultural" (p. 98) y concluye que la independencia editorial "más que un conjunto de características concretas, se constituyó como un modo de posicionamiento que 'construye' discursivamente a ciertos editores" (p. 126).

Para Gallego Cuiñas (2022) hay que "pensar el *dispositivo* de la edición independiente como *feminista*, en tanto objeto performativo, colectivo, marginal, emancipado, desobediente y militante"; así caracteriza a estas editoriales que trabajan en común y que tienen cada vez más mujeres participando en "la construcción del gusto literario". Su definición no tiene que ver con las mujeres editoras o editadas sino con un tipo de políticas que "ponen en jaque los valores dominantes -de los grandes grupos- y las propias estructuras de la industria -o Institución- del libro. (...) políticas de bibliodiversidad y de igualdad" (pp. 14-15).

La autogestión, la presencia masiva de mujeres, relaciones horizontales y más igualitarias entre lxs actores del proceso editorial, un catálogo diverso, mayor accesibilidad tanto a la publicación como a la lectura son todas cualidades que hacen de la edición independiente un espacio plural que desafía la lógica capitalista y patriarcal de las grandes editoriales monopólicas. A continuación, veremos cuáles específicamente allanan el terreno para la difusión de voces feministas y disidentes.

## **¿Qué características hacen de las editoriales independientes el terreno propicio para las voces feministas y disidentes?**

Interés por la bibliodiversidad

Cuando hablamos de bibliodiversidad nos referimos a una analogía con el término biodiversidad. Hawthorne (2018) lo explica así: "es un sistema complejo y autosuficiente de relatos, escritura, editorial... tanto los escritores como los productores son comparables a los habitantes de un ecosistema. La bibliodiversidad contribuye con el florecimiento de la cultura y la salud del ecosistema social". La autora sostiene que solo puede haber equilibrio cuando diferentes voces se hacen oír (pp. 20-21), sobre todo, las que provienen de los márgenes donde ubica a

6

El concepto de bibliodiversidad será retomado y explicado en el próximo apartado

"las mujeres y los grupos de gente esclavizada que siempre se han topado con obstáculos para que sus ideas se publiquen" (p. 13).

Para ejemplificar la bibliodiversidad, vamos a describir brevemente los catálogos<sup>7</sup> de tres editoriales elegidas por su relación con nuestro eje de trabajo y cuyxs editorxs fueron entrevistadxs.

El primero de los catálogos al que nos vamos a referir es el de la pequeña editorial Frenéticxs danzantes. Hay libros de relatos, otros de poesía y algunos ensayísticos. Lo particular de sus ediciones es que abundan las *plaquettes* con un formato distinto al de los libros y una encuadernación más artesanal, su brevedad y diseño simple posibilitan la venta a bajo costo y mantienen la mística del *fanzine*. En la gráfica de la editorial aparece la expresión "literatura visceral" que caracteriza el enfoque que se le da a su catálogo. La editora, Marina Klein, se percibe como una "militante de todos los derechos posibles, de todas las libertades posibles, de todos los goces posibles" y con este criterio elige qué publicar. Algunos de sus títulos abordan problemáticas actuales que sufren las mujeres, sobre todo las que pertenecen a grupos vulnerados (pobres, migrantes, trabajadoras domésticas). Estos textos denuncian y expresan voces y temas que no aparecen en las vidrieras de las librerías.

De las tres editoriales analizadas, La mariposa y la iguana es la que cuenta con más libros publicados. Su catálogo se compone principalmente de textos de poesía, aunque también tienen libros de relatos y ensayo. La tendencia de sus publicaciones hace pie en la diversidad sexo-genérica. Sus títulos desafían la edición hegemónica, por un lado, por la relevancia que se le da a la poesía, género literario opacado por la narrativa en el circuito comercial y, por otro, por la perspectiva de género en la elección de los temas de sus publicaciones como de sus autorxs, entre ellxs referentes de la comunidad LGBTQ+, como Effy Beth<sup>8</sup>. Leticia Hernando, una de sus editoras y fundadoras, nos contó que su compromiso es el de "construir otro imaginario" y definió la edición independiente como aquella que construye "un catálogo con conciencia, con criterios que no responden al mercado sino con la responsabilidad del contenido simbólico que uno pone a circular".

El último de los catálogos que vamos a presentar, para ejemplificar el interés por la bibliodiversidad, es el de la editorial Saraza. Cuando lo entrevistamos, su editor, Ezequiel Peralta, manifestó que su primer objetivo al fundar la editorial había sido "rescatar algunos autores LGBTQ que estaban medio en el olvido" para luego "darle lugar a nuevas voces, sobre todo de las literaturas disidentes". En su catálogo, el homoerotismo sale del lugar marginal al que la heteronorma lo tenía condenado. El último texto publicado por Saraza es *La lira marica. Una antología de poesía homoerótica argentina*, cuya compilación estuvo a cargo de Enzo Carcano y Jorge Luis Peralta (2022). Este libro reúne a más de cien autores de todas las épocas que hablan del amor homosexual.

La composición de los catálogos de las tres editoriales analizadas, como las de otras interesadas en darle voz al feminismo y la comunidad LGBTQ+, ilustra los valores de las "políticas de bibliodiversidad" (Gallego Cuiñas, 2022, p.19): la elección de géneros "menores", como la poesía, el ensayo o el teatro; la publicación de escritoras, disidencias y autorxs noveles y la publicación de traducciones locales.

## **Ethos militante**

La edición independiente llegó para democratizar el campo cultural y creció a principios de los 2000, cuando nuestro país pasaba un momento crítico. Emergieron en Argentina las asambleas barriales, los clubes del trueque, el cooperativismo, fábricas e imprentas recuperadas y otras alternativas para lidiar con las consecuencias de la crisis económica, social y política desencadenada en diciembre de 2001. Para Szpilbarg (2019, pp. 82-83) esto redundó

---

7 Los catálogos pueden ser consultados en las páginas de cada editorial consignadas al final de la Bibliografía.

8 Effy Beth (1989 - 2014) fue una artista performer y activista *queer* que, desde el arte, desafió los condicionamientos de género.

en la producción cultural, dejando como remanente un "*ethos* militante" que se aplica también a "algunos emprendimientos editoriales".

Estos grupos encontraron su característica propia a partir de la acción directa y el rechazo a la mercantilización de la vida social. Al mismo tiempo, fueron vinculándose con otras luchas político-sociales, en el marco de relaciones de afinidad y solidaridad con otras organizaciones sociales movilizadas. Estos aspectos de agrupamiento cooperativo, autónomo y horizontal los veremos en diversos proyectos editoriales... (p. 83)

Las editoriales independientes continúan con esa "militancia". La "acción directa" y el "rechazo a la mercantilización" se ve en su manera de comercialización cara a cara en las ferias y eventos, en la difusión y el contacto a través de las redes con su comunidad de lectorxs, no hay anonimato en esos intercambios, y en sus dinámicas cooperativas: es común ver varias editoriales compartiendo la misma mesa en una feria, cuidando o difundiendo el material de otrxs.

La adscripción al feminismo y la comunidad LGBTQ+ manifiestas en los catálogos, en lo que publican en sus redes y en los eventos en los que participan muchxs editorxs dan cuenta del vínculo con el contexto político-social. Por ejemplo, Leticia Hernando de La mariposa y la iguana, durante la entrevista realizada en el marco de esta investigación, se reconoció como participante de los Encuentros de Mujeres y de la campaña por el aborto legal, incluso antes de que llegara al Congreso y, una vez editora, como difusora de esas luchas: "fuimos nosotros como fueron un montón de ediciones independientes, fanzineras, que empezaron a poner otros contenidos sobre la mesa".

Domínguez (2018) establece la primera marcha de Ni Una Menos en 2015 como hito para que surgieran proyectos colectivos que reunieron a artistas, escritorxs y editorxs "a la vera de la lucha":

*Los documentos que se leyeron en cada marcha pública, producto de agenciamientos grupales y assembleísticos, dan cuenta de una renovada actualización política y conscientemente reformulada de las consignas que fueron expandiendo el espectro de reivindicaciones de mujeres, lesbianas, travestis y sujetos-trans en alianza con otros grupos precarizados por la violencia patriarcal y las violencias económico-políticas neoliberales. (p. 7)*

Uno de los colectivos que destaca la autora es el surgido en 2018, Poetas por el Derecho al Aborto Legal, que tuvo su correlato en un proyecto que reunió a 53 escritoras y a nueve editoriales: el libro digital *Martes verde*.

## Praxis feminista

Caracterizar la edición independiente como "feminista" tiene que ver con una postura antipatriarcal que desafía el modo de organización verticalista con la figura masculina en la cima. La presencia de mujeres al frente de muchos proyectos editoriales es prueba de ello y resulta significativa, como afirman Szpilbarg D. y Mihal I. (2021): "El rol de ciertas mujeres en la dirección de los catálogos de editoriales independientes ha proporcionado parte de los catálogos más activos en difusión de ideas, textos y autoras feministas y diversidad sexual del mundo del libro en la actualidad" (p. 9).

Pero no se trata sólo de la diversidad de género sino de un posicionamiento que desobedece el esquema tradicional. Esto se traduce en la conformación de un equipo editorial con roles complementarios, en la toma de decisiones conjuntas, en el diálogo permanente con lxs autorxs y otras prácticas horizontales y colectivas orientadas a valorizar la calidad de lo que producen y no sólo su rentabilidad.

Para Gallego Cuiñas (2022), la edición independiente iberoamericana desobedece tres mecanismos de dominación: el capitalismo porque no trabaja con grandes distribuidoras, no hay acumulación fruto de la sobreproducción y se apuesta por la reedición y coedición, no hay obsolencia; el patriarcado ya que promociona a mujeres, escritoras y editoras, y estéticas disidentes y el colonialismo puesto que su capital es local, está emancipado de los centros

hegemónicos (p. 15). Se aviene a una economía más solidaria, "pone de relieve tanto el desacato contra la norma dominante, como la importancia de lo comunitario -la sororidad- y de la igualdad en la división sexual del trabajo dentro del sector editorial" (p. 16).

## Conclusiones

El ejercicio editorial tiene una gran responsabilidad como difusor de ideas y de capital cultural. En un sistema democrático debe ser uno de los garantes del pluralismo. Sin embargo, la literatura feminista y disidente, durante mucho tiempo, ocupó un lugar marginal. Asistimos hoy a un fenómeno reivindicativo en este sentido. Desde hace una década, aproximadamente, emergen cada vez en mayor cantidad y con más fuerza editoriales independientes que se orientan a la publicación de libros de autorxs vinculadxs al feminismo y la comunidad LGBTQ+. Este crecimiento se da al mismo tiempo que esos colectivos se fortalecen en la lucha por la ampliación y el cumplimiento de sus derechos. A lo largo de este trabajo, tratamos de analizar por qué la edición independiente es el espacio donde convergen esos intereses.

Una de las respuestas a ese interrogante es que hay un compromiso con una oferta diversa de géneros y autorxs que propongan lo distinto, no en términos de "lo que está de moda" sino lo que no se ve asiduamente (lógica contraria a la del *best seller*). Cuando fueron entrevistadxs, lxs editorxs Leticia Hernando, Marina Klein y Ezequiel Peralta coincidieron en la necesidad de hacer circular "otras palabras, otras voces, otras búsquedas" (LH); "que la gente que escribe tenga otro canal de llegada" y que la gente que lee tenga la posibilidad de leer autoras y autores a precios accesibles que, si no es gracias a la edición independiente, no circulan (MK); tener una bibliodiversidad que llene lugares vacíos como el de la literatura queer o de sexualidades disidentes, "que en el mercado haya para todos los gustos" (EP).

La segunda cualidad que destacamos de la edición independiente como constitutiva de un espacio propicio para el feminismo y las disidencias es su militancia. El caudal de títulos que ofrecen las editoriales independientes sobre estas temáticas es mucho más significativo que el que recorre el mercado editorial tradicional. La clave está en que lxs mismxs editorxs están comprometidxs con esas causas, no van tras un éxito comercial.

Por último, una característica que engloba a las anteriores es la de una *praxis* contraria al capitalismo y al patriarcado que, siguiendo a Gallego Cuiñas (2022), llamamos "feminista". Las editoriales independientes que responden al enfoque de este estudio tienen una mirada que privilegia el contenido de lo que van a publicar antes que el éxito en ventas y proponen una organización horizontal y solidaria entre los miembros de su equipo en la que mujeres y disidencias tienen espacios privilegiados.

Sería una mirada muy romantizada afirmar que las pequeñas editoriales no se interesan por lo económico, ya que mínimamente necesitan obtener ganancias con sus publicaciones para cubrir los gastos; pero sí se puede ver que, en la mayoría de los casos estudiados, este objetivo es trascendido por el de la democratización de la palabra: la edición independiente se vuelve un espacio propicio para que aquellas voces silenciadas o invisibilizadas puedan, por fin, pronunciarse.

## Bibliografía

Badenes, D. (2020). "La edición imperfecta" en Badenes D. y Stedile Luna, V. (Comps.), *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*, La Plata: Club Hem.

Denzin, N. y Lincoln Y. (2012). "Introducción general. La investigación cualitativa como disciplina y como práctica" en Denzin, N. y Lincoln Y. (Coords.) *El campo de la investigación cualitativa. Manual de investigación cualitativa. Vol I*. Barcelona: Gedisa.

Domínguez, N. (2018). "Escrituras de la urgencia. Otra vuelta sobre arte, política y feminismo" en *Gualichos 1*, Centro Cultural Paco Urondo, Filo:UBA (2019) pp. 7 a 18 ISSN 2683-9296

Gallego Cuiñas, A. (2022). "Femedición. Hacia una praxis editorial feminista en Iberoamérica".

*Iberoamericana*, XXII, 80: 11-38.

Gazzera, C. (2016). "Un glosario necesario" en *Editar: un oficio. Atajos, rodeos, modelos*. Villa María: Eduvim.

Hawthorne, S. (2018). *Bibliodiversidad. Un manifiesto para la edición independiente*. Buenos Aires: La marca editora.

López Winne, H. y Malumian, V. (2016). *Independientes, ¿de qué?. Hablan los editores de América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica.

Rivera Mir, S. (2021). *Edición latinoamericana*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO; México DF: Casa Abierta al Tiempo.

Román, V. y Spadaro, M. C. (2019). "Mujeres en la historia de la edición argentina:

¿La edición va teniendo marca de género?" en *La Aljaba*. Segunda época, Volumen XXIII, (2019), pp. 169-189.

Szpilbarg, D. (2019) *Cartografía argentina de la edición mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Temperley: Tren en movimiento.

Szpilbarg D. y Mihal I. (2021) "Apuntes para pensar el cmpto editorial en clave feminista. El caso argentino contemporáneo" en *Revista Estudios Feministas*, Florianópolis, v. 29, n. 2, e70570.

Vanoli, H. (2009). "Pequeñas editoriales y transformaciones en la cultura literaria argentina", *Revista Apuntes de Investigación*, CECYP. N°15. pp. 161-185

Páginas web

Frenéticxs danzantes <https://edicionesfrenetico4.wixsite.com/freneticosdanzantes>

La mariposa y la iguana <https://lamariposaylaiguana.com.ar/>

Saraza <https://www.facebook.com/SarazaEditorial/>

# Usos y sentidos de las TICS en clave intergeneracional y de género

Ana Paula Salman  
(apaulasalman@gmail.com)

Universidad Nacional de La Rioja

## Introducción

Transitando lo que podría definirse como la *pospandemia* la pregunta por el rol de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la cotidianeidad y construcción de las subjetividades, se resignifica.

Durante el tiempo que duró el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio impuesto por el Estado Nacional a partir de la Pandemia por Covid-19, muchas de las actividades diarias se volcaron a la virtualidad y la tecnología comenzó a protagonizar espacios que hasta entonces se mantenían al margen, como la educación y los encuentros sociales. Este emergente, obligó a muchas familias a adquirir o mejorar equipamientos, pero muchas otras no pudieron hacerlo, y en este contexto resultó aún más evidente el entramado de desigualdades sociales, económicas, generacionales, étnicas y de género que anticipaban una desigualdad en las condiciones de acceso a las tecnologías, lo que se conoce como *brecha digital*.

Aunque recientemente la OMS decretó el fin de la emergencia sanitaria global por Covid-19 (Página|12), la *nueva normalidad* presenta escenarios donde la digitalización se aceleró modificando no solo las formas de acceder a las TICS, sino-a partir de esto- el modo de usarlas y significarlas. Proponemos que estos procesos de acceso, uso y significación adquieren características particulares en torno al género, originando lo que Castaño Collado (2008) nombra como *segunda brecha digital*, vinculada no al acceso, sino a las habilidades necesarias para obtener todos los beneficios que la digitalización podría proporcionar, lo que-según la autora- afecta más a las mujeres que a los hombres.

La problematización adquiere incluso otros tintes si se pone el acento en la construcción de las subjetividades de los jóvenes y los jóvenes, dado que las relaciones que establecen con las TIC contribuyen a la conformación de diferentes identidades como usuarias y usuarios con aptitudes y sentimientos de competencia- o no- y, finalmente, intereses disímiles en carreras y profesiones tecnológicas.

En este marco, esta investigación en desarrollo se propone comprender desde la perspectiva de género los usos y las significaciones que se les otorgan a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), por parte de adolescentes escolarizadas del nivel secundario de la ciudad de La Rioja, Argentina, y su relación con los usos y percepciones de los referentes femeninos de las generaciones precedentes de sus familias, particularmente sus madres y abuelas.

De este modo, mediante la técnica de entrevista en profundidad a mujeres de tres generaciones pertenecientes a una misma familia (adolescente en edad escolar, madre y abuela) se contrastan miradas para reconstruir a partir de sus relatos las trayectorias tecnológicas familiares atravesadas por la inserción de la digitalización en sus cotidianeidades. Entendiendo con González (1995) que toda familia ocupa un lugar en un *espacio social mul-*

*tidimensional* y según su posición estructural en él tiene mayores o menores posibilidades de acceso a diferentes recursos disponibles en su tiempo y espacio, entre ellos, los dispositivos tecnológicos y especialmente las competencias necesarias para aprovecharlos.

Se problematiza además el papel de género en esas trayectorias tecnológicas, teniendo en cuenta que en el marco de políticas de Estado que fomentan la conectividad - con programas como *Conectar Igualdad* y *Joaquín Víctor González*<sup>1</sup>, y el Programa *En Línea*<sup>2</sup> - hombres y mujeres acceden por igual a los dispositivos y a la red, pero mientras se busca cerrar la primera brecha digital, la segunda -vinculada a las habilidades- se profundizó (Castaño Collado, 2008) por lo que “resulta fundamental conocer las dificultades que se presentan al querer performar simultáneamente el género femenino y la experticia en tecnología” (Gil Juárez et al, 2015, p 1585). Entonces ¿Para qué usan y de qué forma significan las mujeres de diferentes generaciones a las tecnologías digitales? ¿Cómo se perciben como usuarias de estas tecnologías? ¿Cómo perciben al resto de las mujeres de sus familias? ¿Qué características adquieren estos procesos en una sociedad híbrida, como la riojana, que se debate entre lo global y lo local?

En la presente ponencia se expondrán los resultados preliminares de un trabajo de investigación cuyo desarrollo está actualmente enmarcado en la convocatoria 2021 de las Becas de Estímulo a la Vocación Científica del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN).

## Desarrollo

El término Tecnologías de la Información y la Comunicación es un tecnicismo que parece abstracto pero que se materializa en la vida cotidiana de una gran parte de la población mundial, por lo que se habla de una *digitalización* de la existencia. Las formas de comunicación, de información, trabajo, entretenimiento e incluso las percepciones del espacio-tiempo hoy se ven transformadas en el marco de la revolución digital que comenzó con la aparición de los primeros ordenadores y que posibilitan el *cibespacio*, que lejos de tratarse de un espacio ficticio es un lugar real,

---

1 *Conectar Igualdad* “es un programa del Ministerio de Educación Nacional y una política de inclusión digital de alcance federal que contempla la distribución de material educativo y tecnológico y el despliegue de acciones de conectividad” (Ministerio de Educación, s.f). Se inició en el año 2010 con la entrega de computadoras personales a estudiantes y docentes de los niveles primario y secundario, y en el año 2016 quedó interrumpido. Mediante el Decreto 11/2022 fue relanzado bajo la modalidad de entrega de una computadora personal a cada estudiante y docente de instituciones educativas públicas de nivel secundario y educación especial, atendiendo a la “situación excepcional producida por la pandemia” que “demostró que resulta necesario repensar y revertir la entrega de equipamiento tecnológico centrada únicamente en las instituciones educativas” (Boletín Oficial de la República Argentina, 2022)

El programa provincial *Joaquín Víctor González* se desarrolló a partir del año 2013, en el marco del programa *Conectar Igualdad* y garantizó la distribución de netbooks a estudiantes de nivel primario.

2 El Plan Provincial de Conectividad *En Línea* 2021-2023 fue lanzado en el año 2021 por el Gobierno Provincial en conjunto con la Empresa Internet Para Todos, y “tiene como objetivo principal la renovación y la ampliación de tecnologías de transmisión, y la generación de 643 puntos de distribución WiFi públicos y gratuitos”. A su vez, dentro del Plan se están “desarrollando proyectos como Conectividad Escolar, para lograr el 100% de las escuelas conectadas; Programa Rosario Vera Peñaloza, con la entrega de computadoras a estudiantes de escuelas primarias de toda la provincia”. (Nueva Rioja, 2021)

aunque invisible y artificial (Trujillo Amaya et al., 2006). Los cambios producidos en una multiplicidad de espacios y ámbitos de la rutina son profundos y es tal el arraigamiento que tienen las tecnologías en la vida cotidiana que, es casi imposible imaginarla sin ellas (Raynaudo G. y Borgobello, A., 2016), especialmente transitando la pospandemia donde se aceleró el proceso de *digitalización* y se ensancharon las brechas entre quienes pudieron enfrentar la demanda de virtualidad que el contexto de aislamiento impuso, y quienes quedaron fuera. Cabe entonces la pregunta sobre *quiénes son efectivamente usuarios y usuarias*, puesto que la segregación digital es una de las amenazas que implica la *cibersociedad*, sumiendo a quienes no tienen acceso a la revolución digital en una *brecha cultural* especialmente entre jóvenes de niveles socioeconómicos bajos, como exponen Trujillo Amaya et al. (2006).

Esto correspondería a lo que la literatura en el tema coincide en llamar “*primera brecha digital*” refiriéndose a la desigualdad en el acceso generalizado a las TIC, generando una distancia entre aquellas personas que tienen y utilizan ordenadores y tienen conexión a Internet-incluyendo la calidad del servicio- y aquellas que no, expresada de un modo cuantitativo (Fernández Arrobo, M. L y Arrobo Fernández, Ma. C., 2022). Al respecto la SAPEM<sup>3</sup> riojana *Internet para todos*, encargada de la prestación de servicios de conectividad, asegura contar en junio de 2023 con una cobertura del 95% del territorio provincial, un total de 90 000 abonados en Internet y 35 000 abonados en Fibra Óptica al Hogar (FTTH), que correspondería a aproximadamente el 82% del total de las 150 182 viviendas y viviendas colectivas que hay en La Rioja (Instituto Nacional de Estadística y Censos –INDEC, 2023). Además, en su reporte de gestión menciona 150 plazas wi-fi con acceso gratuito en la provincia y 270 escuelas con acceso gratuito a internet, en el marco de los programas *En Línea* y *Conectar Igualdad* respectivamente. En el apartado *Potenciamos la alfabetización digital* la empresa hace mención de un convenio junto con el Gobierno Nacional para la instalación, integración y puesta en marcha del piso tecnológico para la provisión de banda ancha a todas las escuelas públicas de la provincia, que tuvo lugar entre 2018 y 2021. Por otro lado, con el objetivo de federalizar el acceso al conocimiento y a la alfabetización digital, *Internet para Todos* aportó en la fabricación de 20 mil dispositivos tipo netbook que serán distribuidos en escuelas públicas primarias y secundarias de La Rioja por el gobierno provincial (La Rioja Telecomunicaciones SAPEM, 2023). Con estos datos, es posible concluir que la apuesta por el cierre de la primera brecha digital y el impulso de la conectividad son políticas de Estado que se materializan en accesos igualitarios a las TICS en mujeres y hombres de cualquier edad, dentro del territorio provincial.

Para quienes sí están inmersos en la cibersociedad, más allá del acceso que sería un primer condicionante y que se encuentra en líneas generales contemplado, interesa conocer y comprender de qué modo se da la *apropiación* de esas tecnologías, entendiendo a esta junto con Martínez et al (2009) como “el proceso de integración simbólica y funcional de la tecnología en la vida cotidiana y las transformaciones en la significación de la tecnología en la vida social, derivadas de la misma” Para estos autores, el proceso de apropiación implica tres ejes: la gestión de la identidad individual y colectiva como resultado las interacciones cotidianas, la conciliación de la vida familiar/afectiva/laboral y la seguridad física y emocional (Sabater Fernández, C. y Bingen Fernández Alcalde, 2015, p 219).

La apropiación se vincula más bien con lo que se conoce como *segunda brecha digital* que hace referencia a desigualdades más profundas que las del acceso, como variaciones en la intensidad, usos, habilidades, la soltura o la afección respecto a las TIC, que ya no puede evaluarse en términos cuantitativos, sino cualitativos (Arrobo Fernández y Arrobo Fernández, 2022). Para Castaño Collado (2008) la barrera más difícil de sortear no es la del acceso sino la del uso de las TICS, porque si bien se reconocen sus bondades a la hora por ejemplo de *facilitar* el desarrollo de actividades domésticas, profesionales, escolares, sociales, de entretenimiento, las oportunidades de movilidad socioeconómica que generan estas innovaciones dependen no de que se las posea, sino de cómo se las utiliza, y el cómo se las utiliza depende de cuál es la utilidad que se les percibe, cómo se las representa – a partir de lo cual se

---

3 Internet para Todos es una Sociedad Anónima con Participación Mayoritaria del Estado- en este caso- Provincial de La Rioja, que se creó en el año 2008 bajo la denominación “La Rioja Telecomunicaciones SAPEM” (La Rioja Telecomunicaciones, 2023)

generan rechazos o aptitudes- y qué sentidos se les otorgan.

Según Arrobo Fernández y Arrobo Fernández, en esta “segunda brecha digital” se origina la desigualdad entre hombres y mujeres con respecto a las TIC, ya que

*(...) las mujeres sortean en general mayores impedimentos respecto del uso experto de las nuevas tecnologías. Esta desigualdad podría obedecer no solo a factores sociales o económicos, sino que estaría fuertemente determinada por los roles y estereotipos de género, que se convierten en el principal impedimento para cerrar la mencionada brecha digital. (2022, p 140)*

Con respecto a la gestión de las identidades, no puede negarse el impacto que tienen hoy las TICs y en general los medios masivos de comunicación como nuevos sitios donde la interacción con los pares y otras personas sucede, no solo a través de funciones de mensajería, sino por ejemplo a través de contenidos humorísticos que refuerzan normativas y expectativas sociales sobre las subjetividades influyendo en cómo las personas se presentan y re-presentan, en el sentido más goffmaniano de las expresiones. Entre estas maneras aprendidas de presentarse y re-presentarse, aparece el género.

Para hablar sobre formación de identidades de género Gil Juárez et al. (2011) recuperan los aportes de Judith Butler, para quien las identidades se corresponden con las apariencias construidas mediante la repetición de actos normativos que responden a interpelaciones concretas por parte de la sociedad. Hoy las tecnologías protagonizan la vida cotidiana y las interacciones sociales, con lo que son un terreno clave donde las personas representan y reproducen el género para un contexto socio-históricamente determinado.

Con respecto a la brecha digital de género, se revelan desigualdades históricas en el tratamiento y las expectativas ligadas a las diferencias de género, que se reflejan por ejemplo en la restricción del ingreso a carreras universitarias y en la elección mayoritariamente masculina de ciertas especialidades ligadas a carreras científicas o tecnológicas (Calandra, 2018). El género se transforma así en una categoría de análisis que explica la diferenciación en los usos e intensidades de uso de las TIC justificado por la circulación de un discurso neurosexista según el cual las diferencias de rendimiento técnico y matemático en favor de la identidad masculina son *naturales*, mientras que para las mujeres las innovaciones en las TIC resultan compatibles con formas tradicionales de femineidad, vinculadas a los cuidados y la comunicación con los otros (Gil-Juárez et al., 2015) especialmente hijas e hijos. Así, contemplando a personas mayores, ellas usan las TIC con más frecuencia para buscar información, comunicarse con afectos y utilizar sus redes sociales, mientras ellos las usan para leer información de su interés, entretenerse, ver videos y realizar pagos (Tarditi et al., 2022) mientras que incluso en la infancia, “los chicos muestran una mayor competencia, una actitud más positiva, un mayor nivel de acceso y realizan un uso diferente- menos funcional y más lúdico, más individual y menos cooperativo- en relación a la tecnología” (Escofet Roig y Rubio Hurtado, 2007) En contrapartida, el uso que harían las chicas es más funcional, menos lúdico, más cooperativo y menos individual. Las TIC se relacionan con la afectividad y la necesidad de relacionarse de las mujeres, mientras que en los varones el uso se vincularía principalmente con el entretenimiento, la información y la acción. En pocas palabras, el uso que las mujeres le dan a las tecnologías sería predominantemente expresivo-comunal, relacionado con las interacciones sociales, mientras que el uso masculino se orienta a lo agente-instrumental, más competitivo, según Sabater Fernández y Bingen Fernández Alcalde (2015). Existen además algunos factores que pueden profundizar la brecha digital de género

*La brecha digital de género es mayor cuando: 1) se trata de mujeres mayores adultas (no nativas digitales): a mayor edad, la brecha se extiende más; 2) las mujeres tienen alguna discapacidad que les imposibilita hacer uso de las TIC; y 3) se desconocen otros idiomas, especialmente el inglés, lengua en el que se encuentra la mayor cantidad de contenidos. (Arrobo Fernández y Arrobo Fernández, 2022, p 140)*

## Biografías tecnológicas familiares

Gran parte de los sentidos y percepciones, los modos de vincularse con los temas sociales, la predisposición o actitud con respecto a un objeto social-como en este caso la tecnología-, dependen de la representación o mirada que se tiene sobre ese objeto en nuestros entornos cercanos, especialmente el de la familia, legitimada como la primera institución social. A su vez, esta representación familiar depende de las oportunidades de acceso y permeabilidad que tuvo según su posición esta *célula social* con respecto a los recursos del entorno. Se entiende con González (1995) que toda familia ocupa un lugar en el *espacio social multidimensional* circundante y que desarrolla diferentes estrategias (más o menos adecuadas) para aproximarse o apropiarse a los recursos tecnológicos disponibles. Dependiendo de lo exitoso de esas estrategias, con el tiempo esos recursos- o su carencia- son objeto de transmisión a la descendencia o generaciones más jóvenes convivientes, lo que explicaría las *trayectorias* recorridas por las mujeres de las familias que fueron objeto de esta investigación. Por *trayectorias* se entiende al “conjunto de movimientos sucesivos de un agente dentro de la estructura de distribución de las diferentes especies de capital que se disputan en el campo, capital económico y el capital específico de consagración” (González, 1995, p143) como sería en este caso el capital tecnológico.

Para la presente investigación se realizaron entrevistas en profundidad con el objetivo de reconstruir *historias de vida* a partir de narraciones en primera persona con respecto a las trayectorias tecnológicas de las mujeres de tres generaciones consecutivas en el mismo grupo familiar: adolescente escolarizada entre 13 y 18 años, madre y abuela, para un enriquecimiento de la trayectoria tecnológica de esa familia en clave de género puesto que “la experiencia colectiva de los acontecimientos históricos vividos dentro de un mismo grupo de edad, da una conciencia generacional distinta a cada generación” (López Jiménez, 2003, p 20).

Hasta el momento de presentarse la presente ponencia se realizaron 8 entrevistas, de las 27 que están contempladas: 3 a adolescentes de 13, 16 y 18 años, sus mamás y las abuelas de dos grupos familiares, cabe resaltar que todas las personas entrevistadas cuentan con conectividad y utilizan al menos teléfono celular. La muestra es intencional no probabilística, cubriendo cuotas de representatividad por tipos de instituciones educativas a las que asisten las adolescentes, entre colegios confesionales, públicos laicos y de gestión privada de la Ciudad Capital de La Rioja.

Las entrevistas se realizaron durante los meses de mayo y junio de 2023 a partir de un cuestionario semi estructurado incluyendo bloques vinculados a los *accesos* a las TIC (posibilidad y oportunidad de conexión, tiempos de permanencia en la red, dispositivos en uso), los *usos* de las mismas (percepción de utilidad, para qué las utilizan, percepción de utilidad de las otras dos generaciones de su familia) *vínculos* pasados y presentes con las TICS (recuerdos de la infancia, disponibilidad de dispositivos en el hogar, primeros acercamientos y motivaciones de los mismos con respecto a computadora personal y teléfono celular, referentes tecnológicos) y *sentidos* otorgados a las Tecnologías (aspectos positivos y negativos de las TIC, probabilidad de estudio de una carrera tecnológica, miradas sobre detox digital e inteligencia artificial). Además, se consideró relevante incluir un apartado en relación al período pandémico, para indagar de qué forma el emergente del contexto condicionó transformaciones en las dinámicas familiares con respecto a la tecnología y cómo evolucionó eso durante la *nueva normalidad* que transitan.

En el caso de las adolescentes, el período del ASPO coincidió además con una etapa clave en su desarrollo psico-social, como el inicio de la adolescencia, donde las figuras de los pares comienzan a reemplazar en calidad y frecuencia a las del núcleo familiar, ¿cómo atravesaron esas transiciones entre la infancia y la juventud en el marco de la distancia social? ¿qué lugar ocuparon para ese propósito las TICS? La totalidad de los casos considerados coincide en reconocer que durante la Pandemia su uso de los dispositivos tecnológicos aumentó exponencialmente y no solo con fines educativos, sino principalmente de entretenimiento. Señalan además a este como el período en donde crean sus cuentas de la red social TikTok, motivadas por la presencia de sus pares y por la posibilidad de entretenerse, hábito que mantienen en la actualidad. En algunos casos, el uso excesivo de los dispositivos era motivo de conflictos en el

hogar, puesto que existe un discurso generalizado, presente en la mayoría de las familias entrevistadas de que el exceso de tecnología *atonta*, genera conductas violentas y hasta un *desperdicio* del tiempo *productivo*. La mayoría de las madres y abuelas coinciden en que fuera de los usos escolares, lo que hacen sus hijas o nietas con el teléfono o computadora es *inútil* y se opone a los desarrollos profesionales y humanos que esperan, coincidiendo con lo que propone López Jiménez (2003), sobre las expectativas de la familia y la escuela que les inyectan a las y los jóvenes la obligación moral de crecer y desarrollarse humana y profesionalmente. Este discurso es percibido por las adolescentes, que reconocen que ellas usan la tecnología principalmente para entretenerse, mientras que perciben que sus mamás los usan principalmente para usos laborales-formativos y sus abuelas para funciones comunicativas, especialmente con la propia familia, por ejemplo, mediante la comunicación frecuente en los grupos de Whatsapp y el envío de noticias relevantes.

*Mi abuela... lo usa para comunicarse, con mis tíos, con la familia, y como una ayuda más para todo lo que hace, ella teje y supongo que busca videos. (Constanza, comunicación personal, junio de 2023)*

Esta mirada coincide con lo que las madres y abuelas entrevistadas comentan

*Son estándares diferentes, para ella (su hija) es disfrute, para mí el 80% es trabajo o responsabilidades (...) Para ella y para mi nieto es un juguete, osea no tiene importancia. Incluso perdió el celular y pudo estar dos semanas sin celular, porque tenía la compu. Yo pierdo el celular y entro en estado de pánico, porque no puedo no estar conectada. (Carolina, mamá de Malena, comunicación personal, junio de 2023)*

*Los padres se van a dormir, saben ser las 2 de la mañana y ellas (sus nietas) están con la Tablet, yo me levanto las apago y se las quito porque les digo "esas cabecitas no descansan niñas" y le digo a mi hija y me dice "dejalas que se entretengan"(...) No me gusta eso, ya los tiene consumidos (Isabel, abuela de Francesca, comunicación personal, junio de 2023).*

Sin embargo, llama la atención que son las adolescentes las que advierten que el uso excesivo de la tecnología *está mal* y que la exposición a imágenes que les generan inseguridad, o la dependencia de las comunicaciones, les resultan perjudiciales. Esto se acentúa si manifiestan su opinión con respecto al uso de la Tecnología en miembros de la familia más pequeños que ellas.

*A veces te juega en contra que se vuelve más como un vicio el celular, que estás mucho tiempo pendiente a los mensajes que te llegan y no estás tanto en el presente. Antes me pasaba mucho pero empecé a hacer cosas para tratar de no estar tan pendiente del celular, metida ahí (Francesca, comunicación persona, junio de 2023)*

Constanza reconoce que en su familia es un tema de conversación el cambio conductual que observan en su hermano más chico (8 años), que por la tecnología está expuesto a videos donde escucha y luego reproduce malas palabras y conductas violentas, cambios bruscos de humor. Francesca se ve preocupada por algo similar

*A mí no me gusta, no me gusta que esté todo el día con el celular, tendría que ser más como un niño (Francesca, comunicación persona, junio de 2023).*

En relación a las percepciones de habilidad, todos los casos entrevistados reconocen saber *lo justo y necesario* con relación a la tecnología, expresan no tener interés en temas vinculados a la informática o las TICS y que es este el único elemento que convierte a cualquiera de sus pares en alguien hábil: el interés, el ponerse a buscar, averiguar cómo aprender.

*Creo que me sé manejar para lo necesario pero ya para otras cosas es como que no elijo hacerlo, investigarlo, aprender más (Francesca, comunicación persona, junio de 2023)*

Con respecto al juego, en general los casos coinciden en mencionar una edad próxima a los once años como el

momento en que dejaron de jugar al aire libre o con amistades, y en algunos casos esa actividad lúdica se trasladó al teléfono o computadora. En los casos que se trasladaron a la digitalización, no suelen ser juegos compartidos con pares, ni actividades muy frecuentes, sino una opción más para sortear momentos de aburrimiento. Además, se menciona con frecuencia que los juegos que no eligen se vinculan con armas, violencia, peleas. En general, expresan un desinterés en el juego, y en algunos casos aparecen otras actividades “más interesantes” vinculadas a la socialización con pares. Esto se traduce en una no contemplación de carreras tecnológicas, no porque se perciben poco hábiles, sino porque- de nuevo- no les interesa. En todos los casos creen que si así lo decidieran, sus familias estarían de acuerdo con que estudien carreras tecnológicas, aunque Constanza cuenta que cree que serían sus amigas quienes no la acompañarían, porque “a las chicas les interesan otras cosas”, como abogacía o medicina (Comunicación personal, junio de 2023).

## Conclusiones

Finalizada la etapa de entrevistas que aún está en desarrollo se contemplan etapas de comparación de relatos entre las mujeres de una misma familia y a su vez contraste con el resto de los grupos familiares para obtener semejanzas y diferencias entre las biografías tecnológicas familiares.

Hasta el momento se perciben discursos neurosexistas implícitos en el relato de los vínculos que las mujeres de las tres generaciones entablan con la tecnología, si bien no se advierte una brecha digital vinculada al género, se naturaliza el desinterés en un aspecto que sin embargo reconocen como útil y necesario para sus vidas cotidianas. Tal como expresaron Gil-Juárez et al. (2015) la tecnología pareciera reforzar en las mujeres entrevistadas, los roles tradicionalmente femeninos vinculados a la comunicación y el cuidado de los otros, considerando- por ejemplo- que en casi todos los casos el teléfono celular apareció en la vida de las adolescentes como una forma de comunicarse con sus padres y madres para el monitoreo de sus rutinas. Esto se refleja en la percepción y auto percepción de las madres como vinculadas *laboralmente* a la tecnología, y en las abuelas, con roles comunicativos, de cuidado y de información al grupo familiar a través de una nueva herramienta que serían las tecnologías.

El juego resulta otro tema de relevancia. Aparece en todas las infancias y cuesta reconocer el momento en que se diluyó, se naturaliza como una obviedad el abandono del juego “cuando crecen”, como si la actividad lúdica se opusiera a lo que de ellas se espera. En general mencionan una edad aproximada a los once años, que evolutivamente suele ser la edad de las menarcas y pasos simbólicos de “la niña” a “la mujer”. El uso de la tecnología en la infancia estuvo asociado por lo general a la curiosidad y cabe preguntarse ¿hasta cuándo resultó tolerable la curiosidad en esas niñas? ¿en qué momento se tornó una conducta socialmente asociada a las identidades masculinas? ¿cuándo comenzaron a desinteresarse por algo que les generaba curiosidad? En palabras de Gil-Juárez et al. (2015) ¿hay una forma de poder conciliar las performances técnicas y femeninas sin fracasar en el intento? Y si así fuera ¿qué otras posibilidades traerían aparejadas, que no están contempladas en los trayectos tecnológicos lineales e ideales, normalmente asociados a la masculinidad?

El debate sobre el lugar de las mujeres y quienes se perciben como tales en relación a las TICS-hoy indispensables para el desenvolvimiento de la vida cotidiana- está abierto.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARROBO FERNÁNDEZ, M.L. y ARROBO FERNÁNDEZ, M.C. (2022) *Brecha digital de género en el contexto de la pandemia de COVID19*. Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS, vol. 17, núm. 49, pp. 135-146. <http://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/issue/view/22>

CALANDRA, M.V., (2018) *Género, Ciencia y Tecnología* [Objeto de conferencia]. IV Congreso Argentino de Ingeniería – X Congreso Argentino de Enseñanza de la Ingeniería. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/121803/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/121803/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

CASTAÑO COLLADO, C. (2008, Agosto) *La segunda brecha digital y las mujeres*. Mujeres en Red. <https://www.>

[mujeresenred.net/spip.php?article1567](http://mujeresenred.net/spip.php?article1567)

DECRETO 11/2022 de 2022 [Boletín Oficial de la República Argentina] por el cual se crea el Programa Conectar Igualdad en el Ámbito del Ministerio de Educación de la Nación. 11 de enero de 2022.

ESCOFET ROIG, A., RUBIO HURTADO, M. J. (2007) *La brecha digital: género y juegos de ordenador*. REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, vol. 5, núm. 1, pp. 63-77. <https://www.redalyc.org/pdf/551/55100105.pdf>

GIL-JUÁREZ, A., FELIU, J., VALLLOVERA, M., CALSAMIGLIA, A., & CONESA, E. (2015). *De la investigación mediante relatos de vida al teatro social: el caso de la brecha digital de género*. Universitas Psychologica, 14(4), 1583-1598. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-5.imrv>

GIL-JUAREZ, A., VITORES, A., FELIU, J., VALL-LLOVERA, M. (2011) *Brecha digital de género: una revisión y una propuesta*. Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, vol. 12, núm. 2, pp. 25-53. <https://www.redalyc.org/pdf/2010/201022652003.pdf>

GONZÁLEZ, J.A. (1995) *Y todo queda entre familia. Estrategias, objeto y método para historias de familias*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, vol. 1, núm. 1, pp. 135-154. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600109>

LA RIOJA TELECOMUNICACIONES SAPEM (2023) *Revista Internet para Todos Junio 2023*, pp 4-5 / 22-23.

LÓPEZ JIMÉNEZ, Á. (2003) *Cultura e identidades juveniles modernas. Consciencia generacional de los jóvenes españoles en BENEDICTO, J. y MORÁN, M.L. (Eds.), Aprendiendo a ser ciudadanos: experiencias sociales y construcción de la ciudadanía entre los jóvenes* (pp 17-38). Instituto de la Juventud. <https://www.injuve.es/sites/default/files/serciudadanos.pdf>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS [INDEC] (2023) *Censo nacional de población, hogares y viviendas 2022: resultados provisionales*. [https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/cnphv2022\\_resultados\\_provisionales.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/cnphv2022_resultados_provisionales.pdf)

MINISTERIO DE EDUCACIÓN (s.f.), *Conectar Igualdad*. Portal oficial del Estado Argentino. <https://www.argentina.gob.ar/educacion/conectarigualdad>

NUEVA RIOJA (11 de junio de 2021). *El gobierno provincial expande el Plan Provincial de Conectividad al interior profundo*. Recuperado el 4 de junio de 2023 de <https://nuevarioja.com.ar/politica/el-gobierno-provincial-expande-el-plan-provincial-de-conectividad-al-interior-profundo.htm>

PÁGINA/12 (5 de mayo de 2023). *La OMS declaró el fin de la emergencia sanitaria por la covid-19*. Recuperado el 3 de junio de 2023 de <https://www.pagina12.com.ar/546350-la-oms-declaro-el-fin-de-la-emergencia-sanitaria-por-la-covi>

RAYNAUDO, G. y BORGABELLO, A. (2016) *Uso de TIC: posibles relaciones con habilidades cognitivas e interpersonales en un grupo de adolescentes*. Ciencia, Docencia y Tecnología, vol. 27, núm. 53, pp. 50-74. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14548520003>

RODRÍGUEZ LÓPEZ, J. (2015) *La difusión de los estereotipos de género a través de las TIC: La mujer en el vídeo musical*. Ámbitos, núm. 29. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16841123006>

SABATER FERNÁNDEZ, C. y BINGEN FERNÁNDEZ ALCALDE, J. (2015) *Estereotipos de género y uso de las nuevas tecnologías*. Icono 14, volumen 13, 208-246. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i1.722>

TARDITI, L., YUNI, J., y URBANO, C. (2022). *Brechas de edad y género en el aprendizaje de tecnologías digitales de personas mayores*. Contextos de Educación 32 (22). <http://www2.hum.unrc.edu.ar/ojs/index.php/contextos/article/view/1508/1602>

TRUJILLO AMAYA, J, F., GÓMEZ ELAYO, E. & VALLEJO ÁLVAREZ, X. (2006) *Cibersociedad y brecha digital*. Quivera, vol. 8, núm. 2, pp. 232-246. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40180211>

# Hacer visible lo invisible: mujeres que dirigen cine en Argentina

Greta Salomé Arbizu

Iara Saldungaray

ara\_saldungaray@hotmail.com

**Universidad Nacional de General Sarmiento**

## Introducción

El cine es una proyección a velocidad constante de una cierta cantidad de fotografías que generan una ilusión de imagen en movimiento. “Una de las primeras cámaras de cine, el llamado cinematógrafo, fue desarrollada en su laboratorio por el inglés William L. Dickson, en 1888” (Jowet, 1992).

Ocho años después, en 1896, llega a la Argentina el cinematógrafo, presentándose por primera vez en el Teatro Odeón. “El cine hablado llegó con *The Jazz Singer* (El cantante de jazz) en 1927. (...) El color comenzó a ser incorporado a escala comercialmente significativa tras la llegada del proceso Technicolor, en 1932” (Jowet, 1992)

“La imagen cinematográfica es potente, absolutamente capaz de transportar a un público hacia una nueva experiencia cultural” (Jowet, 1992). El cine como práctica significativa, produce efectos y lejos de ser una copia de la realidad, es un medio de expresión del imaginario social.

Tiene el poder de legitimar o deslegitimar relatos, sujetos o valores. Entendiendo que lo que no se ve, no existe; se considera necesario darle visibilidad al trabajo de estas personas. Un medio es un “dispositivo técnico o conjunto de ellos que (con sus prácticas sociales vinculadas) permiten la relación discursiva entre individuos y/o sectores sociales, más allá del contacto cara a cara” (Fernández, 1994).

Esto quiere decir, que el medio se plantea como un componente material extracorporal (fuera del cuerpo) que facilita la comunicación sin necesidad de que haya copresencia de las personas que participan en la misma. En la actualidad, las directoras argentinas, si bien todavía en minoría con respecto a cantidad, recorren las alfombras rojas de los principales eventos cinematográficos del mundo.

Por su parte, desde la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC) afirmaron que desde su fundación, en 1972, el porcentaje de egresadas es del 39,93% (472 de 1.182 alumnos). El 32% corresponde a recibidas en Dirección (o sea, el 68% son hombres).

En la última década se estrenaron 1.622 películas argentinas, de las cuales solo 222 contaron con mujeres en la dirección, lo que significa el 13,68% de la cartelera total. En ese sentido, existe un déficit y es el que se produce entre las mujeres que estudian y las que llegan realmente a trabajar.

Por eso, este trabajo se centra específicamente en un inventario de directoras de cine argentinas y sus películas, desde 1967 a 2001, un período caracterizado por varios sucesos históricos que marcaron la historia del país. El objetivo es doble: por un lado, se pretende dar visibilidad a las realizadoras; por el otro, mostrar las temáticas y representaciones de la realidad abordadas en su primer largometraje.

Lo que se pretende con este trabajo es hacer memoria; entendida como aquella interpretación que “hace presente el pasado como patrimonio colectivo que se debe compartir” (Alonso, 2009). Pretendemos trabajar sobre la memoria porque consideramos que entre tanto director de cine reconocido, es necesario comenzar a reconocer a las mujeres que dirigen en cine.

Porque a pesar de que el cine sonoro y a color ya existía en el país, ellas recién comienzan a dirigir en 1967; 70 años después de que comenzara el cine en Argentina. Esto claramente refleja un cambio de época y por eso, decidimos recordarlas. “La memoria implica selección, ordenamiento y jerarquización ya que no hay memoria sin olvido” (Mudrovic, 2005).

Teniendo en cuenta esto, decidimos seleccionar una recopilación de obras y temáticas que alcanza a un corpus total de 10 mujeres que dirigen cine en Argentina. Las 10 primeras directoras del país.

## **Desarrollo**

### **Década del 60**

Jeanine Meerapfel y la dictadura de Onganía

El 28 de junio de 1966, los militares ocuparon la Casa Rosada, depusieron a Illia y juró como “presidente” (entre comillas, porque fue un gobierno de facto) el General Juan Carlos Onganía. Por primera vez en la historia de los golpes de Estado de Argentina, no se anunció como un presidente provisional sino que su gobierno tenía carácter permanente.

Se sancionó un Estatuto de la Revolución Argentina, con el mismo poder jurídico que la Constitución Nacional donde los poderes ejecutivo y legislativo recaían en el presidente, posibilitando así el cierre del Congreso Nacional. Además, el presidente era quien nombraba a los gobernadores provinciales que estaban posibilitados de sancionar leyes dentro de sus provincias.

Se prohibieron los partidos políticos como también así todo tipo de participación política. El segundo ministro de economía de la dictadura, Adalbert Krieger Vasena (1967 - 1969), devaluó la moneda en un 40% y congeló precios y salarios. Una ley de “conciliación obligatoria” impidió las huelgas en defensa de salarios, declarandolas ilegales, lo que favorecía a los patrones.

Los movimientos feministas de esa época ponen en cuestión el rol tradicional de la mujer. Si bien el voto femenino se establece desde la década del '40, es en la década del '60 cuando la participación política y social de las mujeres aumenta considerablemente.

En estos años comienzan a manifestarse en busca de igualdad de derechos y oportunidades laborales. Además, hay un aumento en el acceso de la mujer a la educación y a la formación universitaria.

Paralelamente, el 1° de diciembre de 1967 se lanzaba el primer largometraje de Jeanine Meerapfel con 70 minutos de duración, llamado “Regionalzeitung” (Periodico regional traducido del alemán al español). Nacida en 1943 en Buenos Aires, logró crear una extensa trayectoria tanto en el país como en Alemania, como directora y guionista de cine y televisión.



Estudió guión con el director de cine argentino Simón Feldman. Ganó 2 premios en el Festival Internacional de cine de San Sebastián, España; y 1 en el Festival Internacional de cine de Cannes, Francia en 1981. Cabe mencionar a Vlasta Lah, de nacionalidad austro-húngara, quien se convirtió en la primera directora de una película sonora en Argentina, con las películas “Las Furias” de 1960 y “Las modelos” de 1963.

## Década del 70

Avellaneda y la dictadura de Lanusse

Landeck y la presidencia de Isabel Perón

El 26 de marzo de 1971, asume como presidente de facto el Teniente General Alejandro Agustín Lanusse. El objetivo de su gobierno era acelerar la salida electoral, controlando la economía e impidiendo que retornara el peronismo al poder. Propuso a los partidos un Gran Acuerdo Nacional, donde negociaba con ellos la salida de la dictadura.



Durante esta época se crean varios grupos feministas en Argentina, participando activamente en las luchas sindicales y estudiantiles.

Simultáneamente, María Herminia Avellaneda, nacida en 1933 en Pasteur, Provincia de Buenos Aires; lanzaba su primera película “Juguemos en el mundo” el 19 de agosto de 1971. Con una duración de 105 minutos, el film cuenta con la colaboración de María Elena Walsh en el guión.

Esta película, apta para toda la familia, trata sobre los personajes de Doña Disparate y Bambuco, con un trasfondo compuesto de guiños sobre la política de la época. Avellaneda inició su carrera en 1955 como asistente de dirección del programa de la conductora y periodista Blackie<sup>1</sup>.

Fue una pionera en la dirección integral de televisión y realizó varias novelas exitosas. Sin embargo, pasaron casi 20 años para que se introdujera en el mundo del cine. Tras la muerte de Perón el 1 de julio de 1974, María Estela Martínez de Perón asumió la presidencia. De esta manera, se completó la derechización del gobierno peronista con la influencia de José López Rega, ministro de Bienestar Social de la nación.

En este año se conforma el Frente de Lucha para la Mujer, que proponía la lucha por un salario para el trabajo doméstico, guarderías, el uso de anticonceptivos, aborto legal y gratuito, entre otras cosas.

1 Paloma Efron

A la vez, Eva Landeck lanzó su primer largometraje, “Gente en Buenos Aires”, el 22 de agosto de 1974. En 90 minutos, Luis Brandoni e Irene Morack cuentan la historia de dos jóvenes del interior que no se llevan bien pero se hacen amigos telefónicos, abordando de esta manera el problema que existía en las comunicaciones de la ciudad.



Este film se exhibió en Cannes, Berlín y Taormina, Italia. Como director de fotografía, participó el famoso director de El Polaquito (2003), Juan Carlos Desanzo. “Gente en Buenos Aires” logró que Landeck ganara la Mención Especial de la Muestra Internacional del Film de Autor en San Remo, Italia, en 1975; convirtiéndose en la primera directora cinematográfica argentina en ganarlo.

Eva nació en 1922 en Buenos Aires.

### **Década de 1980 a 1989**

Zappettini y Bemberg en plena dictadura de Videla

Guarini y el Mundial de México '86

Menis y el fin del gobierno de Alfonsín

En 1980, el escultor y pintor Adolfo Perez Esquivel recibió el Premio Nobel de la Paz (en plena dictadura militar argentina) por su compromiso con la defensa de la democracia y los derechos humanos por medios no violentos frente a las dictaduras que se desarrollaban en Latinoamérica.

En esta década, muchas mujeres fueron víctimas de crímenes de lesa humanidad. A fines de la década del '70 se crean las organizaciones de las Madres de Plaza de Mayo y las Abuelas de Plaza de Mayo. Durante los '80, las mujeres pertenecientes a estas organizaciones siguen la lucha por la defensa de los derechos humanos, la búsqueda de sus familiares y de justicia para las víctimas y sus familias.



Simultáneamente, Clara Zappettini estrenaba “Buenos Aires, la tercera fundación”, una película semidocumental a color de 65 minutos de duración, el 5 de junio de 1980. En una entrevista con Argentores, la cineasta llama a su película “la tercera fundación”, por qué, tanto ella, como Roberto Grasso, quien coproduce la película, vendieron sus

departamentos para pagar el crédito que pidieron al Instituto Nacional de Cinematografía.

Zappettini se graduó como Licenciada en Realización Cinematográfica de la Universidad Nacional de La Plata. En 1976 y 1985, fue tallerista de Guión cinematográfico y Producción 1 en el Centro de Realización Cinematográfica del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA).

Actualmente, posee 2 premios Martín Fierro en el rubro de documental por “Historias con aplausos” (1990) y “De personas a personas” (1997). Casi un año después del estreno de la película de Zappettini, el 7 de mayo de 1981, María Luisa Bemberg lanza su película “Momentos”.

Con el protagonismo de Héctor Bidonde, Graciela Dufau y Miguel Angel Solá, esta película de 90 minutos de duración, cuenta la historia de Lucía, una viuda que se vuelve a casar con un médico para luego, serle infiel con un



la emancipación y la reivindicación de la mujer en sus películas, como intento de sobrepasar los límites de la censura que la última dictadura militar argentina llevaba adelante.

En 1986 fue premiada como Mejor Película, Mejor Actriz y Mejor Escenografía en el 8° Festival de Cine de La Habana, Cuba por su película “Miss Mary”. Ganó en 1990 un premio en el Festival Internacional de Cine en Venecia, Italia por su película “Yo, la peor de todas” y un premio a Mejor Guión en el Festival de Cine de La Habana por el film “De eso no se habla”.

Medio año antes de que comenzara el Mundial de Fútbol de México de 1986, Carmen Guarini lanzaba su primer largometraje titulado “Buenos Aires, crónicas villeras” donde habla de la expulsión de 250 mil personas que vivían en



las villas de CABA y fueron expulsados durante la dictadura del '76.

Durante los primeros años de la década de los '80, los movimientos feministas luchan por el “divorcio vincular”. Recién en 1985 se promulgó la Ley Nacional de Divorcio, permitiendo a las mujeres divorciarse sin el consentimiento de sus esposos, y otorgándoles a ambos cónyuges los mismos derechos en cuanto a la custodia de los hijos y la propiedad.

Estudió Cine Antropológico con el director Jean Rouch en la Universidad de Nanterre, Francia. En 1986, fundó con el director Marcelo Céspedes la productora Cine - Ojo. Es actualmente docente de la Maestría de Cine Documental en la Universidad del Cine de San Telmo, CABA.

En estos años se consolidan los movimientos feministas y surgen nuevos centros y asociaciones que ofrecen asesorías legales y difusión de temas relacionados a las problemáticas de las mujeres. Es una época importante en cuanto a la promulgación de leyes que promueven la igualdad de género y la protección de los derechos de las mujeres.



Dos meses después de que el Banco Central de la República Argentina anunciara que se habían terminado las reservas en moneda extranjera y comenzará una de las depreciaciones que llevaron a que Raul Alfonsín adelantara las elecciones presidenciales (las cuales ganaría Carlos Menem), María Victoria Menis lanzaría su primera película como directora, titulada “Los espíritus patrióticos”.

En este largometraje de 92 minutos que co dirigió con Pablo Nisenson, un grupo compuesto de un conquistador, un dueño de una ganadera, un general del ejército y un civil para policial planean un golpe de estado. En 2004, Menis ganó 4 premios en el Festival Internacional de Cine de San Sebastián, España; por su película “El Cielito”.

## Los 2000

### Constantini, Carri y Martel en vísperas del Argentinazo

Medio año después de que Fernando de la Rúa asumiera la presidencia del país,



Maria Teresa Constantini estrenaba el 13 de abril de 2000 su primer largometraje “Acrobacias del corazón”, con una duración de 98 minutos. Esta película cuenta la historia de una directora de cine, Marisa (actuado por ella misma); y Damían (el jugador de fútbol chileno Juan Pablo Gomez), un adicto a las drogas que es protagonista de la película de ella.

En la misma, se abordan temáticas como el dolor, el amor y la amistad. Diez meses después del lanzamiento de



Acrobacias del corazón, Albertina Carri lanzó su primer largometraje “No quiero volver a casa”, el 15 de febrero de 2001 con una duración de 78 minutos.

La misma, coproducida por Argentina y los Países Bajos; cuenta la historia de Rubén, un joven de 25 años sin objetivos, y Ricardo, un empresario; ambos unidos por una trabajadora sexual llamada Susana. Albertina es hija del sociólogo Roberto Carri y Ana Maria Caruso quienes el 24 de febrero de 1977 fueron detenidos, secuestrados y desaparecidos por ser militantes de Montoneros.

Su largometraje “La Rabia” (2008), ganó 2 premios de la Federación Internacional de Prensa Cinematográfica, uno

en La Habana, Cuba y otro en Transilvania, Rumania. Junto con su ex esposa, la periodista Marta Dillon fundó en 2010 la productora "Torta", donde ambas llevaron adelante la producción de 4 documentales sobre los derechos de la mujer en el parto y las distintas maneras que existen de parir.

Desde el 2013, Carri participa como directora artística de "Asterisco", un festival internacional de cine LGBTIQ, que se realiza en CABA.



Durante los 2000 en la Primera Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires (1997-2000), sobre un total de una veintena de diputadas, un tercio se identificaba con el feminismo. Durante la crisis del 2001, ante la inestabilidad del país, las mujeres toman un rol protagonista en la lucha contra la crisis.

Dos meses después del lanzamiento de "No quiero volver a casa" de Albertina Carri, Lucrecia Martel lanzó su primer largometraje titulado "La ciénaga".

Como coproducción de Argentina, España y Francia, la película duró 103 minutos y contó con la producción ejecutiva de Ana Aizenberg, Diego Guebel<sup>2</sup> y Mario Pergolini. Como si ésto no fuera suficiente, los papeles principales son cubiertos por Graciela Borges, Mercedes Morán, Martín Adjemián (Comisario Zalamanca en "Los Simuladores") y Daniel Valenzuela.

Por esta película, Martel recibió 7 premios en Festivales Internacionales de Cine: 1 en Berlín, 4 en La Habana, otro en Sundance, Estados Unidos y el último en Uruguay. En 2004, por "La Niña Santa" logró ganar 2 premios más en Valdivia, Chile y La Habana, Cuba. En una entrevista con la agencia de noticias Efe, sostuvo: "El cine naturalmente es una tarea que terminará siendo de mujeres y después, dentro de 50 años, ya veremos cómo hacemos para que entren los varones".

"Como esta es una cultura que ha puesto al hombre en buen lugar mientras situaba a la mujer en otro medio feo, el discurso hegemónico, la narrativa que ha triunfado en el mundo tiene al hombre también en el mejor lugar. Es comprensible que en los circuitos importantes del cine cueste valorar lo que hacen las mujeres porque está fuera de la normativa narrativa hegemónica; no en todos los casos porque algunas mujeres son complacientes con este sistema cultural, pero yo tengo fe y los signos son claros de que eso está cambiando", agregó Martel.

## Conclusiones

A lo largo de este trabajo hemos hecho un recorrido por la historia Argentina y por la historia del feminismo en el país, resaltando el rol que toman las mujeres cineastas en el cine nacional. Es destacable que si bien estas mujeres ponen

---

<sup>2</sup> Conocido por producir también "Caiga Quien Caiga" y "Algo habrán hecho por la historia argentina"; además de actualmente llevar a cabo la producción de "El Hotel de los Famosos".

una impronta personal en sus obras, también están marcadas por el contexto en el que se encuentran.

La mayor parte de estas películas muestran otra interpretación del rol de la mujer y a su vez se relacionan con los pedidos de memoria, verdad y justicia de una sociedad que avanza, luego de las consecuencias que dejó la última dictadura militar argentina. Hay una predominancia en el lugar de nacimiento de las cineastas mencionadas.

Principalmente son oriundas de Buenos Aires, lo que pone en manifiesto una centralización de los accesos. Sin embargo, es notable cómo las mujeres en roles de dirección cinematográfica crecen con el paso de los años y como aumentan las directoras de otras provincias. Quienes, en general, vuelven a sus raíces para realizar sus primeras producciones.

Cabe mencionar que muchas de estas cineastas han sido parte de organizaciones que luchan por los derechos y/o difusión del cine realizado por mujeres, como es el caso de Bemberg, quien fue una de las fundadoras, en 1988, de “La mujer y el Cine”, asociación que sigue vigente.

Las 10 mujeres aquí mencionadas abren las puertas a las nuevas generaciones de cineastas para la ampliación de un cine hecho por mujeres la cual comienza en el 94, con la Ley 24.377, sancionada el 28 de septiembre; sumada a una mayor accesibilidad a la tecnología y el desarrollo de varias escuelas, lo que permitió el surgimiento del denominado “Nuevo Cine Argentino”.

#### Bibliografía

ALONSO, LUCIANO (2009) “Sobre la historia y su producción en el cruce de las prácticas” en ALONSO, LUCIANO Y FALCHINI, ADRIANA (compiladores) *Memoria e Historia del pasado reciente. Problemas*, Santa Fe, Universidad Nacional del Litoral

FERNÁNDEZ, JOSÉ LUIS (1994) “La entrada mediática” Capítulo II en *Los lenguajes de la radio*, Editorial Atuel, Buenos Aires.

JAKUBOWICZ, E.; RADETICH, L. (2006) *La Historia Argentina a través del cine. Las “visiones del pasado” (1933-2003)*, La cruzía Ediciones, Buenos Aires.

JOWET, JOHN (1992) “Imágenes de largo alcance” en WILLIAMS, RAYMOND (COMP) *Historia de la comunicación. Volumen 2 De la imprenta a nuestros días*, Barcelona: Bosch

MUDROVICIC, MARÍA INÉS (2005) “El valor de la narrativa historiográfica en los procesos de integración social y comunicación”, en: *Historia, narración y memoria. Los debates actuales en filosofía de la historia*, Madrid: Akal.

#### Anexos

- María Herminia Avellaneda:

<https://cinenacional.com/pelicula/juguemos-en-el-mundo>

<https://www.fundacionkonex.org/b767-maria-herminia-avellaneda>

- Eva Landeck

<https://eterdigital.com.ar/la-madre-del-cine-argentino/>

- Clara Zappettini

<https://argentores.org.ar/clara-zappettini-reconocida-con-un-premio-a-la-trayectoria/>

- Albertina Carri

<https://cinenacional.com/pelicula/no-quiero-volver-a-casa>

Varios:

Ley 24.377 “Cinematografía”

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/767/norma.htm>

MARA MELL, NATACHA, « *La mujer en el cine argentino: itinerarios y miradas* », III Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual, 2012. URL: [http://asaeca.org/aactas/mell\\_\\_natacha\\_-\\_ponencia.pdf](http://asaeca.org/aactas/mell__natacha_-_ponencia.pdf)

PECORA, PAULO, « *Un asunto de mujeres. El rol protagónico de la mujer en el cine argentino* », Cinémas d'Amérique latine [En ligne], 17 | 2009, 81-86.

URL: <http://journals.openedition.org/cinelatino/1614> ;

DOI: <https://doi.org/10.4000/cinelatino.1614>

# K-pop: El problema de la misoginia en K-pop Stan Twitter

Riveros Ale, Elías Benjamín  
eli.riverosale@gmail.com

Universidad Nacional de Salta

## Resumen

El k-pop, género de música popular originario de Corea del Sur, tuvo su auge en 2018 gracias a diversos grupos como BTS, Blackpink, Twice, EXO, etc. Luego de ese auge se establecieron varias comunidades cibernéticas o *fandoms* en las distintas redes sociales, como es el caso de “*K-pop Stan Twitter*” quienes a través de Twitter apoyan a sus grupos favoritos, organizan eventos, se comunican entre sí, etc.

Con el paso del tiempo y la masificación se crearon varias “subcomunidades” dentro de *K-pop stan twitter*, como por ejemplo la comunidad de “Only Armys” (fans exclusivas de BTS) pero las comunidades más grandes y con más diferencias entre sí son las de *Boy groups stans* y de *Girl group stans*, fans de los grupos masculinos y femeninos respectivamente. Si bien, en términos generales, *K-pop Stan Twitter* se hizo conocido mundialmente en 2020 por su apoyo al movimiento *Black Lives Matter* y su compromiso social con los derechos humanos, hay una porción de personas que siguen perpetuando los estereotipos de género y misoginia que muchos otros quieren eliminar.

En este trabajo se busca analizar cómo se manifiesta la misoginia y cómo esta misma acrecienta las “*fan wars*” (peleas entre los distintos *fandoms*), principalmente entre los *boy group stans* y *girl group stans*.

Al menos una vez por mes se hace viral un tweet criticando a *idols* mujeres por cosas cotidianas como su actuación en comerciales, leer un libro feminista, etc., pero las mismas personas que crean o comparten ese contenido son las mismas que tratan de “limpiar búsquedas” luego de que sus *idols* varones favoritos sean acusados de cosas más graves, que pueden ir desde abusos de poder al salir con fans hasta acoso, abuso y/o violaciones. El término limpiar búsquedas hace referencia a twittear masivamente el nombre del *idol* o el grupo al lado de palabras con una carga valorativa positiva, para evitar que en el buscador aparezcan resultados relacionados a las acusaciones que puedan tener.

## Introducción

Para hablar del fenómeno a analizar en este trabajo, debemos definir qué es la misoginia. Según Ferrer y Bosch “se refiere al odio, rechazo, aversión y desprecio de los hombres hacia las mujeres y, en general, hacia todo lo relacionado con lo femenino”. Estos autores plantean que este sentimiento es lo que genera “una continuidad en opiniones o creencias negativas sobre la mujer y lo femenino y en conductas negativas hacia ellas” (2000: 14).

No podemos negar que, en Corea del Sur, un país conservador, haya misoginia y también en la industria del K-Pop. Esta misma refleja la estructura social y cultural del país, desde la búsqueda de la perfección que se puede observar en las coreografías, presentaciones e incluso en la obsesión por el físico hasta el doble estándar que hay entre hombres y mujeres.

Esta industria está dominada por empresas que llevan a cabo un sistema de entrenamiento, donde los *trainees* (los cuales ingresan a las empresas por sistemas de audiciones) son sometidos a un duro entrenamiento que puede durar desde meses hasta años o incluso no llegar a debutar ya que las empresas no los consideran “lo suficientemente aptos”. La industria de los idols es tan grande que en cierto punto “también entrena a fans que estarían dispuestos a invertir tiempo y recursos para apoyar la creciente mercantilización de la industria de los ídolos” (Lee, 2019: 14).

Ahora bien, ¿a quienes denominamos fans? Para definir eso debemos remontarnos a los primeros usos del término “fan” el cual, apareció por primera vez en Estados Unidos a finales del siglo XIX en trabajos periodísticos que caracterizaban a “los seguidores de los equipos deportivos profesionales (especialmente de baseball y basketball) en una época en la que el deporte comenzaba a dejar de ser una actividad predominantemente comunitaria para convertirse en un espectáculo.” (Busquet Duran, 2012: 20).

En la actualidad se habla de “Activismo de fans” ya que tienen la capacidad de organizarse y llevar a cabo actividades e intervenciones. Busquet Durán coincide con esto al plantear que “los fans forman comunidades integradas por miembros que comparten la misma afinidad y que pueden conseguir una notable difusión de sus actividades” (2012: 27). Vargas, retomando a Jenkins, plantea que la cultura de los fans es un “fenómeno complejo y multidimensional” en el que se pueden observar y llevar a cabo distintas formas de participación. Con esto se aleja de la idea de que son receptores pasivos, sino que se los ve como gestores y creadores de contenidos. (2011: 11)

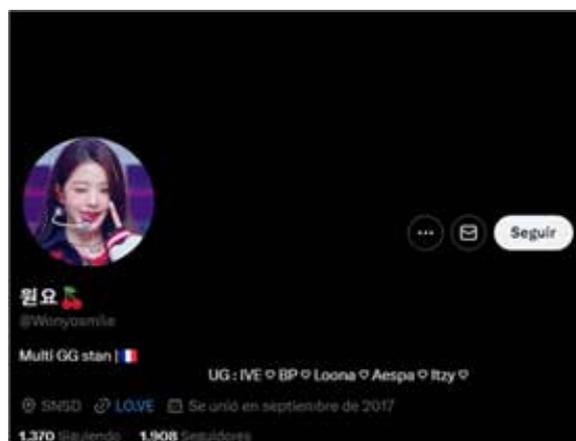
Con el paso del tiempo y la masificación de la industria del K-Pop según Rodríguez Cuenca “la red social de Twitter ha creado una pequeña comunidad de individuos que otorgan una gran importancia a la demostración del aprecio por las estrellas del pop coreano” (2021: 18). A su vez, en esta red social se crearon varias “subcomunidades” dentro de *K-pop stan twitter*, como por ejemplo la comunidad de “Only Armys” (fans exclusivas de BTS). Si bien, en términos generales, *K-pop Stan Twitter* se hizo conocido mundialmente en 2020 por su apoyo al movimiento *Black Lives Matter* y su compromiso social con los derechos humanos, hay una porción de personas que siguen perpetuando los estereotipos de género y misoginia que muchos otros quieren eliminar.

## Los fandoms del kpop

Marina Rodríguez Cuenca en Análisis y sentido de la identidad de K-Pop Stan (2021). Twitter hace una caracterización de los miembros de esta comunidad. Habla de que se creó un “nosotros” en consonancia con el interés en común por la cultura pop coreana. Y es así que describe a los subgrupos de Kpop Stan Twitter

Multistans: fans de varios grupos de K-Pop, sin predilección por alguno en concreto.

Ejemplo de multistan y Girlgroup / Figura 1 obtenida de Twitter (@Wonyosmile)



Shippers: fans que únicamente se centran en la pseudorelación romántica entre dos o más miembros de un grupo.

Ejemplo de Shipper



Figura 2 obtenida de Twitter (@InfinitoVkook)

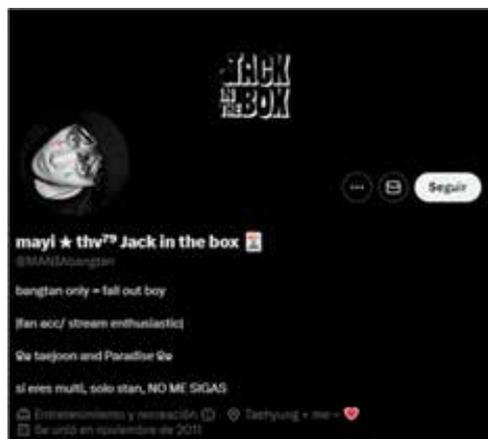
Big accounts: fans que tienen más de 3.000 seguidores en Twitter y siguen a menos de 300 personas.

Ejemplo de Big account



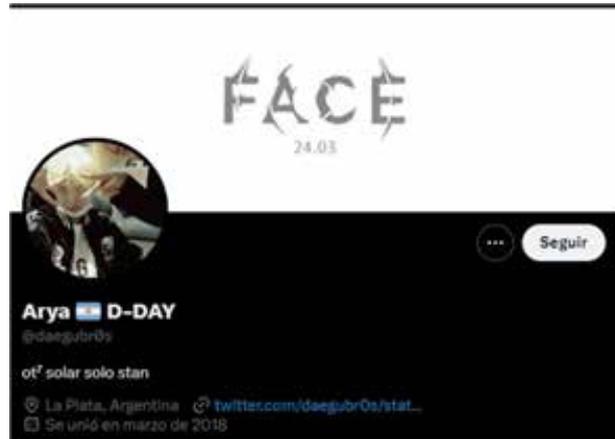
Figura 3 obtenida de Twitter (@mingkigen)

Groupstans: fans de un solo grupo de K-Pop.



Ejemplo de Groupstan/ Figura 4 obtenida de Twitter (@MANIAbangtan)

Solostans: fans de un solo miembro de un grupo, pero que aprecian al resto de miembros.



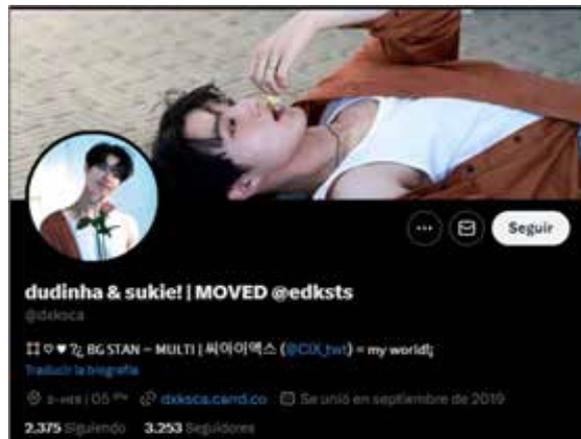
Ejemplo de SoloStan

Figura 5 obtenida de Twitter (@daegubr0s)

Akgae: fans de un solo miembro de un grupo, pero detestan al resto de miembros.

Girlgroups Stans: fans de girl groups (grupos femeninos de K-Pop).

Boygroups Stans: fans de boy groups (grupos masculinos de K-Pop).



Ejemplo de Boygroup Stan

Figura 6 obtenida de Twitter (@dxksca)

Vargas establece que los fans no son individuos aislados ni pasivos, como se mencionó antes, sino que “pertenecen y participan dentro de comunidades culturales, y ello les permite identificarse como miembros e identificar a otros con quienes comparten los mismos o similares intereses.” (2011: 12). En concordancia con esto y sumado a su clasificación es que Rodríguez Cuenca llega a la conclusión de que “los usuarios se sitúan en el Internet según la pertenencia a uno de estos subgrupos” (2021: 20).

A pesar de que existen distintos subgrupos, podemos afirmar que todos tienen algo en común y es la forma de relacionarse con los idols. Muchos llegan, como dice Milla del Pino, a idolatrarlos y adorarlos. “Aunque luchan por

proteger a los idols, ya que son humanos, se tiende a esperar de estos la perfección y existe una cultura de la cancelación que sigue muy presente en los fanáticos. Consiste en aprovechar un acontecimiento en el que algún idol haya cometido alguna falta, ya sea por algún rumor del pasado o un gesto negativo hacia un colectivo o persona, para crear una campaña de acoso en redes para destruir a dicha persona” (2022: 11) y en el afán de protegerlos de esta cancelación es que utilizan la estrategia de “limpiar búsquedas” hace referencia a twittear masivamente el nombre del *idol* o el grupo al lado de palabras con una carga valorativa positiva, para evitar que en el buscador aparezcan resultados relacionados a las acusaciones que puedan tener. El autor menciona casos particulares como lo fueron Soojin de (G)I-DLE y Kim Garam de LE SSERAFIM, quienes por rumores de bullying en su etapa anterior a ser trainees tuvieron que abandonar sus respectivos grupos y empresas. Es aquí donde podemos ver el doble estándar ya que Hyunjin de Stray Kids tuvo los mismos rumores, durante el mismo tiempo que Soojin, y aún así las fans salieron a defenderlo y limpiar sus búsquedas.

Ejemplo de limpiar búsquedas

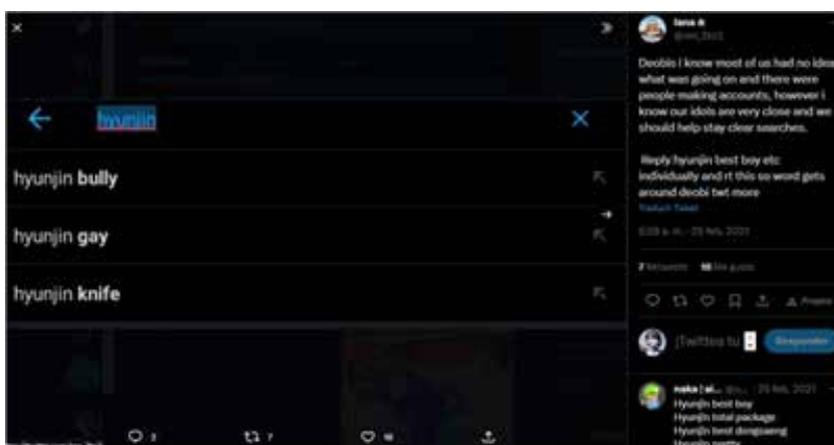


Figura 7 obtenida de Twitter (@ren\_2to3)

### Las fanwars: La demostración del doble estándar y la misoginia en stan twitter

Es de público conocimiento que, como mencionan Park y Kim, las celebridades “han sido un blanco fácil para los chismes e incluso las agresiones, y las celebridades a menudo han sido retratadas como tontas (Johansson, 2008). Más recientemente, la tendencia de criticar a las celebridades en los periódicos ha migrado a los entornos de comunicación en línea” (2021: 3). Estos discursos trasladados a las redes mediados por las tecnologías digitales “no solo facilitan o agregan formas existentes de misoginia, sino que también crean otras nuevas” (Ging & Siapera, 2018: 3), y que están vinculadas con las nuevas formas de relacionarse tanto entre usuarios como con el contenido.

Siguiendo a las autoras Park Sejung y Kim Jiwon es en estos espacios de intercambio que se dan en las RR.SS (redes sociales), las celebridades sufren y experimentan “varios tipos de agresión en línea, que van desde el acoso cibernético hasta ataques racistas u homofóbicos, así como ataques misóginos (Lawson, 2018; Ouvrein et al., 2019). Especialmente las celebridades femeninas, en comparación con sus homólogos masculinos, experimentan una forma de acoso sexual en línea que es de naturaleza misógina y/o sexista” (2021: 3). “Al igual que dentro de toda situación social, se crean enemistades. En K-Pop Stan Twitter se dan casos de acoso cibernético o, típicamente llamado, cyberbullying” (Rodríguez Cuenca, 2021: 26)

A este acoso cibernético, o cyberbullying, Enrique Mendoza López lo define como “el acoso a través de la difusión maliciosa de información en la red, en mensajes de texto, redes sociales, correos electrónicos, en páginas web, blogs, salas de chat, etc. Puede ser información en texto, fotografías o imágenes modificadas o editadas. Todo a

través de una computadora o teléfono móvil” (2012: 1). Para ejemplificar podemos hablar de Jang Wonyoung quien es una de las figuras que más está sufriendo una “ola masiva de hate” en base a la misoginia. Ella es una idol de 18 años, actualmente miembro de el grupo femenino IVE y anteriormente de IZ\*ONE en el cual debutó a los 14 años. Ella fue objeto de odio e incluso de sexualización desde temprana edad y, a medida que su éxito fue aumentando también lo hizo el hate hacia su persona.

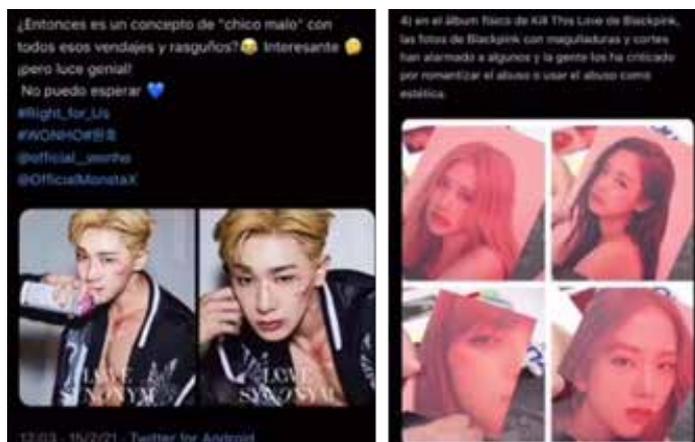
Podemos ver como las “imágenes modificadas o editadas” que plantea Mendoza López hace que reciba más hate ya que por videos mal recortados donde la acusan de no hacer reverencia hacia sus seniors cuando en realidad si lo hizo. Más allá de la veracidad o no del hecho, ella recibe odio por eso pero un idol varón que hizo lo mismo no recibe el mismo trato. En la figura 8 se ve como defienden a Renjun, miembro del grupo NCT (senior de IVE), al haber realizado la misma acción. Es normal que las omisiones de las reverencias sean algo a remarcar ya que en la cultura coreana se realizan a los mayores de edad o jerarquía por respeto. Pero acá se sigue viendo cómo sigue operando el doble estándar.



Ejemplo de doble estándar y el hate a Wonyoung

Figura 8 obtenida de Twitter (@yutamalero y l183749)

¿Qué es el doble estándar? Es un conjunto de principios que se aplica de manera diferente y generalmente más rigurosamente a un grupo de personas o circunstancias que a otro. Esto se puede ver fácilmente en las fanwars (guerra de fans), Rodríguez Cuenca distingue dos tipos de fanwars, uno de ellos es la que se da entre Stans de diferentes grupos de K-Pop o distintos subgrupos como lo son los boygroups y girlgroups.



Ejemplo de doble estándar

Figura 9 obtenida de Twitter

En la figura 9 se observa el doble estándar que se aplica en situaciones similares, casi idénticas, cuando se trata de un hombre y de una mujer. En la primera imagen vemos como, en las fotos promocionales de Wonho, ex miembro del grupo Monsta X y solista luego de que saliera del mencionado grupo a raíz de un escándalo relacionado a drogas, las cicatrices y moretones los fans lo toman con algo sensual e “interesante” mientras que en las fotos del álbum físico del grupo Blackpink los toman como una forma de “romantizar el abuso”.

El autor también menciona varios tipos de acoso que se dan en K-Pop Stan Twitter según qué tema sea el que discutan entre Stans, los cuales son: *Hostigamiento*, *Denigración*, *Desvelamiento* y *sonsacamiento*, *Exclusión* y *Ciberpersecución*. En este trabajo vamos a enfocarnos en sólo dos de ellos.

**“Denigración** es el envío de información despectiva y falsa respecto a otra persona. En K-Pop Stan Twitter esto se perpetra constantemente con la difusión de información falsa sobre ciertos idols

**Ciberpersecución**, por la cual se persigue a una persona en redes sociales con mensajes hostigadores y amenazadores. Este incidente se da, sobre todo, en la relación idol-fan, un anti-fan puede odiar tanto a un grupo de K-Pop o idol que intentará continuamente insultarles en redes sociales como modo de acoso.” (Rodríguez Cuenca, 2021: 28)

Ejemplo de ciberpersecución



Figura 10 obtenida de Twitter (@inoganichope y @kankuritoT\_T)

Ejemplo de Denigración



Figura 11 obtenida de Twitter (@rxyn\_azngxmi)

El tweet en la figura 11 dice, traducido; “Puedo estar de acuerdo con los que odian a Wonyoung, ya que esta chica es tan "pick me" y su actuación linda es molesta como si ella se comiera la frutilla, ¿no es como si se la comiera con las dos manos? Eso es tan asqueroso. necesita una vida en la que pueda ser ella misma.”. Una chica “pick me” es una chica que busca la validación masculina al insinuar directa o indirectamente que ella "no es como las otras chicas". En este caso utilizan este término para desprestigiar a Wonyoung, por la forma de comer una frutilla (figura 12).

### Wonyoung comiendo una frutilla



Figura 12 obtenida del canal MBC

El tweet de la figura 13 dice “Miembros de boy groups lo tienen muy fácil porque ¿por qué Wonyoung comiendo pizza recibe más hate que el diciendo esta m...”. Haciendo referencia a un comentario, que se puede tomar como gordofóbico, que realizó Beomgyu del grupo TXT tuvo menos repercusión y hate que un clip de Wonyoung comiendo pizza para un comercial (figura 14).

### Queja sobre el doble estándar

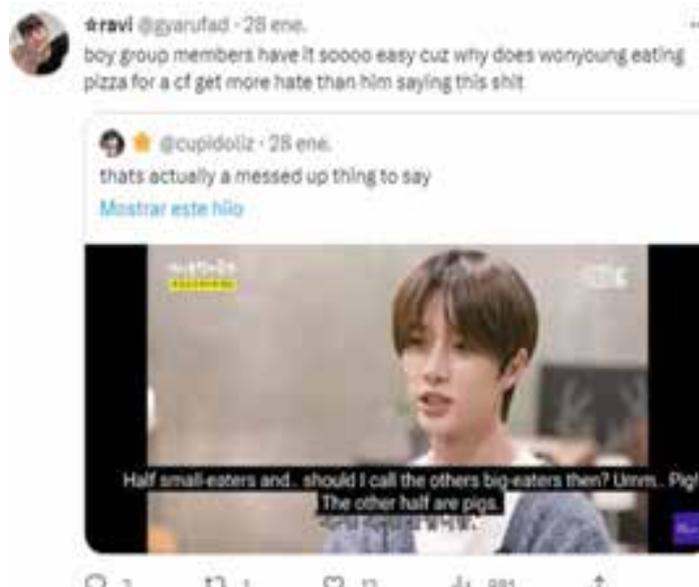


Figura 13 obtenida de Twitter (@gyarufad)

## Controversia del comercial de Wonyoung



Figura 14 obtenida de Twitter (@dksxcabj, @nosoyabil y @Koreaboo)

En el tweet de la figura 15 la cuenta se queja de la misoginia: “Esto es espeluznante... las Stays o kpop stans piensan que IVE es peor que Seungri o Lucas...”

Ayuda, las intermisóginos van a convertirse en mujeres adultas o si ya son adultas, deben mantenerse alejados del kpop ... no conocen la cultura coreana, pero critican a IVE cada vez por vivir como adolescentes”. Seungri fue un idol ex miembro del boy group Big Bang y que el 12 de agosto de 2021 fue sentenciado a 3 años de prisión en primera instancia por malversación de fondos y apuestas en el extranjero, pero tenía más acusaciones, como prostituir a mujeres que frecuentaban su club. IVE es un grupo de chicas que debutó en diciembre de 2020 y que no ha tenido escándalos de mucha relevancia más allá de no realizar reverencias. Estos dos hechos son de una magnitud completamente diferente, pero se terminan poniendo en comparación, demostrando que a las mujeres se las critica por mucho menos. Muchas veces las *idols* femeninas reciben mucho más *hate* que los masculinos, teniendo las mismas actitudes, realizando las mismas acciones o incluso en situaciones de menor impacto.

Quejas sobre la misoginia de Kpop Stan Twitter



Figura 15 obtenida de Twitter (@Thenumerorange)

## Conclusiones

Varios autores coinciden en que el efecto del ciberacoso, los discursos de odio y misoginia van más allá de las redes. A lo largo de los años se ha podido observar estos efectos en la industria del kpop, desde idols que fueron expulsadas de sus grupos hasta suicidios, como fueron los casos de Sulli y Hara.

## Bibliografía

Busquet Duran, J. (2012). El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica. *Revista de Estudios de Juventud*, núm. 96, 2012.

Ferrer Pérez, V. A., & Bosch Fiol, E. (2000). Violencia de género y misoginia: reflexionespsicosociales sobre un posible factor explicativo. *Papeles del Psicólogo*, (75), 13-19.

Ging, D., & Siapera, E. (2018). Special issue on online misogyny. *Feminist media studies*, 18(4), 515-524.

Lee, Y. (2019). Feminist fans and their connective action on Twitter K-Pop fandom. *Berkeley Undergraduate Journal*, 33(1).

Mendoza López, E. (2012). Acoso cibernético o cyberbullying: Acoso con la tecnología electrónica. *Pediatría de México*, 14(3), 133-146.

Milla del Pino, A. G. (2022). Celebrity Endorsement en el Kpop. El caso de Jennie.

Nasution, M. M., Izar, J., & Afifah, I. H. (2021). An Analysis of Hate Speech Against K- Pop Idols and Their Fans on Instagram and Twitter from The Perspective of Pragmatics. *Journal of English Teaching and Linguistics*, 2(2), 91-99.

Park, S., & Kim, J. (2021). Tweeting about abusive comments and misogyny in South Korea following the suicide of Sulli, a female K-pop star: Social and semantic network analyses. *Profesional de la información*, 30(5).

Rodríguez Cuenca, M. (2021). Análisis y sentido de la identidad de K-Pop Stan Twitter.

Vargas, H. G. (2011). FANS, JÓVENES Y AUDIENCIAS EN TIEMPOS DE LA CULTURA DE LA CONVERGENCIA de medios. A dos décadas de *Textual Poachers*, de Henry Jenkins. *RAZÓN Y PALABRA* Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación (75), 1-39.

# Estrategias y políticas institucionales de transversalización de la perspectiva de géneros en UNLZ

Lic. Canella Tsuji, María Luz

lcanellatsuji@sociales.unlz.edu.ar

Esp. Fernández, Samanta

fernandezcyc@gmail.com.

Lic. Lucero, Yesica

yesicalucero88@gmail.com

**Universidad Nacional de Lomas de Zamora**

## Resumen

A partir de la sanción de la Ley Micaela de capacitación obligatoria en género para todas las personas que integran los tres poderes del Estado N° 27.499/18 o Ley Micaela, en diciembre del 2018, la Universidad Nacional de Lomas de Zamora ha generado estrategias y políticas institucionales tendientes a sensibilizar y visibilizar situaciones de violencia machista, acoso sexual y discriminación basada en el sexo, orientación sexual, identidad de género y/o expresión de género entre los actores de la comunidad universitaria con el objeto de erradicar relaciones desiguales de género.

La transversalización de la perspectiva de género en las cinco unidades académicas de la UNLZ tiene como propósito integrar, articular y coordinar esfuerzos comunes en pos de construir espacios de vincularidad libres de violencias. Entender la transversalización como metodología de trabajo implica generar acciones para identificar las relaciones de poder existentes, heredadas y reproducidas en nuestra sociedad cis y hetero patriarcal, visibilizarlas mediante espacios de trabajo e intervenir a partir de la construcción de estrategias específicas para prevenirlas y/o erradicarlas. Atendiendo a la propuesta de la Nueva Teoría estratégica (NTE) (Pérez, 2018), partimos de la premisa de que no existen las respuestas-tipo: se deben pensar las estrategias en la particularidad de las situaciones y de los contextos (que son siempre complejos, contradictorios, dialécticos). En el caso particular de aplicación de estrategias de políticas institucionales de género se buscó que sean articuladoras, cooperativas y relacionales (antes que racionales).

Las acciones que se llevaron adelante pueden resumirse en: sanción y aplicación de Protocolo de actuación en situaciones de violencia y discriminación por cuestiones de género; diseño e implementación de Capacitaciones para funcionarixs, docentes, nodocentes y estudiantes de la UNLZ en el marco de la Ley Micaela; incorporación del módulo de Género en los cursos de ingreso a la facultad; diseño y dictado de la Diplomatura en Géneros y Sociedad; dictado de cursos de formación para Promotoras territoriales en Género; desarrollo de proyectos de investigación y extensión sobre cuestiones de Género; articulación con el Instituto Nacional de la Administración Pública (INAP) para el dictado del curso: Comunicación de las acciones estatales con perspectiva de géneros y la Diplomatura en perspectiva de género en las organizaciones.

## Introducción

El contexto actual nos invita a repensar diversas formas de incidir en las problemáticas que generan desigualdad y exclusión en los planos políticos, económicos, culturales, educativos y sociales. En este marco, desde la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ), trabajamos desde diversas aristas (investigación, extensión, publicaciones, desarrollo de políticas institucionales, formación continua) en lo que refiere al ejercicio de nuestras profesiones en vínculo constante con la comunidad desde una perspectiva transversal de géneros.

En el presente trabajo, proponemos recuperar los procesos de elaboración y desarrollo de los proyectos institucionales llevados adelante por y desde la UNLZ, que tienen como base teórica la propuesta de la Nueva Teoría Estratégica y que fueron impulsados principalmente para dar respuesta a las demandas políticas, educativas, sociales y culturales de la organización en torno a la perspectiva de los géneros.

Comprendiendo y atendiendo que el primer paso para lograr efectos significativos es comunicar de manera estratégica con una mirada diversa e inclusiva, entendemos que las estrategias llevadas adelante por nuestra organización han implicado la articulación de una pluralidad de actores que debieron alinearse para trabajar en pos de las metas propuestas a mediano y largo plazo.

## Los principios de la NTE

En el ejercicio profesional la gestión de los vínculos es siempre dinámica y nos interpela desde lugares tan variados que es imposible pensarlo desde una receta estática y definitiva. Desde la propuesta de la Nueva Teoría estratégica (NTE) (Pérez, 2018), como articuladora de la realidad, sentamos las bases para establecer que comunicar de manera estratégica es comprender que no existen las respuestas-tipo: debemos pensar las estrategias en la particularidad de las situaciones y de los contextos (que son siempre complejos, contradictorios, dialécticos). Debemos pensar en estrategias que sean articuladoras y cooperativas, relacionales antes que racionales.

En este sentido, la propuesta de Rafael Alberto Pérez (2019) sobre la Nueva Teoría Estratégica, enmarcó y sentó las bases de nuestro trabajo desde la puesta en marcha de diversas propuestas, erigidas en los principios que el autor desarrolla, a saber:

Primer principio: La vida es relación. Somos a partir de la interacción y nos hacemos a nosotros mismos en esa relación que es dinámica. Las organizaciones de las que formamos parte se encuentran siempre en relación con otros, no es posible pensar nuestras prácticas de manera aislada del entorno. Es precisamente en esa interacción con nuestros stakeholders que construimos nuestra identidad y aquí recuperamos la “paradojas del cambio” propuestas por Durán Bravo (2019): para permanecer hay que cambiar. Frente a los acelerados cambios de paradigma, los cambios sociales, políticos, culturales, la Universidad tiene, necesariamente, que adaptarse al nuevo contexto.

Cuarto principio: El sistema estratégico humano aspira no sólo a sobrevivir sino también a “mejorvivir”. Debemos ser capaces de imaginar un abanico de futuros posibles y no posibles, atribuirles probabilidades (futuribles), anticiparnos antes de que sobrevengan, elegir el que más conviene a nuestra meta, imaginar rutas alternativas para alcanzarlos y elegir una de esas rutas, recorrerla y ejecutarla, y finalmente evaluar los resultados y aprender de la experiencia. Las propuestas que surgen desde las metodologías (trans)feministas son críticas -denunciativas-, pero también alternativas -propositivas-. Buscan cuestionar, desnaturalizar relaciones de poder, prácticas, lenguajes, y al mismo tiempo proponen otros modos de ser, de hacer, de convivir. El horizonte de estas prácticas es la construcción de sociedades más libres, justas, igualitarias y sin violencias.

Quinto principio: El objeto de toda estrategia es la configuración de una trama de relaciones. Buscamos transformar

una realidad exterior no sólo física sino y sobre todo relacional. Lo que buscamos es reconfigurar nuestra trama relacional, para que sea más propicia para nuestras intenciones y propósitos. Atendiendo a la propuesta de la Nueva Teoría estratégica (NTE), significó pensar las estrategias como una posibilidad de cambio al interior de nuestra organización pero con influencia directa sobre el entorno, como una oportunidad ética y política de transformación social que nos invitó y nos invita a desnaturalizar y desaprender lo aprendido, es decir a registrar, hacernos responsables, reparar y cambiar. A través de la acción educativa y cultural, el lenguaje puede influir positivamente en el comportamiento humano y en nuestra percepción de la realidad. El lenguaje como campo en disputa, es una arena de construcción de sentidos desde donde es posible cambiar una realidad que se presenta injusta, pensar en un futuro más igualitario que nos permita un “mejorvivir” como sociedad. Cada propuesta de políticas institucionales que gestionamos desde la perspectiva de géneros como eje transversal se desarrolló en primera instancia desde una comunicación estratégica, inclusiva y no sexista en el paradigma de los DD.HH. Siguiendo a Sandra Massoni (2009), se tuvo particular atención en generar espacios de encuentro que operan como catalizadores de las experiencias de los actores sociales colectivos, desde una mirada que recupera la transformación permanente.

Sexto principio: La estrategia no es una fórmula de éxito. Para cambiar o influir en el futuro debemos asumir que nos adentramos en un terreno incierto, nuestra tarea será estructurar esta incertidumbre y encontrar la mejor ruta hacia nuestras metas. Como nunca, las situaciones a las que nos hemos enfrentado desde 2020 nos han puesto cara a cara con la gestión de la incertidumbre, amplificando la necesidad de modificar los diseños curriculares, las prácticas de formación y la vinculación para con la comunidad en general, desde un cuestionamiento del sistema patriarcal para comenzar a desnaturalizar su funcionamiento histórico en nuestras sociedades.

Noveno principio: NO a las respuestas-tipo. Buscar estrategias anticipativas, mejor cambiarse a uno mismo y a la relación, que tratar de cambiar a los demás; mejor buscar estrategias articuladoras y cooperativas que confrontativas. Se trata, como establece Herrera Echenique (2017), de construir tramas de relaciones, desarrollar estrategias de co-construcción y co-creación de narrativas que atiendan a la articulación de la diferencia, con equipos diversos desde la perspectiva de los géneros, las orientaciones sexo afectivas, las etnias, las edades, los espacios de formación, con el fin de crear contenidos éticos, amplios e inclusivos. Así mismo, al abordar temáticas complejas, que atraviesan las subjetividades, que tensionan y ponen en jaque espacios de privilegio y que cuestionan nuestra propia identidad, ya no podemos pensar estos conflictos desde la racionalidad sino que deben gestionarse a través de la escucha empática y de la lógica relacional.

El enriquecimiento de la perspectiva de género se ha dado como un proceso abierto de creación teórico-metodológica, de construcción de conocimientos e interpretaciones y prácticas sociales y políticas. Los estudios de género nacen en una amplia matriz donde confluyen procesos históricos, regionales e internacionales. Son miradas, pensamientos y voces que surgen en contextos de desigualdad social, donde en principio y notoriamente fueron las mujeres las que se organizaron y se movilizaron para luchar por sus derechos.

Desde este paradigma, apostamos a la construcción de espacios de trabajo colaborativos que nos permiten desterrar prácticas comunicacionales donde los estereotipos de géneros perpetúan situaciones asimétricas y desiguales, como la masculinidad tóxica, las prácticas homoodiantes y transodiantes o el rol doméstico e inferiorizado de las mujeres.

Décimo principio: Somos lo que elegimos. En la medida que la estrategia modifica nuestras relaciones, nos hacemos a nosotros mismos a base de elecciones: por un lado de manera re-afirmativa pero por otra parte de manera excluyente. La sociedad y sus instituciones, las maneras de pensar y las categorías del pensamiento, han sido creadas y discutidas sólo entre varones, pero no todos los varones, sino en base al punto de vista del varón o masculinidad hegemónica (Connell, 1987). Esta construcción androcéntrica y sexista, lejos de ser ingenua, sitúa ese punto de vista como objetivo y universal, como el único válido y legítimo para pensar y actuar sobre y en la sociedad y sus diversos actores. Que el pensamiento tradicional sea androcéntrico y sexista refiere a las relaciones de poder que encarna y

legítima, donde ciertas masculinidades son poseedoras de privilegios, acceden a determinados derechos y bienes, son el punto de referencia de toda la humanidad, las voces autorizadas para dictar leyes, impartir justicia, tomar decisiones, producir conocimientos, etc.

Tanto el lenguaje como las matrices de las relaciones de poder que perpetuamos genera contenidos en sí mismo, nos posiciona en un lugar en el mundo y construye un tipo de relación con nuestros stakeholders. Sostener inmutables e incuestionables prácticas heredadas, implica reproducir relaciones asimétricas, jerárquicas y desiguales, donde se han cristalizado el racismo, clasismo, machismo y heterocissexismo de las sociedades que las practicamos.

La irrupción en el espacio público de colectivos históricamente invisibilizados (colectivo LBTQTIQ+ y de mujeres) tuvo como consecuencia la aparición de tensiones y conflictos que atraviesan estas relaciones de poder dentro de la sociedad, que exigen ser nombrados: puestos en palabras y problematizados. “Lo que no se nombra no existe” reza la bandera del transfeminismo.

*[...] no se puede pensar la realidad y nombrarla con autonomía cuando a uno se le despoja de la palabra propia [...] No se pueden colectivizar, poner en común necesidades y deseos para producir ideas acerca del modo en que se quiere vivir, cuando los espacios necesarios para esa puesta en común –las escuelas, las organizaciones políticas, los parlamentos, los medios de comunicación– están férreamente controlados por unos pocos que fijan temas, modos de actuar, de decir, de argumentar, de llegar a acuerdos (Mata, 2011, p. 16).*

## Antecedentes y contexto

Las discusiones en torno a las profundas desigualdades entre los géneros, tanto en el ámbito público como en el privado, tuvieron mayor tratamiento y cobertura mediática a partir del surgimiento del colectivo “Ni una Menos” en el año 2015, cuando miles de personas tomaron la calle para exigirle al Estado una urgente intervención frente a las desigualdades estructurales que sufren las mujeres y que cobran su mayor expresión en los femicidios.

Los movimientos sociales se han erigido como piedras angulares para las diversidades y las feminidades, al encontrar en ellos la representación de sus intereses y reclamos, porque colaboraron para que las demandas en relación con las cuestiones de género se trasladaran y logren posicionarse en el espacio público y, de ese modo, en la agenda pública. Apoyados por un sector de la ciudadanía y por los medios de comunicación, que cubrían el tema y permitieron una repercusión social más extensa, hicieron de este problema público una demanda contundente para exigirle al Estado y a los poderes públicos su urgente intervención para la inclusión de la perspectiva de géneros en las instituciones a partir de la implementación de políticas públicas concretas. El comportamiento de las organizaciones de la sociedad civil, y en especial del colectivo “Ni una Menos”, en el establecimiento de su propia agenda y en las presiones para llevar a que su asunto de interés sea atendido por el gobierno, generó el ensanchamiento o el cambio de contenido de la agenda institucional (Nelson, 1996). Que una demanda, problema o asunto llegue a ser considerado como un punto o tema de la agenda de gobierno supone analíticamente decisiones antecedentes: la decisión de prestarle atención, la elaboración y selección de su definición, la elaboración y selección de una opción de acción (Aguilar Villanueva, 1996). Estas decisiones son condiciones interdependientes y necesarias para llegar a la conclusión de que hay que actuar y hacer algo, es decir, poner en marcha toda una maquinaria de información: análisis, concertación, legislación, movilización, operación. En tal sentido, el proceso de elaboración de agenda de gobierno es el momento en donde los decisores políticos toman posición, es decir, deciden si actúan o no sobre un asunto que previamente ha llamado y fijado su atención tras las demandas sociales y, en consecuencia, diseñan una política pública para solucionarlo.

Cabe mencionar que los problemas implican percepciones, y las percepciones implican construcciones, es decir que las palabras y los conceptos a los que se recurre para describir, analizar o clasificar un problema enmarcan y moldean la realidad a la que se desea aplicar una política pública (Parsons, 2007).

Es por ello que podríamos afirmar que los caminos allanados por parte de la normativa existente en Argentina son perfectibles, en tanto que si bien han levantado las demandas de los movimientos feministas, las han adecuado a las percepciones de las problemáticas de los y las decisores políticos sobre la realidad de los/as/es afectados/as/es.

Luego de más de un siglo de luchas de las mujeres (y los colectivos LGBTTTIQ+) por el reconocimiento de sus derechos y la eliminación de las brechas de género, y del rol del Estado en la resolución de esa demanda (a través del trabajo en redes y de la implementación de políticas públicas en la materia), cabe preguntarnos por las repercusiones que han tenido lugar en las universidades, las acciones que se vienen desarrollando en materia de género como producto y parte de esas políticas.

En esa línea, cabe destacar que desde el punto de vista jurídico, nuestro país cuenta con legislación avanzada en materia de DD.HH., al haber sancionado en 2006 la Ley N° 26.150 que creó el Programa Nacional ESI (Educación Sexual Integral) y estableció la obligatoriedad de la educación sexual de manera transversal en los distintos niveles educativos del sistema dentro del territorio nacional argentino. El espíritu de la ley es fortalecer, en el marco de la escuela, a las infancias y adolescencias para poder identificar, problematizar y actuar frente a situaciones que vulneren sus derechos, y generar respuestas de protección y reparatorias, por parte del Estado, frente a estas situaciones. Por otro lado, con la sanción de la Ley N° 26.485, de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales (2009) y la tipificación del femicidio (por medio de la Ley N° 26.791 de 2012); la Ley N° 26.618 de Matrimonio Civil -conocida como Ley de Matrimonio igualitario-, sancionada y reglamentada en 2010; y la Ley N° 26.743 de Identidad de Género, sancionada en 2012, con la cual el Estado argentino se ha posicionado como pionero en Latinoamérica -y a nivel mundial- en el reconocimiento de los Derechos del colectivo LGBTTTQI+. Fue fundamental la sanción en 2018 de la Ley N° 27.499, de Capacitación obligatoria de Género para todas las personas que integran los tres Poderes del Estado, a la que las Universidades Nacionales adhirieron en el Plenario de Rectoras y Rectores en abril de 2019 (Ac. Pl. N° 1076/19).

En los últimos años, se sancionaron las Leyes 27.636 de Promoción del acceso al empleo formal para personas travestis, transexuales y transgénero “DIANA SACAYÁN - LOHANA BERKINS” (2021); la Ley de Paridad de Género en Ámbitos de Representación Política (Ley N° 27.412) y Ley de Equidad en la representación de los géneros en los servicios de comunicación. También es destacable la emisión del Decreto 476/2021 que establece el DNI no binario, que reconoce identidades por fuera del binomio masculino y femenino.

Las políticas públicas implican cursos de acción estatal en materia de proyectos, programas y planes que, enmarcados en las normativas mencionadas, promueven estrategias y actividades con perspectiva de género para reducir las brechas económicas, políticas y sociales entre los géneros, fomentar el liderazgo femenino y la participación de las mujeres (sobre todo) en espacios de toma de decisión, prevenir las violencias por razones de género y brindar asistencia con diversas finalidades.

En este contexto, ponemos de manifiesto además la relevancia que adquiere para la comunidad universitaria en general, y la UNLZ en particular, la Red Interuniversitaria por la Igualdad de Género y contra las Violencias (RUGE) que funciona dentro del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN). La RUGE es el “fruto del avance de los activismos universitarios feministas para la institucionalización y jerarquización de las políticas de género en las instituciones públicas de educación superior” (Rovetto, Fabbri et al., 2020) con el fin de contribuir en la erradicación de las violencias y desigualdades basadas en género. Entre septiembre y noviembre de 2019 RUGE, junto a la Iniciativa Spotlight, realizó un relevamiento cuantitativo con el fin de elaborar un diagnóstico nacional sobre la implementación de políticas de género en el sistema universitario argentino (RUGE, 2019): se indagó en la aplicación de

protocolos de atención de la violencia; se describieron los espacios institucionales de gestión de estas políticas y se identificaron políticas de transversalización de la perspectiva de género en las áreas de formación, investigación y extensión; y se midió el grado de implementación de la Ley Micaela- que establece la capacitación obligatoria en género y violencia de género para todas las personas que se desempeñan en la función pública, en los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Nación. Se llama así en conmemoración de Micaela García, una joven entrerriana de 21 años, militante del Movimiento Evita, que fue víctima de femicidio en manos de Sebastián Wagner-. Los datos recopilados sobre 61 instituciones universitarias<sup>1</sup> son alentadores. Para ese período, el 73,77% de las universidades contaba con protocolos aprobados (y un 19,67% se encontraban en proceso); el 55,26% de los espacios institucionalizados de género tienen en el rango de programas; casi el 82% había adherido a la Ley Micaela y 49% habían comenzado con las capacitaciones (siendo que el 31% se destinaron a autoridades, el 27,6% a no docentes, el 20,7% a docentes y otro 20,7% a estudiantes).

## Modelo de aplicación

Como matriz de referencia en lo que respecta a la aplicación y desarrollo de las estrategias elaboradas por la UNLZ, cabe destacar las políticas públicas mencionadas en materia de género y diversidad desarrolladas en Argentina, surgidas en interacción y enmarcadas en el contexto regional y global, y que han resultado del movimiento feminista (en su heterogeneidad) como motor de lucha por las reivindicaciones y los derechos de las mujeres y las diversidades pero también como un movimiento productor de epistemologías de frontera que brindan las bases teóricas y metodológicas para la perspectiva de género y su transversalización, objeto de dichas políticas.

La práctica y puesta en marcha de las políticas institucionales de género y su expresión en la formación de estudiantes nos ha manifestado su relevancia sin igual, fue y es el puntapié inicial de “politización creciente para la consolidación de sujetos políticos capaces de imaginar tramas de resistencia y refundación en todas las esferas de la vida” (Attardo, en Fabbri y Rovetto, 2020, p.22).

Bajo estas premisas, destacamos que nuestra universidad no ha permanecido ajena a estos procesos. Con la perspectiva de género como eje transversal y la NTE como teoría rectora desde las distintas unidades académicas de la UNLZ se han llevado adelante diversidad de proyectos. Además, varias de estas estrategias se han realizado de manera conjunta entre facultades, demostrando que el trabajo inter y transdisciplinar potencia los efectos e impactos de los desarrollos académicos, extensionistas y de investigación.

Siguiendo las cinco etapas que distingue Rafael Alberto Pérez, se encaró el diseño e implementación de distintas políticas institucionales de manera estratégica (Canella, 2011):

**1. Prediagnóstico:** se evidenció una discontinuidad de la institución con respecto a su entorno, a través de una *primera evaluación selectiva, emocional, interpretativa/ constructora, de contextualización y de las consecuencias* llegamos a un resultado provisional sobre el fenómeno que debemos abordar: la necesidad del abordaje institucional de cuestiones relacionadas con los géneros y y la diversidad sexo-genérica.

2. En la segunda fase de **diagnóstico**, se buscó realizar “un abordaje complejo y relacional de modo tal que permita integrar los elementos del sistema” (Canella, p. 47, 2011). Esto implicó identificar los actores involucrados: autoridades, docentes, personal no docente, estudiantes, las otras instituciones del sistema universitario, la comunidad local; todos con sus características particulares, sus intereses y su vínculo con la organización. Así obtuvimos una radiografía de la situación de la organización como una conjunción relacional, dinámica y fluida, que nos permitió trazar los objetivos.

1 56 universidades nacionales, 4 provinciales y el Instituto Patagónico de las Artes (RUGE, 2019).

3. En la fase de **elección**, trabajamos de manera integrada con representantes de todas las unidades académicas y del Rectorado de la UNLZ para analizar todas las alternativas posibles y definir una, poniendo en juego la racionalidad de los actores pero sobre todo el componente emocional.

4. En la fase de **ejecución**, se pusieron en práctica las alternativas seleccionadas. Como los diseños fueron suficientemente flexibles, nos permitió realizar ajustes a partir de las respuestas que fuimos obteniendo de los distintos públicos y escenarios.

5. Por último, en la fase de **reconducción y conducción a futuro** se evalúa lo implementado, se analizan los resultados y se reorienta la conducta futura.

Algunas de las políticas más importantes desarrolladas a nivel institucional fueron:

La Diplomatura en Géneros y Sociedad (dictada de manera conjunta entre las facultades de Derecho y Ciencias Sociales) es la primera que se creó en el sur del Conurbano Bonaerense como formación de pregrado. Se trata, tal como invita la NTE en su génesis, de un desarrollo con métodos y modelo propio (Pérez, 2018). El fin principal es promover la defensa de los derechos humanos, atendiendo a las problemáticas de los géneros en el ámbito local y regional, a fin de construir herramientas colectivas y generar oportunidades que tiendan a lograr una sociedad más justa e inclusiva. En tal sentido, apunta deconstruir las relaciones asimétricas que derivan en discriminación y violencia hacia las femeneidades y disidencias, desde una mirada interdisciplinaria, que pone en dialogo diversos saberes.

El desafío de la UNLZ se centró en propiciar las condiciones para que nuestra comunidad pueda contar con una oferta académica de pregrado que sea accesible monetariamente, que rescate como valor la acción territorial emplazada en el conurbano sur y que quiebre con el estigma de lo periférico desde tres planos:

*A través de lo identificador, consiste en reconocer como cultural el proceso por el cual un sujeto puede explicar su propia individualidad a partir de la referencia a los modos de relación del hábitat donde se desarrolla. Respecto a lo relacional, esta característica se extiende al tipo de rol y de funciones que un individuo adquiere en el marco de su sistema territorial y que solo puede entenderse en un conjunto y bajo coordenadas espaciotemporales específicas. Lo histórico pretende recuperar para el territorio la condición de inscribir el presente en un devenir. (Aragón, 2020, p. 212)*

CCabe destacar que la cursada que inició en abril de 2019 se desarrolló de manera presencial, mientras que las condiciones establecidas por la Pandemia del COVID-19 obligaron a establecer un formato virtual desde el 2020, situación que se sostiene en la actualidad, debido a las grandes posibilidad que abre este formato, entre ellas poder conectarse desde cualquier lugar con tan solo un dispositivo con acceso a Internet.

Consideramos que el tránsito por las aulas de la Universidad (presencial y virtual) en los encuentros propiciados por la Diplomatura le ha cambiado la mirada sobre la sociedad y las problemáticas de géneros no sólo a quienes han egresado, sino también a las personas que han participado de estos espacios de reflexión, intercambio y aprendizaje. Sumando las 4 cohortes ya desarrolladas (2019- 2020- 2021- 2022) un total de 360 estudiantes comenzaron una formación en perspectiva de géneros bajo el paradigma de los DD.HH.

Por su parte, desde el 2021 la UNLZ, en convenio con el Instituto Nacional de la Administración Pública, en el marco del Plan Federal de Formación y Capacitación en Gestión Pública, lleva adelante el curso Comunicación de las acciones estatales con perspectiva de género y la Diplomatura en Perspectiva de Género en las organizaciones. Entre los objetivos se pueden mencionar, por un lado, la formación de personas que conozcan y comprendan la interrelación entre los conceptos géneros, comunicación y derechos humanos; y por otro lado, que puedan hacer uso de las herramientas de lenguaje y de las prácticas no sexistas en su trabajo diario con el propósito de promover

la igualdad para con las y los agentes públicos de todo el país.

Desde el 2018 a la fecha se llevaron adelante las Capacitaciones en el marco de la Ley Micaela para los y las agentes (docentes y personal no docente) de las cinco unidades académicas (Cs. Agrarias, Cs. Económicas, Cs. Sociales, Derecho e Ingeniería) y el Rectorado de la UNLZ. Las capacitaciones incluyeron, bajo la modalidad presencial y virtual, conferencias magistrales y talleres sobre Perspectiva de Género y Derechos Humanos y reunieron a 248 docentes y 100 trabajadores/as nodocentes. Es interesante destacar que las/os/es capacitadoras/es de los talleres fueron graduadas/os/es de la Diplomatura en Géneros y Sociedad de la UNLZ y que las cohortes se conformaron con docentes de todas las facultades, lo que permitió enriquecer el intercambio a partir de las distintas experiencias, saberes e inquietudes que cada uno/a/e trajo a los encuentros y, a su vez, permitió que se conozcan entre sí, al interior de cada unidad y entre ellas, afianzando también la comunidad UNLZ.

Por su parte, desde la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Sociales, de Derecho y de Ingeniería de la UNLZ se lleva adelante de forma conjunta, y bajo la coordinación de la Fundación Micaela García, el dictado de la Capacitación a Promotoras/es Territoriales en Género. Desde su puesta en marcha, en 2020, se han formado más de 250 promotoras/es de atención primaria de problemáticas de género bajo la premisa de la necesaria colaboración y compromiso por parte de las instituciones educativas en la implementación, desarrollo e impulso de acciones que contribuyan a la construcción de una sociedad más igualitaria, libre de violencia y discriminación.

La generación de espacios de formación estuvo acompañada con el desarrollo de diversas líneas de investigación que actualmente se han unificado en un proyecto conjunto que, desde el 2022, reúne a docentes y nodocentes de todas las unidades académicas y del Rectorado de la UNLZ. En el marco del Programa de la Secretaría de Políticas Universitarias “Creación, jerarquización y fortalecimiento de Espacios Institucionales para el Desarrollo de Políticas de Género en las Universidades” se están llevando adelante acciones en relación con la continuidad, ampliación y profundización de estrategias para la sistematización, el fortalecimiento y el desarrollo de las políticas de género transversales en nuestra universidad, en sus tres funciones.

Como antecedente, desde el 2019, docentes investigadores/as de las diez carreras que se dictan en la Facultad de Ciencias Sociales (Comunicación Social, Educación, Letras, Minoridad y Familia, Periodismo, Psicopedagogía, Publicidad, Relaciones Laborales, Relaciones Públicas y Trabajo Social) llevan adelante, desde la metodología del Estrategar, con una concepción compleja, transdisciplinaria y sistémica, un proyecto de investigación titulado “Enfoques transdisciplinarios en las Cs. Sociales en el abordaje de cuestiones de géneros”<sup>2</sup>. Actualmente, el trabajo se encuentra en una segunda instancia “Enfoques transdisciplinarios en el abordaje de Asuntos Públicos desde el Estrategar (2019-2022)”.

Por otra parte, también de forma interdisciplinaria (Cs. Agrarias, Cs Sociales e Ingeniería) se desarrolla el proyecto de investigación “El género en disputa: análisis sobre la implementación y los impactos de las políticas públicas en materia de género en los modos de pensar, en las prácticas productivas cotidianas y en las relaciones sociales situadas en el marco del desarrollo agropecuario, industrial - empresarial y rural” con el propósito de analizar el rol del Estado desde abajo, retomando la propuesta metodológica foucaultiana de captar el poder en su capilaridad. Para ello se utilizan técnicas cualitativas y cuantitativas que permitan el abordaje a niveles micro.

En este sentido, abogamos por el ser humano relacional que propone la NTE como actor clave, como un sujeto activo y pasivo de la Estrategia en tanto que es parte de un sujeto colectivo mayor llamado organización, que es quien permite que los grandes proyectos y las grandes estrategias puedan diseñarse (Pérez, Massoni, 2009). De esta manera, la UNLZ como sujeto colectivo se ha configurado como un nodo especial formado por actores “que se asocian en busca de configuraciones más propicias para su devenir como seres humanos y al mismo tiempo poder alcanzar metas sociales” (p. 201).

En paralelo con las líneas de investigación, el desarrollo de acciones extensionistas y los espacios de formación se llevaron adelante actividades como conferencias, jornadas, conversatorios, encuentros y charlas abiertas entre colegas y abiertas a la comunidad, que tuvieron como objeto comunicar los avances de las investigaciones, poner en común los saberes en relación a la perspectiva de géneros y las problemáticas que afectan a mujeres y diversidades en el ámbito doméstico y público a fin de identificar las desigualdades existentes para poder generar estrategias colectivas y buscar alternativas de abordaje a partir de la cooperación y la co-construcción de respuestas. Destacamos el conversatorio interdisciplinario “Los desafíos de las mujeres en la Universidad, Problemáticas, propuestas y proyectos” (2021), que se realizó de forma conjunta entre las cinco unidades académicas y el Rectorado de la UNLZ.

Asimismo, representantes de las cinco unidades académicas de la UNLZ participaron del Taller “Plan Trayecto Formativo Federal en Cuestiones de Género 2021”, en el marco del “Programa integral de fortalecimiento institucional en políticas de género universitaria” dictado por la RUGE, entendiendo la necesidad de la formación continua de los actores sociales que son parte de la implementación y ejecución de las estrategias institucionales.

Los proyectos impulsados en y desde la Universidad surgen a partir de las tensiones que se manifiestan en la sociedad que nos rodea, a partir de los cambios de paradigma impulsados por la organización de la sociedad civil a través de los movimientos de mujeres y LGTBTTIQ+ que se han convertido en cuerpo de ley durante las últimas dos décadas, pero también surge como necesidad de continuar avanzando en la conquista de derechos, de espacios y entendiendo que las Universidades Nacionales debieran ser espacios privilegiados de formación de agentes de cambio cultural.

Entendiendo que la NTE nos sitúa en un mundo de relaciones, los y las agentes que llevamos adelante los procesos de cambio en las UNLZ debemos, indefectiblemente, profundizar en la complejidad de las interacciones que integran la trama de relaciones, y de tensiones que allí suceden, para reflexionar y re-configurar las situaciones de desigualdad que existen en la sociedad (Pérez, Massoni, 2009). Formamos parte de una dinámica de redes que nos indica que las singularidades no son las partes que se suman para obtener una unidad sino que construyen significaciones como sujeto colectivo en la interacción con el medio, con un momento histórico en particular, donde el universo es un entramado relacional que, como profesionales, nos interpela y nos exige capacidad estratégica.

## Referencias bibliográficas

- Arribas A.; HerreraEcheniqueR.;PérezR.A.(2017).*NuevaTeoríaEstratégica:Repensandola estrategia desde la comunicación*. Ed. Razón y Palabra. Ecuador.
- AguilarVillanueva,L.(1996),*EstudioIntroductorioyEdición.EnProblemaspúblicosy agenda de gobierno*. Miguel A. Porrúa, México. Disponible en: [https://negociacionvtomadedecisiones.files.wordpress.com/2016/04/0001\\_problemas-publicos-y-agenda-de-gobierno.pdf](https://negociacionvtomadedecisiones.files.wordpress.com/2016/04/0001_problemas-publicos-y-agenda-de-gobierno.pdf)
- Aragón, S. (2020). La influencia del contexto como práctica comunicacional: el desafío de la integración en la sociedad de la información. *Austral Comunicación*, Volumen 9, número 2: 187-215. Disponible en: <https://ojs.austral.edu.ar/index.php/australcomunicacion/article/view/395>
- Connell, R. (1987) *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Duran Bravo, P., Cisneros Martínez, N., Pancardo, Raúl. (2019) Comunicación estratégica: articulación de las ecologías simbólicas con los stakeholders (Pp. 180-205) en Guzmán Ramírez, H.- Herrera Echenique, R. coords. *Comunicación estratégica: interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders*. Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.
- Fabbri, L. y Rovetto, F. (1ra. ed) (2020). *Introducción: Cuadernos feministas para la transversalización* en Attardo C. [et al.], *Apuntes sobre género en las currículas e investigación*. Rosario: UNER Editora.
- Massoni,S.(2009)*Comunicaciónestratégica:somoseresen-red-dándonos.FISEC-Estrategias - Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomasde ZamoraV1,AñoV,Número12,(2009),pp3-24*<http://www.fisec-estrategias.com.ar/ISSN1669-4015>.

- Mata, M. C. (2011). Comunicación Popular: Continuidades, transformaciones y desafíos. *Oficios Terrestres*, 1(26). Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982>
- Nelson, B. (1996), *La formación de una agenda. El caso del maltrato a los niños*. Miguel A. Porrúa, México. Disponible en: [https://negociacionytomadecisiones.files.wordpress.com/2016/04/l0001\\_problemas-publicos-y-agenda-de-gobierno.pdf](https://negociacionytomadecisiones.files.wordpress.com/2016/04/l0001_problemas-publicos-y-agenda-de-gobierno.pdf)
- Parsons, W. (2007), *Políticas públicas: una introducción a la teoría y a la práctica del análisis de políticas públicas*. México: FLACSO, Sede Académica de México. Disponible en: <https://reddvaliendre.files.wordpress.com/2020/03/parsons-wayne-politicas-publicas.pdf>
- Pérez, R.A. (2018). *Estrategar: vivir la estrategia*. Ed. Facultad de Ciencias Sociales Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Argentina
- Pérez, R.A. (2019). *Introducción en Comunicación estratégica: interfaz relacional entre organizaciones y sus stakeholders*. Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.
- Pérez, R.A.; Massoni, S. (2009). *Hacia una teoría general de la estrategia. El cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. Ed. Ariel.
- Rovetto, F.; Fabbri, L. (1ra. ed.) (2020). *Ley Micaela en el sistema universitario nacional: propuesta pedagógica para la formación y sensibilización en género y sexualidades*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: RUGE.
- RUGE (2019). *Políticas de Género en las Instituciones Universitarias. Estado de situación. Principales resultados*. Diciembre, 2019.

## MESA 5

# Comunicación, niñez y adolescencia

# De Caja Negra, Luzu TV y telenovelas turcas. Consumos mediáticos de adolescentes y jóvenes en la era de las plataformas (y por qué la televisión no murió)

Silvera Basallo, Eugenia Marisol  
emsb1987@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

## Introducción

La relación de los adolescentes con la televisión no es un objeto de estudio novedoso. Desde la aparición del medio como dispositivo tecnológico, ya se señalaban los peligros de ubicar el artefacto en el cuarto de los niños/adolescentes, como citaba Lynn Spigel en su famoso libro *Make room for TV. Television and Family Ideal in Post-war America* (1992). La preocupación por la incorporación de esa tecnología en el hogar y las consecuencias de su imbricación con la vida cotidiana de estos sujetos fue una cuestión abordada desde distintas disciplinas, como la psicología o la sociología.

Con el correr de los años, las investigaciones sobre este tema no desaparecieron. Parafraseando a Umberto Eco (2013 [1964]), convivieron las visiones apocalípticas y las integradas. En ese derrotero, durante la década del noventa del siglo XX aparecieron varios trabajos que sostenían que los adolescentes se alejaban del consumo televisivo porque su foco estaba puesto en los procesos de socialización. Ese alejamiento no implicaba una ruptura definitiva con el medio sino, más bien, una reducción en el tiempo de consumo. Autores como Valerio Fuenzalida (1997) comentaban que la adolescencia era una de las etapas de menor consumo televisivo debido a la atención que ese grupo etario destinaba a otras actividades, entre ellas —y fundamentalmente—, la convivencia con el grupo de pares, que implicaba un ocio fuera del ámbito del hogar.

Hoy, a más de 80 años de las primeras emisiones televisivas en el mundo, y con el desarrollo y expansión de nuevas plataformas que conllevan a consumos cada vez más individualizados (al menos, en apariencia), emerge con fuerza la idea de que el consumo televisivo en los jóvenes está en vías de extinción o —mejor aún— se afirma que los jóvenes ya no miran televisión. Sin embargo, en esta ponencia, que pretende ser una invitación a reflexionar y poner en discusión esa tesis, interesa ver cuál es el significado que hoy los adolescentes y jóvenes le otorgan a la televisión, cuál es su trascendencia en su vida cotidiana y cómo el medio convive junto a (¿en?) las plataformas de streaming.

## Algunas precisiones sobre la indagación

Un primer obstáculo que se presenta es la definición de juventud y de adolescencia. En este punto, y tomando como referencia un trabajo previo (Silvera Basallo, 2022), se enfatiza en que estos conceptos son categorías construidas, siguiendo los aportes de Bourdieu (1990) [1978] y Margulis (2000) [1996]. No obstante, para el desarrollo

de esta ponencia se recuperan las definiciones propuestas por dos organismos internacionales, y que fueron retomadas por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA). Por un lado, el concepto de juventud de la ONU, que incluye en esta clasificación a las personas que tienen entre 15 y 24 años. Y, por otro lado, el de adolescencia, acuñado por UNICEF, que engloba a los sujetos de entre 12 y 18 años.

Para el presente trabajo se construyó un corpus de publicaciones/comentarios de usuarios realizadas/os en las plataformas Tik Tok, Twitter y YouTube, al considerar que son algunas de las más consumidas por adolescentes y jóvenes<sup>1</sup>. Se buscaron aquellos comentarios sobre: 1) contenidos de Luzu TV (señal digital multiplataforma que se transmite en vivo); 2) el ciclo de entrevistas de Caja Negra (transmitidas por YouTube y pertenecientes al medio Filo.news); 3) la emisión de telenovelas turcas en el canal de aire Telefe. Al momento de realizar la indagación se definieron los siguientes criterios de búsqueda: 1) se recurrió al motor de búsqueda en Twitter utilizando hashtags específicos (por ejemplo, #cajanegra, #luzutv); 2) se rastrearon comentarios sobre una serie de entrevistas de Caja Negra en YouTube (tomando en consideración algunos personajes que apuntan al target con el que se trabaja en la investigación); 3) se rescataron comentarios de Luzu TV en Tik Tok en los que se hablaba sobre personajes del programa Gran Hermano, que fue emitido por el canal de aire Telefe y se consolidó como uno de los más vistos de la televisión argentina en el último año; 4) se recuperó el corpus de comentarios en Twitter que refieren a la transmisión de dos telenovelas turcas emitidas en la pantalla de Telefe y que fueron constituidos para una ponencia que mencioné como antecedente (Silvera Basallo, op.cit.); 5) se rastrearon hashtags sobre telenovelas emitidas en los meses de abril/mayo de 2023 por el canal Telefe (#pantanal; #todopormihogar; #EdaySerkan).

Vale destacar que al momento de escritura de la ponencia se ha presentado el informe preliminar de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital (ENCC). Luego de la última publicación, realizada en 2017, esta nueva edición arroja los datos y conclusiones correspondientes al año 2022. Según lo que se desprende de ella, la primera evidencia es que la televisión no murió, a pesar de las predicciones sobre su deceso<sup>2</sup>. Mientras el 69% de las argentinas y argentinos pagan algún servicio de TV por cable, el 12% tiene señal de aire analógica o Televisión Digital Abierta (TDA) y un 9% cuenta con servicio de TV satelital. Respecto al consumo televisivo, se concluye que quienes más miran televisión de aire o cable son los adultos mayores, mientras que los jóvenes de entre 18 y 29 años lo hacen en menor medida. Sin embargo, aunque el consumo en adolescentes y jóvenes sea menor no deja de resultar significativo, vale decir, no desapareció.

Interesa pensar cómo los jóvenes miran televisión en tiempos de plataformas. En el trabajo presentado en el XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAI), señalé el acercamiento de las audiencias juveniles a la televisión abierta y a uno de sus géneros históricos, la telenovela. La publicación evidenciaba cómo estos espectadores consumían telenovelas turcas emitidas en un canal de aire (Telefe) y, al mismo tiempo, interactuaban en la red social Twitter llegando a crear fandoms<sup>3</sup>.

## **“¿Qué hay de nuevo, viejo?”: La tv en las nuevas plataformas o cómo las nuevas plataformas se alimentan de la tv**

---

1 Según los resultados de una encuesta publicada en agosto de 2022 por el Pew Research Center, realizada a adolescentes estadounidenses de entre 13 y 17 años, las plataformas más consumidas fueron YouTube (95%) y Tik Tok (67%). Si bien en esa encuesta el consumo de Twitter revela una caída, hay que destacar que la muestra está constituida sólo con adolescentes y no incluye a los jóvenes de entre 17 y 24 años que también son objeto de esta ponencia. Además, en el caso de Twitter se considera que es la principal plataforma que funciona como second screening (segunda pantalla).

2 En esta línea podemos ver, según datos proporcionados por la Cámara Argentina de Agencias de Medios, cómo la inversión publicitaria en televisión en Argentina, correspondiente al período entre enero y diciembre de 2022, creció un 82% en pesos corrientes respecto al año anterior.

3 Sobre el concepto de fandom, vale recordar que la noción de fanatismo fue incorporada en el ámbito de la investigación académica a través de la obra de Henry Jenkins, *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture* (1992). En esa publicación, la noción abandonaba los prejuicios circulantes en el mundo periodístico y se interesaba por pensar la capacidad de agencia de los fans.

Mirta Varela explicaba en *La televisión criolla* (2005) que la televisión en la Argentina, hasta 1969, atravesó tres etapas: de la tele-visión (de las utopías vinculadas a la transmisión de imágenes a distancia) al televisor (el electrodoméstico que se incorpora en el espacio hogareño); y del televisor a la televisión (tiempo de consolidación del medio masivo a partir de la conformación de un lenguaje propio y de una audiencia particular, entre 1960- 1970). Hoy resulta importante pensar cómo sobrevive la televisión no sólo en el dispositivo televisor sino también en los cruces con las nuevas plataformas.

Como ocurrió con todo medio masivo de comunicación, los orígenes de la televisión manifestaron varias indefiniciones sobre su futuro, por ejemplo, no se sabía a ciencia exacta cuáles serían los usos de esa tecnología. Cuando el 17 de octubre de 1951 se produjo la primera transmisión, todavía había un desconocimiento acerca de los contenidos que albergaría el nuevo medio. Nora Mazziotti (2002) definía a la primera etapa de la televisión, correspondiente a la primera década (1951-1960), como una etapa prehistórica: “La programación no estaba afianzada en cuanto a la frecuencia de emisión y la duración de los programas y se hacía totalmente en vivo” (26). Sin embargo, en esa primera década se fueron definiendo géneros y formatos que, luego, la televisión consolidaría.

En 1954, Paloma Efron<sup>4</sup>, más conocida como Blackie, condujo *Cita con las estrellas*, un programa que mostró las primeras entrevistas en televisión. Ese estilo conversacional que había iniciado en la radio, lo trasladó al medio televisivo. Podría decirse que el género entrevista forma parte del paisaje de la televisión desde tiempos tempranos: el arco de producciones se extiende desde aquellas realizadas a personalidades del mundo del espectáculo o la política hasta las que muestran a personas comunes con historias de vidas particulares. Hoy no sólo se evidencia la presencia de programas destinados exclusivamente al género (tal es el caso de *Periodismo Puro*, un ciclo de entrevistas a figuras políticas emitido en la pantalla de Net TV) sino también la aparición de programas que incluyen segmentos/secciones de entrevistas (como el ciclo *He vivido en el noticiero Telefe noticias* o las entrevistas en *Vivo para vos*, programa de Canal 9).

Pero los ciclos de entrevistas también se trasladan a las nuevas plataformas. Uno de los ejemplos más destacados es el ciclo de *Caja Negra*, un formato en YouTube perteneciente al medio digital Filo.news. El programa se estrenó en 2019 y es conducido por Julio Leiva (que es, además, director editorial de Filo.news). Leiva ya tenía trayectoria en el medio radial: pasó por Radio Mitre y *Vorterix*. Y si bien las entrevistas de *Caja Negra* pueden escucharse en Spotify, las reproducciones en YouTube<sup>5</sup> indican que la imagen, como en la pantalla televisiva, sigue siendo importante para los espectadores.

*Caja Negra* no esconde ninguna novedad: lo que interesa es conocer al personaje, acercarse a cada uno de los invitados. La escenografía es minimalista: con dos sillas, una pequeña mesa y un fondo negro se construye el ambiente para ofrecerle al público entrevistas de más de una hora de duración. Pero la propuesta convoca al público juvenil a partir de la inclusión de figuras del mundo del streaming (como Ibai Llanos), youtubers (el caso de Luisito Comunica), o cantantes de todos los géneros y estilos (desde L-Gante hasta Lali Espósito). Si bien con el tiempo fueron incorporándose entrevistados que apuntan a públicos más adultos (como Mariana Enríquez, Mercedes Morán, Fito Páez, por citar algunos casos), *Caja Negra* fue pensado para las generaciones más jóvenes, tal como lo señaló el conductor en diversas notas periodísticas<sup>6</sup>. Lo que destaca a *Caja Negra* es el clima generado entre el entrevistador y los entrevistados ya que se trata de un espacio distendido para profundizar en la vida de cada uno de los personajes y sacar a la luz las historias que, aún siendo de sujetos famosos, son cotidianas.

Algunos comentarios en las redes, y que se utilizan como corpus de este trabajo, exhiben el consumo de este ciclo de

---

4 Tuvo una extensa trayectoria en radio y su primera aparición en televisión fue como cantante en *Tropicana Club*, un programa musical de los inicios de la televisión (1952).

5 A modo de ejemplo, la entrevista realizada al YouTuber Luisito Comunica, estrenada el 26 de abril de 2023, tuvo 934.789 vistas.

6 Por ejemplo, en la nota “*Caja Negra*: las claves del éxito del ciclo de entrevistas que une generaciones”, publicada en *La Nación* el 9 de agosto de 2021 y en la edición impresa de la revista impresa *Rolling Stone*.

entrevistas. Vale destacar que las propuestas funcionan como un menú a la carta, donde cada espectador decide qué entrevista quiere ver en función de sus intereses culturales. No hay una continuidad entre un programa y otro, sólo son capítulos que pueden verse aisladamente.

Tal como señalaba Jorge Halperín en su libro *La entrevista periodística. Intimidaciones de la conversación pública* (1998), “La entrevista es la más pública de las conversaciones privadas” (13). El encuentro íntimo que se produce con la persona entrevistada hace que los adolescentes y jóvenes espectadores se acerquen a las pasiones, frustraciones, deseos, temores y esperanzas de los personajes a los que siguen, admiran o de los que son —estrictamente— fanáticos. Esa misma idea es la que se replica en los jóvenes que miran telenovelas (Silvera Basallo, *op.cit.*), quienes satisfacen necesidades afectivas en el consumo de dichos productos. En un caso con objetos ficcionales, en otro con un formato de no ficción como las entrevistas de Caja Negra, se destaca la función emotiva que prevalece en el consumo juvenil. A modo de ejemplo, la usuaria de Twitter @melabarreraa escribía sobre la entrevista realizada a la cantante Lali Espósito<sup>7</sup>:

@melabarreraa

*nono lali hablando del Velez en caja negra me destruyo lpm, todavía no caigo q eso ya paso ah<sup>8</sup>*

Este formato —que, en definitiva, no hace sino retomar un género que tuvo/tiene larga vida en la televisión— revela que los contenidos circulan, fluyen de un medio a otro pero no se extinguen, del mismo modo que ocurrió con el retrato pintado a mano y el retrato fotográfico.

Así como la propuesta de Caja Negra funciona como un menú a la carta, también las múltiples plataformas hablan de consumos diversos y de recorridos que, en principio, pueden parecer individuales porque cada sujeto define horarios de consumo, posibilidades de repetición de contenidos, entre otros. En esta línea, otra usuaria tuitea:

@\_rrromi

*estoy viendo la caja negra de lali, en un toque va a estar en el stream de boffe y mañana en ndn, estoy muy feliz de verla sin parar jsjsajaj*

De este tuit se desprenden algunas cuestiones que, aunque obvias, no dejan de ser una invitación para indagar sobre los consumos juveniles:

- a. Se manifiesta el seguimiento a una estrella en diversas plataformas, como ocurrió con el desarrollo del star system televisivo<sup>9</sup>.
- b. Los sujetos espectadores se presentan como conocedores de mundos particulares y detentan el saber que poseen. En el tuit citado, la joven no sólo se siente feliz porque se va a presentar la estrella, sino que muestra a otros usuarios esa información que domina.
- c. La construcción de tiempos de espera y de consumo de los productos y un arco que va desde la gestión de

<sup>7</sup> La entrevista fue estrenada el 19 de abril de 2023.

<sup>8</sup> Los tuits se transcriben respetando la ortografía y sintaxis original.

<sup>9</sup> Tal como señalaba Nora Mazziotti (2021), actores y actrices consagrados como estrellas circulaban por los distintos medios tradicionales porque, en definitiva, eran ellos quienes expresaban las aspiraciones y deseos de los personajes a los que representaban y con lo que las audiencias sentían cercanía. Hoy ocurre lo mismo con las nuevas figuras juveniles: circulan en diversas plataformas y son seguidas por el público al que interpelan.

tiempos propios hasta la consolidación de tiempos de consumo colectivos, que se enmarcan como rituales.

A partir de estas pistas, para la presente ponencia se desarrollarán algunos aspectos vinculados a los tiempos destinados al consumo de estas producciones y la relevancia social de ese tiempo en los jóvenes.

## Tiempos de consumo y construcción de saberes

En los comentarios y publicaciones de los jóvenes con los que se trabajó, se observa cómo los capítulos, los streams o los programas son objetos de consumo deseados y esperados. Es necesario aclarar que hay contenidos en vivo y otros que pueden ser consumidos on demand. En los casos empleados para el corpus, vale destacar que Caja Negra se transmite por YouTube y las entrevistas pueden ser reproducidas en cualquier momento (aunque la fecha y horario de lanzamiento de cada producción se conoce y los usuarios lo esperan) mientras que Luzu TV tiene transmisiones en vivo y difunde recortes de sus transmisiones en otras redes (por ejemplo, en Instagram o Tik Tok). Asimismo, las transmisiones de las telenovelas turcas son a través del canal de aire, pero los capítulos pueden verse en páginas alternativas o en la página del propio canal<sup>10</sup> (en este caso, la disponibilidad de los capítulos es por un tiempo limitado).

Lo importante es observar que incluso cuando los contenidos pueden ser consumidos en otro tiempo, la necesidad de verlos ni bien se publican (como las entrevistas de Caja Negra) sigue presente. Esto marca una línea de continuidad con prácticas del pasado: perderse un capítulo de un programa televisivo podía ser vivido como un drama en tiempos en los que no había dispositivos que permitieran conservar su registro<sup>11</sup>.

A partir del corpus, se revela que hay una marcada dedicación al consumo de estos productos, un tiempo que concita atención. Frente a la idea de que los jóvenes y adolescentes tienen una atención parcial, los consumos muestran que se pasan horas frente a contenidos que los interpelan. A modo de ejemplo, un usuario de YouTube expresaba la diferencia entre tener veinte minutos de clase y una hora de Caja Negra (hacía referencia a la entrevista realizada a Ibai Llanos, que fue publicada en mayo de 2021). Al lado de la frase “20 minutos de clase” escribía: “zzzzzzzz” y un emoji de cara dormida. Abajo, junto al texto “Una hora de la caja de negra de ibai”, redactaba la frase “Fino señores” (la expresión proviene de un meme y se la emplea cuando se quiere comparar dos cosas de manera graciosa) y agregaba un emoji de la cara con anteojos de sol (en este caso, fue utilizada con la acepción de que algo es excelente). En la misma línea, otra usuaria de Twitter, @LuuciBuet, decía: “quiero mirar todo el día LuzuTV, no quiero estudiar”. El énfasis en el consumo prolongado de estos productos se repite constantemente. Esto también se encuentra en el tuit citado líneas arriba, de la usuaria @\_rrromi, que pasaba de mirar más de una hora de entrevista a Lali Espósito a consumir un stream del youtuber argentino Boffe en el que participaba la cantante y, al día siguiente, volvía a ver a su estrella en Nadie dice Nada (NDN), un programa de Luzu TV que se transmite de lunes a viernes de 10 a 13 horas.

Pero no sólo hay una exposición frente a contenidos de larga duración sino que hay una abundante cantidad de tiempo destinada a la repetición del consumo de producciones particulares. No sólo se sigue a una estrella en diversas plataformas sino que también ocurre lo mismo con la proyección de ciertos contenidos. En el caso de las telenovelas turcas, los espectadores miran la misma producción en diferentes medios y plataformas. Un ejemplo es el de la usuaria de Tik Tok, camizimmerman1, que arma un video con dos imágenes: en la primera, coloca la frase “Mi mamá

---

10 En el caso de la telenovela Pantanal, estrenada en la pantalla de Telefe el 29 de marzo de 2023, la página web del canal no permite el consumo gratuito de sus capítulos. Se debe generar una suscripción a Paramount+.

11 Como ejemplo, retomo el ejemplo citado en mi tesis de Maestría en Comunicación y Cultura (2019), en el que una histórica espectadora de telenovelas comentaba que su madre la había llevado al médico y éste le había contado el caso de una paciente que no se quería operar porque ese día estaba la telenovela Rolando Rivas taxista.

escuchando esta intro desde la cocina” con una imagen de fondo de la producción turca Eda y Serkan. ¿Será que es amor? En la segunda imagen del video, agrega el texto: “Yo viendo Sen Cal Kapimi por 3209450 vez”. En las dos imágenes incluye los stickers del meme de Nicolás Cage y Pedro Pascal (sobre la escena de El peso del talento), en donde Cage se muestra descolocado y Pascal se presenta con una sonrisa eufórica. Además, abajo comenta: “La vi en vivo, subtitulada, en HBOmax y ahora por telefe...quien más asi???? #CapCut #sencalkapimi #loveisinthe-air #sck #edayserkan #seriesturcas #novelasturcas #telefe #tvseries #series #parati #parati”.

En este último caso, en el texto central se menciona a un canal de aire y, además, se lo utiliza como hashtag. De nuevo, vuelven a mostrarse los cruces entre el medio tradicional y los medios digitales, así como las formas de apropiación que, con algunas novedades como el uso de stickers, remontan a viejos rituales ligados al consumo televisivo: antes se grababan capítulos de programas en VHS, hoy son los propios espectadores los que difunden fragmentos de las telenovelas u otras producciones en redes como Tik Tok. El pausar, rebobinar, adelantar se traduce en un editar y viralizar.

En el consumo reiterado de un mismo producto también se desarrolla un conocimiento profundo de sus contenidos. Eso marca la presencia de la adquisición de saberes que, en la comunidad, son valorados. En el caso de las telenovelas turcas se van construyendo comunidades online (Borda, 2012) de espectadores que no sólo interactúan en Twitter a partir de creación de cuentas fake de los personajes de esas producciones (que es una de las actividades principales y que revela el conocimiento detallado de las historias y los personajes), sino que son ellos mismos quienes exhiben sus conocimientos sobre los guiones, entre otros. Como comenta la usuaria de Tik Tok citada anteriormente: “yo hasta casi me aprendí turco para verla en vivo jajajaj y entender lo que dicen”. Otra usuaria de Twitter, @Maite\_Noveler, escribe en la red social: “la promo de todo por mi hogar en el horario de pantanal, mis novelas” y agrega dos emojis de la carita con ojos de corazón. Los espectadores se apropian de términos de la industria y los utilizan, marcando constantemente esos saberes y difundiendo en las comunidades con las que interactúan, como expresa en este otro tuit la twittera citada: “amando el desarrollo que está teniendo maria #Pantanal”.

Los jóvenes se vuelven expertos en materia de estos consumos, tanto desde aquellos aspectos vinculados con informaciones específicas sobre los horarios y lugares de transmisión como respecto a los productos en sí mismos. Además, el consumo de productos, aunque parezca individual, vuelve a ser colectivo: desde la consulta para saber en qué horario se pasa por televisión una telenovela (como el caso de la usuaria de Tik Tok belucanalda que escribe: “alguien que me diga a qué hora la pasan por Telefe”, en referencia a Eda y Serkan y la respuesta de otra adolescente, Agustina Alfaro, que responde: “a las 16:30!”) hasta la generación de los ya citados fandoms.

Una mención particular merece la existencia de programas en vivo, como ocurre con las transmisiones de Luzu TV. El streaming en vivo combina rasgos de la radio y la televisión: lo que ven los espectadores es una suerte de estudio de radio pero con tiempos propios de la producción televisiva que, incluso, aparece en la propia denominación del medio. La centralidad otorgada a la televisión supera a la comparación con programas radiales. En este caso, los espectadores tienen que consumir los productos en los tiempos establecidos desde la industria, o conformarse con los recortes.

El vivo de estas transmisiones remite al vivo de la industria televisiva en donde los tiempos son tiranos, los errores están a la orden del día y la producción requiere cierto esfuerzo. Si Caja Negra replica el formato de entrevista televisiva, Luzu TV se alimenta del vivo de la televisión (además de la construcción de una parrilla de programación televisiva). Aún cuando el propio creador haya mencionado en una entrevista al diario La Nación (publicada en enero de 2023) que “la búsqueda no está tan centrada en los números del vivo, sino en cortar clips del programa que luego se circulen en redes”, los propios usuarios muestran (como el ejemplo de la usuaria que quería estar viendo todo el día el medio) que pueden sostener los vivos, la totalidad del programa, sin necesidad de recurrir a

los fragmentos. En esta línea, al momento de escritura de la ponencia vemos que hay conectados 29 mil usuarios en el vivo de Red Flag, uno de los programas estrella de Luzu TV.

A diferencia de lo que citaban varios autores en investigaciones de la década del noventa sobre la etapa de la adolescencia como un momento de la vida en el que el consumo televisivo era menor porque aparecían otras actividades de interés (Fuenzalida, 1997), en la actualidad se visualiza que la socialidad pasa por el consumo de estos productos o, mejor dicho, que son ellos los que habilitan lazos entre los espectadores en las redes.

### Otros cruces entre tv y plataformas

“¿Trabajo soñado”, le preguntaron en el programa Más de lo mismo de Luzu TV a Daniela Celis, una ex participante de la última edición de Gran Hermano. La joven respondió, sin dudarle: “Tele”. Pregunta y respuesta formaron parte de un segmento del programa titulado La ronda del rayo, que consiste en responder gran cantidad de preguntas en un tiempo breve. No es el ping-pong de preguntas y respuestas del programa para el público juvenil de Silvio Soldán (Feliz domingo para la juventud<sup>12</sup>) pero mantiene la misma dinámica. En este caso, las preguntas son sobre ideas, gustos del entrevistado. Con una lógica totalmente diferente a la propuesta por Caja Negra, el formato de las preguntas y respuestas engancha a los espectadores de Más de lo mismo. Repetición, entonces, de un modelo que se recupera del medio televisivo.

Lo que interesa de este ejemplo (y que vale resaltar) es que la figura entrevistada fue una de las habitantes de la famosa casa de Gran Hermano, en su última versión en la Argentina (que empezó el 17 de octubre de 2022 y finalizó el 27 de marzo de 2023). Gran Hermano tuvo picos de 24.8 puntos de rating en su último programa y eso lo catapultó como uno de los programas más vistos en la pantalla de aire. La presencia de esta participante en Luzu TV pone a la vista los cruces entre la televisión y las plataformas. Por un lado, se ve el acercamiento desde la industria de estos nuevos medios digitales —que recuperan lo que pasa por la pantalla televisiva local— y, por otro lado, se aprecia el interés de los jóvenes y adolescentes por un género televisivo (el reality). La relevancia de este dato es que marca la proximidad del grupo a un medio tradicional. Vale decir, cuando la industria televisiva los interpela con determinados productos, ellos responden con el consumo. Esto también se observó en el caso de las/los adolescentes y jóvenes espectadora/es de las telenovelas del canal Telefe<sup>13</sup>. El beneplácito al entrevistar a la participante de Gran Hermano es manifestado en diversos comentarios, como el caso de la usuaria fioggiustozzi que comenta en el fragmento de Tik Tok de @masdelomismoluzutv ya citado: “al fin llevan a alguien de gh los amo”.

En calidad de expertos (sobre esto ya se hablado), los jóvenes emiten críticas a la industria que les provee gran parte de sus consumos culturales. Fernanda Longo Elía (1999) relataba —en un trabajo que conformó parte de su tesis de grado de la carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA)— cómo los espectadores enviaban cartas al canal Volver para que repitieran algunos programas, como en el caso de una mujer que quería que proyectaran la telenovela Rosa de lejos porque la conectaba con emociones y recuerdos de otros tiempos. En la misma línea, y como se ha documentado en el libro “Soy como de la familia” Migré. Conversaciones de Nora Mazziotti con Alberto Migré (1993), el exitoso creador de telenovelas recordaba las cartas que le enviaban quejándose por el final que le había dado a una historia (la de Piel Naranja<sup>14</sup>). Ahora, las generaciones más jóvenes también le hablan y le discuten a la

---

12 Fue un programa de éxito que se transmitió durante varias décadas en la televisión argentina, desde 1970. El formato consistía en dos equipos que competían a lo largo del programa a través de diversos juegos y el ganador obtenía el viaje de egresados a Bariloche para todo el grupo.

13 Queda pendiente indagar, si fuera posible, cuál es la proporción de adolescentes/jóvenes que efectivamente consumen las telenovelas de los canales de aire, más allá de que los comentarios y la creación de los fandoms en Twitter muestran la existencia de esa práctica.

14 Telenovela emitida por Canal 13 en 1975.

industria mediática que los rodea. Pero no hay duda de que aplauden los cruces, como lo confirma otra usuaria de Tik Tok haciendo referencia a la presencia de la participante de Gran hermano en Luzu TV: “necesito verla en la tele, redes todo, tiene alto carisma y es una diosa”.

## Consideraciones finales

En esta ponencia se buscó indagar la persistencia que el medio televisivo tiene para adolescentes y jóvenes, a partir de observar continuidades de la televisión en las plataformas: desde modalidades de transmisión hasta la importación de formatos y modos de producción. Pero no sólo la televisión sobrevive, de algún modo, en los medios digitales; no sólo son retazos de televisión en las plataformas. El corpus relevado evidenció un consumo de contenidos de televisión abierta que permiten generar un vínculo con las generaciones más jóvenes. En esta línea, también es importante destacar algunas menciones desde la industria, que si bien no fueron objeto de este trabajo, evidencian algunas apuestas a futuro y desafíos que se le presentan a la televisión. Por un lado, el propio creador de la señal multiplataforma Luzu Tv, señalaba en una entrevista que “la tele sigue siendo por lejos el medio más masivo”<sup>15</sup>. Por otro lado, una productora de larga trayectoria en la televisión argentina, Cris Morena<sup>16</sup>, sostenía en diálogo<sup>17</sup> con el periodista Pablo Sirvén que “todo va a volver a la televisión”. Y afirmaba que las plataformas ya le compran latas de 140 o 145 capítulos porque pretenden generar engagement con su público. En ese sentido, explicitaba: “El deseo de todas las plataformas sería poder mandar un capítulo por día. Entonces te van a mandar un capítulo por día y te vas a sentar a esa hora a mirar el capítulo aunque lo tengas en cualquier hora”.

A futuro, queda pendiente seguir investigando sobre los consumos mediáticos juveniles y las diferentes articulaciones entre medios tradicionales y los llamados nuevos medios, teniendo en cuenta que esos aspectos sirven para comprender más acerca del complejo proceso de recepción.

## BIBLIOGRAFÍA:

- Borda, L. (2012): Bettymaníacos, luzmarianas y mompirris: el fanatismo en los foros de telenovelas latinoamericanas [Mimeo], Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Bourdieu, P. (1990) [1978]: La “juventud” no es más que una palabra. En Sociología y cultura. México: Grijalbo, Conaculta.
- Eco, U. (2013 [1964]): Apocalípticos e integrados, Buenos Aires: Sudamericana.
- Fuenzalida, V. (1997): Televisión y cultura cotidiana. La influencia social de la TV percibida desde la cultura cotidiana, Santiago de Chile: Corporación de Promoción Universitaria.
- Halperín, J. (1998): La entrevista periodística. Intimidades de la conversación pública, Buenos Aires: Paidós.
- Jenkins, H. (1992): Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture, London & New York: Routledge.
- Longo Elía, F. (1999): Cartas a la televisión: memoria, biografía e identidad cultural. En GRIMSON, A. y VARELA, M. Audiencias, estudios culturales y poder. Estudios sobre televisión, Buenos Aires: Eudeba.
- Margulis, M. (2000) [1996]: La juventud no es más que una palabra (Ensayos sobre cultura y juventud), Buenos Aires: Biblos.
- Mazziotti, N. (2002): La televisión en Argentina. En G. Orozco (Coord.), Historias de la televisión en América Latina, Barcelona: Gedisa.

15 En la entrevista “Nicolás Occhiato: el éxito de Luzu TV, los cambios en el consumo de medios y por qué considera que la televisión ‘no va a morir’”, publicada en La Nación el 18 de enero de 2023.

16 Su nombre real es María Cristina de Giacomini.

17 La entrevista fue emitida en el programa Hablemos de otra cosa, conducido por Pablo Sirvén, el 29 de octubre de 2022.

Nielsen, J. (2004): La magia de la televisión argentina 1951-1960: Cierta historia documentada, Buenos Aires: del Jilguero.

Silvera Basallo, E. (2019): “Una mirada sobre la memoria de las espectadoras de telenovelas”, Repositorio Digital Institucional Facultad de Ciencias Sociales-UBA, consulta 14 de mayo de 2022.

Silvera Basallo, E. (2022): “Telenovelas turcas y audiencias juveniles. Vínculos mediáticos en el siglo XXI”, ponencia presentada ante XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAI), Buenos Aires, 26-30 de septiembre de 2022.

Spigel, L. (1992): Make room for TV. Television and Family Ideal in Postwar America, Chicago and London: University of Chicago Press.

Varela, M. (2005): La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna. 1951-1969, Buenos Aires: Edhasa.

Artículos periodísticos, documentos y sitios web consultados:

Horvat, A. (18 de enero de 2023). Nicolás Occhiato: el éxito de Luzu TV, los cambios en el consumo de medios y por qué considera que la televisión “no va a morir”. La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/personajes/nicolas-occhiato-el-exito-de-luzu-tv-los-cambios-en-el-consumo-de-medios-y-por-que-considera-que-la-nid18012023/>

La Nación. [La Nación] (29 de octubre de 2022). Hablemos de otra Cosa con Cris Morena [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=OsVmJAa4hGU>

Sanzano, M. (09 de agosto de 2021). Caja Negra: las claves del éxito del ciclo de entrevistas que une generaciones. Rolling Stone. La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/revista-rolling-stone/caja-negra-las-claves-del-exito-del-ciclo-de-entrevistas-que-une-generaciones-nid09082021/>

Sistema de Información Cultural de la Argentina (2023). Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013/2023 Resultados provisorios, mayo de 2023. [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/05/enc2023\\_inform\\_e\\_preliminar.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/05/enc2023_inform_e_preliminar.pdf)

Sistema de Información Cultural de la Argentina (24 de mayo de 2023). Encuesta Nacional de Consumos Culturales – Edición 2017. <https://www.sinca.gob.ar>

# Medios de comunicación y protección de derechos de Niños, Niñas y Adolescentes en la cobertura periodística

Esp. Claudia Elina Quaglia  
cquaglia@unlar.edu.ar

**Universidad Nacional de La Rioja**

## Introducción

En la presente ponencia se abordará la relación entre los medios de comunicación y la protección de los derechos de Niños, Niñas y Adolescentes (NNyA), en la cobertura periodística. Se resalta la importancia de una labor responsable y respetuosa, así como los desafíos y las mejores prácticas para garantizar la promoción y protección de sus derechos y la relevancia periodística de temas relacionados con niños y adolescentes, debido a la influencia que los medios de comunicación tienen en la formación de opiniones y actitudes en la sociedad. Sin embargo, se señala las consecuencias negativas y sanciones de índole administrativa, civil y penal que esta cobertura puede tener si no se realiza de manera adecuada y respetando los derechos de los chicos y chicas.

En ese sentido, se proporcionarán pautas y/o recomendaciones para un periodismo responsable con enfoque en las niñeces y adolescencias, que deben tenerse en cuenta a fin de lograr buenas prácticas en la comunicación al recopilar información sobre aquellos y presentarla en forma de noticias, reportajes, informes diarios. Asimismo, se desarrollará el marco normativo y el impacto de una cobertura inapropiada en los derechos de este grupo tales como la violación de la privacidad, la estigmatización, la discriminación, la exposición a la violencia y explotación, así como las consecuencias legales de la falta de cumplimiento de las mismas, por parte de periodistas y medios de comunicación. Por último, se señala cual es terminología adecuada, considerando los desafíos de los medios de comunicación para una actuación con enfoque de derechos, dado el papel de estos en la promoción y protección de los derechos de niños y adolescentes, enfatizando la necesidad del compromiso de los periodistas en la implementación de los estándares éticos, ya que una cobertura adecuada contribuye al fortalecimiento de sus derechos.

El infanticidio de Lucio Dupuy, quien murió en noviembre de 2021 a raíz de los politraumatismos y hemorragia interna, en Santa Rosa, La Pampa, en manos de su madre, Magdalena Espósito Valenti y su pareja Abigail Páez, por lo cual fueron declaradas culpables de homicidio y condenadas a prisión perpetua, ha sido objeto de un intenso debate en cuanto a su tratamiento mediático y el impacto en toda la sociedad argentina, en razón de que no se trabajó con la complejidad que el mismo implicaba por los múltiples factores y condicionantes que atraviesa este delito, poniendo en evidencia otra vez la mala actuación y falta de ética profesional al filtrar contenidos de la autopsia, la difusión de ciertos detalles de la causa y de los padecimientos que vivió Lucio que violaron su derecho a la intimidad, por lo que el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (CONACAI) emitió un comunicado en el que se hace un llamado al profesionalismo en la cobertura periodística de este tipo de casos, en el que se destaca la necesidad de que los comunicadores reflexionen sobre el aporte que la difusión de circunstancias privadas y familiares tiene en el interés público y el bienestar de la sociedad.

Asimismo, el comunicado enfatiza en que este tipo de enfoque sensacionalista e insensible puede obstaculizar la investigación y esclarecimiento del caso. Es importante reconocer que este modo de informar contribuye a la generación de violencia y la estigmatización, por lo que hace un llamado a los medios empresariales a asumir con responsabilidad la elección de los términos y la forma de abordar el caso, ante la reiteración de estas situaciones a prestar la máxima atención a las normas vigentes sobre protección de la identidad y privacidad de niñas, niños y adolescentes, el mismo finaliza sentenciando que:

El respeto a la memoria de la víctima, a su dignidad e intimidad, y la de su familia, es lo primero que se pone en riesgo en estos casos, y no puede ser soslayado. El derecho a informar y a estar informado se practica sin vulnerar otros derechos, individuales y colectivos (CONACAI, 29 de noviembre de 2021).

Por ello, cabe preguntarse ¿Qué recaudos hay que tomar en la cobertura de un caso en el que la víctima es un niño, niña o adolescente? ¿Qué derechos se afectan si no se cumplen con los mismos? ¿Cuál es la normativa vigente? ¿Al interés de quién responden los medios al publicar detalles de una autopsia? ¿Cuál es la terminología que debe utilizarse al titular y desarrollar una noticia?

## **1. Comunicar con perspectiva de niñez**

Como es sabido, en muchas ocasiones, los medios de comunicación tratan a los niños, niñas y adolescentes como víctimas aisladas, sin tener en cuenta la magnitud de las problemáticas que enfrentan. Las estadísticas sobre violencia contra la infancia son alarmantes y solo representan una pequeña parte de la realidad, ya que, muchos casos de violencia permanecen invisibles debido a la naturaleza de este delito. Sin embargo, la comunicación puede ser una herramienta poderosa para el cambio social y los medios pueden contribuir a la prevención y visibilización de las violencias.

Es primordial abordar los temas relacionados con la vulneración de los derechos de los niños, niñas y adolescentes desde una perspectiva que ponga su bienestar como eje central y que ninguna acción comunicativa pueda trasgredir sus derechos universales, así cuando se informe sobre este sector de la población o cuando ellos participen en la esfera mediática sea con perspectiva de derechos, evitando la revictimización al contar historias que involucren a menores de edad, “utilizando un enfoque respetuoso y centrado en información socialmente relevante” (Guía Urgente para Comunicar con Perspectiva en Niñez, s.f., p. 6).

En consecuencia, considerando la Guía Urgente para Comunicar con Perspectiva en Niñez (s.f.), es transcendental reconocer que los niños, niñas y adolescentes son sujetos de derechos y, por lo tanto, es necesario tener una perspectiva que vaya más allá de la visión adultocéntrica, potenciando la voz de los NNyA garantizándoles un entorno seguro, respetando sus decisiones y reconociendo su especial situación de vulnerabilidad. Además, se debe considerar siempre la interseccionalidad, es decir, teniendo en cuenta variables como el sexo, género, etnia, clase social u orientación sexual para ampliar el análisis y comprensión de la problemática.

Por su parte, coincido con lo afirmado en la mencionada la Guía respecto de que la perspectiva de género es imprescindible al abordar temáticas que incluyen violencias, cuestionando las desigualdades históricas y analizando cómo afectan a los niños, niñas y adolescentes. Es importante utilizar los términos adecuados al describir las diferentes formas de violencia, evitando el uso de eufemismos, siendo necesario prevenir todas las formas de violencia contra los niños, niñas y adolescentes y brindar información adicional sobre los distintos tipos de violencias, asumiendo los comunicadores su responsabilidad en la elección de los enfoques y términos utilizados al abordar estas problemáticas.

## **2. Normativa Internacional, Nacional y Provincial**

Partiendo de la Convención de los Derechos del Niño, que reconoce en su artículo 17 la importante función que

desempeñan los medios de comunicación y obliga a los Estados a velar porque el niño tenga acceso a información y material procedente de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial las que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. La Convención de los Derechos del Niño (1989) expresa que:

*Los Estados partes, con tal objeto: a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del artículo 29; b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales; y c) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar, teniendo en cuenta las disposiciones de los artículos. 13 y 18. (artículo 17).*

Además, deberán tomar todas las medidas apropiadas para garantizar que la infancia y la adolescencia estén protegidas contra toda forma de discriminación o castigo por causa de la condición, las actividades, las opiniones expresadas o las creencias de sus padres, o sus tutores o de sus familiares (Artículo 2 de la CDN).

Por su parte, la **Ley 26.522** de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada el 10 Octubre de 2009, regula en su art. 68<sup>1</sup> las condiciones para la Protección de la niñez y contenidos dedicados respecto todos los casos los contenidos de la programación, de sus avances y de la publicidad. Dicho artículo como los objetivos educativos previstos en el artículo 3º y las definiciones pertinentes contenidas en el artículo 4º tienen en cuenta la Convención sobre los Derechos del Niño.

Al respecto, la Ley 26.061, en su artículo 22 claramente dispone que se debe evitar difundir datos que puedan identificarlos, como nombre, edad, domicilio, fotografías, videos y audios, así como apodos, nombres de familiares, imágenes de vivienda, escuela y demás espacios de pertenencia. Tampoco difundir otros datos que lesionen su dignidad o reputación o puedan constituir una injerencia arbitraria o ilegal en su vida privada o intimidad familiar. Estos derechos deben resguardarse aun cuando los propios familiares y/o representantes legales sean quienes acudan a los medios de comunicación.

Existe amplia legislación que recoge el nuevo paradigma que consagra a niñas, niños y adolescentes como sujetos de derecho, según lo plantea la Guía Urgente para Comunicar con Perspectiva en Niñez (s.f.), asimismo se enumeran infra aquellas normativas vinculadas con las niñeces y adolescencias en orden jerárquico:

## Internacional

- Convención sobre los Derechos del Niño. (arts. 3, 17, 29, 13, 18).
- Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre (art. IV).

1 ARTÍCULO 68. — *Protección de la niñez y contenidos dedicados* En todos los casos los contenidos de la programación, de sus avances y de la publicidad deben ajustarse a las siguientes condiciones: a) En el horario desde las 6.00 y hasta las 22.00 horas deberán ser aptos para todo público; b) Desde las 22.00 y hasta las 6.00 horas se podrán emitir programas considerados aptos para mayores. En el comienzo de los programas que no fueren aptos para todo público, se deberá emitir la calificación que el mismo merece, de acuerdo a las categorías establecidas en este artículo. Durante los primeros treinta (30) segundos de cada bloque se deberá exhibir el símbolo que determine la autoridad de aplicación al efecto de posibilitar la identificación visual de la calificación que le corresponda. En el caso en que la hora oficial no guarde uniformidad en todo el territorio de la República, la autoridad de aplicación modificará el horario de protección al menor que establece este artículo al efecto de unificar su vigencia en todo el país. No será permitida la participación de niños o niñas menores de doce (12) años en programas que se emitan entre las 22.00 y las 8.00 horas, salvo que éstos hayan sido grabados fuera de ese horario, circunstancia que se deberá mencionar en su emisión. La reglamentación determinará la existencia de una cantidad mínima de horas de producción y transmisión de material audiovisual específico para niños y niñas en todos los canales de televisión abierta, cuyo origen sea como mínimo el cincuenta por ciento (50%) de producción nacional y establecerá las condiciones para la inserción de una advertencia explícita previa cuando por necesidad de brindar información a la audiencia (noticieros /flashes) pueden vulnerarse los principios de protección al menor en horarios no reservados para un público adulto.

- Declaración Universal de Derechos Humanos (art. 19).
- Convención Americana sobre Derechos Humanos (art. 13).
- Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (art. 19).
- Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW):

## Nacional

- Constitución Nacional (arts.75 inc. 22, 14 y 32).
- Código Civil y Comercial de la Nación.
- Código Penal: tipifica los delitos contra la integridad sexual en los artículos 119, 120, 125, 128, 131, 145 (bis y ter), 86.
  - Ley Nacional 26.061 de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes, incorpora al orden jurídico argentino el concepto del niño, niña y adolescente como sujeto de derechos y la corresponsabilidad del abordaje en situaciones en las que se menoscaben sus derechos y garantías.
  - Ley 25.326 Protección de los Datos Personales.
  - Ley Nacional 27.206 de imprescriptibilidad de delitos de abuso sexual en la infancia. Modifica el Código Penal a partir de la suspensión de la prescripción de los delitos contra la integridad sexual y contra la libertad en los casos en los que la víctima haya sido una persona menor de edad.
  - Ley Nacional 27.455 Modificación al Código Penal al considerar delito de acción pública el abuso sexual infantil, razón por la cual se debe investigar de oficio la comisión de este delito.
  - Ley Nacional 26.904 Incorpora el Grooming dentro de los Delitos contra la integridad sexual.
  - Ley Nacional 27.436 Modifica el Art.128 del Código Penal y penaliza la tenencia de pornografía infantil.
  - Ley Nacional 24.417 Protección contra la violencia familiar.
  - Ley Nacional 27.363 Suspensión y privación de la responsabilidad parental en casos de violencias.
  - Ley Nacional 27.372 de Derechos y Garantías de las Personas Víctimas de Delitos.
  - Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (art. 68).
  - Ley 26.485, de Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres.
  - Ley 27.499, de Capacitación Obligatoria en la Temática de Género y Violencia contra las Mujeres: conocida también como Ley Micaela,
  - Ley 27.610, de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE):
    - Ley 27.590, “Mica Ortega”: crea el Programa Nacional de Prevención y Concientización del Grooming o Ciberacoso contra Niñas, Niños y Adolescentes. Busca prevenir, sensibilizar y generar conciencia sobre el uso seguro y responsable en los entornos digitales, y acerca de las distintas violencias que pueden ser ejercidas hacia niñas,

## Provincial

- Ley 8.848.

### 3. Pautas y Recomendaciones

Partiendo de los Desafíos de Oslo explicados por Ricardo Zanfardini (2017), la Guía urgente para comunicar con perspectiva en niñez (s.f.), las Recomendaciones la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia (s.f.), teniendo en cuenta que dentro de las funciones del periodismo se encuentra la entrega de la noticia, el entretenimiento, la educación y la influencia, deben cumplirse teniendo en cuenta la normativa vigente, terminología apropiada al ejercer el periodismo, no pueden soslayarse bajo el pretexto de comunicar para mantener informada a la sociedad por los distintos canales que estén disponibles, y **deben seguir las siguientes pautas:**

- Respetar la privacidad y confidencialidad de los niñ@s y adolescentes involucrados.
- Evitar la victimización y estigmatización de niñ@s y adolescentes en la cobertura mediática.
- Proporcionar información precisa y equilibrada, evitando la sensacionalización de situaciones.
- Escuchar y dar voz a niñ@s y adolescentes, permitiéndoles expresar sus opiniones y experiencias.
- Respetar la presunción de inocencia y evitar la difusión de información que pueda perjudicar el proceso legal de un niñ@ o adolescente.
- Utilizar un enfoque de derechos humanos en la cobertura, destacando la importancia de proteger y promover los derechos de niñ@s y adolescentes.
- Evitar el uso de imágenes o testimonios que puedan exponer a niñ@s y adolescentes a situaciones de riesgo o daño emocional.
- Sensibilizar y capacitar a los periodistas en temas relacionados con los derechos de niñ@s y adolescentes, brindándoles herramientas para una cobertura responsable.
- Promover la diversidad y la inclusión en la cobertura periodística, evitando estereotipos y prejuicios.
- Realizar un seguimiento de las historias y reportajes relacionados con niñ@s y adolescentes, buscando generar conciencia y cambios positivos en la sociedad.
- Fomentar la reflexión crítica sobre el impacto de la cobertura mediática en los derechos de niñ@s y adolescentes, promoviendo el diálogo y el debate informado.

La acción comunicativa adecuada de temas que involucran de niñ@s y adolescentes, es fundamental para garantizar la promoción y protección de sus derechos, ya que los medios que brindan información tienen la responsabilidad de informar de manera ética y respetuosa, evitando la victimización y estigmatización de este grupo vulnerable. Siguiendo dichas pautas pueden contribuir a construir una sociedad más inclusiva y respetuosa de los derechos de la infancia y la adolescencia, por lo tanto las **Recomendaciones** para los medios de comunicación en atención a dichas pautas son:

- **Sensibilización y capacitación:** se debe promover la formación de periodistas y comunicadores en temáticas relacionadas con los derechos de chicas y chicos, fomentando un enfoque basado en los derechos humanos y la protección integral, especialmente en nuestra provincia que carece en la actualidad de dichas

formaciones, máxime si tenemos en cuenta que el enfoque basado en los derechos de la niñez es un marco teórico que busca orientar las acciones necesarias para dar cumplimiento a los derechos humanos de niños, niñas y adolescentes.

- Evitar la victimización y estigmatización, los comunicadores deben abstenerse de divulgar información o imágenes que puedan causar daño o estigmatización de niñ@s y adolescentes, respetando su dignidad y privacidad, fotografiar o filmar a las víctimas de violencia puede dañar dichos derechos y afectar tanto su presente como su futuro, ya que las imágenes pueden permanecer en internet durante mucho tiempo. Se debe evitar el uso de imágenes que sexualicen a niñas, niños y adolescentes, así como aquellas que los muestren en situaciones de explotación, trauma intenso o generen espanto o rechazo. No se deben mostrar los rostros de las niñas, niños y adolescentes, ni de sus familiares, ni el entorno en el que viven, ya que esto puede poner en riesgo su seguridad y someterlos a exposición pública, esto incluye evitar la publicación de nombres, fotografías, dirección u otra información personal que pueda identificarlos. (Ley 26.061, artículo 22), ni tampoco utilizar recursos como el ocultamiento del rostro con técnicas como los denominados “mosaicos” o falta de luz, ni las distorsiones de voz, sobre todo en coberturas vinculadas con conflictos con la ley, ya que ese chico o chicas puede ser vinculada por el público con acciones criminales.

- Consentimiento informado, los medios deben obtener el consentimiento informado de los padres o tutores legales antes de publicar información o imágenes de niños, niñas y adolescentes. Se debe explicar claramente cómo se utilizará la información y garantizar que se respeten los derechos de privacidad, salvo que la persona participe en actos públicos como actos o encuentros masivos; que exista un interés científico, cultural o educacional prioritario, y se tomen las precauciones suficientes para evitar un daño innecesario.-

- Dar voz a niñ@s y adolescentes, se deben proporcionar espacios para que estos expresen sus opiniones y experiencias, promoviendo su participación activa en la producción de contenidos y en caso de haber sido víctima de algún delito es importante que los periodistas evalúen si es necesario exponerlos a una entrevista o si existen otras formas de cubrir la historia. Se sugiere evitar entrevistar a las niñas y los niños, especialmente cuando son pequeños. En el caso de los adolescentes, se debe considerar su opinión y capacidad de autonomía progresiva, independientemente de los deseos de sus representantes legales y en caso de conflicto de interés, la voz de la niña o el niño víctima debe primar. Además, debe tenerse en cuenta utilizar un lenguaje verbal comprensible y claro, adecuado a la edad y a la madurez de la persona entrevistada. Evitar recurrir a un lenguaje infantilizador, hay que establecer el contexto para que la niña, el niño o joven se sienta cómodo/a con la persona, con el lugar y con el ritmo de la entrevista. Se aconseja limitar en lo posible el número de profesionales presentes en la entrevista. Se recomienda darle a conocer previamente el cuestionario y, si no quiere responder a alguna pregunta, no insistir. Las preguntas, las actitudes o los comentarios que realicen los medios serán sensibles y respetuosos con su estilo y circunstancias de vida, y también con sus valores culturales y éticos o religiosos.

- Veracidad y equidad se refiere a que la información proporcionada debe ser precisa y equilibrada sobre temáticas relacionadas con la infancia, especialistas....

- Contribuir a la educación mediática de los niños y los adolescentes, ya que la educación en comunicación proporciona herramientas para formar una ciudadanía crítica y activa. Es necesario que los niños adquieran las habilidades y los conocimientos que les permitan tener una mirada crítica hacia los contenidos que se difunden, distinguir las informaciones veraces de las que no lo son y conocer los riesgos a los que se exponen en relación con los contenidos mediáticos o de las redes sociales que puedan serles perjudiciales (p. e., juegos y apuestas, violencias machistas, estereotipos sexistas, ciberacoso, trastornos alimenticios, incitación a acciones peligrosas para su integridad, etc.). En este proceso de alfabetización mediática, los medios de comunicación tienen un papel clave. Se recomienda que impulsen y difundan iniciativas y campañas que fomenten

buenos hábitos de consumo mediático y tecnológico dirigidas a niños, adolescentes y también a las familias y a las escuelas, puesto que también son agentes capitales del proceso de educación en comunicación.

- Protección frente a la violencia, evitando la exposición innecesaria de niñ@s y adolescentes a situaciones de violencia, tanto en imágenes como en testimonios. No se deben utilizar imágenes obtenidas de las redes sociales de niñas, niños y adolescentes, ya que estas no fueron tomadas para ser expuestas en los medios, especialmente en relación a situaciones de violencia. Se recomienda que, al ilustrar este tipo de coberturas, se utilicen las siguientes opciones: mostrar a las niñas y los niños de espaldas, en planos acotados donde solo se vean partes de su cuerpo como las manos o los ojos, o utilizar objetos personales como sus dibujos, juguetes, zapatillas o mochilas. También se pueden utilizar ilustraciones simbólicas.

- Respeto a la presunción de inocencia: No divulgar información que pueda perjudicar el proceso legal y la reputación de un niñ@ o adolescente, respetando su derecho a ser considerado inocente hasta que se demuestre lo contrario. Los medios deben respetar el principio de presunción de inocencia cuando se trata de niños, niñas y adolescentes involucrados en casos legales.

Es importante destacar que las sanciones y consecuencias específicas el incumplimiento de estas pautas y recomendaciones pueden variar según el caso y pueden ser de índole Administrativa, Civil y Penal. Si se utiliza la imagen, nombre, datos personales o cualquier otra referencia que permita identificar a niñas, niños y adolescentes en medios públicos o de comunicación, incluyendo las redes sociales, sin contar con una autorización, se está vulnerando su derecho a la intimidad y a la protección de sus datos personales, esta acción es considerada una violación a sus derechos.

#### **4. Prohibiciones y Sanciones**

Las prohibiciones y sanciones a periodistas y medios de comunicación están reguladas por diferentes leyes y que fueron descripta supra en el punto 2, de las cuales se mencionarán algunas de las más relevantes:

1. Protección de la identidad y privacidad: Existe una prohibición de divulgar la identidad de niños, niñas y adolescentes involucrados en casos judiciales o situaciones sensibles. Esto está respaldado por la Ley Nacional de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes (Ley 26.061), que establece la obligación de proteger la identidad y privacidad de los menores.

2. Derecho al honor y reputación: Los periodistas y medios de comunicación están sujetos a las disposiciones del Código Civil y Comercial de la Nación, que protege el derecho al honor y reputación de las personas. La difamación, calumnia o injuria a través de la publicación de información falsa o dañina puede llevar a sanciones legales.

3. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522): Esta ley establece diversas restricciones y prohibiciones en relación con la difusión de contenidos en los medios de comunicación. Por ejemplo, prohíbe la promoción de la violencia, discriminación, pornografía infantil, entre otros contenidos perjudiciales. Además, establece sanciones administrativas y multas para los medios que incumplan con estas regulaciones.

4. Código Penal: El Código contiene disposiciones que pueden ser aplicables en casos de difamación, calumnias, injurias o incumplimientos graves por parte de periodistas y medios de comunicación. Estas acciones pueden conllevar sanciones penales que van desde multas hasta penas privativas de libertad en casos graves.

La prohibición de divulgar información en medios de comunicación sobre causas donde aparecen niñas o niños es una medida legal que tiene como objetivo proteger la privacidad e integridad de los menores de edad involucrados en un proceso judicial. Esta medida puede aplicarse a diferentes tipos de casos como, por ejemplo, casos de violen-

cia familiar, abuso sexual, explotación laboral, entre otros. la prohibición de divulgar información en medios de comunicación sobre causas donde aparecen niñas o niños se encuentra establecida en la Ley N° 26.061 de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, cuando señala que los medios de comunicación tienen la obligación de respetar el derecho a la intimidad, la identidad y la imagen de los niños, niñas y adolescentes, y prohíbe la difusión de información que permita identificarlos en casos que involucren situaciones de violencia, abuso, explotación, trata de personas, entre otros. Además, la Ley N° 25.326 de Protección de Datos Personales establece que los datos personales de los niños, niñas y adolescentes deben ser tratados con especial protección y que su uso debe ser autorizado por sus padres o tutores legales.

La finalidad de esta prohibición es evitar que los chicos y chicas involucrados sean expuestos públicamente y se conviertan en objeto de morbo o sensacionalismo mediático, lo que podría afectar gravemente su desarrollo emocional y psicológico. En general, los medios de comunicación están obligados a respetar esta prohibición y a no divulgar información que permita identificar a los menores involucrados en una causa judicial. En caso de incumplir esta medida, los medios pueden enfrentar sanciones legales y administrativas por incumplir con estas pautas y la normativa vigente y que pueden variar según la jurisdicción y las leyes locales, pueden enfrentar demandas por difamación, violación de la privacidad o daños y perjuicios. Además, pueden ser objeto de sanciones o multas impuestas por organismos reguladores de medios de comunicación.

No es posible privilegiar el derecho a la libertad de prensa o intereses económicos que la noticia puede generar frente al derecho a la intimidad de los niños, porque en toda cuestión en la que se encuentran involucrados los menores deben considerarse el interés superior del niño, según las pautas del art. 3° de la Convención sobre los derechos del Niño; el cual no es otro que el ver protegida su intimidad evitándose su exhibición periodística de carácter masivo, siempre que estén en juego derechos de igual jerarquía deben primar y prevalecer los derechos de los NNyA.

## **5. Glosario de nueva terminología respecto de la infancia:**

1. Niñez: Término utilizado para referirse al período de la vida que abarca desde el nacimiento hasta los 12 años de edad.
2. Adolescencia: Etapa de transición entre la niñez y la adultez, que generalmente abarca desde los 13 hasta los 18 años de edad.
3. Infancia temprana: Se refiere al período que comprende desde el nacimiento hasta los 5 años de edad.
4. Derechos de la infancia: Conjunto de derechos reconocidos a todos los niñ@s y adolescentes, basados en la Convención sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas.
5. Participación infantil: Promoción y garantía del derecho de los niñ@s y adolescentes a expresar sus opiniones y ser escuchados en asuntos que les conciernen.
6. Enfoque de derechos: Enfoque que considera a los niñ@s y adolescentes como titulares de derechos y promueve su pleno desarrollo y protección.
7. Protección integral: Abordaje que garantiza el respeto y la promoción de todos los derechos de niñ@s y adolescentes, así como su protección frente a cualquier forma de violencia o vulneración.
8. Enfoque interseccional: Consideración de las múltiples dimensiones de la identidad (género, etnia, discapacidad, etc.) en el análisis y la promoción de los derechos de niñ@s y adolescentes.
9. Empoderamiento juvenil: Fortalecimiento de la autonomía, la participación activa y el ejercicio de los derechos de los adolescentes.

10. Autonomía progresiva: referida el ejercicio de los derechos de los NNyA, a mayor edad, mayor autonomía y menos representación de sus padres.
11. Comité de los Derechos del Niño: Órgano de expertos independientes encargado de supervisar el cumplimiento de la Convención sobre los Derechos del Niño a nivel internacional.
12. Responsabilidad Parental: anteriormente denominada Patria Potestad.
13. Cuidado Personal: anteriormente denominada Tenencia.
14. Violencia Sexual contra la Niñez: anteriormente denominada ASI-Abuso Sexual en las Infancias.

## Conclusión

La cobertura periodística sobre noticias que hacen a las infancias y adolescencias debe ser realizada de manera responsable, respetuosa y centrada en sus derechos y necesidades, máxime si tenemos en cuenta que los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la promoción y protección de los derechos de este grupo vulnerable, por ser agentes de cambio social.

Para lograrlo, se propone por un lado, se desarrolle una política de formación y especialización continuada, debido a la ausencia en nuestra provincia de capacitación o instancias de formación y actualización sea por parte de la Dirección de Niñez o de los diferentes organismos que tienen por fin proteger integralmente sus derechos, principalmente si se tiene en cuenta la reciente ley Lucio de “Prevención y detección temprana de la violencia contra los niños, niñas y adolescentes”, que establece tres nuevas herramientas que refuerzan la ley 26.061, capacitación obligatoria para los agentes del Estado que trabajan en relación a la niñez, reserva de identidad y campañas de **concientización** en medios de comunicación y redes sociales. Y por el otro, se elabore un protocolo o nuevas pautas en base a las guías existentes, ello con el objetivo de unificar los criterios de actuación brindar herramientas para los profesionales de la comunicación a nivel provincial, es necesario el compromiso de los periodistas en la implementación de pautas y el cumplimiento de los estándares éticos, a fin de incentivar prácticas respetuosas

## Referencias

- CONACAI. (Buenos Aires, 29 de noviembre de 2021). *Comunicado sobre el tratamiento mediático del caso Lucio*. Recuperado de: <http://www.consejoinfancia.gob.ar/wp-content/uploads/2021/11/Declaraci%C3%B3n-CONACAI-29-11-21.pdf>
- Convención de los Derechos del Niño. (1989). Artículo 17. 20 de noviembre de 1989.
- Guía Urgente para Comunicar con Perspectiva en Niñez (s.f.). Red por la infancia. Violencia sexual contra niñas, niñas y adolescentes.
- Ley 26.522 de 2009. De Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina. 10 de octubre de 2009.
- Recomendaciones para coberturas periodísticas responsables sobre niñas, niños o adolescentes en infracción o en presunta infracción a la ley penal. (s.f.). Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia, Ministerio de Desarrollo Social de la Nación Argentina.
- Zanfardini, R. (23 de septiembre de 2017). *El Desafío de Oslo*. LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/el-desafio-de-oslo-ricardo-zanfardini/?originalSubdomain=es>

# La Tierra para los terrícolas: un análisis sociológico de la historieta „Superman y la Legión de Super-Héroes“

Martín Alejandro Salinas  
martinalejandrosalinas@gmail.com

UNSL-UNC-CONICET

## Modelos de sociedad

En abril de 1938, Jerry Siegel y Joe Shuster dieron vida a una historia que es conocida en la actualidad en prácticamente todo el globo: Una pareja 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 los 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, ¿qué hubiera sucedido si en lugar de haber caído en la Norteamérica ideal que imaginaron Siegel y Shuster, ese mismo bebé hubiese aterrizado en una Estados Unidos asaltada por la paranoia y la desconfianza?, ¿qué habría pasado si ese inmigrante ilegal que era el último hijo de Kryptón hubiese arribado a un país que se encontraba bajo el "acta patriótica" impuesta por el presidente George W. Bush luego de los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001?, ¿qué destino hubiera sufrido la pequeña criatura? Esas son algunas de las preguntas que intenta responder el guionista Geoff Johns en la saga de cómics titulada "Superman y la Legión de Super-Héroes", publicada entre octubre de 2007 y marzo de 2008. En la historia, dibujada por el artista Gary Frank, Superman viaja al siglo XXXI para responder a un llamado de auxilio de sus amigos de la Legión, pero lo que encuentra allí es una realidad totalmente distinta a la que esperaba. En ella, su legado ha sido distorsionado para infundir terror, los héroes son criminales perseguidos, los extraterrestres han sido prohibidos en la Tierra y la Liga de la Justicia es en verdad un grupo de xenófobos dispuestos a expulsar o a encarcelar a cualquier *alien* que se anime a poner un pie en nuestro planeta<sup>1</sup>. ¿Cómo puede explicarse esto?, ¿qué pueden decirnos estas historietas sobre la sociedad que las produjo y las consume?, ¿qué orden social se positiviza en ellas?, ¿cómo aparecen representados los distintos agentes sociales? Esos son algunos de los aspectos que pretendemos indagar en este trabajo. Para hacerlo, recurriremos a los aportes teóricos de los sociólogos Pierre Bourdieu y Roberto von Sprecher, y del semiólogo Eliseo Verón, entre otros.

## Definir a la comunicación

Definimos a la comunicación, siguiendo a Von Sprechler (2010) como, "al conjunto de intercambios de sentidos entre agentes sociales, que se suceden en el tiempo, y que constituyen la red discursiva de una sociedad, red que puede pensarse relacionamente a niveles micro, meso y macro" (p. 24). Para el investigador argentino esta red discursiva está tejida por las prácticas productoras de sentido que encuentran su materialidad en distintos discursos que son

---

1 En inglés, la palabra *alien* puede ser usada tanto para designar a un extraterrestre como a un inmigrante.

generados por agentes sociales (individuos, instituciones, empresas, etc.). Estos agentes ocupan distintas posiciones en el espacio social general y en los campos que forman parte del mismo –el de las historietas es sólo uno de ellos-. Por otro lado, las posiciones implican capitales y poderes diferentes, los que son puestos en juego en las luchas por imponer una visión del mundo y por ocupar un lugar privilegiado en el campo.

Pero desglosemos las definiciones anteriores. Bajo esta mirada, que engloba elementos provenientes de la sociología crítica de Pierre Bourdieu y de la sociosemiótica de Eliseo Verón, lo social y lo cultural no podrían pensarse por separados o externos a lo comunicacional. Asumir estas posiciones implica además pensar que el hombre es construido socialmente, pero a su vez, construye lo social.

Para avanzar en nuestra perspectiva deberíamos asimismo, definir dos términos clave: cultura y campo. En cuanto al primer concepto, tomamos la idea de cultura de Raymond Williams (1982), quien la caracteriza como “el sistema significativo a través del cual necesariamente (...) un orden social se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga” (p. 13). Ese sistema significativo es producido a su vez por la comunicación. En cuanto a la noción de campo, recuperamos la misma de Pierre Bourdieu, quien lo define como un conjunto de relaciones objetivas entre posiciones históricamente definidas. La idea de campo, sin embargo, no puede pensarse sin la de *habitus*, que toma la forma de un conjunto de relaciones históricas incorporadas a los agentes sociales. Respecto a estos dos constructos teóricos, la investigadora cordobesa Alicia Gutierrez (2005), explica:

*Un campo no es una estructura muerta, es un espacio de juego que existe en cuanto tal, en la medida en que hay jugadores dispuestos a jugar el juego, que creen en las inversiones y recompensas, que están dotados de un conjunto de disposiciones que implican a la vez la propensión y la capacidad de entrar en el juego y de luchar por las apuestas y compromisos que allí se juegan. (p. 23)*

Una vez planteado el tablero y los jugadores, es hora de definir las reglas. Para Bourdieu (2018), las relaciones en los campos son de desigualdad en función de la posesión de capitales, es decir, unos están en la cima, otros en el medio y otros abajo. Unos serán dominantes y otros dominados y es a partir de esas posiciones que los agentes pondrán en juego sus capitales para tratar de imponer sus visiones de la realidad. Si consideramos como válidas las afirmaciones anteriores, entonces debemos señalar que las interacciones sociales son, en un sentido, una lucha, una competencia por lograr imponer un sentido de “sociedad” y de “orden social”, es decir, aquello que se pone en juego en la lucha por la hegemonía.

Von Sprecher (2010), define esta situación de la siguiente manera:

*Los agentes sociales -individuales o colectivos-, que ocupan diversas posiciones en el campo social y que poseen poderes desiguales, ponen en juego sus versiones de la realidad, que giran -consciente o inconscientemente, reflexiva o irreflexivamente, directa o indirectamente- sobre cómo consideran debe ser la sociedad, sobre cómo debe constituirse la misma, sobre cómo debe "ordenarse", sobre cómo deben comportarse los hombres, sobre cuáles normas y valores deben seguir. (pp. 45-46)*

Estas versiones, definiciones o modelos de la sociedad, no son siempre coherentes, sino que pueden contener contradicciones. De hecho, Von Sprecher señala que el "sentido común" dominante en una sociedad es algo así como la guía práctica de la visión del mundo que, provisoriamente, ha logrado consenso en una época determinada, aunque esta perspectiva esté plagada de incoherencias. La idea del sentido común nos es útil además para aclarar que los discurso surgen a partir de determinadas condiciones de producción, en otras palabras, su existencia está socio-históricamente situada dentro de una cultura como sistema significativo. ¿Pero cómo rastrear estas condiciones? Esto es posible porque según Eliseo Verón (1993), "todo análisis del sentido descansa sobre la

hipótesis según la cual el sistema productivo deja huellas en los productos y que el primero puede ser (fragmentariamente) reconstruido a partir de una manipulación de los segundos" (p. 124).

Con relación al nivel macrosocial, podemos considerar que el "sentido" se traduce en *modelos de sociedad* y por lo tanto de *órdenes sociales*. Es cierto que el "orden", a través de la acción de quienes son beneficiados con el mismo y de quienes han interiorizado la dominación, intenta reproducirse, mantenerse en el tiempo, pero como todo consenso es precario y ningún equilibrio es eterno, por lo que los "ordenamientos sociales" se modifican tarde o temprano, en forma gradual y/o abruptamente.

Finalmente, es preciso puntualizar que las condiciones de producción socio-históricas de un discurso imponen restricciones a lo que puede ser dicho, pero a la vez abren posibilidades, son habilitantes. En resumen, cada época abre unas condiciones de posibilidad determinadas.

## Los niños primero

La mayoría de los investigadores ubican la consolidación de los cómics como medio expresivo gráfico en la segunda mitad del siglo XIX. Estos orígenes se relacionan con las particulares características del periodismo norteamericano, el que decide incorporar el novedoso y atractivo ingrediente de los *cartoons* a todo color, convertidos poco después en *strips*, o historietas en el sentido convencional (Rivera, 1990, p. 70). Lo cierto es que para principio del siglo XX, los cómics ya habían dado el salto de los periódicos a sus propias revistas. Es justamente en las páginas de una de estas ediciones, *Action Comics* N° 1 -publicada en abril de 1938-, donde nace el primer personaje en acuñar el término "superhéroe": Superman.

El éxito casi instantáneo del personaje generó una verdadera legión de imitadores que, en los años subsiguientes, tomaron por asalto los kioscos y los hogares norteamericanos dando así inicio no sólo al género superhéroe, sino también a la *Edad de Oro* de los cómics<sup>2</sup>. Pero, ¿a qué se debió este suceso sin precedentes en la historia de los medios de comunicación? Para algunos investigadores la respuesta es sencilla: los cómics fueron el primer medio masivo dirigido exclusivamente a un público infantil y adolescente. En ese sentido, precedieron al rock y a la televisión, anticipando así por mucho, la tendencia actual de una industria del entretenimiento casi exclusivamente juvenil.

De acuerdo a David Hadju (2008), para mediados de 1940 las historietas eran la forma de entretenimiento más popular en Estados Unidos. En esa época se vendían entre 80 y 100 millones de copias cada semana con un típico ejemplar pasando o siendo intercambiado por entre seis y diez lectores y, por lo tanto, alcanzando a más personas que el cine, la televisión, la radio o las revistas dirigidas a un público adulto:

*Creados por marginados de distinto tipo, los cómics le dieron voz a las fantasías y el descontento de sus creadores en la lengua vernácula y descarada de los dibujos y globos de texto, y le hablaron con especial fuerza a los jóvenes que se sentían como extraños en un mundo diseñado y dirigido por adultos.*<sup>3</sup> (Hadju, 2008, p. 5)

Por su parte, Bradford Wright (2003) observa que las historietas precedieron por dos décadas al rock como el primer producto de entretenimiento creado y promocionado directamente con los niños y adolescentes en mente. "Antes de que la televisión se transformara en un accesorio común en las casas de Estados Unidos, los cómics eran el principal medio de entretenimiento de los jóvenes", observa el investigador (p. XVI)<sup>4</sup>.

2 En Estados Unidos, la historia de los cómics de superhéroes se divide en Edades. La *Edad de oro* va desde el surgimiento del primer superhéroe, Superman, en 1938 hasta el final de la Segunda Guerra Mundial, cuando los justicieros enmascarados vivieron su primera gran crisis. La *Edad de Plata* comienza aproximadamente en 1956 y se extiende hasta entrada la década de 1970. Esta etapa se caracteriza por un resurgimiento de los superhéroes a partir de la popularidad de la ciencia ficción. Posteriormente se ubicaría la *Edad de Bronce* -1970 a mediados de 1980- y la *Edad de Hierro* o *Moderna* que llega hasta la actualidad.

3 La traducción es nuestra.

4 La traducción es nuestra.

## Érase una vez... el (Súper) hombre

Publicado por primera vez en 1938, Superman no sólo sentó todas las bases del género superheroico, sino que también representaba todas las esperanzas y aspiraciones del hombre común.

Los orígenes relacionados con la ciencia ficción, los poderes por encima de los mortales, la doble identidad, la autoproclamada misión de defender a la humanidad y la relación adolescente con las mujeres, todo estaba allí en esas primeras páginas de *Action Comics*.

Sin embargo, otra de las características que se manifiesta ya en los primeros años de las aventuras del último hijo de Krypton es una constante preocupación por una actualización y revisión de sus orígenes. De hecho, sólo en su primera década de publicación el origen del Hombre de Acero fue modificado en tres oportunidades. Los cambios y adiciones llegarían no sólo desde las páginas de los cómics, sino también desde las tiras diarias, la radio, los dibujos animados y el cine. En efecto, la más conocida versión del origen de Superman puede atribuirse a este último medio, más precisamente al largometraje de Richard Donner de 1978, donde el padre del héroe era interpretado nada más y nada menos que por Marlon Brando.

Estos cambios continuos pueden explicarse, siguiendo a Bourdieu (2018) y a su idea de la relativa autonomía y subordinación de los campos, como el de la historieta, al campo del poder. El mundo de los cómics se encuentra absolutamente subordinado a la lógica económica de las industrias que, al convertir el comercio de bienes culturales en un comercio más, otorgan la prioridad al éxito inmediato y temporal y se limitan a ajustarse a la demanda de la clientela.

Esta situación llegó a un extremo en 1986, cuando en una de las tantas revisiones de la mitología del héroe y en pleno auge de la "Nueva Derecha", el autor John Byrne estableció que en vez de haber nacido en el lejano planeta Krypton y haber sido enviado a la Tierra cuando era un bebé, el personaje 'nació' en Kansas, Estados Unidos, en el momento en que se abrió allí la matriz de gestación que contenía a su embrión<sup>5</sup>. Para los viejos lectores del Hombre de Acero, los cambios que Byrne introdujo fueron radicales. Estos incluían además de su condición de norteamericano, una nueva visión del planeta natal del héroe, Krypton, presentado ahora como una sociedad fría y despiadada donde el amor estaba prohibido y la procreación se realizaba en asépticas cámaras de gestación y a través de la manipulación genética; la supervivencia de los Kents, los padres adoptivos de Superman; la transformación del archivillano Lex Luthor, de un científico loco a un empresario corrupto, y el restablecimiento de Superman como el único sobreviviente de su raza, eliminando así de la continuidad a personajes y elementos tan importantes para la mitología como Supergirl, la Zona Fantasma, los villanos kryptonianos, el perro Krypto y toda la ciudad de Kandor.

## El pasado nunca muere

En su estudio sobre los modelos de sociedad en las historietas *El Eternauta* y *Mort Cinder*, Roberto von Sprecher (1996) sostiene que un gran número de condiciones convergen como antecedentes de un discurso, pero esta convergencia supone luchas, en un sentido amplio. Los aportes del investigador echan un haz de luz sobre el periodo histórico de los cómics de Superman que nos proponemos analizar en este trabajo. Se trata de una etapa en la que, pasadas dos décadas de la reformulación del personaje realizada por Byrne y a la par de los cambios históricos y culturales que había sufrido Estados Unidos, nuevos agentes ingresan al campo de la producción de historietas y comienzan a desmontar los ladrillos con que John Byrne había construido al héroe de la *Edad de Hierro*. Es que, más allá del éxito inicial, una vez que el canadiense abandonó las series de Superman, se fue haciendo cada vez más evidente que las modificaciones realizadas al personaje y las estrictas reglas de continuidad que se esta-

---

5 Para más información se puede leer el libro: Salinas, M. (2023). *El superhéroe de las mil caras: el mito norteamericano bajo la Cruz del Sur*, publicado como parte de la colección Estudios y Crítica de la Historieta Argentina de la Universidad Nacional de Córdoba.

blecieron a partir de su nuevo origen, limitaban la capacidad de contar historias y achicaban la "caja de herramientas" con la que era posible construir nuevas aventuras. Sin embargo, más allá de adicionarle elementos y revisarlo retroactivamente, nadie se animó -o tal vez las autoridades editoriales de DC no lo permitieron-, a reescribir por completo el origen establecido por Byrne. Nadie hasta la llegada de Geoff Johns a los títulos del Hombre de Acero. Esta situación puede explicarse volviendo más detenidamente al proceso en el cual está inmerso el campo de los cómics de superhéroes estadounidenses, en el que, al igual que ocurre con otros campos artísticos, las innovaciones son el producto de una lucha entre quienes, debido a la posición dominante (temporalmente) que ocupan en el campo (en virtud de su capital específico), propenden a la conservación y quienes propenden a la ruptura herética, a la crítica de las formas establecidas. No obstante, esto último sólo es posible cuando el transgresor ha acumulado suficiente capital simbólico como para 'derrotar' en esta batalla a su predecesor.

En este sentido, para entender el movimiento que analizaremos en el presente apartado es necesario examinar aunque sea someramente, la trayectoria de Geoff Johns. El guionista había comenzado su carrera en los cómics en 1999 a partir de la creación de una modesta serie de DC, titulada *Star and S.T.R.I.P.E.*<sup>6</sup>. Desde ese momento, la carrera de Johns no pararía de crecer en el mundillo del noveno arte hasta llegar a convertirse en 2010 en Jefe Creativo y en 2016 en Presidente de *DC Entertainment* una nueva compañía creada para manejar tanto los cómics como el universo cinematográfico derivado de los mismos<sup>7</sup>. Este doble rol del escritor -pensado como un nexo entre el mundo de las historietas y el de la pantalla grande, una relación de creciente importancia comercial en el mercado norteamericano- tenía que ver con que el artista contaba con una larga experiencia en ambos ámbitos. De hecho, cuando recaló en el noveno arte, Johns venía de la esfera del cine ya que había estudiado comunicación, guión, producción y teoría fílmica en la Universidad del Estado de Michigan y había trabajado como pasante y luego asistente de Richard Donner, el director de *Superman: La Película* (1978) con quien había crecido tanto profesional como personalmente.

Aunque Geoff Johns volvería a escribir a Superman en al menos tres oportunidades, los números que han sido seleccionados para analizar en este trabajo, corresponden a la etapa solista del autor que va de 2007 a 2009, más precisamente a la saga "Superman and the Legion of Super-Heroes" -Superman y la Legión de Superhéroes-, publicada en *Action Comics*, Vol. 1, 858, 859, 860, 861, 862 y 863, con un epílogo en *Action Comics*, Vol. 1, 864.

## Volver al pasado para construir el futuro

Así como John Byrne se había ganado una reputación por ser un rescatador de títulos fallidos, Jones llegaba a Superman con los pergaminos de haber resucitado personajes caídos en desgracia, pero no en la distinguida competencia -Marvel- sino en la misma DC Comics. Su fórmula era volver a la versión más exitosa de cada uno de los héroes, más específicamente a las de la *Edad de Plata*. Esto había sido más que evidente en sus reivindicaciones de Hal Jordan y Barry Allen (los Green Lantern y Flash de fines de los 50s). Pero lo más interesante de la propuesta de Johns, es que lograba estas hazañas sin recurrir a un *reboot* -reinicio-, es decir a un borrón y cuenta nueva como había sucedido con el Superman de Byrne. En lugar de ello, el guionista de Detroit realizaba un proceso conocido como *retcon*, término que puede ser definido, siguiendo a Joseph Benson y Doug Singsen (2022), como una 'continuidad retroactiva', "en la cual el origen de un personaje u otro elemento histórico es alterado con posterioridad, creando una nueva narrativa que suplanta a la anterior" (p. 125)<sup>8</sup>. Es decir, en lugar de ignorar años de historia de un personaje, Johns utiliza elementos de la misma -dejando de lado otros-, para implementar los cambios que él cree necesarios.

6 Ya volcado casi definitivamente a su rol de productor audiovisual, Geoff Johns sería el encargado en 2020 de llevar a Stargirl a la pantalla chica a través de una serie televisiva que duró tres temporadas.

7 Johns abandonaría ese puesto y se alejaría, al menos temporalmente de los cómics en 2018, para dedicarse con mayor fuerza a su carrera como productor y guionista cinematográfico y televisivo.

8 La traducción es nuestra.

Y esa visión laxa de la continuidad es justamente la que el guionista aplicó en Superman, restableciendo la relación del personaje con la Legión de Super-Héroes, una parte de sus mitos que había sido borrada por el *reboot* de John Byrne. Creada por Otto Binder y Al Plastino en 1958, para el número 247 de la revista *Adventure Comics*, la Legión era un grupo de adolescentes superpoderosos que vivían en el siglo XXX, quienes inspirados por la leyenda de Superboy, se unían para proteger al universo y luchar contra el crimen.

Pero, ¿cómo era ese futuro utópico que la Legión había logrado concretar gracias al ejemplo del joven de acero? En realidad, se parecía mucho a nuestro presente. De hecho, uno podría decir que el siglo XXX era una copia exacta de la sociedad norteamericana de la época. Así, por ejemplo, en el número debut del equipo, Superboy es sometido a un rito de iniciación no muy distinto al que debían pasar en las universidades norteamericanas, los aspirantes a una fraternidad. Por otro lado, el sistema capitalista parece haber sobrevivido tres mil años después de la gran crisis del 29 que dio origen a Superman. De este modo, en *Adventure Comics* 247 se promociona un "tour en un satélite alrededor del mundo en 80 minutos", en una clara referencia a Julio Verne; en una heladería venden helado marciano y prometen "nueve deliciosos sabores de nueve planetas" (Binder et al., 1958, p. 4); y en *Superman*, Vol. 1, 147, publicado en agosto de 1961, el malvado Lighting Lord usa sus poderes para robar el collar de una señora. Es decir, miles de años en el futuro, la propiedad privada sigue siendo la base de la organización social. Como bien señala Eugenia Boito (2013) el mundo puede desaparecer en cualquier momento, todo puede desvanecerse en el aire, "pero todo lo que pensamos y lo que se nos ocurre deja fuera al capitalismo; lo que parece que no podemos ni imaginar que cambie es el capitalismo..." (p. 22).

## Universos paralelos

Con el paso de los años la Legión tuvo varias encarnaciones y el número de legionarios fue creciendo hasta transformarse en... bueno, una verdadera legión, pero lo que se mantuvo constante fue su relación con el Joven de Acero, al menos hasta la llegada de John Byrne. Es que en la versión del canadiense, Clark Kent decidió comenzar su lucha contra el crimen cuando ya era un adulto, por lo que Superboy nunca existió. Esto obligó a la editorial a idear un intrincado argumento para explicar el origen del grupo futurista.

Bourdieu (2018) sostiene que el campo del presente no es más que otro nombre del campo de las luchas, como demuestra el hecho de que cada autor del pasado continúe presente en la medida exacta en que todavía siga resultando un envite. Para el sociólogo a los recién llegados no les queda otro recurso que remitir continuamente al pasado es decir, "a los productores consagrados a los que se enfrentan y, consecuentemente, también a sus obras y a la afición de los que permanecen fieles a ellas" (2018, p. 238). Y eso es precisamente lo que hizo Johns revirtiendo los cambios hechos por Byrne, al mismo tiempo que criticaba la ideología de la que estos habían sido un síntoma.

De hecho, aunque como ya dijimos no se trata de un *reboot* completo, ya desde la primera aparición de Clark Kent en *Action Comics* 858, nos damos cuenta de que el Superman de Johns no es el de Byrne. Y eso ocurre no sólo desde lo argumental, sino también desde lo gráfico. Es que mientras el Clark de Byrne estaba basado sólo físicamente -en sus rasgos faciales y musculatura- en la versión interpretada por Christopher Reeve en la película de 1978, la encarnación propuesta por Johns y su dibujante Gary Frank es la del largometraje de Donner. Pero analicemos un poco más en profundidad esta cuestión. Bajo el lápiz de Byrne, Clark Kent fue transformado en una especie de playboy que había sido el mejor jugador e ídolo indiscutido del equipo de Football de Smallville. Este cambio liberó también el guardarropas del periodista, que pasó del traje azul y corbata roja que había vestido durante años, a la utilización de jeans, remeras y camisas de varios colores mientras que sus gruesos lentes ovalados fueron trocados por modernos anteojos redondos.

En un claro ejemplo de la política de Johns respecto a la continuidad, el autor ignora -sin dar ninguna explicación- todos estos cambios ya desde su escena inicial. En ella, vemos a Clark en su típico ambo azul corriendo desespe-

rado hacia el ascensor del Daily Planet, justo cuando sus compañeros de trabajo organizan una salida para tomar cerveza. "¿Quiénes más vienen?", pregunta uno. "Invité a todos", contesta otro. "Quieres decir a **casi** todos", se burla mientras cierra la puerta del ascensor, en la cara de Kent (Johns et al., 2007a, p. 8)<sup>9</sup>.

Luego, Perry White, el editor del diario, le da un sermón al periodista por no tener amigos. "Necesitas hacer amigos de **tu** edad. Porque has estado aquí, ¿cuantos... tres años?", pregunta. "**Diez**, señor White", responde Clark. "Dí una broma, habla de deportes. Demonios, comparte la receta del pastel de manzanas de tu mamá. **Relaciónate** con la gente. ¿**Sabes** cómo relacionarte con la gente, no, Kent?", inquiera el veterano reportero (Johns et al., 2007a, p. 8). En este ejemplo puede verse claramente la primera y gran diferencia ente el Superman de Johns y el de Byrne. Mientras que para Byrne, Superman era un norteamericano más, nacido y criado en el corazón de Estados Unidos, más precisamente en la zona conocida como el cinturón de la Biblia, por las férreas creencias religiosas e ideología conservadora de sus habitantes; Johns hace hincapié en aquellos aspectos de Superman que lo identifican como un alien, un extranjero, un marginado. Elementos que, por otro lado, se refuerzan a lo largo de todo el número y lo que es más, son el tema central de la saga que estamos analizando.

El mismo Johns sostenía en un diálogo con nosotros:

*Los mejores personajes en los cómics, las mejores tramas, involucran rareza. Superman viene de algún otro lugar y siente que no pertenece. No puedes evitar ese sentimiento de no pertenecer. Esa es su historia. Y supongo que esa historia por muchas razones, puede ser... Ya sea que seas un inmigrante o que sientas que no perteneces... Quiero decir, hay muchas formas diferentes. No creo que sea bueno limitar a Superman a ser solo una cosa, porque él representa a muchas, pero esa es, sin dudas, una de ellas. (G, Johns, Comunicación personal, 13 de agosto de 2022)*

## El mañana nunca muere

Action Comics 858, el capítulo inicial de la saga que nos proponemos analizar, abre de la misma manera que lo hizo el primer número de la serie en 1938, es decir con los últimos minutos de un mundo a punto de desaparecer y con una pareja de alienígenas enviando a su hijo a la Tierra para salvarlo. "¿Pero por qué enviarlo a la Tierra?", pregunta la madre. El padre responde:

*Porque hace más de mil años, la Tierra abrazó el mayor regalo del condenado planeta Krypton... Su último hijo. Bajo un sol amarillo, el bebé ganó maravillosos poderes. Poderes que le permitieron devolver el cuidado y el amor de la Tierra cien veces. Siglos después, Superman sigue siendo el mayor símbolo de la verdad, la justicia y el modo universal. ¿Entiendes, mi querida esposa? La Tierra lo hizo el mayor héroe que jamás haya vivido. (Johns et al., 2007a, p. 1)*

Al igual que ocurrió con Superman, la nave y el bebé que ésta trae a bordo, son encontrados por una pareja de ancianos que justo pasan por el lugar. "Es un **niño** -observa el personaje femenino-. Un niño **alien** ¿Qué hacemos?" agrega. "Hacemos lo que cualquier ciudadano respetuoso de la ley haría, Mara. Lo **matamos**", replica tajante el hombre mientras apunta a la criatura con un rifle láser (Johns et al., 2007a, p. 7).

La escena sirve para mostrar todas las facetas de ese futuro distópico al que ha sido convocado Superman. Allí el héroe descubre que su legado ha sido distorsionado para infundir terror, que sus amigos y otrora justicieros, son criminales perseguidos, que los extraterrestres han sido prohibidos en la Tierra y que la Liga de la Justicia es un grupo de xenófobos dispuestos a expulsar o a encarcelar a todo aquel alienígena que se anime a poner un pie en nuestro planeta. Al mismo tiempo, todos estos acontecimientos han provocado que la Tierra se separe de los Planetas Unidos -una organización que emula a las Naciones Unidas- y que la guerra intergaláctica esté a punto de estallar.

---

9 En todos los casos, los resaltados provienen del original.

El siguiente número, titulado "Illegal Aliens" -Inmigrantes ilegales- muestra en su portada principal a un grupo de estatuas de Superman y la Legión de Super-Héroes vandalizadas mientras que en el pedestal del monumento, puede leerse en grandes letras verdes "Aliens go home!" -Inmigrantes, váyanse a casa-.

Es interesante señalar que al igual que todos los de la saga, este ejemplar, ofrece en la página dedicada al título, dos pentágonos que emulan la forma geométrica del escudo de Superman en los que se presenta, sucintamente, a los principales protagonistas de la historia. Es útil, así, reproducir qué dicen sobre cada uno de ellos:

*Lanzado a la tierra desde el condenado planeta Krypton, el bebé Kal-El fue encontrado y criado por Jonathan y Martha Kent en Smallville, Kansas. Ahora que es adulto, Clark Kent lucha por la verdad, la justicia y el Modo Americano como Superman (...) Inspirados por la leyenda de Superman, adolescentes de todo el universo viajaron a la Tierra para formar un súper equipo como ningún otro en la historia. Representando diversidad, unidad y tolerancia, ellos protegen a todos los planetas y a todas las razas del siglo XXXI como La Legión de Super-Héroes. (Johns et al., 2007b, p. 15)*

Varias ideas-fuerza pueden desprenderse de esta presentación. Por un lado, como ya vimos, el modo americano parece en el siglo XXXI haberse transformado en el modo universal, y por el otro, las nociones sostenidas por la Legión remiten unívocamente a la imagen idealizada de Estados Unidos como un *melting pot*, un crisol de razas donde los inmigrantes de cualquier parte del globo podrían vivir en paz. Si seguimos por la ruta que nos plantea esta perspectiva, Superman, quien inspiró a la Legión, representaría a Estados Unidos, es decir sería el origen de esta filosofía universal, que, como ya vimos, no es otra que el capitalismo.

El capítulo nos lleva además a un tour por la base de la malvada Liga de la Justicia, una especie de escuela llamada el Centro Cultural Humano. Pero la denominación es un eufemismo para designar a una institución que funciona en realidad como el Ministerio de Información y Propaganda nazi o el Ministerio de la Verdad que George Orwell popularizó en su clásico libro *1984* (1949). Allí somos testigos privilegiados de una clase dictada a un grupo de pequeños estudiantes por la señorita Niwtyn. Reproducir los diálogos entre la profesora y sus alumnos es fundamental para nuestro análisis: "¿Puede alguno decirme dónde nació Superman?", pregunta la docente. Un alumno que tiene una remera del héroe levanta la mano. "Nació como Clark Kent en Smallville, Kansas, señorita Niwtyn. El único hijo de Jonathan y Martha Kent", responde el chico. La maestra interroga entonces sobre qué hizo especial al héroe. "Cuando Clark Kent era un adolescente, fue elegido por la Madre Tierra quien le dio grandes poderes. Y él se transformó en el protector de la humanidad contra peligros extraterrestres". La señorita Niwtyn inquiriere acerca de, "la era más oscura en la leyenda de Superman", los años de la Legión. Una niña llamada Ariel responde: "Los años de la Legión comenzaron cuando un chico de Braal, un chico de Ranzz y una chica de, um, ¿Titan?... Bueno, esos tres vinieron a la Tierra y le recordaron a todos sobre la leyenda de Superman, pero ellos dijeron que él era un *alien* como ellos. De un planeta llamado Krypton" (Johns et al., 2007b, p. 19).

La profesora puntualiza entonces:

*Y todos creímos que este Krypton realmente existió, ¿no es así? Creímos que Superman no era el hijo de la Tierra, sino el último hijo de un mundo alienígena. Abrimos nuestros corazones y le dimos la bienvenida a la Tierra a otros alienígenas de todo el universo. Les permitimos formar su 'Legión de Super-Héroes' en Metrópolis. Y al hacer eso, permitimos una invasión alienígena bajo nuestras propias narices. La Legión incluso creó falsas esperanzas trayendo a Superman del pasado al presente e incorporándolo oficialmente como un legionario. (Johns et al., 2007b, p. 20)*

Johns pone en boca de la maestra los mismos argumentos que esgrimen, en la vida real, quienes se oponen a la llamada 'discriminación positiva' que impone cupos para las minorías en ciertos trabajos o quienes desprecian la acogida de inmigrantes o refugiados en sus países. La idea de que los extranjeros llegan para quitarle los trabajos a los 'nativos' o de que los verdaderos discriminados son, realmente, aquellos que no pertenecen a una minoría, sobrevuela por todo el número. "Ellos crecieron más y más. E incluso realizaron 'pruebas' para incorporar nuevos

miembros. Pero muchos fueron desestimados. Muchos que fueron considerados inútiles para su organización y etiquetados como 'rechazados"', continúa Niwtyn (Johns et al., 2007b, p. 20). ¿Qué tenían en común todos los rechazados según la visión de la historia oficial? Todos eran terrestres. Y son justamente estos marginados por la Legión, quienes ahora conforman la Liga de la Justicia y encabezan la campaña anti-aliens.

Precisamente el líder de los villanos, Earth-Man, es el protagonista de la portada del siguiente número, *Action Comics* 860, publicado en diciembre de 2007. La cubierta está ocupada por la malvada Liga de la Justicia. Earth-Man aparece en el frente, con su traje gris, negro y rojo, que remite inequívocamente a los uniformes de los oficiales nazis de la Segunda Guerra Mundial. El villano está flotando en el aire con su brazo izquierdo en alto, lo que recuerda también al típico saludo hitleriano. En su mano sostiene una pequeña réplica de la Tierra. Su brazo está adornado con una cinta roja en la que la esvástica está reemplazada por la 'S' de Superman. Este mismo símbolo se repite en dos largas banderas escarlata que adornan los costados de la página. Es decir, cada uno de los símbolos y colores, aluden claramente a la propaganda del Tercer Reich. Aquí es importante detenernos también por un momento en el aspecto físico de Earth-Man. No sólo es un terrícola, sino también un ario. Su pelo rubio tiene un corte militar, pero con grandes patillas que llegan casi a la comisura de sus labios, lo que puede asociarse al estereotipo de ciertos habitantes del sur de Estados Unidos que han sido caracterizados, a lo largo de la historia, como intolerantes hacia otras razas o minorías sexuales. Son justamente los estadounidenses que viven en las zonas que defendieron la esclavitud durante la Guerra Civil y donde prosperó una organización racista y criminal como el Ku Klux Klan.

"¿Ellos piensan que yo era humano? ¿Que estaba en contra de los aliens en la Tierra? ¿Cómo puede la gente creer eso?" (Johns et al., 2007c, p. 24) se asombra Superman. La heroína de ascendencia indígena, Dawnstar, responde: "Sólo tomó unos pocos para empezarlo. Y entonces unos pocos más después y otros luego. Hasta que todo el mundo estaba discutiendo. Y la xenofobia comenzó a propagarse" (Johns et al., 2007c, p. 24).

## La venganza de los rechazados

El quinto capítulo de la saga fue publicado en *Action Comics* 862 y llevaba por título "La venganza de los rechazados". Este número es tal vez, el más interesante en términos de develar las motivaciones de cada uno de los protagonistas, especialmente de la Liga de la Justicia. El hecho de haber sido rechazados, de no haber conseguido los puestos que tanto deseaban en la Legión, ya sea porque extraterrestres fueron elegidos en su lugar o porque los aliens que lideraban al grupo determinaron que ellos no eran dignos, es la principal causa de su odio hacia los seres de otros planetas.

Pero el episodio también es importante porque en él, Johns antepone un grupo de rechazados a otro: la Liga de la Justicia versus la Legión de Héroes Sustitutos. Al igual que los miembros de la Liga, los integrantes de la Legión de Sustitutos también fueron desestimados por los legionarios pero no por eso se sublevaron contra el orden establecido.

A través de una serie de cartuchos de texto de apoyo, Johns define al grupo de la siguiente manera:

*Sé lo que es ser rechazado. Te sientes avergonzado de quien eres. Te sientes un inútil. Pero ser rechazado no significa que tienes un pase libre para agarrártelas con el resto del mundo. Y tampoco puedes aislarte de todos. Podrías perder la oportunidad de conocer a personas con las que te llevarías muy bien. Polar Boy creyó que su vida había terminado a los quince años cuando fue rechazado por la Legión. Pero ese día conoció a Night Girl, Chlorophyll Kid, Fire Lad y Stone Boy. Ellos también habían sido rechazados por la Legión, al igual que él. En lugar de atacar a la Legión como lo hicieron Earth-Man y la Liga de la Justicia, se propusieron demostrar que los Legionarios estaban equivocados. Polar Boy dijo que serían el respaldo en caso de que la Legión alguna vez los necesitara. Se llamaron a sí mismos, la Legión de Héroes Sustitutos. (Johns et al., 2008a, p. 1)*

El diálogo es acompañado por imágenes en las que vemos, primero a un joven Clark Kent recibiendo la burla de sus compañeros porque no es capaz de batear, luego a un Polar Boy adolescente siendo excluido por los Legionarios por no poder controlar sus poderes y, finalmente, a ambos héroes siendo aceptados por la Legión.

Superman propone llamar a los sustitutos pero Wildfire, otro héroe, no está muy de acuerdo. Cree que los rechazados pueden haberse aliado con sus pares de la Liga. Sin embargo, el líder de la Legión, Brainiac 5, responde:

*¿Estás bromeando? Cualquiera de los sustitutos tiene más moralidad e integridad que todos los miembros de la Liga combinados. ¿No creerías que el proceso de "prueba" se basaba únicamente en habilidades extranormales, no es así Wildfire. Saturn Girl realizó perfiles telepáticos en cada posible candidato, algunos de ellos, como nuestro entusiasta Polar Boy aquí, fueron excluidos debido a su falta de experiencia. Pero ¿hombres y mujeres como Storm Boy, Spider-Girl y el resto de la ridícula 'Liga de la Justicia' de Earth-Man? Sus perfiles telepáticos revelaron a un grupo de individuos profundamente perturbados que ocultaban una variedad de tendencias psicóticas y obsesiones desviadas. Imra no pudo dormir durante dos noches después de echar un vistazo al lóbulo frontal de Radioactive Roy. Incluso si estos humanos inhumanos hubieran tenido control sobre sus poderes en aquel entonces, habrían sido rechazados. (Johns et al., 2008a, p. 3)*

## Superman para todos

En *Action Comics* 863, un grupo de policías que está encerrando aliens en un camión de traslado se ve sorprendido por la figura azul y roja de Superman. El Hombre de Acero despedaza la puerta del vehículo policial. Un oficial grita "Ese no es Superman. Superman no ayudaría a aliens. ¡Él está favor del derecho de los humanos. Él es para nosotros!" A lo que el héroe responde "Soy para todos. Y usted debería saber eso, oficial" (Johns et al., 2008b, p. 9).

El número concluye con la batalla final entre Earth-Man y el último hijo de Krypton. "¡Yo necesito esto más que tú, Superman! ¡Tú nunca fuiste rechazado! ¡Tú nunca fuiste un marginado!" grita el vilano mientras corre con toda su furia hacia Superman. "No hables como si me conocieras. No lo haces", dice el Hombre de Acero mientras noquea de un puñetazo a Dirk. "He sido un marginado cada día de mi vida", concluye (Johns et al, 2008b, pp. 15-16).

Luego de derrotar a los malvados Superman y la Legión persuaden a los Planetas Unidos de detener la guerra, justo cuando sus naves están a punto de bombardear la Tierra. Polar Boy, afirma: "Tenemos mucho trabajo por delante. Los Planetas Unidos no están felices con la Legión o la Tierra". A lo que Saturn Girl contesta: "Metrópolis vio lo que Earth-Man estaba tratando de esconder. Ellos vieron su odio". "Y nos vieron a nosotros pateando su trasero terrestre", agrega Lighting Lad. "Con suerte eso será suficiente para hacerlos cambiar de parecer", cierra Saturn Girl (Johns et al., 2008b, p. 19).

## Condiciones de producción

Si seguimos lo postulado por Von Sprecher (1996 y 2010), las condiciones de producción de un discurso como el que hemos analizado, son las anteriores historietas del mismo autor -en este caso Johns- y también de quienes lo precedieron en las revistas de Superman -como Byrne-. Sin embargo, si sólo nos detenemos en el campo de los cómics, nuestro análisis quedaría incompleto. Por el contrario, para tratar de reconstruir los modelos de sociedad presentes en "Superman y la Legión de Súper-Héroes", debemos, "contrastar los modelos inscriptos en las historietas citadas con el 'sentido del orden social' hegemónico al momento de producirse las historietas" (Von Sprecher, 1996, p. 60), o lo que es lo mismo, poner en relación el campo de la historieta con el campo del poder más general, del que el primero es subsidiario.

Así, por ejemplo, es posible establecer un lazo entre los cambios que John Byrne introdujo en el Hombre de Acero y los discursos de la llamada "Nueva Derecha" que circulaban de manera prominente a fines de los 80s en el mundo occidental. Cabría entonces preguntarse siguiendo esta línea de indagación, ¿qué sucedía en la primera década del siglo XXI en Estados Unidos?, ¿qué elementos o qué hechos históricos, habrán influido en la visión de Super-

man de Geoff Johns?, ¿cuales eran las condiciones sociohistóricas que generaron el discurso del guionista?, ¿qué discursos eran los hegemónicos en esa época?

Para responder a estos interrogantes debemos mencionar algunos hechos históricos que generaron grandes cambios a nivel mundial. Estos son:

- La caída del Muro de Berlín y el derrumbe del modelo socialista.
- El auge de la globalización.
- Los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 y la consiguiente 'cruzada contra el terrorismo' unilateralmente declarada y llevada a cabo por el gobierno de Estados Unidos, la que implicó además una suspensión de derechos civiles para los ciudadanos norteamericanos y una violación sistemática de los derechos humanos a nivel internacional.
- El surgimiento de la llamada *posverdad* o las *fake news*.

Detenernos por un momento en cada uno de estos fenómenos nos permitirá comprender mejor el espacio de los posibles que según Bourdieu (2018) se impone a todos los que han interiorizado la lógica y la necesidad del campo como una especie de *trascendental histórico*, un sistema de categorías (sociales) de percepción y valoración, de condiciones sociales de posibilidad y legitimidad que definen y delimitan el universo de lo pensable y de lo impensable.

Para Perry Anderson (2004), la caída de la cortina de hierro generó que el capitalismo comenzara a proclamarse como la llegada de un punto final del desarrollo social construido sobre los supuestos del libre mercado, más allá del cual, resultaba imposible pensar mejoras. El fin de la historia, como fuera postulado por Francis Fukuyama (1992). En este sentido y como ya señalamos siguiendo a Eugenia Boito, la utopía en base a la cual está construido el mundo de la Legión ha sido y sigue siendo, una en la que el capitalismo no sólo ha conquistado a todo el planeta, sino también a todo el universo. Y en este punto, tanto la visión de Byrne como la de Johns y las de las decenas de autores que les precedieron, pareciera no presentar fisuras. Una vez más, Anderson (2004) nos es útil para tratar de explicar esta situación, ya que observa que, a pesar de que existen sutiles diferencias entre la centro-izquierda y la centro-derecha, tanto el neoliberalismo como el neo-imperialismo han sido políticamente bipartidarios en Estados Unidos.

El capital como el único universal concreto -tal cual fuera postulado por Slavoj Žižek (2004)-, nos lleva al segundo hecho histórico de trascendencia, la globalización. Presentado desde los centros de poder como una integración económica, política y cultural entre diferentes naciones, este fenómeno podría ser leído en realidad, como una consecuencia y a su vez una profundización de la situación generada por el derrumbe de la Unión Soviética, en la que emerge una única potencia mundial. Así lo entiende al menos, el sociólogo Atilio Borón:

*En el discurso del neoliberalismo la globalización no es otra cosa que la ratificación de la inexorable 'naturalidad' del capitalismo, exaltado como una especie de 'orden natural del universo' y la estación final del movimiento histórico impuesto, finalmente, en toda la superficie del globo terrestre -y extraterrestre, diríamos nosotros- y que expresa la naturaleza egoísta y adquisitiva del género humano. (2004, p. 136)*

Según el autor, lejos de diluir al imperialismo, la globalización ha producido una radical acentuación de los rasgos tradicionales del mismo, potenciando extraordinariamente su naturaleza genocida y predatoria.

En el caso de los números de Superman que analizamos en este trabajo, los discursos sobre este fenómeno se traducen en la difusión universal -en todo el sentido del adjetivo- del *Modo Americano*. No sólo la Tierra del siglo XXXI es representada como una copia de los Estados Unidos del siglo XXI, sino que además, todo el cosmos parece

girar en torno a esa imagen ideal de Norteamérica. Pero si vamos más allá, podríamos deducir que, si Superman es el fiel representante del *American Way*, como es presentado en el pentagrama que resume su vida en cada una de las revistas, y la Legión nació gracias a él, entonces, el modo universal propugnado por el grupo no es otro que el modo estadounidense.

Por otro lado, si bien es indudable que al caracterizar como una distopía a un mundo en el que el racismo ha triunfado, el cómic positiviza un modelo de sociedad inclusivo y diverso, lo cierto es que los villanos de la historia son en realidad los 'rechazados', las víctimas de un sistema que los ha dejado afuera, y este es, precisamente para Borón, uno de los signos de la mundialización, "en donde las figuras del pobre, el desempleado, los 'sin-techo' o 'sin-papeles' y, en general, de los condenados por el sistema, son satanizadas y convertidas en figuras siniestras y deshumanizadas" (2004, p. 146). Como bien resume el investigador, gracias a la alquimia de la globalización, las víctimas se transforman en victimarios.

Pero ninguno de estos fenómenos han impactado tanto en las historietas norteamericanas como los atentados del 11 de septiembre de 2001. A partir de ese golpe, la narrativa de superhéroes, del bien contra el mal, pareció tomar por asalto a la política doméstica e internacional de Estados Unidos. "Esto será una lucha monumental del bien contra el mal. Pero prevalecerá la buena voluntad", aseguró George Bush luego de los ataques a las Torres Gemelas (Sandalow, San Francisco Chronicle, 13 de septiembre de 2001). Las guerras e invasiones posteriores iniciadas sin el apoyo de la comunidad internacional, las torturas utilizadas por el aparato militar norteamericano y sus aliados en su cruzada contra el terrorismo, la parálisis del Protocolo de Kyoto sobre el calentamiento global y las decisiones de poner fin a un gran número de convenciones, como la Convención sobre Armas Biológicas, diseñada para restringir la guerra química y biológica, y el Tratado Anti Misiles Balísticos de 1972, son claros ejemplos de la pose de héroe solitario que Estados Unidos ha exacerbado después de los ataques. Samir Amin (2004) calificó a esta posición como una tendencia hacia el *apartheid* en una escala global, en la que "Estados Unidos estará llamado a sustituir el derecho internacional por el recurso a las guerras permanentes (...), deslizándose por la pendiente fascista", lo que encuentra su correlato a nivel interno en la 'Ley patriótica' que, "le ha dado poderes a su policía frente a los extranjeros -aliens- que resultan ser similares a los que poseía la Gestapo" (p. 109).

Sin embargo, es preciso señalar que, aunque contaron con el consenso necesario para implementarse, estas decisiones despertaron críticas tanto dentro como fuera del país. Críticas que por otro lado, provenían del núcleo mismo de las elites gobernantes. Así, Noam Chomsky (2004) recuerda que al iniciarse el ataque a Irak, el conocido historiador y ex asesor de John F. Kennedy, Arthur Schlesinger, escribió un artículo en el que recordaba la descripción de Franklin D. Roosevelt del bombardeo de Pearl Harbor como una fecha que vivirá en la infamia. "El presidente Roosevelt estaba en lo cierto", escribió Schlesinger, "pero hoy somos nosotros los norteamericanos quienes vivimos la infamia mientras el gobierno sigue las políticas del Japón imperial" (como se cita en Chomsky, 2004, p. 19). Para Chomsky, este tipo de comentarios no tiene precedentes en la corriente principal de pensamiento sobre la política exterior norteamericana. Lo mismo sucedió a nivel internacional con antiguos aliados de Estados Unidos. Perry Anderson (2004) comenta que a comienzos de 2003 Europa vivía las manifestaciones callejeras más grandes de toda su historia en contra de la guerra que se preparaba en Medio Oriente. Por su parte, Samir Amin asevera que las guerras *made in USA* despertaron no sólo a la opinión pública sino también a ciertos gobiernos como los de Francia, Alemania, Rusia y China. "No obstante, estos gobiernos no han cuestionado su fiel alineamiento ante las exigencias del liberalismo" (2004, p. 95).

Para el autor de cómics Joe Kelly, quien era el responsable de la revista *Action Comics* durante los atentados a las Torres Gemelas y la guerra de Irak, las consecuencias de estos hechos, se sienten hasta el día de hoy. Según el escritor, a partir de estos ataques surgieron con fuerza dos grandes grupos de historietistas. Por un lado, aquellos que intentaron contar historias más esperanzadoras, historias de inclusión para contrarrestar el sentimiento de odio hacia los musulmanes y, "usar la ficción como una forma, a veces, muy directa de decir: 'Ey, no seas así'". Pero

al mismo tiempo, las páginas de los cómics se transformaron en vehículo de voces más conservadoras, de "personas que adoptaron una postura más ambivalente sobre la idea de 'Estados Unidos primero' y eso se reflejó en sus historias" (J. Kelly, comunicación personal, 13 de octubre de 2018).

"Siento que todo se ha vuelto político en estos días. Era algo que se estaba gestando lentamente hasta cierto punto y ahora está en todas partes, así que pienso que estos últimos años y los próximos serán el punto de inflexión que veremos", afirmaba en 2018 el creador de la serie animada *Ben 10* (J. Kelly, comunicación personal, 13 de octubre de 2018).

En realidad, como bien observa Kelly, estas dos tendencias se venían gestando en el mundo de los cómics desde hace años, más precisamente desde inicios de la década de 1980, como ya vimos cuando analizamos los cómics escritos y dibujados por John Byrne. Fue en ese periodo en el que los superhéroes violentos e hipersexualizados se convirtieron no sólo en un elemento básico del género, sino también en una tendencia que acuñó el nombre de 'revisionismo'. Esto generó la reacción de un grupo de artistas que, según Marc Singer (2012), habían crecido con los superhéroes de la *Edad de Plata* y recordaban con nostalgia un período más inocente mientras buscaban ignorar o revertir las tendencias de los 80s.

Si seguimos esta línea de pensamiento, sin lugar a dudas deberíamos ubicar a Geoff Johns en el grupo de creativos que intentaron utilizar a los superhéroes -con mayor o menor éxito- para ofrecer discursos de tolerancia e inclusión. El mismo escritor resume así su objetivo con "Superman y la Legión de Súper-Héroes":

*'Legion' se resume en el último número... Las personas pueden tomar símbolos y distorsionarlos para que sean suyos, cooptarlos, ¿verdad? Usarlos para sus agendas y esconderse detrás de ellos. Obviamente, a lo largo de la historia, hay gente que ha hecho eso... Esconderse detrás de un escudo virtuoso. Pero sus intenciones son egoístas, individuales. Y eso es realmente de lo que trata la historia. Al final de 'Legión', él dice "Estoy para todos". ¿Verdad? Dicen que Superman es para los humanos y él dice "Estoy para todos". (G. Johns, Comunicación personal, 13 de agosto de 2022)*

Pero la caída de las Torres no sólo generó efectos en el sector del entretenimiento, sino también en el informativo, con la aparición de lo que algunos teóricos han popularizado bajo el nombre de *fake news* o la *era de la posverdad*, como la denominó Farhad Manjoo en su libro *True Enough* (2008). La tesis del autor es que la casi ilimitada oferta de información que poseemos en la actualidad ha hecho que perdamos noción sobre qué es y qué no es verdad. Para el investigador, ya no existen opiniones diferentes sino hechos diferentes; no discutimos acerca de lo que deberíamos hacer, sino sobre lo que pasa. Las referencias a este fenómeno en los cómics de Johns son claras, desde la falsa creencia difundida por la Liga de la Justicia sobre la supuesta humanidad de Superman hasta las enseñanzas de la señorita Niwtyn a sus alumnos del Centro Cultural Humano.

Todos los hechos y elementos que hemos mencionado en este apartado pueden ser leídos, a la luz del análisis realizado, como condiciones de producción que han dejado sus huellas en los discursos. Discursos en los que -de acuerdo a Von Sprecher (2010)- los agentes sociales, como Johns, ponen en juego sus versiones de la realidad, que giran -consciente o inconscientemente- sobre cómo consideran debe ser la sociedad, "sobre cómo debe constituirse la misma, sobre cómo debe 'ordenarse', sobre cómo deben comportarse los hombres, sobre cuáles normas y valores deben seguir" (p. 46).

### **Algunas observaciones finales con la mirada puesta en el futuro**

Tal cual observan Benson y Singsen (2022), los cómics norteamericanos han reflejado en la mayor parte de su existencia la cultura de la supremacía blanca de la que emergieron. Sin embargo, su vínculo con la *blauitud* es complejo y contradictorio. Por un lado, los superhéroes han funcionado como una versión ideal del blanco heterosexual, pero por otro, la relación de estas revistas con la identidad hegemónica ha sido siempre complicada, ya

que el medio surgió y sigue existiendo en los márgenes del orden social. Y es justamente esa relación conflictiva y muchas veces discordante la que es puesta en primer plano en los cómics de Superman que hemos analizado en este trabajo.

No quedan dudas luego de nuestro recorrido, que Geoff Johns ofrece en sus revistas una visión crítica de las tendencias neofascistas que habían tomado por asalto a la cultura hegemónica norteamericana luego de los atentados a las Torres Gemelas. Esto se hace evidente a través de varios recursos argumentales, a saber:

- Su subversión de los cambios realizados por John Byrne en Superman, quien había transformado al otrora inmigrante ideal en un ciudadano nacido en Estados Unidos.
- Su decisión de presentar a los villanos como un grupo de supremacistas terrestres que han creado un estado parapolicial para prohibir y perseguir a los inmigrantes bajo justificaciones absolutamente falsas.
- Su utilización de los Planetas Unidos como una analogía de las Naciones Unidas y de los antiguos aliados de Estados Unidos que, como ya vimos, en su momento expresaron sus reparos a la ocupación de Irak.

El autor aparece así, como una de las voces que dentro de la misma corriente principal de la cultura norteamericana, se alzaron contra las políticas implementadas por el gobierno estadounidense luego de los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001, aunque esas críticas, al igual que sucedió con los históricos satélites de la primera potencia mundial, tengan sus límites.

Pero cabría preguntarse todavía, ¿qué modelo de sociedad opone Johns a aquel que es blanco de sus ataques? Para contestar a este interrogante, creemos preciso recuperar el concepto de *fórmula narrativa* propuesto por Bradford Wright (2003). De acuerdo al autor, el objetivo comercial de los cómics de superhéroes han hecho que estos funcionen a través de fórmulas que pueden ser fácilmente replicables con mínimas variaciones y costos. Para que éstas tengan éxito, deben hablar adecuadamente sobre las preocupaciones y expectativas de la audiencia. En suma, las fórmulas son la consecuencia de presiones ejercidas por productores y consumidores, pero también por las condiciones históricas que afectan a ambos. En este sentido, la posición de Johns podría ser calificada como revolucionaria y conservadora al mismo tiempo, ya que, mientras subvierte o critica el orden establecido, pretende volver a un orden anterior -el de la *Edad de Plata*-, un orden que se podría categorizar como tradicionalista. Y es aquí, precisamente, donde se encuentran las mayores contradicciones.

Es que a pesar de que el autor presenta a la Legión como un símbolo de "diversidad, unidad y tolerancia", lo cierto es que el grupo original tenía poco de diverso. De hecho, los primeros tres legionarios que viajan al pasado para reclutar a Superboy en su aventura original, son jóvenes, bellos y de raza aria. Dawnstar, la heroína de ascendencia aborigen, recién apareció en la serie en 1977 y Tyroc, el primer Legionario negro -quien ni siquiera aparece en la saga de Johns- debutó en 1976, es decir cuando la *Edad de Plata* ya había terminado. El mismo Wright (2003) observa que durante las décadas de 1950 y 1960 las ciudades ficticias de los cómics, eran la imagen de la prosperidad norteamericana en la que, "hermosos superhéroes residían en suburbios limpios, verdes, modernos e incluso futuristas, adornados con rascacielos de cristal reluciente, sin barrios marginales y poblados por gente bien vestida y uniformemente blanca" (p. 184).

Pero las contradicciones no se detienen allí. ¿Cuál es la forma de integración y/o aceptación de los extranjeros que propone Johns? Esta pregunta puede responderse analizando el diálogo que Perry White mantiene con Clark Kent en el primer número de la saga. "Dí una broma, habla de deportes. Demonios, comparte la receta del pastel de manzanas de tu mamá. **Relaciónate** con la gente. **¿Sabes** cómo relacionarte con la gente, no, Kent?" inquiriere el Editor del Daily Planet (Johns et al., 2007a, p. 8). En la visión de Johns, entonces, la única forma posible de sobrevivir como inmigrante, es la *asimilación*, adaptarse a la cultura del nuevo país y abandonar la del anterior. Dejar de ser un *alien* y tratar de parecerse lo más posible a un norteamericano promedio. Esto se complementa con uno de los núcleos

centrales del argumento de la serie, la idea de que son los rechazados, aquellos que han sido dejados de lado por el sistema, quienes ejercen la violencia contra los inmigrantes y quienes propagan la falsa verdad sobre la humanidad de Superman. Pero Johns opone a este grupo, es decir a la Liga de la Justicia, otro grupo de marginados, la Legión de Héroes Sustitutos, quienes también fueron desestimados pero no por ello se volvieron contra la sociedad. En el mundo ideado por el autor, el problema no se aloja en un sistema de selección que se basa únicamente en las capacidades sobrehumanas de los candidatos, sino en las víctimas de este sistema y en cómo ellas procesan su marginación. Y aunque Johns intente justificar el método de selección agregando a él, el sondeo telepático secreto que Saturn Girl realiza a cada candidato -cuestión además que despierta una gran cantidad de reparos éticos-, lo cierto es que en lugar de ayudar a los aspirantes que presentan serios problemas mentales, simplemente se los expulsa. En el fondo, el orden social propuesto por el guionista es uno en el que la ley del mercado y la meritocracia han logrado reinar supremas en todo el cosmos.

El último punto que recuperamos para cerrar nuestro análisis, es el relacionado al método de resolución de conflictos que positiviza la saga, el que se reduce, a la ley del más fuerte. Es recién cuando Superman vence de un puñetazo a Earth-Man, cuando la Legión impone -por la fuerza- su visión del mundo. "Metrópolis vio lo que Earth-Man estaba tratando de esconder. Ellos vieron su odio" dice Saturn Girl al final de la historia. "Y nos vieron a nosotros pateando su trasero terrestre", agrega Lighting Lad. "Con suerte eso será suficiente para hacerlos cambiar de parecer", cierra la heroína (Johns et al., 2008b, p. 19). En ese sentido, el universo de la Legión no es muy distinto a uno en el que la filosofía darwiniana de la supervivencia del más apto, es la norma definitiva.

Sin embargo, no podemos colocar toda la carga de esta cuestión en Johns, sino más bien en un género que funciona, siguiendo lo postulado por Von Sprecher (1996), como una matriz significativa particular que impone ciertas normas de producción. Normas que en este caso particular, tienen a la violencia como única forma aceptada para saldar desacuerdos, incluso a veces, entre los mismos justicieros.

Si como Roberto von Sprecher (2010) propone, la comunicación social tiene un papel clave en la construcción del orden social y cultural, tanto en su constitución como en su funcionamiento, en su reproducción o su transformación, entonces indagar en el sentido de los discursos de los cómics es una tarea necesaria y urgente en una industria cultural global en la que los superhéroes parecen ocupar el centro. Y más aún teniendo en cuenta que en estos productos, la construcción de un "otro" es un imperativo genérico ineludible. Esa definición del "otro" puede ser forjada en condiciones de producción de intolerancia y en un marco de etnocentrismo cultural; pero también en condiciones democráticas y pluralistas, en un marco de respeto a las diversidades, como al menos intenta, con mayor o menor éxito, Geoff Johns. Lo cierto es que del resultado de estas discusiones dependerá que nuestro futuro se parezca más o menos al de "Superman y la Legión de Súper-Héroes".

## Referencias bibliográficas

- Amin, S. (2004). "Geopolítica del imperialismo contemporáneo", en Borón, A. (Comp.), *Nueva hegemonía mundial. Alternativas de cambio y movimientos sociales* (pp. 73-110). Clacso.
- Anderson, P. (2004). "El papel de las ideas en la construcción de alternativas", en Borón, A. (Comp.), *Nueva hegemonía mundial. Alternativas de cambio y movimientos sociales* (pp. 37-52). Clacso.
- Benson, J. y Singsen, D. (2022). *Bandits, Misfits, and Superheroes. Whiteness and Its Borderlands in American Comics and Graphic Novels*. The University Press of Mississippi.
- Binder, O., Plastino, A. y Swan, C. (1958). The Legion of Super-Heroes. *Adventures Comics*, 1(247).
- Boito, M. (2013). *Ideología y prácticas sociales en conflicto. Una introducción*. Dirección de Publicaciones de la UNC. <https://issuu.com/ideologiayconflicto/docs/libroboitofinal>
- Borón, A. (2004). "Hegemonía e imperialismo en el sistema internacional", en Borón, A. (Comp.), *Nueva hegemonía mundial. Alternativas de cambio y movimientos sociales* (pp. 133-156). Clacso.
- Bourdieu, P. (2018). *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Editorial Anagrama.

- Chomsky, N. (2004). "Los dilemas de la dominación", en Borón, A. (Comp.), *Nueva hegemonía mundial. Alternativas de cambio y movimientos sociales* (pp. 15-36). Clacso.
- Fukuyama, F. (1992). *The End of History and the Last Man*. Hamish Hamilton.
- Gutiérrez, A. (2005). *Las practicas sociales: Una introducción a Pierre Bourdieu*. Ferreyra Editor.
- Hadju, D. (2008). *True Enough: learning to live in a Post-Fact Society*. John Wiley and Sons.
- Johns, G, Frank, G y Sibal, J. (2007). Superman and the Legion of Super-Heroes. *Action Comics*, 1(858).
- Johns, G, Frank, G y Sibal, J. (2007). Illegal Aliens. *Action Comics*, 1(859).
- Johns, G, Frank, G y Sibal, J. (2007). Lightings and Shadows. *Action Comics*, 1(860).
- Johns, G, Frank, G y Sibal, J. (2008). Revenge of the Rejects. *Action Comics*, 1(862).
- Johns, G, Frank, G y Sibal, J. (2008). Sun Rise. *Action Comics*, 1(863).
- Orwell, G. (1984). *1984*. Destino.
- Rivera, J. (1990). "Para una cronología de la historieta", en Ford, A.; Rivera, J. y Romano, E. *Medios de comunicación y cultura popular* (pp. 70-88). Legasa.
- Sandalow, Marc (13 de septiembre de 2001). Bush promises to conquer a new kind of enemy.. *San Francisco Chronicle*.
- Singer, M. (2012). *Grant Morrison. Combining the Worlds of Contemporary Comics*. University Press of Mississippi.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa editorial.
- Von Sprecher, R. (2010). "Concepto de comunicación social", en Boito, M. y Von Sprecher, R., *Comunicación y Trabajo Social* (pp.13-110). Editorial Brujas.
- Von Sprecher, R. (1996). *Informe Final: Arte desde los géneros y medios de comunicacion masivos en Argentina: modelos de sociedad y de agentes sociales en "El Eternauta" y "Mort Cinder", de Hector Germán Oesterheld*. Fondo Nacional de las Artes. [https://historietasargentinas.files.wordpress.com/2009/02/vonsprecher\\_informefinal\\_fna.pdf](https://historietasargentinas.files.wordpress.com/2009/02/vonsprecher_informefinal_fna.pdf).
- Williams, R. (1982) *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*. Paidós.
- Wright, B. (2003). *Comic Book Nation: The Transformation of Youth Culture in America*. The Johns Hopkins University Press.
- Žižek, S. (2004). *La revolución blanda*. Atuel/Parrusía.

**MESA 6**

# Comunicación, Discapacidad y Derechos

# Comunicar desde la Diversidad

Lic. Julia Gatti.

Lic. Yanina Arraya

**Universidad Nacional de Córdoba**

## **Ponencia:**

Hoy en 2023, en plena era de la realidad virtual, de la inclusión y de las diversidades en las pantallas de televisión y en los medios de comunicación en general, todavía predominan miradas que rotulan y condicionan prácticas sociales.

Si bien podemos decir que se han incluido en la agenda de los medios de comunicación hegemónicos las noticias sobre discapacidad, violencia de género, diversidades culturales, entre otras; es cierto también, que el enfoque no varía sino más bien se ha convertido en un modelo básico desde el cual se comunica cualquier noticia.

Según datos relevados por el Indec en el 2020 **“1 de cada 10 argentinos tiene algún tipo de discapacidad” (INDEC)** siendo, en este sentido, una temática importante a incorporar en la Agenda Pública, una urgencia como así también una necesidad profundizar sobre esta problemática.

La comunicación y el rol de los medios de comunicación son la fuente de creación de los hechos noticiosos y como espacios simbólicos en el co-creamos la realidad en cuanto a las diferencias, la discapacidad, la diversidad. En este sentido es necesario invitar a las nuevas generaciones de periodistas a poseer referencias claras y un modelo de buenas prácticas comunicativas al momento de producir piezas comunicativas. En este sentido, creemos que esas voces acalladas hoy están cristalizadas a partir de la construcción del sentido común en los medios comunicativos solamente visualizando esa realidad de voces no escuchadas o reclamos sobre la temática de discapacidad. Nos conformamos con que en la pantalla de la televisión sólo se refleje la problemática sin atender de qué modo se construye la noticia, a quién se le da la palabra, desde dónde se mira el hecho noticiable ni cuánto tiempo se le destina a la noticia. Así mismo, construimos reflexión, comentarios, hablamos de ellos, construimos periodismo sin pensar en el público con discapacidad y en la accesibilidad de esos productos comunicacionales.

Es por ello que nos preguntamos ¿Cómo mostramos desde los medios la discapacidad? ¿Desde dónde nos paramos a la hora de contar la noticia? ¿Es justo el tratamiento periodístico que le damos a este tipo de coberturas? ¿Qué recursos audiovisuales utilizamos? ¿Qué tipo de emociones esperamos por parte del telespectador? ¿Cuán accesibles son nuestros modos al momento de construir productos comunicacionales?

**“Los medios de comunicación son barreras si no se adaptan a la diversidad”.**

*(Martín Passini)*

Si pensamos en la **responsabilidad que tenemos los medios de comunicación** a la hora de abordar la discapacidad, rápidamente nos encontramos con terminologías que etiquetan y estigmatizan a las “personas con discapacidad”.

El Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO, en su Principio III, dice: **“La información en periodismo se entiende como bien social y no como un producto, lo que significa que el periodista**

**comparte la responsabilidad de la información transmitida y es, por lo tanto, responsable, no solamente ante quienes controlan los medios, sino principalmente ante el público, incluyendo variados intereses sociales. La responsabilidad social del periodista requiere que él o ella actúen, bajo todas las circunstancias, en conformidad con los principios de la ética profesional”.**

Por esta razón, es necesario y urgente empezar a pensar a la Prensa y los Medios de Comunicación desde el nuevo **Paradigma Social de la Discapacidad.**

La Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad fijó un nuevo paradigma según el cual **la discapacidad no surge de las deficiencias de una persona sino que se genera en la interacción de la persona con discapacidad y las barreras del entorno.** Esta norma fue sancionada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 13 de diciembre de 2006. Según el Artículo 1: “Las personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás”. Un rasgo distintivo al momento de elaborar esta convención es la amplia participación de organizaciones de personas con discapacidad y sus familias, bajo el lema: **Nada sobre nosotros y nosotras sin nosotros y nosotras** teniendo en cuenta el modelo social de la discapacidad (MSD). En contraposición al modelo médico, para el MSD no es una condición individual de la persona discapacitada sino que es una situación social generada por un contexto que levanta barreras (físicas, comunicacionales, actitudinales, simbólicas, legales) produciendo desigualdad en la participación social de las personas con discapacidad.

¿En qué consiste este nuevo paradigma? El paradigma social implica el compromiso de todos los miembros de la sociedad, en poder brindar apoyo y contención a las personas con discapacidad promoviendo los derechos de las personas con discapacidad. Es cambiar el enfoque, el punto de vista en lo que no puede hacer la persona y poner la mirada en todo lo que sí puede hacer una persona con discapacidad. Pensar, reflexionar y comunicar de manera adecuada, producir contenidos a partir de este enfoque es donde los medios de comunicación cumplen un rol fundamental.

Esta convención específica sobre discapacidad refleja el estado de vulneración e invisibilidad de este colectivo como sujeto de derechos tanto económicos, sociales, civiles, culturales. De esta manera, además de ser una norma jurídica, es una herramienta política para la transformación colectiva para construir un nuevo paradigma social de mirar la discapacidad.

Actualmente se encuentra legislado el trato con respecto a las personas con discapacidad por medio de **la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad:**

Todas las partes involucradas en esta Convención tienen la obligación de promover, proteger y garantizar el pleno disfrute de los derechos humanos de las personas con discapacidad y garantizar, además, el goce de igualdad plena ante la ley.

### **Ley 26378 en Argentina.**

En la Argentina se promulgó la ley 26378 en donde se aprueba la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y su protocolo facultativo aprobada en la resolución de la Asamblea General de Naciones Unidas A/RES/61/106, el día 13 de diciembre de 2006. Ambos instrumentos jurídicos forman parte del presente como 'Anexo 1' y 'Anexo 2' respectivamente.

Es en este nuevo marco social donde existe una ley y en donde se promulga a la sociedad a construir el acceso a las personas con discapacidad a los mecanismos de apoyos y servicios para alcanzar una mejor calidad de vida basada en sus propias valoraciones y preferencias y en donde los medios de comunicación y los comunicadores tenemos

un rol fundamental.

En primer lugar, al momento de informar, construir una noticia es destacar que la persona es el centro del proceso y no su condición. Las personas con discapacidad también desean, se vinculan, viven emociones de todo tipo, como cualquier ser humano. Los medios de comunicación tenemos que elaborar y difundir una imagen de las Personas con Discapacidad que sea compatible con el propósito de la convención. ¿Qué quiere decir esto? Que es nuestra responsabilidad desde los medios promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales.

#### Modelos de la discapacidad

Existen diferentes modelos de discapacidad que fueron incorporados, aprendidos y transformados con el tiempo.

- El modelo individual da por hecho que todas las personas son iguales y por lo tanto se benefician igual de las mismas ayudas. Cada persona que tenga dificultades tiene que pelear por su cuenta ya que es su culpa no ser normal.
- Otros modelos proponen dar más ayudas a quien las necesita para que todas las personas puedan tener el mismo acceso a todos los aspectos de la sociedad.
- El modelo social propone brindar más ayuda siempre que no se puedan eliminar las barreras pero antes propone eliminar las barreras sistémicas, es decir, construir nuestra sociedad teniendo en cuenta que toda la gente pueda participar activamente de ella sin ningún tipo de obstáculo innecesario. De esta forma las personas son independientes y no necesitan ayuda.

Algunos derechos incluidos son: Igualdad y no discriminación; accesibilidad a la información, comunicaciones y tránsito; educación; trabajo; a vivir de forma independiente y a ser incluido en la comunidad; salud y una participación en la vida política y pública.

En el caso de la accesibilidad no es solamente una dimensión exclusiva de la discapacidad. La accesibilidad es una actitud frente a los entornos virtuales haciéndolos más amigables y habitables los espacios comunes, democratizando el acceso y enriqueciendo la experiencia de todas las personas.

La Convención menciona dos estrategias didácticas, se mencionan dos para lograr la accesibilidad: el diseño universal y los ajustes razonables

Por diseño universal se entenderá el diseño de productos, entornos, programas y servicios que puedan utilizar todas las personas, en la mayor medida posible, sin necesidad de adaptación ni diseño especializado. El “diseño universal” no excluirá las ayudas técnicas para grupos particulares de personas con discapacidad cuando sea necesario.

Por ajustes razonables se entenderán las modificaciones y adaptaciones necesarias y adecuadas que no impongan una carga desproporcionada o indebida, cuando se requieran en un caso particular, para garantizar a las personas con discapacidad el goce o ejercicio de igualdad de condiciones con las demás, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales.

En este sentido, más allá del compromiso de la prensa al momento de nombrar y abordar la discapacidad necesita comprometerse con la **producción de productos comunicacionales accesibles**.

¿Cómo comunicar de forma inclusiva y accesible? ¿Cómo debemos abordar la Discapacidad desde los medios de manera responsable? ¿Cómo creamos piezas audiovisuales inclusivas?

La Agencia Nacional de Discapacidad (ANDIS) de Argentina desarrolló documentos con recomendaciones para una comunicación accesible e inclusiva, principalmente orientado para entidades públicas, medios de comunicación y el ámbito educativo. La Guía del Lenguaje Adecuado en Temas de Discapacidad establece pautas como las siguientes:

- Garantizar la comunicación de las personas con discapacidad como ciudadanos de pleno derecho.
- Las barreras están en la interacción con el entorno, no en la persona.
- Evitar enfoque asistencial de enfermo/a o paciente.

Dejar de asociar la discapacidad con **estereotipos** que la vinculen con lo negativo o lo extraordinario. Particularmente en este punto es uno de los más naturalizados desde los medios a la hora de narrar sobre discapacidad espectacularizando o de forma sensacionalista. La forma y enfoque utilizado al momento de tratar el tema es a partir de lo que se padece o se sufre instalando a las personas con discapacidad como sujetos que necesitan asistencialismo.

Otra manera de nombrar a la discapacidad es asemejarla a una enfermedad que hay que curar. Esta idea bien característica del paradigma anterior. **La discapacidad no es una enfermedad, es una condición.** Como periodistas y comunicadores debemos valorar de manera positiva las diferencias y no tratar de corregirla, de esconderla, de curarla.

En el caso de la cobertura periodística la ANDIS recomienda la plena participación a las personas con discapacidad como **fuentes informativas** y de opinión “Nada sobre nosotros/as sin nosotros/as” .

Incorporar las voces de las personas con discapacidad como **fuentes informativas** y de opinión al momento que se habla sobre la discapacidad en las coberturas de noticias. Otorgar el derecho de esas oportunidades es lo que hace capaces a las personas con discapacidad.

Como ejemplo de esas situaciones, muchas veces los periodistas recurren generalmente a los padres, tutores o especialistas en discapacidad para preguntarles qué les sucede a sus hijos, cómo están, qué es lo que les molesta y los padres invitan a los comunicadores a realizar la misma pregunta a su hijo. Una persona sorda, ciega o con cualquier otra discapacidad puede muchas veces comunicar perfectamente su situación y, en este sentido, ella deberá ser contemplada en primer lugar.

Incorporar a las personas con discapacidad como fuentes también significa ofrecer un **formato adaptado a la persona**. Muchas veces escuchamos una entrevista en radio o televisión donde el entrevistado es cortado o reducido en su tiempo por tener disfluencia o tartamudez por ejemplo. Entonces como medios y como comunicadores el planteo principal es priorizar a la persona por sobre el formato establecido

—Procurar el uso correcto del lenguaje sobre las personas con discapacidad. Siempre anteponer la condición de persona.

Utilizar la expresión “**persona** con discapacidad”: lo primero que nos importa comunicar es que estamos hablando de una persona, decir su nombre, quién es el protagonista y no darle mayor relevancia a su condición: como por ejemplo escuchamos a diario: el chico discapacitado, el hombre ciego, la niña con capacidades diferentes, el nene especial, etc. Cuando en realidad debemos decir “Juan, estudiante ciego”. Sabemos que en muchos casos se necesita aclarar su condición, pero antes de esto sabemos que hablamos de Juan y que es un estudiante, erradicando eufemismos y expresiones suavizantes sobre la discapacidad.

Nunca debemos olvidar a la hora de comunicar que las personas con alguna discapacidad son personas, sujeto de derechos y obligaciones como cualquier otra, la condición de discapacidad no puede definirlos.

—Ofrecer una imagen activa de las personas con discapacidad.

—Incluir a las personas con discapacidad como parte de la población no sólo en temas referidos a la discapacidad.

Incluir en la **agenda informativa** la temática de discapacidad en sus múltiples dimensiones. Todos los medios de comunicación debemos **informar, educar y visibilizar la Discapacidad**.

Las noticias sobre la temática discapacidad poseen muy poco tiempo y/o espacio en la agenda periodística. Siempre reconocemos a las noticias sobre discapacidad ya que suelen aparecer en forma de denuncia o reclamo social. Son múltiples los ejemplos visibilizados en las pantallas de televisión, medios gráficos o en redes sociales sobre la falta de cobertura médica y de tratamientos que persiguen las familias de una persona con discapacidad. Y en este punto también hay una realidad que emerge hace tiempo y se ha convertido en una práctica: el descreimiento de tantas familias a las promesas de una obra social sobre una medicación o un tratamiento particular. Ante esa situación las familias buscan respuestas en los medios por su nivel de exposición y visualización y viralización rápida, masiva e inmediata siendo la mejor opción a la hora del reclamo. Así, refuerza la idea de los medios como servicio a la comunidad, como amplificador de la demanda social, como el impulsor de las causas justas siendo una simbolización fuerte y cada vez más común en nuestras producciones.

Sin embargo, ¿existe un chequeo de datos y fuentes sobre estas demandas? ¿Existe una investigación real a la hora de permitir la denuncia colectiva?

—Ofrecer una visión neutra de las personas con discapacidad. Ni víctimas ni héroes.

Es común el tratamiento de los medios apelando al paradigma anterior en donde hay una cobertura periodística sobre el chico ciego ganador de una medalla en una competencia y el enfoque adoptado es apelando a la lástima, a la música clásica triste a provocar en el espectador y/o lector tristeza. Asociamos siempre a la persona con discapacidad con el dolor, con llevar una cruz sobre el hombro, con lo mal que la están pasando, con la deficiencia o lo que les falta, es decir, victimizando a la persona con discapacidad. Muy pocas veces el relato periodístico y la forma de representar en los medios esas historias son desde las capacidades que sí tiene esa persona. En el lado opuesto, pero siguiendo asentando el modo discurso del paradigma anterior, se visibiliza el estereotipo de los medios de comunicación en tratar a la discapacidad como angelitos o seres de luz no otorgándole la condición de persona. Otro modo es acudir a **la infantilización de las personas con discapacidad** nombrandola en diminutivo como si fuera un niño de jardín a una persona ya adulta. También existe un impedimento en la cobertura por parte del periodista en construir y animarse a la repregunta o manifestar el no entendimiento sobre un tema o en el decir. Es clave mostrar naturalidad y sinceridad en el diálogo con una persona con discapacidad.

Todos estos ejemplos son parte de una práctica social repetitiva de la gran mayoría de la sociedad por la falta de información, capacitación y reflexión sobre la forma de comunicación brindada por los mecanismos del Estado y los medios de comunicación. Así mismo, estos últimos reproducen y profundizan a partir de los productos comunicacionales dichos mensajes teniendo una obligación y responsabilidad en el trato profesional, igualitario, justo y responsable para con las personas con discapacidad.

—Abordar la información desde un enfoque contextualizado

En cuanto a la elección de **recursos audiovisuales** es común en la sociedad la frase “Una imagen vale más que mil palabras” y los medios de comunicación no son ajenos a ella. Es por ello que vemos en un artículo o informe periodístico las imágenes e ilustraciones cumpliendo muchas veces funciones más importantes que el mismo texto e incluso en un programa televisivo el espectador muchas veces le presta una mayor atención a los recursos audiovisuales más que al contenido. Es por ello que al momento de construir la noticia prestar atención a las imágenes para no subjetivar, no apelar a la sensibilidad colocando al protagonista de la noticia como víctima. Los

medios tienen una gran responsabilidad al construir su discurso. Si el profesional utiliza subjetivaciones genera un refuerzo de prejuicios, tal como: "las personas con discapacidad son vulnerables", y por consiguiente se anula la idea de que las personas con discapacidad pueden ejercer poder sobre su vida, tomar decisiones, tener voluntad en todos los aspectos personales. Así mismo, este "refuerzo" implica que la sociedad continúe señalando como sector vulnerable a las personas con discapacidad.

### **Mirar en inclusión**

Desde la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba se viene visualizando, profundizando y problematizando la accesibilidad en la formación del estudiantado. En el marco de esta decisión "Mirar en inclusión. Materiales Accesibles" es un material educativo presentado para comenzar a trabajar en los primeros años de la carrera de Comunicación.

Entre algunas de las recomendaciones para una comunicación accesible e inclusiva es sobre como nombrar de manera correcta en las producciones comunicaciones para las personas que tienen deficiencias de cualquier tipo es **persona con discapacidad**. Este término es neutro y hace énfasis en la persona con discapacidad como persona y no desde su déficit. Además, reemplazar viejos términos utilizados como eufemismos tales como: persona con necesidades o capacidades especiales o diferentes y términos como paciente (connota enfermedad), víctima, lisiado, inválido o padece/ sufre discapacidad (conlleva calvario). No se deben sustantivar adjetivos (discapacitado) ni definir a una persona solamente por su discapacidad (ciego/sordo). Otro término utilizado en el ámbito académico es **persona en contexto de discapacidad** donde se enfatiza la presencia de barreras que impiden el pleno ejercicio de los derechos.

## **PRODUCTOS COMUNICACIONALES ACCESIBLES**

En cuanto a las diversas estrategias al momento de elaborar productos comunicacionales de fácil acceso y alcance para todas las personas existen de acuerdo a los diferentes tipos de productos.

### **¿Cómo hacer un video accesible?**

Al garantizar el acceso a todos los públicos, los productores audiovisuales cuentan con diversos recursos técnicos al momento de construir piezas audiovisuales, ya sea un video para YouTube, una serie o una película. Para ello es necesario tener en cuenta los modos en el que se construye este lenguaje, sus límites y condicionantes. Los medios audiovisuales se construyen a partir de dos dimensiones: la visual y la sonora. En el caso de las personas con discapacidad auditiva, estos productos suponen dos clases de barreras a tener en cuenta en la realización audiovisual y que pueden tener en cuenta estos recursos de accesibilidad disponibles que son: el subtítulo, la lengua de señas y la audiodescripción.

### **Subtítulos**

El subtítulo es uno de los principales recursos audiovisuales para personas con discapacidad auditiva. Originalmente los subtítulos se crearon para que el público en general pueda comprender películas o series en idioma extranjero. Estos tipos de subtítulos se denominan subtítulos abiertos y contienen solamente los diálogos en formato escrito. Sin embargo, la transcripción de los diálogos no es suficiente para las personas con discapacidad auditiva. Por tal motivo, se desarrollaron los subtítulos ocultos o Closed Caption (CC). El subtítulo oculto incluye, además de los diálogos, otros elementos extralingüísticos como la identificación de los hablantes y la descripción de efectos de sonido y música. Estos subtítulos se denominan ocultos dado que, de manera predeterminada, están "ocultos" en la señal de TV y se requería decodificarlos para poder verlos. El Artículo 66 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522) establece la obligatoriedad del uso de CC para las emisiones de televisión abierta, la señal

local de producción propia en los sistemas por suscripción y los programas informativos, educativos, culturales y de interés general de producción nacional. Aunque los CC fueron un invento para la televisión, varias plataformas digitales como Instagram, Youtube o Facebook adoptaron este recurso. Los subtítulos ocultos se pueden generar previamente mediante un editor de video. El CC no forma parte del archivo de video sino que es un archivo independiente que funciona como un tándem. Por otro lado, para eventos en vivos los subtítulos se realizan en el mismo momento de manera taquigráfica. Sin embargo, ya existen desarrollos de reconocimiento de voz y escena que permiten realizar el subtítulo de manera automática con bastante precisión.

### **Lengua de Señas**

La Lengua de Señas Argentina (LSA) es la lengua de señas empleada en Argentina para personas sordas. Para el Ministerio de Educación de la Nación “constituye un verdadero idioma y un canal de transmisión diferente a las lenguas habladas, en tanto implica aproximarse a formas de pensamiento visuales, no verbales”. En productos audiovisuales, se suele utilizar una ventana de lengua de signos que consiste en un pequeño cuadro ubicado usualmente en la parte inferior derecha. En la ventana, una persona realiza el trabajo de interpretación a la LSA. Este recurso es más utilizado en eventos en vivo y en directo debido a la facilidad de la interpretación en el momento.

### **Audiodescripción**

La audiodescripción consiste en la inserción de descripciones verbales para ilustrar los elementos visuales de productos y fenómenos audiovisuales para la accesibilidad de las personas con discapacidad visual. La descripción incluye escenarios, personajes, posiciones, formas, colores, situaciones y detalles. Este recurso no interfiere en el audio original ya que se realiza entre diálogos o narraciones.

Desde lo narrativo, y reflexionando sobre el guión audiovisual, la audiodescripción verbaliza el universo diegético que estamos narrando en el producto audiovisual y al que las personas ciegas o con baja visión no pueden acceder, como son el escenario, la acción y la caracterización de los personajes. En este sentido, la audiodescripción desempeña la función de comunicar (en los momentos de silencio) la diégesis desarrollada (espacio – tiempo) de manera impersonal. El audiodescriptor está fuera de la diégesis, es un narrador extradiegético, su subjetividad sólo aparece verbalizada tras las opciones discursivas seleccionadas. La audiodescripción es una secuencia descriptiva en donde se encuentran sustantivos, adjetivos, verbos (tercera persona singular o plural) y adverbios con lo que se revela un modo de ver el mundo de los sentidos. En este plano es importante tener presente que como toda práctica de traducción está construida por nuestras valoraciones y modo de construir el mundo.

### **Producción Gráfica**

Un buen diseño gráfico, ya sea para productos audiovisuales, en redes sociales o papel, debe facilitar la lectura del contenido para todos/as y es necesario tenerlo presente al momento de construirlo. En muchos casos, ciertas elecciones estéticas en diseño gráfico pueden generar algunos problemas de lectura en personas con baja visión por lo que es imprescindible tener presente una estructura clara para facilitar la lectura y el reconocimiento de la información. Poseer un alto contraste de fondo permite una mejor identificación de los elementos, al igual que una tipografía como Sans Serif o de palo seco alineado a la izquierda.

Además de un diseño gráfico inclusivo, también se recomienda el uso de una técnica de redacción denominada **lectura fácil** para mejorar el acceso a la información y la comprensión de textos. Para ello es importante escribir en forma clara y concreta, siguiendo un hilo conductor evitando el uso de metáforas o lenguaje abstracto. Para ello es preciso organizar una idea o concepto por oración y/o párrafo evitando el uso de palabras o términos difíciles. Si la palabra o término no puede cambiarse, aclarar su significado con una llamada para agregar precisión.

## Productos Accesibles WEB

Con el advenimiento de productos digitales y el acceso a internet se habilita y potencia el acceso de las personas discapacitadas a la información aunque es importante tener en cuenta algunos elementos al momento de construirlo para no generar obstáculos, para no limitar ese potencial y nuevamente generar barreras dependientes a las personas con discapacidad.

Entre las pautas de accesibilidad Web se deben utilizar palabras simples y párrafos breves, separados por temas y utilizando viñetas. Es importante diseñar para una lectura simple y lineal teniendo en cuenta no sólo diferentes dispositivos sino también tamaños de pantalla. Es importante garantizar una lectura lineal en donde ningún elemento gráfico o audiovisual pueda interferir con la lectura de la nota periodística colocándola al principio o al final de la nota periodística.

En cuanto a las principales recomendaciones realizadas para las páginas web y redes sociales en cuanto los subtítulos, se debe tener en cuenta la extensión de la nota periodística teniendo en cuenta un máximo de 4 párrafos de 5 líneas para llevar a cabo la colocación de subtítulos con un espacio interletrado de 3,5 y entre 70 a 90 caracteres por líneas alineado el texto hacia la izquierda sin justificarlo. La fuente para utilizar en las páginas web recomendada es Lato evitando el uso de color para transmitir información y/o jerarquizarla.

En cuanto a los vínculos, títulos y botones es necesario redactarlo de manera descriptiva y cortos facilitando la lectura. En cuanto a las imágenes, tanto en web como en las redes sociales es importante una descripción para que sea accesible con lector de pantalla completando la parte de "texto alternativo". Las redes sociales de microblogging, Twitter e Instagram, implementaron el "texto alternativo": cuando un usuario comparte un tuit o una publicación acompañada con una imagen, el usuario puede complementar el contenido con un texto que describa la imagen. De esta manera, personas con discapacidad podrán comprender el tuit en su totalidad ya que en muchos casos el texto es una interpretación de la imagen (como los memes) o la imagen es complementaria al texto. Facebook e Instagram implementaron el texto alternativo automático. Al igual que Twitter, las imágenes están acompañadas de una descripción, pero para estas redes la descripción se completa mediante inteligencia artificial.

## Conclusión

Al pensar la comunicación y el rol de los medios de comunicación en cuanto la creación de los hechos noticiosos como espacios de lucha simbólica permanente en cuanto a discapacidad, es necesario dejar mojoneros para que las nuevas generaciones de periodistas tengan referencias claras y un modelo de buenas prácticas comunicativas. Pensar en esas buenas prácticas es invitar a la comunidad a reflexionar sobre el periodismo y las historias que escribimos y la realidad que cocreamos al momento de producir piezas comunicativas. En este sentido, es necesario pensar las personas con discapacidad, esas voces acalladas creando y construyendo sentido responsable, socialmente responsable no sólo visualizando esa realidad y reclamos sino profundizar la coyuntura social de la que formamos parte también como comunicadores. Poder reflexionar, por un lado, en el modo en el que se construye la noticia, a quién se le da la palabra, desde dónde se mira el hecho noticiable, cuánto tiempo se le destina a la noticia y segundo lugar, pensar también en las formas de construirlas de manera accesible, que sean para todos. Las personas con discapacidad poseen una discapacidad no sólo por la genética y/o accidente sino porque la sociedad y el Estado no cuenta con formas de inclusión total.

Creemos realmente importante reflexionar, capacitarnos y repensar desde los medios de comunicación, la formación y el periodismo cumplir un rol fundamental en la construcción de imágenes y de discursos sobre discapacidad, en cómo abordamos a la DIVERSIDAD, en cómo comunicamos sobre la Discapacidad porque en nuestras afirmaciones y miradas está la posibilidad de truncar caminos o habilitar sueños. Soñamos con una sociedad que se repiense y deconstruye, que no estigmatice sino que abrace las diferencias, sonría más e inspiremos a otros.

## BIBLIOGRAFÍA

. Mirar en Inclusión. Materiales Comunicacionales Accesibles. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba. Diciembre 2021

. Agencia Nacional de Discapacidad. Guía del Lenguaje Adecuado en Tems de Discapacidad.

[https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/manual\\_andis\\_0.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/manual_andis_0.pdf)

. Comité Sobre Los Derechos De Las Personas Con Discapacidad. Informe alternativo: situación de las personas con discapacidad en Argentina 2013/2017, Agosto 01 de 2017.

<https://www.cels.org.ar/web/publicaciones/situacion-de-las-personas-con-discapacidad-en-la-argentina/>

. Congreso Nacional de Argentina. Ley 26653. Boletín Oficial de Argentina, Noviembre 30 de 2010.

<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-26653-175694/texto>

# Discapacidad en publicidades

Serrano Ivana Romina  
romiserrano929@gmail.com

**Universidad Nacional de Tucumán**

En el marco del desarrollo del XXV congreso redcom, se realiza un análisis publicitario de una campaña publicitada en España a cargo de la empresa ilustradora "Arte mapache". Con el objetivo de promover la reivindicación de cuerpos.

Para el desarrollo de dicho análisis los aspectos que vamos a tener en cuenta son: Principalmente el estudio de la campaña desde la crítica tomando como partida toda la polémica que hay detrás. También se hablará el uso incorrecto del Photoshop y como esto puede generar reacciones en la gente a partir de la generación de sentidos, mencionando el mensaje que quiso dejar la campaña, los errores que cometieron y como esto provoco rechazo hacia la campaña por parte del público. También se mostrará en contraste el uso correcto de la inclusión sin necesidad de hablar sobre la reivindicación de cuerpos o inclusión para incluir a los diversos cuerpos que existen en la sociedad, se trata de otra campaña que no habla exclusivamente de reivindicación de cuerpos (Primark- colección inspirada en la película "Toy Story" de Disney-Publicada el 30 de mayo del año 2019). Todo esto abocado puntualmente al contexto socio-cultural en el que se inserta, como ser el movimiento body positive.

Ahora bien, damos inicio al análisis de este trabajo comenzando con la parte de una lectura **denotativa** de la campaña lanzada en España:

La campaña "El verano también es nuestro" fue impulsada por el ministerio de la mujer en julio del año 2022 contratando a la empresa ilustradora Arte Mapache (empresa conocida mayormente por sus ilustraciones en donde promueve la aceptación de cuerpos, en su mayoría cuerpos robustos). La intención inicial de la campaña fue principalmente dar un mensaje de reivindicación de cuerpos desde el discurso "body positive", haciendo referencia a que todas las mujeres tenemos derecho a disfrutar del verano sin importar nuestro físico.

Es necesario aclarar que esta campaña fue lanzada a principios del verano en España, dando así un mensaje con más intensidad teniendo en cuenta la exposición del cuerpo físico en la época de calor principalmente en espacios públicos como ser playas, piscinas, parques acuáticos, etc.



Afiche a cargo de Arte Mapache - por Irene Montero (autora del afiche)

Antes de pasar al momento en donde se origina la polémica y el porqué de la molestia ante el ojo público, es necesario hablar sobre algunos puntos importantes para poder entender las intenciones de la campaña y el problema en general

En primer lugar, el enfoque: Esta campaña se inspiró principalmente en dar un mensaje body positive, un movimiento que ha tomado fuerza principalmente en las redes sociales. Pero... ¿Qué es el movimiento "Body Positive"? El Body positivity es un movimiento social que defiende la aceptación de todos los cuerpos independientemente de su grado de discapacidad, tamaño, género, raza, o aspecto. El movimiento fue creado para empoderar a aquellas personas a las cuales la sociedad discrimina por el tipo de cuerpo que tienen y cuestionar las maneras en que la sociedad presenta y observa el cuerpo humano que de cierta manera exige poseer un "hegemónico", "cuerpo perfecto" y "aceptable socialmente".

En segundo lugar, las instrucciones, para esta campaña se esperaba crear imágenes de mujeres desde 0, es decir la intención era "inventar" a las modelos así no se pasaba por el proceso de remuneración por uso de imagen.

Pasando a la problemática en sí... hablaremos de como se ha originado en la propia concepción de la campaña, pues llamaba a todas las mujeres con cuerpos "no apropiados" a disfrutar, sin vergüenza y con aceptación, estos espacios. Pero el afiche se realizó haciendo uso incorrecto del Photoshop ya que, en primer lugar, las mujeres que aparecen en la imagen son reales y también las imágenes son un collage formado con la imagen de cada una de las mujeres que aparecen ahí, dichas imágenes que fueron tomadas sin su consentimiento. No solo eso, sino que también alteradas físicamente dando un mensaje contradictorio del que se quiso dar inicialmente. ¿Cómo salió esto a la luz?

Los reclamos por parte de las modelos comenzaron, sino que hasta dos días después de que el afiche fuese publicado. Las modelos reclamaron principalmente que ellas nunca fueron avisadas de que su imagen iba a aparecer en la ilustración y en consecuencia lógicamente no fueron remuneradas. Los reclamos comenzaron por parte de la modelo Nyome Nicholas que desde su cuenta de Instagram denunció que su imagen proveniente de una foto publicada en su cuenta fue tomada sin darle un aviso previo, también agregó que la idea de la campaña le pareció una buena idea solo que la ejecución fue mala, "podrían al menos etiquetarme", declaró en su cuenta de Instagram. Otro de los reclamos fue por parte de la activista Julie Fitz Patrick con doble mastectomía, en la imagen pusieron su rostro en el cuerpo de una mujer que tiene solo una mastectomía, dicho cuerpo pertenece a una sesión de fotos de concientización sobre el cáncer de mama a cargo de la fotógrafa Ami Barwell, ambas hicieron su reclamo vía redes sociales.



Pero el caso que más llamó la atención y causó indignación en la sociedad fue el caso de la modelo Sian Green-Lord, denunció que se había utilizado su imagen sin su consentimiento y además se manipuló su cuerpo, ya que el creador eliminó la pierna ortopédica que lleva desde el año 2013, tras sufrir un accidente. Esto obviamente causó indignación por parte de la modelo la cual expuso su caso en sus redes sociales generando rechazo e indignación por parte de la sociedad hacia el ministerio de la mujer y la empresa ilustradora



Imagen original

¿Por qué esto causó polémica?

En primer lugar: la campaña fue contradictoria ya que hablaba de aceptar los cuerpos en todas sus formas y colores, pero se eliminó una pierna ortopédica creando así confusión ¿Por qué en el discurso de reivindicación y aceptación no se incluyó a personas con una discapacidad? Muchas veces las personas con discapacidad no son incluidas en discursos del body positive tal y como pudimos apreciar en la imagen.

En segundo lugar, se agregaron características como por ejemplo el vello corporal, se le agregó un elemento que es común en todas las personas, pero se eliminó una característica personal de la modelo como es su pierna ortopédica. Esta característica es un elemento que representa a gran parte de la población que tenga una discapacidad física.

Por lo tanto, se puede ver cómo a las personas con discapacidad se las sigue vetando de alguna forma de movi-

mientos o publicidades que promueven la inclusión.

Pero... ¿Es correcto mostrar los diferentes tipos de cuerpos?

En los últimos años el mensaje de aceptarse como uno es a tomado fuerza, ya que la juventud principalmente está cansada de seguir un estereotipo que promueve o exige la sociedad, tanto así que se impulsó la idea de mostrar que todos los cuerpos son diferentes y que no hay nada de malo en eso. Dicha idea de mostrar los diversos tipos de cuerpos genera una tranquilidad en la sociedad ya que no se someten a cambios o tratamientos con resultados en su mayoría imposibles de conseguir. Por lo tanto, si es correcto y de alguna manera sano la exposición de distintos tipos de cuerpos para que haya una representación y todas las personas se sientan incluidas.

El mensaje de “el verano también es nuestro “ es acertado, ya que promueve la inclusión en donde todas y todos tenemos derecho de vivir el verano como y donde queramos, pero la manera en la que fue manejada obviamente no fue la correcta, principalmente por no se mostró el cuerpo de la modelo Sian Green-Lord (pierna ortopédica) como es en realidad, sino que se la borró sin problema alguno, dando a entender que si bien los distintos tipos de cuerpos existen y no está mal mostrarlos como son, pero a la vez no porque se omite un sector de la sociedad, que son los cuerpos con una discapacidad física, por lo tanto es a la vez un mensaje confuso ¿Por qué los cuerpos de personas con una discapacidad deben ser “borrados” pero todos los otros tipos de cuerpos si entran en un mensaje de inclusión o reivindicación sin problema?

¿Fue ético hacer uso del photoshop? O más bien ¿Estuvo bien que se use particularmente de esa forma?

El uso del Photoshop se utiliza desde años, para dar una imagen más estética, esta herramienta también permite adaptar el tamaño de las fotos o imágenes audiovisuales a las distintas plataformas, diseñar bocetos, y crear todo tipo de imágenes o videos que se utilizan frecuentemente en las redes o medios audiovisuales. Es una herramienta bastante útil al momento de vender un mensaje solo si se lo usa correctamente.

Al utilizar esta herramienta para eliminar digitalmente la pierna ortopédica de la modelo genero un mensaje contradictorio. Por lo tanto, no fue correcto ni lógico haber utilizado el Photoshop de esa manera porque no era un “error” o algo que corregir para que la ilustración de la campaña tuviera una imagen más “estética”

¿Por qué el uso correcto de la edición es tan importante?

Como se mencionó al inicio, uno de los encargos era no usar imágenes de mujeres reales para no tener que hacer una remuneración, por lo tanto, se tenía que crear imágenes de mujeres desde cero. Como ya vimos es algo que no sucedió.

El uso correcto de una edición o uso de imagen es importante para tener aceptación y conocimiento positivo hacia la publicidad o campaña, en lugar de tener repercusiones negativas por parte del público. Se pudo haber creado “personajes” o bien contratado directamente a las modelos para la campaña, de esa manera evitando toda la negatividad y mala prensa que esos errores causaron.

¿Qué consecuencias tuvo esta campaña con el uso incorrecto del Photoshop y su mensaje contradictorio al conocer el trasfondo?

La autora Irene Montero salió a las redes sociales a dar declaraciones y desde su cuenta de twitter pidió disculpas, pero justifico el uso de la imagen de las modelos porque para ella las imágenes publicadas en redes sociales son de “libre uso”. Esto genero...

En primer lugar, el rechazo de la sociedad, generando comentarios negativos en la imagen mostrada en las redes sociales.

En segundo lugar, las consecuencias que tuvo la empresa. Arte mapache la empresa ilustradora a cargo de realizar el poster, luego de la polémica, el rechazo del público y los comentarios negativos recibidos, optó por eliminar su página web y poner en privado todas sus redes sociales.

En cuanto al ministerio de la mujer pidieron disculpas y dejaron en claro las instrucciones previamente dadas antes de la realización de la imagen.

Por otro lado, el dinero invertido en dicha realización de la ilustración fue ofrecido a las modelos como compensación. Las modelos rechazaron la oferta.

En contra posición existe otra publicidad publicada el 30 de mayo del año 2019 por Primark – colección inspirada en la película conocida mundialmente “Toy Story”

Primark es conocida por ser una marca de ropa con diversas colecciones en donde sus publicidades son sumamente inclusivas, ya que se contratan modelos con diferentes tipos de cuerpos.

Para la publicidad de esta colección se contrató a la modelo Bernadette Hagans, una mujer que al igual que la modelo Sian Green-Lord utiliza una pierna ortopédica, pero el caso de Bernadette su miembro inferior derecho fue amputado por causa del cáncer.



Colección de 'Toy Story' en Primark. (Cortesía)



Esta publicidad fue muy bien recibida por el público

¿Por qué? Principalmente por qué en un momento social en donde es importante la inclusión, a la sociedad le agrada ver las oportunidades que se les da a todas las personas en todas sus formas y colores. Entonces...

¿Para incluir a una persona con discapacidad es necesario hablar solo de inclusión en una publicidad?

Definitivamente no, como se pudo ver en la publicidad de la colección Primark sólo se habló y promocionó exclusivamente de la colección de ropa para la temporada primavera-verano (aunque de igual manera se da un mensaje de inclusión indirectamente). No se da un mensaje exclusivamente de reivindicación y de igual manera tuvo una reacción en el público sumamente positiva, logrando que la marca sea más conocida y mantenga una buena imagen.

Además, esta publicidad fue lanzada mucho tiempo antes de que el mensaje de inclusión tomara fuerza como lo hace en la actualidad.

Finalmente, el objetivo de este análisis y comparación entre ambas campañas es crear conciencia del uso correcto de las herramientas que están disponibles para crear una buena publicidad y de esa manera generar una reacción positiva por parte del público. También es importante saber que las personas con discapacidad deben tener una buena inclusión en las publicidades o medios de comunicación sin tener la necesidad de hablar exclusivamente de inclusión o reivindicación, principalmente en este contexto social en donde el movimiento body positive está tomando fuerza.

Muchas gracias.

## Fuentes

Nota de prensa del Instituto de la Mujeres con motivo del lanzamiento de la campaña 'El verano también es nuestro'

Página web de la empresa Arte Mapache (ya no aparece disponible)

Cuenta de Twitter de Arte Mapache

Cuenta de Instagram de Arte Mapache

Cuenta de Instagram de la modelo británica Nyome Nicholas

Cuenta de Instagram de Sian Green-Lord

Cuenta de Twitter de Ami Barwell

Cuenta de Twitter del Instituto de las Mujeres

Página web de la colección de indumentaria Primark

**MESA 7**

# Comunicación y Salud

# “Cuidarnos en Red”: Comunicación para la Salud Sexual y (No) Reproductiva desde las trabajadoras de la salud pública

Anahí Oviedo

aoviedo@mi.unc.edu.ar

Josefina Petroli

josefina.petroli@unc.edu.ar

**Universidad Nacional de Córdoba**

En este trabajo compartiremos algunas reflexiones e interrogantes que surgieron durante la realización del proyecto de extensión, ganador de la convocatoria de Becas de la Secretaría de Extensión Universitaria de la Universidad Nacional de Córdoba, año 2022: “Cuidarnos en Red”. Comunicación para la promoción y acceso a derechos sexuales en el marco de la pandemia por COVID-19 y la reciente aprobación de la Ley de IVE 27.610.

Además, se pondrán en diálogo los saberes y teorías abordadas desde el Laboratorio de reflexión y producción en ciencia, salud y ambiente, radicado en CIPeCo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación<sup>1</sup> con las experiencias y las narrativas de las trabajadoras feministas dentro del sistema de salud público, organizadas en la Red de Profesionales de la Salud por el Derecho a Decidir<sup>2</sup> (en adelante, la Red) de la Ciudad de Córdoba.

Luego de una instancia de análisis de situación, a partir de una metodología de Investigación Acción Participativa (Sírvent y Pigal, 2012), se establecieron problemas y necesidades comunicacionales, y surgió la demanda de pensar en conjunto y llevar a cabo una producción audiovisual documental que visibilizara la trayectoria de trabajo y alianzas de las profesionales de la salud en relación a la garantía de acceso a diversos derechos sexuales y reproductivos. El objetivo fue recuperar las memorias orales, acciones y narrativas de las trabajadoras que en sus prácticas protagonizaron fuertes disputas dentro de un sistema de salud que responde al modelo médico hegemónico (Menéndez, 1988).

El desafío y la propuesta ha sido responder a las siguientes preguntas: ¿cómo generamos contenidos de salud desde una mirada integral, territorial, interseccional, con perspectiva de género y Derechos Humanos?, ¿cómo creamos contenidos desde y con las trabajadoras de la salud pública para garantizar el acceso a la información en torno a los derechos sexuales y (no)<sup>3</sup> reproductivos?, ¿cuáles son los potenciales del lenguaje audiovisual para

---

1 Esta ponencia se inscribe en un trabajo que intersecta la investigación, la extensión y la producción audiovisual, en el marco del Laboratorio de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, donde funciona un proyecto llamado “Producción de contenidos en salud, ciencia y ambiente desde una perspectiva intercultural y situada”, radicado en el Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación (CIPeCo).

2 La Red de Profesionales de la Salud por el Derecho a Decidir es una organización feminista y federal. Compuesta por 700 equipos situados en diferentes hospitales y centros de salud, en su gran mayoría públicos. Trabajan garantizando el derecho a la anticoncepción, la interrupción del embarazo y a la información sobre derechos sexuales reproductivos y no reproductivos.

3 Las trabajadoras de la Red, en diálogo con otros colectivos feministas y la crítica al mandato de la maternidad, se refieren a derechos no reproductivos para enfatizar el hecho que la sexualidad no se reduce al aspecto de la reproducción humana.

construir memoria colectiva?, ¿cómo se podría, desde el campo disciplinar de la Comunicación Social y particularmente, desde la Universidad Pública, aportar a estos procesos?

### ***Pandemia, Comunicación y acceso a derechos***

Durante la Pandemia por COVID 19, el Estado argentino ha priorizado necesariamente nociones de salud y de cuidado centradas en la prevención de contagios para el resguardo de la vida física. Según informaron organizaciones como la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito y Amnistía Internacional Argentina, algunas problemáticas en torno a la salud sexual y reproductiva se profundizaron en el marco de la crisis sanitaria, fundamentalmente aumentaron los embarazos no deseados debido a la falta de acceso a anticonceptivos, y hubo restricción en el acceso a la Interrupción Legal del Embarazo (ILE)<sup>4</sup>, ya que el servicio fue suspendido en muchos municipios. La ausencia de información, las falencias en los primeros niveles de atención, el obstáculo que representaban los altos índices de objeción de conciencia, acentuaron las complicaciones para la atención de la salud sexual y el aborto legal.

Ante esto, el objetivo de la Red fue poner en agenda la salud sexual integral e instalar su atención como servicio esencial que debía garantizarse aún en momentos de Aislamiento o Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO y DISPO). Es así que en el año 2020 trabajamos junto a la Red en la producción de campañas y piezas de promoción de la salud sexual y (no) reproductivas en contexto de Pandemia<sup>5</sup>.

Durante la realización de las campañas de bien público a partir del intercambio con las trabajadoras de la salud, pudimos identificar algunas problemáticas comunicacionales, tales como: el desconocimiento de las mujeres y personas con capacidad de gestar sobre la posibilidad de realizarse una ILE en condiciones seguras, en un centro de salud público, de manera gratuita, con acompañamiento de profesionales de la salud; la falta de información sobre la ILE y los Derechos Sexuales y (No) Reproductivos; la percepción del aborto como una práctica necesariamente ligada al riesgo de vida; la falta de visibilización de ciertas identidades (personas trans, no binaries, con alguna discapacidad) como personas capaces de gestar y, por lo tanto, de decidir la interrupción o no de un embarazo; carencia de herramientas y soportes comunicacionales que incluyan relatos inclusivos, diversos en equidad e igualdad de género; escasez de productos comunicacionales que surjan de los y las trabajadores de la salud que ayuden a visibilidad el trabajo durante y antes de la pandemia en la garantía de derechos sexuales y, finalmente, la ausencia

---

<sup>4</sup> Antes de la aprobación de la Ley 27.610 en Argentina, de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE), gracias a las luchas por acceso a derechos sexuales, se llevaban a cabo interrupciones consideradas legales ante ciertas causales: ante una violación de la persona gestante o si la misma corrierá riesgos que afecten su salud (considerando la noción de salud integral de la OMS) o su vida. A través del fallo “F., A. L. s/ medida autosatisfactiva”, la Corte Suprema de Justicia de la Nación (CSJN), estableció que quien se encuentre en las condiciones descriptas en el art. 86 del Código Penal “[...] no puede ni debe ser obligada a solicitar una autorización judicial para interrumpir su embarazo, toda vez que la ley no lo manda, como tampoco puede ni debe ser privada del derecho que le asiste a la interrupción del mismo ya que ello, lejos de estar prohibido, está permitido y no resulta punible” (CSJN, 2012: considerando 21).

<sup>5</sup> Estas campañas recibieron el apoyo financiero de la organización Católicas por el Derecho a Decidir Argentina. Muchas de estas producciones pueden encontrarse en sus redes sociales y en las de la Red de Profesionales de la Salud por el Derecho a Decidir. Algunas producciones realizadas en este marco fueron: Campaña de Acceso a la ILE (Interrupción Legal del Embarazo) durante la Pandemia por COVID-19 y previo a la aprobación de la IVE; campaña audiovisual de bien público “Cuidar es acompañar”, que busca promover el acompañamiento (por parte de profesionales de la salud) empático y seguro de personas que deciden interrumpir una gestación, garantizando derechos desde la escucha atenta, la empatía y el respeto por las decisiones, en el marco de la implementación de la Ley 27.610 de IVE/ILE; producción de cápsulas de adelanto de la serie web documental “Rodando Derechos”, proyecto que trabaja para consolidar en los territorios de diferentes provincias, la formación de equipos de capacitación y atención en derechos sexuales y (no) reproductivos, particularmente en la ley 27.610 de IVE; producción del audiovisual Cuerpos y Libertades, una adaptación sociolingüística a lenguas originarias de materiales gráficos y sonoros que abordan derechos sexuales y reproductivos de manera integral.

de información precisa sobre las leyes que reconocen los Derechos Sexuales y Reproductivos<sup>6</sup>.

En este contexto, las organizaciones sociales feministas llevaron adelante una tarea crucial para garantizar los derechos sexuales y reproductivos de la ciudadanía -en este caso fundamentalmente de las mujeres y personas con capacidad de gestar-, que también resguardan la vida y ponen en el centro el cuidado integral.

La pandemia dio cuenta de la importancia de la comunicación para la promoción de la salud de una sociedad. En tiempos de sobreinformación, noticias falsas, burbujas de información, audiencias fragmentadas, la producción de materiales claros, de información asertiva y con llegada efectiva a poblaciones que no siempre acceden a contenidos actualizados sobre salud, sexualidad, cuidado y derechos, resultaba y es primordial.

Actualmente, los desafíos se renuevan ante la reciente legalización del aborto que no se implementa sin dificultades y resistencias. Las disputas en relación al derecho al aborto permanecen y la falta de información, las tensiones sociales y culturales persisten.

### ***Investigar, extender lazos y producir en Salud: La Comunicación como campo de frontera***

Lo que hemos desarrollado hasta aquí han sido algunos de los antecedentes teóricos y contextuales que dieron origen al trabajo extensionista que desarrollamos durante el año 2022, junto a la Red<sup>7</sup>.

Durante este período se produjo un mediometrage documental que buscó recuperar las experiencias, vivencias y saberes de las trabajadoras de la salud (médicas, psicólogas, enfermeras, trabajadoras sociales), que desde antes de la aprobación de la Ley de Aborto, venían garantizando este derecho en los centros de salud pública de la ciudad. Cuando emprendimos el proyecto, identificamos que no existían contenidos o dispositivos que recuperen y visibilicen estas narraciones que dan cuenta de las históricas redes de alianzas que existen entre profesionales de la salud, a nivel local y nacional, con organizaciones sociales, comunitarias, territoriales y con el Estado. El dispositivo documental audiovisual buscó reconstruir esa memoria de estrategias, vínculos, obstáculos y conquistas, a través de más de 20 años de trabajo.

El mediometrage tiene como elemento narrativo central la construcción de un relato coral de testimonios de mujeres que reflexionan sobre algunas cuestiones que aquí recuperamos.

Por un lado, la salud pública aparece como un espacio conflictivo, arena de diversas disputas en torno a las representaciones sobre qué es salud y sexualidad. Un lugar de resistencias y en deconstrucción en relación a los nuevos paradigmas de género y de derechos, el respeto a la diversidad y la valoración de la afectividad.

Es importante mencionar, que mientras filmábamos, una médica de otra localidad de la Provincia de Córdoba fue detenida por acompañar abortos, situación que generó alto impacto porque la práctica es legal en el país desde el 30 de diciembre de 2021, cuando se aprobó la Ley 27.610 de acceso a la interrupción voluntaria del embarazo y de la atención post aborto. La criminalización de las profesionales de la salud persiste y es una amenaza a los derechos democráticamente conseguidos.

Por otro lado, persistía la presencia de ciertas resistencias, prejuicios y persecuciones que ope-

---

<sup>6</sup> La Ley 27.610 sancionada en 2020 regula el acceso a la interrupción voluntaria y legal del embarazo y a la atención postaborto de todas las personas con capacidad de gestar. Desde 2002 existe la Ley 25.673 de Salud Sexual.

<sup>7</sup> En el año 2023 se obtuvo nuevamente la Beca de Extensión Universitaria UNC para el desarrollo de estrategias de comunicación para la promoción de Derechos Sexuales y Reproductivos junto a la Red y organizaciones territoriales de la ciudad de Córdoba.

ran en el ámbito de lo discursivo, lo mediático, pero también hacia el interior del sistema de salud público.

Esto nos alertó sobre la necesidad de custodiar detenidamente qué registrar, qué no, qué testimonios dejar en el montaje y cuáles no, qué información brindar y cuál no. Premisa que guio toda la instancia de realización (preproducción, guionado, rodaje y montaje).

Otro elemento que surge es cómo el campo disciplinar- académico universitario que ha brindado formación a los/as profesionales de la salud, no incluye de manera transversal en sus currículas abordajes con perspectiva de género y derecho, por lo que lxs profesionales (médicxs obstetras, ginecólogos, etc.) deben construir esos saberes y perspectivas en el marco del trabajo con otras disciplinas y actores sociales. Se pone de manifiesto cómo algunas profesionales, por sus trayectorias académicas, formaciones, experiencias con otros colectivos activistas, han atravesado procesos de deconstrucción y construcción de nuevos conocimientos con nuevas miradas de género y de derechos.

Asimismo, surge en los relatos la importancia del rol de las organizaciones feministas en el territorio. Los feminismos, organizados por fuera de los sistemas de salud público, aparecen como marco político, ideológico, cultural y social habilitante que motorizó el surgimiento y la consolidación de nuevas miradas y prácticas dentro de centros de salud públicos, de la mano de profesionales que se auto adscriben como feministas. Las socorristas<sup>8</sup>, por ejemplo, organizaciones sociales, han sido clave en esta historia, articulando problemáticas y herramientas con médicas, enfermeras, psicólogas, etc.

En los relatos, la referencia a la comunidad también es clave, los casos de mujeres del barrio víctimas de abortos practicados de modo inseguro por fuera de los hospitales y las necesidades y demandas de las mujeres y personas gestantes aparecen como detonantes. Demandas que mueven a la acción e interpelan a las profesionales al cambio de mirada y paradigma en relación a los derechos, la sexualidad, la salud desde una mirada integral.

Al mismo tiempo, los relatos refieren a las condiciones históricas y contextuales, los avances, retrocesos, resistencias que fueron moldeando imaginarios e impactando hacia adentro del sistema de salud. Hablamos de la aprobación de diferentes leyes sancionadas entre la década comprendida entre 2002 y 2012 que ampliaron derechos e instituyeron una nueva mirada sobre el género y la sexualidad<sup>9</sup>. También en este periodo sucedieron importantes contiendas e hitos judiciales. A nivel nacional se dio a conocer el Fallo FAL, que generó mejores condiciones para la aplicación de las leyes vigentes en relación a garantizar derechos sexuales y (no) reproductivos, mientras que en el caso de Córdoba, la Asociación Civil Portal de Belén detuvo en diferentes oportunidades la implementación de las leyes de acceso a la ILE (y posteriormente, la IVE) mediante presentación

---

<sup>8</sup> Las socorristas son una organización social feminista sin fines de lucro, que articula trabajo a nivel regional y nacional, brindando información -siguiendo los protocolos de la Organización Mundial de la Salud- y acompañamiento a mujeres y a otras personas con posibilidad de gestar que han decidido interrumpir embarazos inviables para ese momento de sus vidas. Para que lo hagan de manera segura y cuidada.

<sup>9</sup> Entre ellas, podemos mencionar: Ley Nacional N° 25.673 de Salud Sexual y Procreación Responsable; Ley 26.150 de Educación Sexual Integral; Ley N° 26.061 de Protección integral de Niños, Niñas y Adolescentes; Ley de Matrimonio Igualitario (N° 26.618), de Identidad de Género (N° 26.743); Ley de Protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres (N° 26.485).

de medidas cautelares.

Los derechos obtenidos son nombrados como algo a custodiar, a defender, a garantizar.

“Cuidarnos en Red”, es el nombre del documental. La red, el trabajo articulado, el intercambio, el apoyo y contención recíproca entre trabajadoras, el flujo y la circulación en red de información, herramientas, procedimientos, referentes; fue la clave del trabajo sostenido en el tiempo y de la garantía de este derecho, antes y después de la aprobación de la Ley de IVE y también, como se mencionó más arriba, en contexto de crisis generalizada del sistema de salud a causa de la pandemia por Covid 19. El dispositivo documental aparece como herramienta para la visibilización de este colectivo hacia el exterior de la comunidad y que colabora en el fortalecimiento de lazos y vínculos hacia el interior del mismo.

En los testimonios hay escasa alusión a la experiencia y problemáticas de las personas trans o no binarias para acceder a la salud sexual, las historias de la comunidad refieren casi exclusivamente a mujeres. Estas “ausencias” u omisiones no niegan la existencia de estas realidades, pero sí dan cuenta de las dificultades de acceso a la salud pública de ciertas identidades.

En cuanto a los recursos narrativos y estéticos se optó por un formato de documental clásico. Se emplearon entrevistas a cámara de las profesionales de la salud, brindaron testimonios referentes de diferentes especialidades, para dar cuenta de los aportes y experiencias según el campo disciplinar. Se construyó un relato no lineal en el tiempo, que de manera coral y colectiva nos va llevando y trayendo en el recorrido, los avances y retrocesos en la conquista de derechos.

Se registraron imágenes de algunos centros de salud pública ubicados en diferentes barrios de la ciudad, y se emplearon imágenes de archivo de movilizaciones sociales como el 8M<sup>10</sup>, el debate previo a la aprobación de la Ley en el Congreso de la Nación, la vigilia y acampe durante y antes de la votación del proyecto en el Senado, con la organización de pañuelazos.

La dinámica de la realización fue participativa, reflexiva y colectiva. A través de intercambios en reuniones virtuales y presenciales, se definieron las protagonistas o referentes que brindaron testimonio, los ejes temáticos, locaciones para la filmación, las imágenes de archivo.

La Universidad Nacional de Córdoba, como institución académica inserta en el entramado histórico de una sociedad democrática tiene una responsabilidad político-social con la construcción, vinculación y búsqueda de posibles caminos para la resolución de los principales problemas sociales. Consideramos que la producción del conocimiento se enriquece y se define cabalmente al nutrirse de las experiencias del campo sociopolítico activo que forma parte de la construcción de ciudadanía: el saber en tensión e interrelación con la comunidad, con sus necesidades y demandas.

El proyecto de extensión que aquí recuperamos tuvo y tiene como uno de sus fundamentos poner en circulación y diálogo las categorías y saberes producidos desde el ámbito académico con aquellos construidos dentro de la comunidad, en un proceso circular que se retroalimenta en la praxis.

---

<sup>10</sup> El “8M” en referencia al 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, se llevan a cabo en diferentes ciudades de la Argentina masivas movilizaciones en reclamó por la igualdad, el reconocimiento de la diversidad y el ejercicio efectivo de los derechos, entre otras demandas.

## Hacia una Comunicación en Salud feminista e interseccional

En las instancias de preproducción, realización y posproducción de las campañas y piezas comunicacionales se hizo presente una y otra vez la necesidad de corrernos de una mirada universalista, heteronormativa, biologicista de las historias que habitualmente se despliegan en la mayor parte de los contenidos sobre salud.

Los cruces y diálogos entre el campo de la salud, la comunicación y los feminismos son fundamentales para problematizar algunas formas de representación cultural y social, sobre todo ligadas a estereotipos de género. “En las prácticas, programas académicos y discursos de medios de comunicación predomina una mirada unidimensional acentuada por la práctica de la medicalización y la tecnologización de la salud -y de la vida que se contrapone con la necesidad de abordar la comunicación de la salud, pensando desde la diversidad-.” (Cabral-Mendizabal, 2021:6).

Las diferencias de género, históricamente naturalizadas, tienen implicancias en el modo en el cual las personas acceden (o no) a los servicios sanitarios, perciben su salud y adhieren a tratamientos.

Un enfoque comunicacional de género en salud (Belli, 2017) se diferencia de un análisis puramente enfocado en el sexo (desde la perspectiva hegemónica biologicista). Muchos de los problemas comunicacionales que tiene el modelo sanitario tradicional se debe a la falta de abordaje de la comunicación desde una perspectiva de género no sexista que considere las desigualdades en las oportunidades de acceso de las personas en relación a su identidad de género y orientación sexual. Del mismo modo, incorporar una mirada interseccional, que reconoce otras desigualdades que impactan en los procesos salud/enfermedad, atención/cuidados, incluyendo otras variables como la edad, situación socio económica, ambiental, o la presencia de discapacidades. Así, para poder pensar la salud integral de todas las personas, es necesario desarmar el “destinatario universal” de salud, y considerar distintos posicionamientos en la esfera social.

Encuadramos nuestro enfoque teórico desde la noción de la Comunicación para el cambio social (Uranga, 2006, 2016) y las prácticas de comunicación (Uranga, 2007, 2011) pensadas desde la de la salud colectiva, integral y con perspectiva de géneros. La comunicación y acción son inseparables en la realidad del sujeto y en las prácticas sociales de los grupos, de las organizaciones y de las comunidades. Involucra y compete a los actores, sujetos individuales y colectivos, al ámbito concreto en que estos se desempeñan y al contexto en el que el propio ámbito y los actores se encuentran insertos. En este sentido, posicionarse desde una comunicación para la transformación supone entender que somos iguales, pero claro, con condicionamientos socio-culturales diferentes y desiguales, por lo cual el desafío es pensar puentes de sentido pero sobre todo apostar a la escucha, al entendimiento del discurso del otro/a.

Las trabajadoras de la Red, configuran una otredad en el sistema de salud oficial. Son en su totalidad mujeres, reorganizadas con lógicas disidentes en relación a las establecidas por el campo científico o los espacios laborales. La organización en red es un modelo organizativo que se basa en el acuerdo, en la toma de decisiones en conjunto, eso moviliza las acciones del colectivo (y no una posición jerárquica), lo que supone un sostén comunicacional fluido, dinámico e integrado. En la Red son otras las cuotas de poder que se ponen en juego -no hay jerarquías establecidas pero sí fuertes liderazgos, por ejemplo-, y sobre todo, lo que las une es el afán de cambio. La comunicación para el cambio tiene que ver también con la capacidad de recrear, desde las propias prácticas y con el lenguaje, la imagen de un horizonte utópico, de una posibilidad de cambio (Uranga, 2006). Desde la Comunicación pudimos poner en palabras ese horizonte compartido: una salud humanizada humanizante, integral y feminista.

Desde esta perspectiva, la comunicación tiene que partir de la reconstrucción de la memoria (de lo que sucedió, pero también de las rutinas, de los discursos que hablan de experiencias acumuladas) y el ejercicio del recuerdo a partir de los testimonios. Trabajar la comunicación desde esta perspectiva impone también desentrañar los modos de apropiación que los distintos actores tienen de esa memoria y discernir sobre los modos de circulación del poder que se manifiestan a través de los propios procesos comunicacionales. En este sentido, a partir del acto de docu-

mentar sus testimonios, recrear la historia de la Red, su historia, aparecieron diferentes relatos. Cada una de las trabajadoras reescribe la historia colectiva al ejercer la memoria desde la propia experiencia, con sus componentes subjetivos, sus procesos de aprendizajes, interpretando la comunicación desde lo que Freire describe como la “co-participación en el acto de comprender la significación del significado”.

Sabemos, sin embargo, que hay más otredades que pueden seguir enriqueciendo esta “historia común” por una salud más igualitaria. Hay problemáticas, como por ejemplo el acceso a la salud integral de personas trans, que aparecen aún como desafíos, se establecen algunos “consultorios amigables” con la comunidad LGTBQ+ (como ha sucedido también con el acceso a la ILE e IVE), en lugar de asegurar el respeto a la diversidad y la perspectiva de género en todo el sistema de salud. En nuestro caso hemos decidido trabajar con las personas organizadas en esta Red, que se inscriben en el sistema de salud público de nuestra Ciudad. Que son disidentes por su postura política, por su condición de mujeres, a la vez que en su gran mayoría son profesionales, de clase media, poco racializadas, que cuentan con una estable -pero relativa- buena condición de trabajo. En este sentido, en esta nueva instancia de trabajo extensionista, nos propusimos sumar actores, enraizar más en el territorio y convocar a usuarias de la salud pública o personas en formación (como aquellas que están realizando el curso de promotores/as de salud).

La promoción de nociones de la salud desde una perspectiva integral y alejada del modelo biomédico imperante exige desarrollar constantemente estrategias de acción que vayan ensamblando nuevos abordajes de las concepciones de salud desde la complejidad humana y los diferentes territorios y cuerpos desde donde se emplazan. El documental “Cuidarnos en Red” responde a esta búsqueda, pone en el centro la salud *desde* las experiencias y miradas de las mujeres, sus necesidades, demandas, disputas, transformaciones, desde el lugar de trabajadoras de la salud y su devenir feminista. Aquí la salud no es una cuestión de la ciencia biomédica solamente, se pone de relieve la dimensión política y humana, y fundamentalmente el rol histórico de los movimientos sociales en la puja por transformar nociones de salud y garantizar su acceso.

## **Comunicación en clave de memoria y promoción de la salud**

La Comunicación para la Salud con perspectiva de género, desde donde se piensa nuestra acción/investigación, es concebida como derecho “habilitante de otros derechos” (Vargas-Zapata en Uranga, 2016: 6) y campo de producción de la significación social compartida o en disputa (Uranga, 2007; Barbero, 2010). Asumiendo, asimismo, que la salud es un bien público y un derecho social (Spinelli, 2016). De esta manera, apostamos a “una comunicación que sea acción comunitaria y política, propuesta en clave feminista y decolonial, que desarme y desarticule relaciones de poder y sexismos violentos que lo único que hacen es limitar nuestros accesos a vidas placenteras y bien vividas” (Bonavitta, Bejarano & Placci, 2020).

Deconstruir los mensajes y medios de comunicación en salud, como sus formas de producción y difusión, abre nuevos horizontes a la hora de pensar y producir formatos y narrativas, guiones y propuestas estéticas que rompan con miradas patriarcales y atiendan a diversas subjetividades, experiencias de cuidado y desarrollo de la salud integral, priorizando sectores postergados, invisibilizados, estigmatizados o sub-representados.

Estamos frente a un campo emergente, en construcción, que será clave a la hora de garantizar la atención, prevención y promoción de la salud integral de la población en todo su conjunto.

En ello, la acción colectiva feminista tiene y tuvo un rol importante porque pone en el centro de debate la necesidad urgente de generar acceso a la salud sexual y (no) reproductiva como servicio esencial y como Derecho Humano básico. Para ello, la comunicación se vuelve un dispositivo relevante para acercar información crucial para acceder a los servicios de cuidado y salud integral y para instalar una agenda que tenga incidencia en la política pública. La comunicación deviene en “un momento relacionante de la diversidad cultural” (Massoni en Uranga, 2016: 68) y es allí donde se germina ciudadanía.

Ante la nueva legislación (Ley de IVE 27.620) muchas prácticas, saberes, y estrategias que antes se llevaban a cabo a diario de manera reservada en los centros de salud, comienzan a salir a la superficie, extenderse y legitimarse. En este proceso, el ejercicio de memoria, documentación de experiencias, historias y procesos y las estrategias de comunicación tienen un lugar clave porque aportan miradas problematizadoras, que historizan, a la vez que pueden construirse guías, recomendaciones, información y acompañamiento que ayuden a garantizar el acceso y la implementación de la IVE y hace frente al impacto que tuvo la crisis sanitaria.

En tal sentido, es preciso ofrecer propuestas que desafíen y pongan en cuestión los modelos clásicos, tanto en el campo de la salud como en el de la comunicación. En un caso, proponiendo un enfoque alternativo al de la supremacía de la modalidad lógico-científica como forma de aproximación a los procesos de salud y enfermedad en el que se excluye la experiencia humana y la vivencia particular de los sujetos. En el otro, explorando vías de comunicación superadoras de los enfoques vinculados a la divulgación de contenidos científicos y técnicos como una mera operación de “traducción”, en detrimento de una comunicación sensible a la trama socio-cultural en la que están inmersos los actores internos y externos, y enmarcada en los contextos políticos e institucionales determinados.

## Referencias bibliográficas

Bonavitta, P., Bejarano Biglia, F. y Placci Arditi, E. (2020). El podcast feminista al servicio de una justicia erótica. Trabajo presentado en el V Congreso de Estudios Poscoloniales y VII Jornadas de Feminismo Poscolonial.

Cabral, Ximena I; Mendizábal, Victoria E. (2021) Comunicar la salud desde una perspectiva feminista e intercultural. Algunas aproximaciones a las prácticas y a la creación de contenidos en contextos situados. REVCOM.

Martín Barbero, Jesús (2010). De los medios a las mediciones. Comunicación, cultura y hegemonía, Barcelona: Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana México.

Belli, L. F. (2017). La importancia de la perspectiva de género en salud. [Economía Femini\(s\)ta](#).

Menéndez E. L. (1988) Modelo Médico Hegemónico y Atención Primaria. Segundas Jornadas de Atención Primaria de la Salud. Buenos Aires.

Sirvent, M. y Pigal, L. (2012). Investigación Acción Participativa. Proyecto Páramo Andino.

Spinelli, H. (2016). Volver a pensar en salud: programas y territorios. Salud colectiva.

Urraga, W. (2006). El cambio social como acción transformadora. Comunicación para el cambio social.

Urraga, W. (2007). Mirar desde la comunicación. Bs As: s/d.

Urraga, W. (2016). Conocer, transformar, comunicar - 1a ed. - Bs. As.: Patria Grande.

# Comunicación/Salud como derecho. Una experiencia radial en Chilecito, La Rioja.

TARABANOFF, Evangelina G.  
evangelina.tarabanoff@gmail.com

Universidad Nacional de Chilecito

## Introducción:

En el presente trabajo se describe una experiencia llevada a cabo entre 2014-2019 en una FM pública local, abordando a la salud y la comunicación como derecho fundamental. “*Buenos días, Salud!*” es una experiencia pionera y única en la ciudad de Chilecito en calidad de programa especializado en promoción y educación sanitaria.

A partir de la Declaración de Alma Ata (1977) el concepto de salud y la importancia de generar acciones tendientes a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos va a afianzarse dando lugar a diferentes especificidades en la materia. Esta experiencia radial se presenta como un punto de partida para el ejercicio de la construcción de la propia salud, de manera consciente e internalizada, entre los individuos de la comunidad de Chilecito, La Rioja.

La resolución de “Promoción de la Salud en las Américas” - aprobada por el 39º Consejo Directivo de la OPS, el 30 de septiembre de 1993, “*insta a los gobiernos miembros a que incluyan, como instrumentos claves en los programas de salud de la comunidad, campañas de comunicación social y de educación, promoviendo la responsabilidad de la población*”. En este sentido, esta experiencia radial, permitió la inclusión de temas de salud en la programación de una FM que contiene una audiencia fundamentalmente periurbana y rural, apoyándose en la comunicación como herramienta fundamental y clave para ello. Mediante el Programa radial se conformó un espacio de diálogo sobre nuestra salud promoviendo hábitos de vida saludables para el futuro, favoreciendo la participación de la comunidad en el propio desarrollo de su *calidad de vida*.

## ¿Qué queremos decir cuando decimos salud?

Algunas personas creen que la salud y la educación sanitaria son cuestiones principalmente referidas a mantenerse limpios y “sanos” esto es, a no caer enfermos. La Organización Mundial de la Salud nos recuerda que la idea de salud es algo mucho más amplio que la higiene o la “ausencia de enfermedad”. La salud, en sentido amplio, involucra a la salud física, es decir, sentirse en buenas condiciones físicas. Una persona “saludable” o que “goza de buena salud” implica, según el concepto de la OMS “*un completo estado de bienestar físico, mental y social y no sólo la ausencia de enfermedad o dolencia*”. En consecuencia, el derecho a la salud apunta no sólo a la preservación de la vida, sino también a la *calidad de vida* en su totalidad.

La salud mental y emocional están integrados al concepto ampliado de salud, son parte fundamental, también, de la *calidad de vida* de las personas. Esto quiere decir que además de no sentir dolencias, necesitamos sentirnos felices y bien equilibrados. Así como reconocemos un estado físico “sano” también deberíamos ser capaces de reconocernos en un equilibrado estado mental y emocional.

Al mismo tiempo, este concepto amplio de salud, incluye la salud social y la salud individual. Compartimos como comunidad un espacio conjunto y por tanto necesitamos cooperar de manera conjunta, respetarnos mutuamente

y poder disfrutar de momentos de ocio y acercarnos a la cultura en todas sus manifestaciones. Si, el acceso a la cultura forma parte también, de una *calidad de vida* saludable.

De igual manera, cuando hablamos de salud hablamos también de un medio ambiente saludable. Si nuestro medioambiente esta destruido o contaminado, indudablemente que nuestra salud se verá afectada dado que los alimentos que comemos, al agua que tomamos y el aire que respiramos, están amenazando nuestra salud.

Entonces, promover la salud tiene que ver con la búsqueda de un estilo de vida que sea capaz de otorgar la mejor *calidad de vida* posible para todos los ciudadanos de una comunidad. Pero ¿cómo llegar con mensajes claves sobre el cuidado y preservación de la *calidad de vida* a la población?

## **La comunicación/salud como derecho**

La comunicación es un derecho y como tal, los medios de comunicación tienen un rol fundamental en el proceso social de construcción de sentido porque otorgan modos y miradas para la comprensión de la vida y del mundo. La comunicación no implica únicamente estar informados sino, además, contar con información valiosa, de calidad y accesible a todas las personas. Comunicación, desde su etimología, significa *poner en común*, es buscar el encuentro con el otro y los otros para construir significados comunes teniendo en cuenta tanto los conocimientos y la realidad de los otros, como la propia.

Al hablar de comunicación como un derecho nos centramos en la idea de democratizar la información. Esto es, generar nuevos canales de participación para construir democráticamente opiniones y poder tomar mejores decisiones colectivamente. Una definición de comunicación, definida como práctica social, es la que expresa que:

*“La comunicación es un proceso social de producción, intercambio y negociación a través del cual se construye una trama de sentidos que involucra a todos los actores, sujetos individuales y colectivos, que va generando claves de lectura comunes, modos de entender y de entenderse, modos interpretativos en el marco de una sociedad y de una cultura” (Uranga, 2007: 3, citado en González Gartland, 2019:16).*

Si afianzamos la comunicación como un derecho (y no como mera mercancía), las prácticas de comunicación tendrán anclaje en el territorio, y si se organizan en función de objetivos y sentidos comunes, pueden ayudar a sumar a otros y otras al proyecto. Por ello, la experiencia radial que se describe, entiende a la comunicación como una herramienta para encontrar los puntos comunes, abordando temas que van de lo universal a lo particular, permitiendo a la comunidad fortalecer sus conocimientos en cuanto a sus hábitos y contextos referidos a su salud.

Para la OMS (1998) mejorar el estado de salud de la población e instalar en la agenda pública una mayor participación de la población en cuestiones vinculadas a las políticas sanitarias es una necesidad que se alcanza a través de la *comunicación para la salud*. Esta noción se puede precisar como aquel:

*“... proceso social, educativo y político que incrementa y promueve la conciencia pública sobre la salud, promueve estilos de vida saludables y la acción comunitaria a favor de la salud, brindando oportunidades y ofreciendo a la gente poder ejercer sus derechos y responsabilidades para formar ambientes, sistemas y políticas favorables a la salud y el bienestar” (Choque Larrauri, 2005: 8, citado en González Gartland, 2019:17).*

La *comunicación para la salud* constituye la base de la promoción de la salud y ésta se adquiere, principalmente, a través de la participación. *Comunicación/salud* entonces conforman un campo necesario e indisoluble para adquirir un mejor ejercicio ciudadano respecto de hábitos y prácticas saludables. No puede ejercerse un mejor derecho a la salud si la población no está informada y no tiene oportunidades de acceder a espacios de participación de calidad, con información veraz y responsable.

En nuestro país, la Constitución Nacional garantiza el derecho a la salud, en especial, a través del Pacto Internacio-

nal de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC), que está incorporado a ella por medio de la reforma constitucional de 1994. El artículo 12 del PIDESC define el derecho a la salud como "el derecho que toda persona tiene al disfrute del más amplio nivel posible de salud física y mental".<sup>1</sup>

Este derecho, en todas sus formas y todos sus niveles, abarca los siguientes elementos esenciales: a) *Disponibilidad*; b) *Accesibilidad*, el cual presenta los siguientes niveles: *No discriminación*, *Accesibilidad física*, *Accesibilidad económica*, *Acceso a la información* (comprende el derecho a solicitar, recibir y difundir información), c) *Aceptabilidad* y d) *Calidad*<sup>2</sup>. Así, el modelo de Atención primaria de Salud comprende la aplicación de políticas tendientes a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos a través de la promoción y la prevención de la salud.

Pero, hablar de la salud como un derecho es un proceso que implica no sólo hacer cumplir las obligaciones del Estado como garante de la calidad de vida de los ciudadanos, sino también, ejercerlo de manera activa a través de prácticas saludables. Y en este proceso es indispensable la participación de la comunidad. En misma forma lo expresa la Guía Comunicación y Salud (2015)

*“Entendemos que comunicación y salud son dos prácticas que necesitan caminar juntas para que la salud esté enraizada con las comunidades. Este encuentro entre comunicación y salud configura un campo clave y estratégico, ya que involucra el derecho a la información ligado directamente a una mayor accesibilidad al servicio de salud” (Guía Comunicación y salud, 2015:7)*

En este sentido, el Manual de Comunicación para la Salud de PROAPS (2006-2007)<sup>3</sup> expresa que:

*“La comunidad debe estar dispuesta a ejercer este derecho participando activamente en la construcción de su propia salud, y las organizaciones de la sociedad civil asumen un rol clave actuando como nexo y facilitador de vínculos en pos de la incorporación de hábitos saludables”.*

A continuación, se describe la experiencia llevada a cabo entre 2014-2019 en una FM pública local, abordando a la comunicación/salud como derecho fundamental.

### **“Buenos días, Salud!” Una experiencia pionera en Chilecito**

Chilecito es una localidad con aproximadamente 60 mil habitantes. Dentro de este territorio existen en la actualidad, alrededor de 25 emisoras radiales y algunas de ellas con transmisión en vivo por canales de televisión digital provincial. No obstante, en términos generales, la mayoría de las emisoras ofrecen programación de FM comercial como aspecto central. Esta característica supone que las agendas informativas son aquellas que los grandes medios hegemónicos de la comunicación indican, combinando música comercial con entretenimiento. En contraposición, la comunicación desde una perspectiva de derechos recupera otras historias para contar, otras formas para su tratamiento, con otras miradas, desde el propio territorio y para los propios integrantes de su comunidad inmediata.

En el Manual sobre Educación Sanitaria en Atención Primaria de Salud (1989) se advierte que existen dos formas

1 El art. 12 del PIDESC dispone que: 1. Los Estados Partes reconocen en el presente Pacto el derecho de toda persona al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental. 2. Entre las medidas que deberán adoptar los Estados Partes en el Pacto a fin de asegurar la plena efectividad de este derecho, figurarán las necesarias para: a) La reducción de la mortalidad y de la mortalidad infantil, y el sano desarrollo de los niños; b) El mejoramiento en todos sus aspectos de la higiene del trabajo y del medio ambiente; c) La prevención y el tratamiento de las enfermedades epidémicas, endémicas, profesionales y de otra índole, y la lucha contra ellas;

2 Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. (n.d.). Recuperado de [http://www.notivida.com.ar/leginternacional/PIDESC/PIDESC,Pacto\\_Internacional\\_de\\_Derechos\\_Economicos.html](http://www.notivida.com.ar/leginternacional/PIDESC/PIDESC,Pacto_Internacional_de_Derechos_Economicos.html)

3 Manual de comunicación para la salud, Herramientas para la producción de materiales y acciones comunicativas en las prácticas comunitarias, PROAPS, 2006-2007.

distintas de transmitir mensajes de salud:

“La primera es el método directo. de persona a persona, en el que usted, el agente de salud, es el principal comunicante. La segunda es el método indirecto, en el que su misión consiste en hacer llegar a su público local mensajes de salud que proceden de otra fuente, por ejemplo, programas de radio y televisión” (OMS, 1989:197)

En el caso de la experiencia que se describe, se trata de la segunda opción.

“*Buenos días, Salud!*” fue una experiencia pionera y única en la ciudad de Chilecito en calidad de programa radial especializado en promoción y educación sanitaria dedicado íntegramente a la información y divulgación de temas de interés para toda la comunidad que se emitió entre 2014-2019 los días domingos en el horario de 09 a 12 hs. A través de la emisora local Radio Municipal Chilecito. Esta radio se distingue por alcanzar una audiencia alejada de la cabecera departamental llegando a los Distritos, caracterizadas como zonas peri urbanas y rurales.

Se trata de un magazine radial especializado apoyado en la perspectiva de la *comunicación para la salud* con per-



Foto izq: portada de Página en Facebook

Acceso a canal de YouTube: *Buenos días salud TV* <https://www.youtube.com/@buenosdiassaludtvchilecito4803>  
 en Facebook: *Buenos días salud Chilecito* <https://www.facebook.com/profile.php?id=100064524199460>

spectiva de derechos que incluye el tratamiento de temas relacionados a la *calidad de vida* en sentido amplio; esto es, no solo educación sanitaria y ambiental, deportes, agroecología, divulgación científica en general, sino también la promoción de bienestar y *calidad de vida* a través de la difusión de la cultura, las artes y la música.

Existe una tendencia a creer que solo en las instancias propiamente escolares las personas reciben “educación”. El término “escuela” se fundó en el imaginario colectivo como el único lugar legítimo del saber. La educación, de manera general, es percibida como un derecho y por ello, fundamental para todos los seres humanos. Nadie se animaría a afirmar lo contrario puesto que existe un reconocimiento casi dogmático sobre “la educación”. Sin embargo, con la aparición de la concepción de “educación permanente” se hizo evidente que las personas se educan no solamente en la escuela sino durante toda la vida, en diferentes situaciones y con procesos y estímulos diferentes para cada caso.

Mario Kaplún (1999) advertía al respecto que “el niño no solo se educa al recibir conocimientos formales y sistemáticos en el banco de la escuela, sino que se educa también en el hogar, en la calle, jugando con sus amigos, escuchando a su madre el cuento de “Caperucita Roja”, oyendo radio, mirando televisión (1999:22). En este sentido, la radio se convierte en un espacio no solo para el entretenimiento sino, mucho mas potable aun, como medio, como puente, entre quien emite contenidos valiosos y la audiencia que, sin proponérselo quizás, recibe una información, unos conocimientos que antes no tenía presentes o bien que no sospechaba de su existencia.

Así, entendemos que la radio tiene una función social de vital importancia que cumplir. Su rol fundamental, indispensable, es otorgar contenidos valiosos (y sobretodo) a las comunidades más alejadas. Contenidos que de otra manera no llegarían. Porque son estas audiencias quienes más necesitan la compañía o el acompañamiento de la radio como servicio social. Kaplún (1999), dirigiéndose a los comunicadores expresaba:

*“sintiendo la comunicación como una vocación, no ven en la radio tan solo una profesión y un medio de vida, sino que la conciben como un instrumento de educación y cultura populares y como una promotora de auténtico desarrollo; que piensan que éste, como todo medio de comunicación colectiva, tiene una función social que cumplir, un aporte que hacer frente a las urgentes necesidades de las masas populares de nuestra región. (...) el quehacer radiofónico como un servicio y como un compromiso con los pueblos latinoamericanos” (1999:20-21).*

De lo que se trata en definitiva es de producir programas radiales que jerarquicen los contenidos y que éstos sean valiosos para la comunidad. Acercar no solo información de calidad en temas referidos a salud sino también la oportunidad de acceder a los bienes culturales a través de la radio, producir contenidos que “pueden -y deben- llegar, atraer y servir al pueblo” (Kaplun,1999:21).

Por el tipo de programa, así como por el tratamiento de los temas abordados, este programa fue *Declarado de Interés Departamental* el 2 de junio de 2016 – proyecto presentado por el Honorable Concejo Deliberante de la Municipalidad del Departamento Chilecito – Declaración 087/16. La cualidad distintiva del programa buscaba enfocarse en tratar de combinar la promoción de la *calidad de vida* a través de distintas secciones que comprendían sección de noticias, entrevistas en profundidad y una sección más periodística con notas de actualidad relacionadas siempre a los ejes centrales y una selección musical especialmente seleccionada.

La sección “noticias” recopilaba la información más relevante de la semana en temas médicos y de divulgación científica. Esta sección estructuraba el primer bloque de cada emisión y funcionaba a modo de resumen semanal de noticias sanitarias. Las fuentes consultadas, siempre las oficiales: ministerio de Salud de la Nación y Provincial y organismos internacionales como OPS y OMS.

La sección “periodística de actualidad” seleccionaba temas de interés comunitario de actualidad. Las fuentes principales de información eran, además de la proporcionada por los Ministerios de Salud, las diferentes áreas del municipio, especialmente las de deportes, desarrollo social, turismo y cultura e instituciones y organizaciones del medio. De esta manera, la sección se organizaba en función de información actualizada sobre campañas sanitarias, así como aquellas referidas a campañas o acciones especiales sobre días importantes a visibilizar como el Día de la Actividad Física, actividades deportivas, de Turismo y Culturales, etc.



A modo de ejemplo, se recupera una entrevista al Secretario de Deportes de la Municipalidad del Departamento Chilecito.

*Entrevista a Sec. De Deportes Municipalidad de Chilecito. Recuperado de:*

[https://www.youtube.com/watch?v=EPrv5NWm-jk&ab\\_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito](https://www.youtube.com/watch?v=EPrv5NWm-jk&ab_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito)

En la entrevista, se remarca la importancia de ofrecer espacios de recreación y deportes a niños, niñas y adolescentes. En el canal de YouTube, el pie de descripción expresa:

*“El pasado domingo 11 de junio entrevistamos al Sec. de Deportes de la Municipalidad de Chilecito, Prof. Ramón Octavio Albornoz. Hablamos sobre las diferentes actividades que en materia de deportes se realizaran en nuestro Departamento: Escuela de iniciación deportiva, Juegos Evita y Chilecito Juega. Además, reflexionamos sobre la importancia de ofrecer espacios de recreación y deportes a los niños, niñas y adolescentes de Chilecito como una posibilidad de mejorar su calidad de vida. Salud y deportes pilares fundamentales para una comunidad más saludable” (Canal de YouTube: Buenos días salud TV Chilecito, 12/06/2017)*

Este espacio entonces, otorgaba un pequeño carácter dinámico de acuerdo a ciertos sucesos especiales dentro de la cotidianidad de la ciudad. Por tratarse de emisiones en días domingos, posibilitaba la información al momento de cierto tipo de eventos deportivos, culturales, religiosos que forman parte de la actividad propia del lugar. Todos estos temas siempre se relacionaban de alguna manera al concepto de *calidad de vida* que se pretendía difundir.



Otra entrevista que se recupera, a modo de ejemplo, es la realizada en el marco de la “Semana del Algarrobo en Chilecito” donde se invita a la comunidad a participar de las actividades programadas:

*Entrevista a Lic. Mirna Nieto “Semana del Algarrobo en Chilecito”. Recuperado de:*

[https://www.youtube.com/watch?v=ZpxU3hEoFoM&t=498s&ab\\_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito](https://www.youtube.com/watch?v=ZpxU3hEoFoM&t=498s&ab_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito)

“En el programa del domingo nos visitó la Lic. Mirna Nieto para invitarnos a participar de las actividades de la "Semana del algarrobo" en Chilecito (LR) coordinadas por el IAMRA (UNdeC) junto con la Subsecretaría de Agricultura Familiar Coordinación La Rioja (SAF) y la Fundación Argentina de Alimentos (FADA) que se llevarán a cabo desde el 28 de agosto al 1 de septiembre en distintas sedes de la Universidad Nacional de Chilecito y la comunidad. “El algarrobo y las comunidades” es el lema que dará marco a una serie de charlas, talleres, panel de expertos, exposiciones fotográficas y stand de promoción. El objetivo es sensibilizar a la comunidad de Chilecito y regiones vecinas en torno a la importancia de este árbol nativo en la zona” (Canal de YouTube: Buenos días salud TV Chilecito, 28/08/2017)

En cuanto a la sección “Entrevistas en profundidad”, si bien el programa no se basaba en las efemérides como eje central, dentro de la estructura de cada emisión, se daba una importancia mayor a efemérides acordes a la línea editorial. Este espacio se fue constituyendo como el más importante dentro del programa. A medida que iban transcurriendo las emisiones se advirtió que la audiencia disfrutaba mucho de esta propuesta. Eran cada vez mayores la recepción de mensajes adhiriendo, reflexionando, haciendo consultas y hasta proponiendo temas para este mo-

mento del programa. Una entrevista de este tipo, por ejemplo, es la que conmemoraba el Día de la Agricultura



Familiar junto al Día de la Mujer Rural y el Día Mundial de la Alimentación. “Una charla que nos invita a revalorar el trabajo diario de las mujeres trabajadoras de nuestra tierra y alimentadoras del mundo” expresa la descripción de la entrevista:

*Día de la Mujer Rural y Día Mundial de la Alimentación (17/10/2017) recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=yPWUyxiVvr4&ab\\_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito](https://www.youtube.com/watch?v=yPWUyxiVvr4&ab_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito)*

Para enriquecer la oferta sonora se recurrió a la difusión de *micros radiales* producidos por experiencias radiales latinoamericanas, principalmente las producciones alojadas en *radialistas.net*.<sup>4</sup> Kaplún, al referirse a las funciones



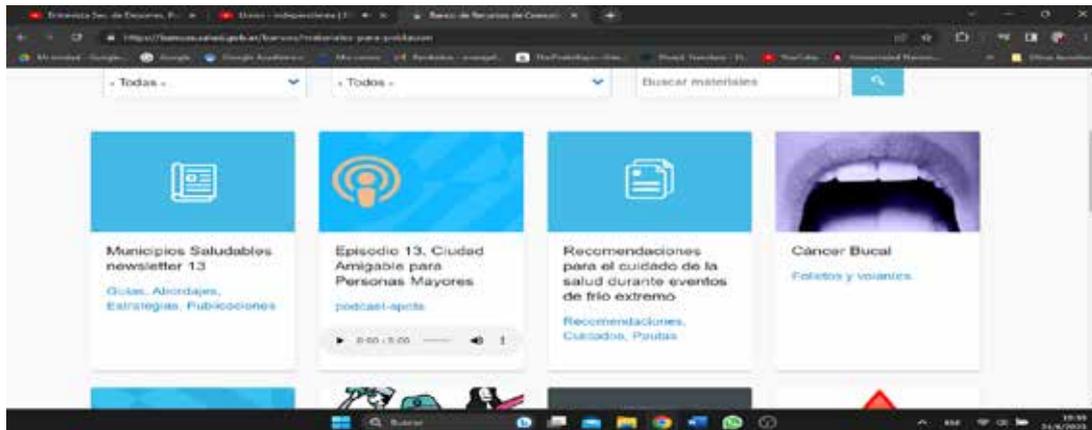
de la música dentro de la producción radial, expresa que “para compensar la unisensorialidad del medio, es menester suscitar en nuestras emisiones una variada gama de imágenes auditivas” (1999:197) a la vez que sugiere no hacer un abuso de la palabra, pero tampoco pecar de una excesiva programación musical.

*Banco de recursos libres de Radialistas.net se pueden consultar en <https://radialistas.net/>*

El espacio de *micros radiales* funcionaba como un servicio a la comunidad a través de spots de bien público. Desde este lugar, se ofrecían mensajes referidos al cuidado de la salud, conductas y buenas costumbres relacionadas a la seguridad vial, el cuidado del medioambiente, prácticas de agricultura a baja escala como “la huerta en casa” (aporte de las producciones radiofónicas de INTA), entre tantos otros temas de interés. Los spots, por tanto, eran

4 En su declaración institucional mencionan que “La Asociación RADIALISTAS APASIONADAS Y APASIONADOS es una ONG sin fines de lucro con sede en Quito, Ecuador. Nuestra misión es contribuir a la democratización de las comunicaciones, especialmente de la radio, desde las perspectivas de género, ciudadanía y defensa de la Madre Tierra. Somos un centro de producción al servicio de radialistas de todos los continentes, priorizando América Latina y el Caribe. RADIALISTAS trabaja solidaria y complementariamente con las redes de comunicación ya existentes” Visionado en: <https://radialistas.net/>

seleccionados especialmente y emitidos durante las *pausas musicales* a la vez que se combinaban con spots radiales de bien público aportados desde el banco de recursos del Ministerio de Salud de La Nación.



Banco de recursos (spots, grafica, audiovisual) del Ministerio de Salud de la Nación: <https://bancos.salud.gob.ar/>

De esta manera, la estructura de las “pausas” entre bloque y bloque quedaba estructurado como un bloque musical/informativo con un nivel de importancia similar a los bloques estructurantes de cada emisión:

### Tema musical – Micro radial – Tema musical – spot de bien público – tema musical

#### Estructura de bloques musicales/informativos

Esto parece un componente vital dentro de la estructura del programa ya que el concepto de *calidad de vida* abarca también, como se dijo anteriormente, las oportunidades para el acceso a los bienes culturales. Al respecto, Kaplún (1999) reflexiona: “la intercalación de piezas de música puede cumplir tal vez una valiosa función cultural (obviamente, empleamos la palabra cultura no en la acepción enciclopédica y elitista del término, sino en el sentido antropológico): una función de rescate y revaloración de la auténtica música tradicional de la región, cada vez más olvidada” (1999:211).

Por tanto, para ofrecer una disrupción con la uniformidad de la programación de las FM locales, el programa intentó acercarse a la escucha de otras músicas, otras formas de contar, de decir, enriquecer no solo la imaginación a través del relato radiofónico sino también como oportunidad de encontrar nuevos gustos, adhesiones, simpatía por otras culturas a la vez que derribar prejuicios sobre las nacionalidades con las que convivimos promoviendo la integración latinoamericana a través de la escucha de relatos y música popular latinoamericana.

Desde lo musical, se buscaba la difusión de cierto perfil con identidad latinoamericana. Fundamentalmente música rock, folclore latinoamericano sumando difusión de música local promocionando a artistas de la ciudad y ciudades aledañas como espacio de difusión, pero también de encuentro y refuerzo de lo propio. A modo de ejemplo de esto, se recupera el “Homenaje a las Mujeres Veteranas de la Guerra de Malvinas”<sup>5</sup> donde se relata la historia heroica de las Veteranas de Guerra y se cierra el bloque con música de artistas de la comunidad, uno en vivo y una canción grabada y producida en Chilecito con lo que, además, se favorecía la promoción de los artistas locales.

5 Homenaje a las Mujeres Veteranas de la Guerra de Malvinas (Argentina) (02/04/2017) Descripción de audio: “En el programa de este domingo, conmemoramos el 2 de Abril “Dia del Veterano y los caídos en la Guerra de Malvinas”. Dado que trabajamos nuestros contenidos desde la perspectiva de género, quisimos homenajear muy especialmente a las Mujeres que también fueron parte de la Guerra y que fueron invisibilizadas durante todos estos años. Hoy luchan por su reconocimiento y honor. En la música nos acompañaron: Jorge Javier Tarabanoff, cantando en vivo en los estudios de Radio Municipal, una canción de su autoría llamado “Malvinas” y Ariel Tula junto a Martin Bordagaray haciendo “Sol de libertad” en su versión de estudio”. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=VtwBNjQW418&t=457s&ab\\_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito](https://www.youtube.com/watch?v=VtwBNjQW418&t=457s&ab_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito)

La emisión del programa los días domingos tenía por objetivo un alcance más profundo hacia la audiencia. El horario de 09 a 12 hs. posibilitaba una escucha diferente, con un tiempo para la reflexión y participación diferentes a los días de la semana donde la vorágine de la rutina implica una escucha fragmentada. La participación de los oyentes se daba fundamentalmente a través de los mensajes y las llamadas durante la transmisión de cada emisión.

En consecuencia, la idea inicial del proyecto se fue transformando en un programa que tenía como eje central no solo la transmisión de información sobre cómo mejorar la *calidad de vida* de la comunidad sino, más aún, como un *servicio* a la comunidad.

“La salud se construye así desde una doble perspectiva: como un derecho compromiso y tema de todos/as. No es exclusivamente un tema médico, es un tema cívico. Es la construcción colectiva de un proyecto de vida digno” (PROAPS, 2006-2007PROAPS:7)

En consecuencia, el programa se fue abriendo hacia una amplia gama de temáticas que contenían desde temas explícitamente referidos a la salud, como la entrevista al Dr. Rubén Agüero sobre síntomas, tratamiento y prevención del Dengue<sup>6</sup>, el Dr. Cueto Rúa<sup>7</sup> informando sobre celiacía. Pero también, entrevistas sobre diversidad sexual<sup>8</sup> que, por primera vez iban teniendo espacio y visibilidad en los medios radiofónicos locales.

Otra entrevista interesante fue la realizada a la especialista Cristina Benegas, de la Universidad del Comahue, Neuquén, acerca del debate sobre el Proyecto en la baja de edad de punibilidad a menores de 14 años<sup>9</sup>. Al mismo tiempo, algunas participaciones se afianzaron como vínculos y puente hacia la comunidad y tuvieron una gran participación continua dentro del programa como por ejemplo la organización COA Chilecito, dedicados a la protección de Aves de la zona<sup>10</sup> y el Consejo departamental de Discapacidad de la Municipalidad de Chilecito<sup>11</sup>.

Estas entrevistas en profundidad realizadas en vivo, se destacan, entonces, como un momento

6 (20/03/16) Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=VvPrETPcJ50&ab\\_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito](https://www.youtube.com/watch?v=VvPrETPcJ50&ab_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito)

7 “En las Jornadas Pediátricas en Chilecito, el Dr. Eduardo Angel Cueto Rua ofreció una interesante charla sobre celiacía. Lo entrevistamos para que nos cuente como influye la mala alimentación en nuestra calidad de vida” (27/09/2016) Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=XvizM07fUD8&ab\\_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito](https://www.youtube.com/watch?v=XvizM07fUD8&ab_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito)

8 “Este domingo nos visito Jorge Bazan, Presidente de ASDA (Asociación Siempre Diversidad Argentina) Sede Chilecito. Esta entidad promueve la inclusión de la comunidad LGBTIQ (Lesbiana, Gay, Bisexual, Trans, Intersex, Queer) en materia de diversidad sexual abordando cada una de las temáticas específicas que atraviesan a este colectivo: salud, educación, trabajo, seguridad, etc. Compartimos una interesante charla donde hablamos de inclusión, diversidad y discriminación. Nos informamos sobre las diferencias entre Sexo, Género, Identidad de género, la complejidad del proceso de la búsqueda de la identidad de género y la necesidad de contar con información de manera segura. Además, nos preguntamos ¿cuánto nos falta aún para alcanzar una sociedad más inclusiva e igualitaria?” (19/06/2017) recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=b\\_QfMfv0jl&t=38s&ab\\_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito](https://www.youtube.com/watch?v=b_QfMfv0jl&t=38s&ab_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito)

9 En el programa de hoy tuvimos una interesante entrevista telefónica con Perla Cristina Benegas acerca del debate en la baja de edad de punibilidad a menores de 14 años. El proyecto pretende la incorporación al sistema penal a los y las adolescentes. Una problemática compleja merece un debate profundo. (5/3/2017) Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=qPW3GW5MinU&t=819s&ab\\_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito](https://www.youtube.com/watch?v=qPW3GW5MinU&t=819s&ab_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito)

10 Esta semana nos visito Rebeca Lobo Allende para hablar sobre las Aves Migratorias, su extenso recorrido y sus obstáculos. También hablamos sobre como interactuamos los seres humanos con nuestro entorno ambiental y como eso repercute en la vida de las demás especies. Además, Rebeca nos contó sobre las actividades que se realizan a través de COA Chilecito. (8/5/2017) Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=ufvix34gCk&t=103s&ab\\_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito](https://www.youtube.com/watch?v=ufvix34gCk&t=103s&ab_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito)

11 En el último programa tuvimos la visita de la Lic. Daniela P. Agner, presidenta del Consejo de Discapacidad de la Municipalidad de Chilecito. En el marco de la conmemoración del Día Internacional de la Mujer, hablamos sobre los derechos de las mujeres con discapacidad. Una entrevista imperdible. (13/3/2017) Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=mgS\\_OLEDiF4&ab\\_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito](https://www.youtube.com/watch?v=mgS_OLEDiF4&ab_channel=BuenosD%C3%ADasSaludTVChilecito)

único dado que la interacción de lxs invitadxs, en un tono de familiaridad, funcionaban como “puente amigable” para compartir saberes propios y construir, a través de la participación, saberes colectivos con la comunidad. En este espacio, se sintetiza la importancia de acercar información de calidad y valiosa para la comunidad y pensar a la comunicación y a la salud como un campo indisoluble necesariamente interrelacionados y como derechos fundamentales a través del cual la comunidad puede participar para tomar sus propias decisiones con respecto a su *calidad de vida*.

### **A modo de cierre**

El presente trabajo pretendió describir una experiencia llevada a cabo entre 2014-2019 en una FM pública local, abordando a la salud y la comunicación como derecho fundamental. Se puntualizó en la visión ampliada del concepto de salud como un derecho inalienable del ser humano que incluye tanto la ausencia de enfermedad como el acceso a los bienes culturales para conformar una mirada integral del concepto de *calidad de vida*. La comunicación y la salud desde esta perspectiva permite pensar al ser humano como un ser biopsicosocial, entramado en la familia, en la cultura, en su historia individual y social, y a la salud como un proceso dinámico (PROAPS, 2006-2007:7).

se torna necesario entonces, procurar que toda la información llegue a toda la población, en calidad, tiempo y forma, para garantizar que las personas cuenten con herramientas necesarias para conocer, defender y decidir sobre sus derechos, servicios y recursos. Asegurar, además, y fundamentalmente, que esto llegue a aquellos sectores sociales más vulnerados y a las zonas alejadas de los centros urbanos.

En este sentido, la radio se convierte en el medio ideal para esta aventura. La radio, a pesar de su edad y de tantas predicciones sobre su caída y ocaso, sigue siendo la compañía de tantos. Porque la radio:

“está al alcance de todos, alfabetos y analfabetos, pobres y ricos, poblaciones urbanas y campesinas, de oyentes sedentarios y de personas que por diferentes razones se desplazan de uno a otro lugar, a toda hora del día y la noche, fácil es admitir el alcance de su influencia y sus perspectivas de ampliación en aquellos conglomerados sociales que no tienen acceso a otros medios de comunicación, y aun de aquellos que teniéndolo a los otros recursos audiovisuales, -como la televisión y el internet- consideran convencidamente a la radio como la acompañante preferida para entretenerse con sus programas favoritos o misceláneos, o informarse de lo que ocurre en el mundo externo y en su propio ámbito”. (N.V.D en Prologo de “Producción de programas de radio” de Kaplún, 1999)

En definitiva, si somos capaces de investigar, ordenar, planificar y presentar de manera clara la información para que sea accesible al conjunto de la población, apoyándonos en especialistas, y al mismo tiempo, combinando esto con una selección musical acorde, seguramente las propuestas de salud tengan una mejor recepción en las audiencias. De lo que se trata es de proporcionar herramientas que posibiliten mejorar la *calidad de vida*, en sentido amplísimo, de la comunidad actuando como “traductores” de información “difícil” utilizando un lenguaje accesible y adecuado. Pensar la radio como un espacio de educación y de cultura, de encuentro y construcción de saberes colectivos para tener así una oferta radiofónica (y a la vez, una comunidad) mucho más igualitaria, equitativa, plural, diversa, consciente de sus derechos, y con mayor participación democrática.

### **Bibliografía**

Kaplún, Mario (1999). Producción de Programas de Radio: El guion - la realización. Colección INTIYAN - Volumen 5. CIESPAL, Quito, Ecuador.

en las prácticas comunitarias, PROAPS, 2006-2007.

Guía de comunicación para equipos de salud (2015). Serie Comunicación y Salud desde una perspectiva de derechos. Ministerio de Salud. Presidencia de la Nación.

González Gartland, Georgina (2019) *Comunicación en salud: conceptos y herramientas* - 1a ed. - Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento, 2019. 82 p.; 28 x 20 cm. - (Política, políticas y sociedad. Cuadernos de trabajo; 2)

OMS (1989) Educación para la salud. Manual sobre educación sanitaria en atención primaria de salud. Ginebra.

Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. (n.d.). Recuperado de [http://www.notivida.com.ar/leginternacional/PIDESC/PIDESC,Pacto\\_Internacional\\_de\\_Derechos\\_Economicos.html](http://www.notivida.com.ar/leginternacional/PIDESC/PIDESC,Pacto_Internacional_de_Derechos_Economicos.html)

# Redes sociales y salud: entre la participación y la desinformación

Mónica Viada

Córdoba monica.viada@unc.edu.ar

Waldo Cebrero

Córdoba waldo.cebrero@unc.edu.ar

**Universidad Nacional de Córdoba**

La libertad de expresión es tal (debiera serlo) en todos los ámbitos. Ahora, ¿qué sucede cuando lo que está en juego es la salud?

El presente trabajo se enfoca en el estudio de un caso: una nota sobre por qué la población debería vacunarse contra el herpes zóster publicada en la cuenta de Instagram de lavozcomar (La Voz del Interior, Córdoba, Argentina) el 14 de abril de 2023 y la conversación entre los usuarios generada a partir de la pregunta “Y vos, ¿padeciste esta enfermedad?”.



Captura de pantalla de la nota objeto de este estudio en el Instagram de La Voz del Interior (14 de abril de 2023).

En el caso que nos ocupa, la publicación tuvo 5818 Me gusta y 895 comentarios de los más disímiles: desde los que cuentan lo doloroso que es padecerla pasando por los que desconfían de la medicina tradicional y propician la cura a través de la tinta china, hasta mensajes de personas antivacunas, posteos político-partidarios y otros que apelan a teorías conspiracionistas que consideran que la enfermedad es una derivación de la vacuna contra el Covid-19, llegando al extremo de uno que afirma que el objetivo es “reducir la población mundial”, por mencionar solo algunos.

Entre las finalidades de los medios de comunicación al habilitar la participación en las redes sociales digitales están los de generar tráfico y debate. Para ello, los temas –o los enfoques- tienen que ser controversiales. El dilema es qué hacer (o si hay qué hacer algo) con las intervenciones de los/las usuarios/as que desinforman o, cuanto menos, confunden.

Los propósitos de este trabajo son, en primer lugar, categorizar los tipos de comentarios a partir del caso de estudio; luego, indagar sobre las políticas de los medios de comunicación en redes sociales: sus objetivos, si moderan (o no) contenidos y los criterios sobre el uso (o no) que hacen de los comentarios para generar nuevos contenidos que aporten o clausuren discusiones. Finalmente, con los materiales anteriores, plantear una discusión a la luz de la ética y la responsabilidad profesional.

Metodológicamente, al tratarse de un estudio de caso, apelaremos al análisis de contenido, a entrevistas estructuradas con periodistas de tres medios de Córdoba capital y a la consulta bibliográfica de materiales elaborados por periodistas especializados en ciencia y en verificación de la información.

## **Sobre las noticias y las redes sociales**

Si bien las redes sociales digitales fueron creadas con el propósito de “permitir la creación e intercambio de contenido generado por los usuarios” (Kaplan y Haenlein, 2010, en Van Dijck, 2016:18), rápidamente fueron aprovechadas por las empresas mediáticas. Para la autora de los Países Bajos, los propósitos originales de esta incorporación fueron acceder a los datos personales de los usuarios y generar dinero, antes que conformar comunidades. No obstante, cabe pensar que propiciar la conversación en estas plataformas se constituye en una estrategia para captar y/o fidelizar audiencias (engagement) y, a la vez, generar tráfico hacia el sitio madre. Ambas situaciones tienen como fin último el económico, lo que no es menor en un ecosistema digital caracterizado por la sobreoferta no solo informativa sino de todo tipo de contenidos. La torta sigue siendo la misma pero los comensales son cada vez más y, en este sentido, al decir de Pablo Mancini, “la audiencia tiene el poder” (2011: 31).

Ahora, ¿qué sucede con el consumo de contenidos informativos? Según el Digital News Report 2023, el consumo de noticias a través de los medios de comunicación tradicionales –e incluso de sus propios sitios web- viene en constante caída desde hace varios años. A su vez, las redes sociales se han convertido paulatinamente en plataformas ineludibles para los medios debido, entre otras razones, a que representan una forma de acercar al público a los contenidos periodísticos por su ubicuidad y comodidad de acceso. Aun así, la pérdida de audiencia de los medios tradicionales “no se compensa con el consumo online y en redes sociales” (Digital

News Report 2023). En efecto, en el capítulo Argentina del informe del Instituto Reuters y de la Universidad de Oxford, Mitchelstein y Boczkowski (2023) dan cuenta de que el consumo de contenidos informativos en plataformas sociales “ha bajado de forma generalizada: menos de la mitad de los encuestados dice haber leído noticias en Facebook, y sólo alrededor de tres de cada diez afirman haber accedido a noticias en Instagram, WhatsApp o YouTube”.

Siguiendo el mismo estudio, en nuestro país, Instagram es segunda plataforma utilizada para el consumo de noticias (32%) luego de Facebook (48%).

## Sobre el caso de estudio

La nota original, publicada en la sección Vida cotidiana de La Voz del Interior, no es de producción propia del medio sino que corresponde a The Conversation<sup>1</sup>, un servicio internacional de contenidos al que el medio cordobés está suscripto.

La publicación en la cuenta de Instagram de La Voz “¿Por qué debemos vacunarnos ahora de herpes zóster?” cumple con varias de las condiciones sugeridas para un posteo en redes para generar conversación:

- Plantea un tema de actualidad y controversial.
- Aborda una problemática de salud pública que involucra a toda la sociedad.
- Utiliza como título una pregunta disparadora. Este recurso tiene por finalidad captar la atención de la audiencia para que “entre” a la publicación. Quiroga (2022) recuerda que este recurso, si bien es válido, también tiene cuestionamientos “entre quienes sostienen que el periodismo debe ofrecer certezas o, al menos, dejar que las preguntas surjan -en el lector- tras la información recibida” (p. 156).
- Uso de imágenes. La nota abre con una fotografía ilustrativa con síntomas de la enfermedad (lesiones en la piel parecidas a la varicela).
- El cuerpo de la nota también es una pregunta que interpela a la audiencia: Y vos, ¿padeciste esta enfermedad? Esta y el interrogante del título incentivan la participación de los lectores (call to action o CAT).
- El texto es breve (seis oraciones cortas en cuatro párrafos) .
- Para más información, remite al sitio madre, donde se encuentra la nota original, firmada por Javier Díez, Jefe del área de Investigación en Vacunas, Fisabio<sup>2</sup>, es decir, deriva tráfico.

La nota cumplió con sus metas: obtuvo 5818 Me gusta y 895 comentarios. Respecto del tenor de las intervenciones, al tratarse de un tema de salud, se podrían agrupar en dos grandes categorías:

1. Contenidos desinformantes.
2. Contenidos que aportan información científica o neutros.

No obstante, a los efectos de este trabajo preferimos desagregar los comentarios en cuatro categorías para analizar mejor algunas variantes. De esta forma, los grupos quedarían conformados de la siguiente manera:

1. Quienes están a favor de la vacunación.
2. Quienes defienden tratamientos alternativos -como el de la tinta china o la cura de palabra- u otros.
3. Las personas antivacunas y/o conspiracionistas y quienes asocian la enfermedad a la política y/o a las vacunas.
4. Quienes tienen dudas y preguntan o piden más información.

---

1 The Conversation <https://theconversation.com/global/who-we-are> Según dice en su sitio web, The Conversation es una editorial mundial de noticias y análisis basados en la investigación. Las notas son creadas por académicos y periodistas que trabajan juntos.

2 La Fundación para el Fomento de la Investigación Sanitaria y Biomédica de la Comunitat Valenciana (Fisabio) es una entidad sin ánimo de lucro de carácter científico y asistencial, cuyo fin primordial es el fomento, impulso y desarrollo de la investigación científico-técnica, sanitaria y biomédica en la Comunitat Valenciana. <http://fisabio.san.gva.es/fisabio#:~:text=La%20Fundaci%C3%B3n%20para%20el%20Fomento,y%20b iom%C3%A9dica%20en%20la%20Comunitat>

Si bien el segundo y el tercer grupo descreen de la vacuna, consideramos que no tienen la misma entidad porque el que plantea el tratamiento y cura con curanderos/as tiene que ver con creencias populares muy extendidas en la sociedad, en muchos casos estimulado por el dolor que provoca y el temor incluso a la muerte (por la concepción de que cuando la cabeza y la cola de la culebrilla se juntan, la persona muere), mientras que quienes integran grupos antivacunas o conspiracionistas suelen ser militantes de esas políticas.

Veamos algunos comentarios<sup>3</sup> de cada categoría:

### 1. A favor de la vacunación

Los comentarios de este grupo corresponden a personas que padecieron la enfermedad y/o aportan información. También hay quienes confrontan a los antivacunas, opinan sin evidencia o alimentan la polarización. Algunos ejemplos:

- “Los comentarios... una locura... No es solo subir las defensas porque por estrés también te brotás; no es tomar vitamina C porque el virus ya está en tu cuerpo; no es efecto post vacuna COVID: desde antes que existiera el COVID ya existía el herpes zóster. Si Ud. no se quiere vacunar NO SE VACUNE!!!”
- “La tinta china es veneno, por eso lo frena, pero no es apto para el ser humano. Claramente el que está en contra de la vacuna es porque no lo tuvo. Yo sentía morir del dolor y no quisiera que nadie tenga ni una vez, así que vacúnense, instrúyanse y dejéense de joder, por favor.”
- “Leo los comentarios y todos en contra de vacunarse 😞😞😞😞😞😞😞😞😞😞 por favor, con comentarios que se creen informados, típico de libertarios terraplanistas.”

### 2. Quienes defienden tratamientos alternativos

-“Es la llamada ‘culebrilla’ que se cura de palabra por alguien que ha recibido el don de curar. Generalmente en los pueblos hay personas que lo practican dando resultados positivos, ya que el antibiótico que los médicos recetan no da resultado. Lo digo con conocimiento de causa y no quiere decir que desaparezca por completo. El estrés es factor fundamental que determina su aparición”.

- “Dios, dejen de envenenar a la gente!! Ningún virus se resiste a la vitamina C!!!! Ninguno!!!”
- “Esto es nada más ni nada menos que la tradicional CULEBRILLA, la que los médicos no curan, solo alivian los síntomas y muchos te mandan a la curandera, que con tinta china y sus oraciones te dejan como nuevo en tres días.”
- - “Hagan biomagnetismo. Tomen lisina y vitamina B.”

### 3. Grupos antivacunas, conspiracionistas y comentarios político. En este caso se transcriben más comentarios porque se agrupan tres variantes y porque también son más numerosos.

- “Dejen de envenenarnos.”
- “POR QUÉ NO DICEN QUE ESTAS PATOLOGÍAS SON A CAUSA DE LAS VACUNAS CONTRA EL COVID 19...”
- “Cuántas defensoras de las vacunas. se nota que la medicina es un negocio billonario “

---

3 Se procuró respetar la escritura textual de los comentarios; sólo se han corregido aspectos de ortografía, puntuación y abreviaturas. Me mantuvieron las mayúsculas originales y los emojis.

- “Una vacuna más para meternos grafeno, mercurio y cuanta mi.les más 😂”
- “Como que la tinta china no les estaría dejando ganancias.” 😂
- “Cuando te quieren exterminar de alguna manera y no saben que más hacer.”W
- “La corrupción del covid.”
  - “¿Por qué no empiezan a a averiguar el motivo porque quieren borrar todos los archivos de los vacunados? Del mundo, digo. ¿Por qué abogados de Alemania quieren demandar a la OMS por la promulgación de la Pandemia? Investiguen, que ya planean vacunarnos otra vez. ¿Quiénes se quejaban de su economía antes de la pandemia? ¿Y hoy quienes se enriquecieron? Observen la cantidad de publicidades sobre productos medicinales auspician actualmente. Cuenten por tandas.”
  - - “Y las vacunas anti choreo político cuando llegan. Que más nos quieren meter.”

#### 4. Quienes tienen dudas o piden información complementaria

“Si nunca tuve varicela entonces no necesito la vacuna, no?”

- Pero si el herpes zóster no es contagioso, ¿cuál es el motivo de esta campaña de vacunación?”
- “¿Dónde se puede conseguir la vacuna? ..gracias”♥
- “¿La cubre el Gobierno? ¿Se podrá ir a cualquier vacunatorio? ¿Es con prescripción médica?”

#### Sobre las políticas editoriales de los medios de comunicación

¿Qué criterios editoriales tienen los medios de comunicación sobre las publicaciones en redes y la participación de las audiencias? Para responder a esta inquietud, consultamos a tres periodistas de Córdoba: el Prosecretario de Redacción de La Voz del Interior, la Jefa de Redes de los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la Universidad Nacional de Córdoba y el Editor de Audiencias de Canal 12.

Huelga aclarar que las respuestas no son representativas de todo el ecosistema de medios sino que lo que se buscó es tener una muestra de las políticas que aplican algunas empresas mediáticas.

En primer lugar, se les preguntó con qué criterios deciden los temas que se publican en redes y con qué objetivos. Al respecto, los entrevistados coincidieron en que los contenidos varían según la red social y que tienen en cuenta la agenda diaria de sus medios y también las tendencias en internet. En cuanto a los objetivos, acuerdan en que, además de informar, se proponen generar tráfico hacia sus sitios web, aumentar las interacciones y crear o aumentar la comunidad con el fin último de posicionar a las redes de cada empresa.

En cuanto a las singularidades, el Editor de Audiencias de Canal 12 aportó que, además de informar, se proponen entretener a través de sucesos curiosos o que por su impacto positivo se comparten mucho, como cuestiones de solidaridad. En este sentido, afirmó que buscan “dar un servicio y aportar valor”.

En segundo término, se les consultó qué acciones realizan a partir de las intervenciones de las audiencias. Por ejemplo, si las leen, si moderan los comentarios, si responden o si aprovechan algunos posts para desarrollar o ampliar temas.

Los tres coincidieron en que, en general, leen los comentarios pero no moderan, salvo excepciones. La periodista del mutimedio reconoció que leen e intentan responder algunas intervenciones “para generar interacción y diálogo, pero sin llegar a la moderación”. Argumentó que, al ser un equipo reducido para la cantidad de medios que

atienden, tampoco tendrían la posibilidad de hacerlo.

El editor de Canal 12 reconoció que casi todos los temas generan polarización y que generalmente las personas que comentan son las que están en los extremos. A su vez, el periodista de La Voz hizo mención a mensajes relacionados a teorías conspiracionistas, sobre todo vinculados a temas de política y salud. En esos casos, aseguró que son leídos pero no moderados y que se atienen “a la información que ya está generada y verificada en la nota” y a que “la misma comunidad es la que opina y responde ante este tipo de comentarios”. En este punto coincidió con el periodista del canal: “es la propia comunidad la que va balanceando la conversación”.

Respecto de la eliminación de comentarios, ambos aseguraron que solo eliminan los muy ofensivos. El Prosecretario de La Voz dijo que sólo cierran los comentarios cuando ofenden o afectan la integridad de las personas y que los únicos que se borran son los que provienen de cuentas falsas, spam y perfiles que llevan a contenido erótico.

Finalmente, los tres reconocieron que a veces los mensajes de las audiencias les aportan datos, como por ejemplo un reclamo, una denuncia o una historia de vida, que les sirven para continuar, ampliar o desarrollar un tema.

## Discusión

La inquietud que originó este trabajo es si hay un dilema entre el derecho de las audiencias a expresarse cuando los medios habilitan -y estimulan- esa posibilidad en las redes y las consecuencias de esa participación, por ejemplo cuando aportan a la confusión, desinforman o directamente alimentan la polarización.

Los periodistas consultados coincidieron en que, desde los medios en los que trabajan, estimulan la conversación y el debate en redes y que dejan que sea la propia comunidad la que dialogue/debata/se responda.

Pero también acordaron en que, como empresas periodísticas, la meta es informar a sus audiencias. ¿Qué ocurre cuando ese objetivo no se cumple porque en los comentarios se mezclan contenidos informativos con desinformaciones de todo tipo?

¿Es real la posibilidad de lograr un equilibrio natural cuando se ponen en pie de

igualdad de condiciones una opinión, una experiencia personal, un dato falso y una evidencia científica? No se trata de que el periodismo se asuma como depositario de “la” verdad, pero tampoco que se desentienda y equipare información científica, mitos populares y teorías conspiracionistas.

Veamos dos ejemplos de desinformaciones del caso objeto de este trabajo.

### - **Sobre el herpes zóster o la culebrilla**

¿Quién no conoce a una persona que se haya tratado la culebrilla con tinta china? Está tan extendida y arraigada esta creencia que muchos lo dan casi como un axioma, esto es, una verdad que no necesita demostración.

¿Qué dice la ciencia al respecto?

El herpes zóster es una infección viral que causa una erupción dolorosa, dolor que puede persistir por mucho tiempo, incluso después de que hayan desaparecido las ampollas. Es provocado por el virus varicela-zóster, el mismo que causa la varicela. Después de contraer varicela, el virus permanece en el cuerpo de por vida y puede reactivarse años después como herpes zóster o culebrilla. Por eso, no es posible tener la culebrilla sin antes haber padecido de varicela.

¿Qué hay de cierto sobre la tinta china?

En “Los remedios de la abuela: mitos y verdades de la medicina casera”, la doctora en Química y divulgadora científica Valeria Edelsztein pregunta:

“¿Por qué, si vamos con la curandera, unos días después la culebrilla desaparece? En realidad, la pregunta que tendríamos que hacernos es: ¿si nos quedábamos en casa haciendo la vertical o comiendo pasas de uva cada tres horas o alguna otra recomendación ridícula, no hubiera desaparecido igual? Esto es lo que se denomina hacer un ‘control’ o un ‘blanco’, es decir, tener una referencia contra la cual poder comparar. Es probable que, sin ningún tratamiento extraño, la culebrilla común desaparezca al cabo de unos días, curandero de por medio o no”. (p. 25)

En los comentarios, esta posible cura y otros tratamientos alternativos aparecen en gran cantidad en testimonios en primera persona, como evidencia de que funcionan. A título anecdótico, hay hasta una persona que ofrece sus servicios de tratamiento con tinta china.

## - **Sobre las teorías conspirativas**

Según la Comisión Europea, una teoría conspirativa

“es la creencia de que ciertos eventos o situaciones son secretamente manipulados tras bambalinas por fuerzas poderosas con intenciones negativas (...). Tienen en común 6 elementos: un supuesto complot, un grupo de conspiradores, supuestas ‘pruebas’ que parecen fundamentar la teoría, la afirmación falsa de que nada sucede por casualidad y de que las coincidencias no existen, la división del mundo en bueno o malo y la utilización de personas y grupos como chivos expiatorios”.

En los ejemplos aportados figuran algunos comentarios de este tipo, pero hay más en el total de los comentarios. Ahora, ¿cómo diferenciar una teoría conspirativa de una conspiración real? Lewandowsky y Cook (2020) comparan el pensamiento convencional con el conspiranoico y sostienen que el primero se caracteriza por un “escepticismo saludable” que es “sensible a la evidencia” y que busca la “coherencia interna”, mientras que el segundo plantea una “sospecha exagerada” que es “inmune a la evidencia”, lo que lo vuelve “contradictorio” (p.3). Los autores atribuyen la amplia difusión de estas ideas erróneas, entre otras razones, a la falta de filtros tradicionales y a que las personas, a través de las redes sociales, pueden llegar a tantas personas como los medios de comunicación.

## **A modo de cierre (necesariamente parcial)**

¿Qué hacer, entonces? ¿Dejar la conversación en redes de los medios liberada a los comentarios sin importar el tenor y la veracidad de los contenidos? ¿Eliminar los que no se adecuan a determinadas condiciones? En tal caso, ¿a cuáles?. En general, no hay barreras para publicar comentarios como antes se pedía para participar de algunos foros de los medios online. Y aunque hubiera que tildar “acepto los términos y condiciones”, ¿quiénes los leerían? Y en tal caso, si hubiera pautas, debería haber controles -humanos o tecnológicos- para observar que se cumplan. Esto nos lleva a otra pregunta: ¿Es necesaria/factible la moderación?

Los entrevistados coincidieron en que no. Pero también hay otras voces. Por ejemplo, el investigador Martín Becerra considera que la libertad de expresión no es absoluta en internet y que precisa “como nunca” reglas de moderación de contenidos porque

“la base de la socialización es la construcción de pautas de convivencia en común” (Viada, 2022: 66). Con esta perspectiva coincide la periodista especializada en tecnología Natalia Zuazo.

Por otra parte, según se observa en los comentarios, no se logró el balance entre los propios participantes. Pero aunque hubiera habido equilibrio, contar con una cantidad similar de comentarios desinformantes y neutros o que aporten información comprobada no es suficiente. Dice la Guía *¿Cómo comunicar ciencia y mitigar la desinformación sobre salud?*, que hay que tener cuidado con el ‘falso equilibrio’ o la

‘falsa equivalencia’, que consiste en “la trampa de presentar creencias y perspectivas opuestas como igualmente válidas, desde el punto de vista científico o médico, que realmente no lo son” (p.18). En palabras de Guadalupe Nogués (2018, p. 124), “no es fácil distinguir entre hechos y opiniones, pero lo peor son los hechos disfrazados de opiniones y las opiniones disfrazadas de hechos”.

Los contenidos desinformantes están al alcance de cualquiera y como dice la gente de Chequeado, “pueden tener gran impacto sobre la salud o la vida de las personas, el funcionamiento de la democracia, la economía o la confianza en los otros” (p.4).

Al momento de decidir cuándo verificar un contenido ya publicado en redes, el sitio Chequeado tiene en cuenta dos factores: la visualización y viralización que haya alcanzado (cantidad de me gusta y compartidos) y la importancia del tema. Esto es porque a veces desmentir un contenido falso que ha tenido poca repercusión provoca es el efecto contrario y termina obteniendo más difusión que la original. En el caso que nos ocupa, la nota tuvo una alta repercusión.

Pero también hay otras posibilidades, por ejemplo, la “refutación preventiva”, que consiste en “desmentir contenidos, mitos o fuentes específicas antes de que se viralicen (prebunking, en inglés), cuando se identifica algún vacío informativo. La refutación preventiva o inoculación funciona advirtiendo a las personas con anticipación de los procedimientos y las mentiras usadas para desinformar. (pág. 6)

Finalmente, consideramos que la prensa se debe una discusión abierta sobre el tema. No se trata de coartar la libertad de expresión, pero tampoco ampararse en este principio para habilitar los contenidos desinformantes porque se estaría contradiciendo con el principio de informar. Como reflexiona Chequeado,

“La mayoría de las personas se informan sobre avances en ciencia y medicina a través de los medios de comunicación. Por eso es muy importante que las y los periodistas no solo puedan comunicar sino también entender y explicar la ciencia con claridad. Su rol es decisivo para promover y defender el acceso al conocimiento y la información calificada y oportuna” (p. 7)

## Bibliografía

Boccardo, A. y Cima, J. (2022). Participación de los usuarios de Instagram en medios digitales. En Cuadernos del CIPeCo. Dossier Escenarios contemporáneos del periodismo: reflexiones teóricas, análisis y experiencias. Vol. 2, N° 3, enero-junio 2022. ISSN 2796-8383. Disponible en <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/CIPeCo/issue/view/2564>

Chequeado (2022). *¿Cómo comunicar ciencia y mitigar la desinformación sobre salud?* Guía práctica para periodistas. Disponible en <https://chequeado.com/guiasdesinfo/ciencia.html>

Comisión Europea (s/d). Identificando teorías de conspiración. Disponible en [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation/identifying-conspiracy-theories\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation/identifying-conspiracy-theories_en)

Cook, J; Lewandowsky, S; Ecker, U. (2017) Neutralizar la desinformación a través de la inoculación: exponer técnicas de argumentación engañosas reduce su influencia. Disponible en <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175799>

Edelsztein, Valeria (2011). Los remedios de la abuela: mitos y verdades de la medicina casera. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Knight Science Journalism Program al MIT (2020). Manual de edición científica por KSJ. Cambridge, Mass: Instituto Tecnológico de Massachusetts. Disponible en <https://ksjhandbook.org>

La Voz del Interior. ¿Por qué debemos vacunarnos ahora de herpes zóster?

Disponible en [https://www.instagram.com/p/CrFZAMQNzPI/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CrFZAMQNzPI/?img_index=1)

Lewandowsky, S y Cook, J. (2020). Guía Para las Teorías de la Conspiración.

Disponible en <http://sks.to/conspiracy>

Mancini, P. (2011). Hackear el periodismo: Manual de Laboratorio. Buenos Aires: La Crujía.

Mitchelstein, E. y Boczkowski, P. (2023). Digital News Report 2023, capítulo Argentina. 21 de junio de 2023.

Disponible en <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2023/argentina>

Nogués, G. (2018). Pensar con otros. Una guía de supervivencia en tiempos de posverdad. Buenos Aires: El Gato y la Caja.

Quiroga, E. (2023). Narrativas periodísticas breves en redes sociales. En Cuadernos del CIPeCo. Dossier Escenarios contemporáneos del periodismo: reflexiones teóricas, análisis y experiencias. Vol. 2, N° 3, enero-junio 2022. ISSN 2796-8383. Disponible en <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/CIPeCo/issue/view/2564>

Reuters Institute y Oxford University (2023). Digital News Report 2023. Disponible en <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2023>

Scolari, C. (2020). Cultura Snack. Buenos Aires: La Marca.

Van Dijck (2016). La cultura de la conectividad. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Viada, M. (2022). ¡Mirá quién habla! Sobre cancelación, odios y libertades". Hacia una ética digital. En Cuadernos del CIPeCo. Dossier Escenarios contemporáneos del periodismo: reflexiones teóricas, análisis y experiencias. Vol. 2, N° 3, enero-junio 2022. ISSN 2796-8383. Disponible en <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/CIPeCo/issue/view/2564>

# ¿Cómo investigar el campo de la salud mental? Algunas notas desde los problemas de la comunicación y la cultura

Oberti, Milagros Luján

Universidad de Buenos Aires

## Nota 1. Para delimitar un problema que no deja de escabullirse

Para pensar el campo de la salud mental se requiere urgente otro pensamiento, un pensamiento diferente. Me pregunto genuinamente por cómo seguir generando investigaciones que aporten tanto a los procesos de des/institucionalización más allá de los muros físicos del manicomio, como a la producción de salud mental de la vida cotidiana y estrategias colectivas ante el malestar cultural arrasador, sin ejercer violencias epistémicas o extractivismo, sin hablar por otros y en lugar de otros, pero tampoco desde una posición de enunciación des-movilizada.

En el siguiente ensayo pretendo abordar una serie de problemas que se presentan a la hora de indagar el campo de la salud mental desde las ciencias sociales y, en particular, desde la perspectiva de la comunicación y la cultura. Dichos problemas se presentan como tales por dos motivos que se articulan. Por un lado, abordan preocupaciones históricas propias de la filosofía, la epistemología, la metodología, entre otros recorridos y disciplinas, como son la producción del conocimiento, las cuestiones sobre el saber y las condiciones de verdad. Por el otro, se encuentran atravesados por preocupaciones propias de la coyuntura, como son la pregunta por el lugar de enunciación de minorías y de comunidades históricamente oprimidas, el ejercicio de la violencia epistemológica, las prácticas extractivistas y las modalidades de cancelación.

Este actual escenario cultural y comunicacional no se reduce a un determinado número de prácticas, espacios o relaciones sociales, tampoco al orden exclusivo de lo íntimo, lo privado o lo público. Al contrario, se trenzan expandiendo sus coordenadas a múltiples ámbitos de producción de conocimiento, por lo cual, la investigación académica en ciencias sociales no queda exenta de esta disputa. En tanto persista la intención de seguir introduciendo el análisis cultural en el campo de la producción científica, me obliga como investigadora a problematizar la coyuntura para producir una crítica epistemológica y una propuesta metodológica.

Particularmente, encaro el problema de la producción de conocimiento al respecto de cuerpos y subjetividades históricamente oprimidas. Específicamente, me pregunto por cómo es posible generar saberes sobre comunidades, grupalidades o colectivos que se encuentran en posiciones de desigualdad o marginalidad dadas las relaciones de poder sumamente asimétricas o de dominación que se dan en el seno de sus vidas. En este primer ensayo de acercamiento al problema, puedo aseverar dos características: dicha posición siempre se realiza en la intersección de múltiples sistemas opresión y esto configura un signo de la opresión particular, individual y grupal, que subjetiva y corporiza, resiste y reprime, en los marcos de violencia que lo constituyen como tal.

Sin embargo, esto no me permite más que delimitar algunos contornos del problema, que no pretenden presentarse como últimos o universales. Al intentar trazar, siempre algo se me escabulle. En el momento en que dibujo estas coordenadas, se me presentan otros problemas que me obligan a desdibujar. No alcanza con solo preguntar por cómo producir ese conocimiento sobre o al respecto de dichas comunidades, sino también, por cómo no producir-

lo, esto es, reproduciendo violencias epistemológicas y metodológicas.

A esta situación, le devuelvo algunas preguntas: ¿Cómo se produce conocimiento actualmente, teniendo presentes estas coordenadas? ¿Cuándo y qué cambió, surgió o se reconfiguró para que estas preguntas-preocupaciones emerjan con cada vez más fuerza? ¿Cómo realizar y construir métodos que no “extraigan” conocimiento, saber y experiencia “del objeto”? ¿Qué conocimiento es posible construir desde los relatos de sus protagonistas y la teoría clásica o emergente? ¿Cuáles herramientas, conceptos o métodos de investigación podemos crear ante la demanda de otras modalidades de producción de saber? Finalmente, ¿es posible indagar dominaciones y opresiones, luchas y resistencias?

Con estas preguntas presentes, el objetivo será explorar problemas epistemológicos y metodológicos para revisar la conformación investigativa de las ciencias sociales y reactualizar tres elementos específicos: la pregunta y fundamentación, la relación sujeto-objeto y la metodología. Afirmo que la escisión entre teoría y práctica se ha constituido como una ficción más en la fundamentación del pensamiento racional y en su búsqueda de conocer para dominar, pero que no son cuestiones separadas ni contrapuestas, al menos, a lo que hace en la investigación en ciencias sociales. Con esto presente, llevo adelante una reflexión propositiva, es decir, una indagación que propone caminos diferentes con el fin de alentar la continuidad de la investigación en ciencias sociales en conjunto con diversas comunidades, atenta a los desafíos de la época.

Al respecto de la revisión de las tres problemáticas específicas, se requieren tres aclaraciones. En primer lugar, la estructura semántica *sobre* o *al respecto* de sufre una modificación hacia la palabra *con*, esto es, el problema a entablar que ya entrama cierta propuesta de resolución es sobre la producción de conocimiento con dichas comunidades. Profundizo esto en la Nota 5.

En segundo lugar, “sujeto de la investigación” implica tanto al investigador como al investigado, y, en las indagaciones que aquí me interesan, ambos pueden devenir un sujeto colectivo. Al respecto del sujeto colectivo investigado, su rasgo de vida se da por los signos de la opresión y la violencia compartidos por una comunidad y ese compartir, vuelve a los mismos signos posibilidad de fuga o resistencia. Al respecto del sujeto investigador, puede devenir colectivo de dos formas o no devenir. Primeramente, puede tratarse de un grupo de personas investigadoras que llevan adelante una pesquisa, sin embargo, puede no devenir colectivo en tanto no tengan un propósito político y de transformación social. En segundo lugar, el sujeto investigador puede devenir colectivo en tanto comparte o potencialmente puede compartir los signos de dicha opresión que investiga. Esto no niega su posición de investigador, ni el interés de alguna persona en indagar “un signo de opresión” que no vivencia. De aquí se abren múltiples aristas e interrogantes. Retomo algunos en la Nota 4.

Con estas afirmaciones pretendo anunciar una tercera cuestión relacionada a las posiciones de privilegio u opresión. Este se ha vuelto el punto reflexivo más desafiante y, por lo tanto, puede que su desandar no funcione para todos los campos de investigación relacionados al poder, la violencia y la dominación; específicamente, porque la reflexión propositiva pretendida se entrelaza de un modo particular con el campo de la salud mental, los males subjetivos, el sufrimiento psíquico. Hay algo muy particular que acontece en la indagación del dolor ajeno y es que siempre implica la indagación por el dolor propio, en tanto el sujeto investigador devenga colectivo. La característica de colectivo en la investigación, entonces, refiere a potencialmente compartir el rasgo de la opresión y esto implica que la posición de privilegio o de opresión se funda cada vez. Por ello, una de las claves de la Nota 3 en particular, es tensar hasta romper el binarismo epistemológico que funciona en múltiples niveles: sujeto/objeto, teoría/práctica, privilegio/opresión, bueno/malo, loco/sano, etc.

A modo de hipótesis, propongo que han sido las ciencias sociales, humanas, antropológicas (aquellas que se han dedicado al estudio del Hombre) y ciertos recorridos filosóficos y metafísicos, las que generaron esta madeja de problemas, al punto que, tiremos del hilo que tiremos, solo anudamos más los nudos. Nudos quietos, apretados,

desmovilizados. Esto me lleva a una segunda hipótesis: efectivamente vivimos un momento en el cual se producen infinitas investigaciones y tesis, se publican libros varios, proliferan sitios webs, aplicaciones, críticos y opiniones, se expande el acceso informático y se amplía la esfera infocomunicacional. Sin embargo, específicamente en lo que respecta a los temas-problemas aquí explicitados, sea por culpas-perdones-respetos-condescendencias o por cancelaciones-punitivismos-escraches, creo que asistimos a la vez a un efecto de quietud, más que de movilización. Esto es, cuando el pensamiento se encuentra en estas encerronas, se detiene, se suprime, se obtura.

Esto no implica validar decires y accionares racistas, machistas, xenófobos u olvidar las desigualdades en los recursos para construir posiciones de enunciación y mecanismos de legitimación. Sino que ambos tipos de actitud generan quietud, porque los impulsa una desesperación por “superar”, más que un esperar para “habitar” la diferencia y la contradicción, el desencuentro y las fuerzas en convivencia. Pretendo una búsqueda en el segundo sentido, que habita y se encuentra en la diferencia, más que de una superación de etapas hacia un tipo de investigación mejor.

Con esta indagación no tengo otro propósito más que conocer el espacio de disputa, para salir de la desmovilización en las que algunas investigaciones se encuentran y repensar, al menos, ciertas parcelas de las ciencias sociales. Avanzo a partir de autores críticos a la lógica racional y los fundamentos metafísicos. La médula que recorre la propuesta es el pensamiento de Nietzsche, a partir de Vattimo (2003). El primer problema, que refiere a la pregunta y la fundamentación, repone indagaciones al respecto de la desfundamentación y del saldo del pensamiento binario a partir de Heidegger (1975). El segundo, repone el modelo sujeto-objeto y se le propone una concepción subjetiva y colectiva, en comunidad y con otros desde Gadamer (2002, 2003). Finalmente, el tercer problema aborda algunas cuestiones del método, para producir lo que denominaremos conocimiento en dialogo, genuino, integrador y colectivo; en el encuentro con la diferencia. Para ello, nuevamente evoco a Gadamer (2003), en continuidad con Deleuze (1989).

Presento esta serie de núcleos y posibles recorridos, para justamente andarlos, probarlos y experimentarlos. Estas exploraciones no tienen que adaptarse a todas las investigaciones e investigadores, aunque si confío en que abarcan un problema propio de la coyuntura que, literalmente, nos toca. En particular, es una indagación que está destinada a quienes se dejan tocar por estos problemas.

## **Nota 2. Para indagar al respecto de la especificidad de la producción de conocimiento en el campo de la salud mental**

Para pensar el campo de la salud mental se requiere urgente otro pensamiento, un pensamiento diferente. Ahora bien, ¿qué es lo que vuelve específica la producción de conocimiento en el campo de la salud mental? Que, de algún modo, todas las personas conocemos el padecimiento, el sufrimiento, el malestar, el dolor psíquico y subjetivo. Que son esos modos de conocer, sea por experiencia propia, cercana, ajena o por empatía cultural, los que generan diferencias, desigualdades y diversidades. Que es justamente la generación de diferencia, desigualdad o diversidad la que nos impulsa a investigar. Finalmente, que la investigación del campo de la salud mental es una investigación que se nos vuelve sobre nosotros mismos, se nos repliega: compartimos, al menos potencialmente, los signos de la opresión investigada (en su máxima expresión, todos por igual podemos terminar en el manicomio físico o farmacológico) e indagamos el dolor ajeno que implica la indagación por el dolor propio.

Dicho esto, destaco tres cuestiones concatenadas que hacen al panorama específico y complejo del campo en cuestión y a quienes nos posicionamos como investigadores en el. Inicialmente, el surgimiento de colectivos críticos de minorías, en particular aquellos conformados por personas usuarias del sistema de salud mental, que los unifica haber atravesado, y sobrevivido (o estar atravesando y sobreviviendo), a largos periodos de internación, encierro y detención manicomial. Aclaro que la conformación de colectivos unificados por el dolor subjetivo no se cercena a este ejemplo.

En segundo lugar, que la articulación de experiencias de vida de estas personas, la de sufrir y padecer psíquicamente de modo individual y la de doler y penar culturalmente a partir de la discriminación social y la dominación experta-profesional, han sido material de producción de conocimiento. Ha emergido así un saber desde la experiencia en primera persona, siendo expertos por experiencia, produciendo saberes expertos o narrativas desde las voces de sus protagonistas. Desde mi posición como investigadora, trato a esto como una producción legítima de conocimiento desde la vivencia, producida por fuera de los círculos académicos o ingresando a ellos (como los Estudios Locos o Mad Studies). Entiendo que no puedo olvidarlos. En realidad, afirmo que no olvidarlos hace a la problemática.

Finalmente, este escenario ha dejado a quienes trabajamos, activamos, militamos, investigamos, enseñamos, acompañamos, apoyamos y nos vinculamos en posiciones englobadas, en el mejor de los casos, bajo el significante de “aliados”. Sin estar de acuerdo con esta figura, es innegable que se establece otra posición a repensar, cuando no estamos en el lugar de los expertos en primera persona o expertos por experiencia.

### **Nota 3. Para plantear la pregunta por la locura y su fundamentación tradicional. Sobre binarismos, el preguntar cada vez y la desfundamentación**

Comienzo afirmando que la fundamentación tradicional de la locura se puede concentrar en la siguiente fórmula: la fundamentación de la locura siempre ha sido su sinrazón. Desde aquí, se la volvió inteligible, es decir, es su revés a la razón lo que sostuvo los modos en que se la ha entendido, comprendido, definido, controlado, dominado, tratado, atendido. El resultado ha sido la producción y sostén de binarismos clásicos: razón/sin razón, cordura/locura, sano/patológico, etc., que se entran en las definiciones de lo bueno y lo malo, los fuertes y dominadores, y los débiles y dominados, los oponentes a la altura y los colocados en niveles más bajos (Vattimo, 2003). Un primer problema detectado es que estos binarismos opuestos siguen funcionando y operando en las estructuras de sentido y comprensión social, al menos en lo que respecta a la locura.

Por ello, el pensamiento de Nietzsche a partir de la problematización de la cultura me permite comprender y repensar la constitución de la cultura occidental, del Hombre como figura epistémica, que es la marca dada a la locura en contraposición. Desde la noción de máscara de Nietzsche encaramos un camino: la perspectiva del bien como lo supremo, en contraposición del mal y la desmesura, lugar donde fue puesta y sigue habitando la locura. Estas ficciones organizan el mundo donde se crea y se hace habitar al sujeto moral metafísico, como el portador de los valores definidos como verdaderos, pero también a aquello que lo desestructura, lo delimita, se le contrapone. En otras palabras, inventando el mito de formación de la moral universal, entra en el mismo movimiento la locura. En esta fábula, se define lo bueno y en lo bueno se ubica todo lo que los caracterizaba en su estructura de dominio: “el hombre reconoce la universal necesidad e invencibilidad de la ficción, depende del hecho de que se coloca, ante el mundo de la ficción, como ‘otro’, un punto de vista que juzga y valora” (Vattimo, 2003, p.3). Lo que se conforma es una distinción binaria que funda y refunda continuamente el modelo de nuestra cultura y, en el mismo momento, de nuestra locura.

En esta línea entonces, lo que se precisa es desenmascarar este racionalismo fundado, que es desenmascarar la tradición de la metafísica, que es desenmascarar los fundamentos de la locura, que es desenmascarar los valores de toda una cultura que asumimos como verdaderos, que es desenmascarar al sujeto; “el desenmascaramiento del sujeto es el que otorga su verdadero sentido a la estructura circular del tiempo, que, de otro modo, queda a nivel de una abstracta hipótesis formal, cargada, además, de significados solamente negativos” (Vattimo, 2003, p. 2). Un modo de llevar adelante tal tarea, la de deformar al sujeto metafísico, no implica una superación, sino una transvaloración: dejar de instituir a la locura en lo débil, lo bajo, lo falto; pero tampoco instituir la en lo bueno, lo alto, lo bello, la potencia. Se trata de pensar de otro modo, de un modo circular, por fuera de un mundo dicotómico, como un mundo del devenir, sin profundidad donde buscar las verdades.

Ese devenir, ese infinito, ese ilimitado, nos está demandando su desfundamentación en los términos que expone Heidegger (1975), que es la demanda por la pregunta por la locura. Un primer paso inevitable, más que deseable, es

escapar de los fundamentos clásicos y racionales, que instauraron las estructuras binarias de comprensión, revisando críticamente la tradición del pensamiento filosófico occidental, pero a partir de revelar la condición de la pregunta. “Queremos saber lo que aquellos no solo no pretender saber, sino que quizás, a pesar de toda su ciencia y su habilidad artesanal, ni siquiera pueden saber” (p. 27). En el texto sobre La pregunta por la cosa nos dice que preguntar es pensar, volver a poner en cuestión la pregunta, interrogarnos por la pregunta misma, implicando la renovación constante, incesante, un preguntar sin fondo: debemos correr el especial peligro de caer en el fondo (Heidegger, 1975, p. 20). Así como una cosa es concretamente una cosa y no es otra cosa, los padecimientos tienen su carácter de padecer en la experiencia de cada sujeto; el padecimiento tiene su coseidad y es allí el abono de nuestras preguntas: implica que todos padecemos, pero no todos padecemos igual. Todos tenemos y vivimos la experiencia del padecer, del sufrimiento; más nadie padece ni sufre de la misma forma. Preguntar de otra forma al respecto de la experiencia del sufrimiento, desfundamentarlo preguntando una y otra vez, implica el acontecimiento de la experiencia cotidiana. En el día a día que el sufrimiento se abre a su verdad.

Así como la cosa puede ser definida en una estructura proposicional, a la locura la han hecho coincidir con los hechos, la han hecho corresponder con una verdad, un invento producto de una adecuación de la cosa que la ha determinado. Esa “respuesta es tan ‘natural’; que domina el pensamiento científico, y no solo el pensamiento ‘teórico’, sino también toda relación con las cosas, su cálculo y su apreciación” (Heidegger, 1975, p. 53). Lo que sucede es que la proposición verdadera se adecua precisamente a aquello por lo que la verdad se guía en tanto tal, en tanto soporte y propiedad. Para no obligar al dolor, a la locura, al padecimiento a adecuarse se propone atender a unas otras preguntas y unas otras desfundamentaciones, dado que lo verdadero siempre está por venir. Debemos olvidar las nociones previas o naturales, porque en su desfundamentación, damos cuenta que no las tenemos.

En esta línea, “lo ‘natural’ es siempre histórico. Así se abre un camino sin advertirlo de sospecha ¿Qué sucedería entonces si esta determinación supuestamente tan natural de la esencia de las cosas no fuera de ninguna manera comprensible de suyo? Si no fuera natural. Esto implicará siempre un no dejar de venir, no dejar de fundar, porque indagar en estos asuntos, es fundarlos cada vez: no solo no deja de venir un dolor diferente, una experiencia de sufrimiento diversa, sino que la posición desde donde pensamos el camino de dichas verdades, también se modifica: lo que un día se funda como posición de privilegio, puede volverse posición de opresión. Indagar sobre el sufrimiento psíquico en otros, es hacerse preguntas a uno mismo siempre, cada vez, en cada experiencia.

#### **Nota 4. Para plantear un segundo problema: reflexiones críticas sobre la concepción del objeto-sujeto de la investigación. La propuesta de las figuras de sujeto colectivo investigado-investigador y el sujeto investigador-que se investiga**

A continuación, pretendo una interrogación al respecto de uno de los supuestos epistemológicos dominantes en las ciencias sociales y los estudios culturales: el modelo sujeto-objeto de la investigación. Se propone una reactualización de los conceptos, un juego de palabras que permiten ser atravesados por las problemáticas que hoy los constituyen: el sujeto colectivo investigado-investigador y el sujeto investigador-que se investiga. Esto me permite saldar algunos problemas al respecto de las posiciones de privilegio/opresión, en detrimento de la desmovilización, lo que no implica desatender la relación asimétrica previa al momento de la investigación, sino que le realizarnos preguntas. Tal como escribe Gadamer, “los caminos de la investigación conforman caminos hechos de preguntas” (2003, p. 14). Para realizar esta tarea, es primordial subjetivar el “clásico” objeto y colectivizarlo, para sí, entablar un diálogo de producción de sentido y conocimiento.

Primeramente, ordeno esta argumentación desde algunas indagaciones de Nietzsche, a partir del cuestionamiento a la metafísica y la crítica a la representación, que es la crítica al modelo sujeto-objeto, propio del pensamiento moderno y racional cientificista, que implica lo pensando como algo externo y ajeno. Este cuestionamiento de fundamentos es lo que intenté desfundamentar con el recorrido de Heidegger y lo cual viene a indicar que en principio no hay una realidad o que, en todo caso, la misma se ha constituido a través de ficciones e ilusiones. Esta invención,

propia de las formaciones culturales y sociales precisa del desenmascaramiento, de la separación de las palabras y las cosas, del hecho de que definamos un objeto a partir del vocablo no indica su relación directa, sino que es una ilusión de algo que hemos determinado como verdad: la verdad que se desenmascara es la estructura sujeto-objeto donde se estructura el modelo binario que intentamos desacreditar. Al respecto, Vattimo repone que “ni siquiera la contraposición “originaria” de sujeto y objeto en el plano de la más elemental vida del organismo es algo totalmente natural y precultural” (2003, p. 4).

De aquí, dos cuestiones. Por un lado, repuesto en la Nota 3, la disolución sujeto-objeto permite desentramar, o al menos acercarnos, a aquella estructura de dominio bajo la cual “las determinaciones del significado de los valores morales, e incluso toda la articulación del mundo moral en torno a las nociones de culpa, castigo, mala conciencia, etcétera, nacen dentro de un cuadro fundado en la originaria división entre fuertes y débiles, entre quien impone originariamente las calificaciones (los nombres) a las cosas, y quien se limita a reaccionar” (Vattimo, 2003, p. 13). Por otro lado, revelar a esta estructura de dominio, dar cuenta de sus mecanismos, de la violencia impuesta en la definición y significación, implican un movimiento de desenmascaramiento al indicar la disolución del modelo, dando cuenta que no hay esencia ni profundidad, sino que es devenir, donde lo aparente y lo verdadero ya no son dicotómicos.

Un modo de proponer este desenmascaramiento como parte del devenir es lo que podemos reponer desde Gadamer (2002, 2003), al respecto de sus indagaciones sobre la hermenéutica, como críticas al modelo ligado a la razón de un sujeto que piensa, arremetiendo ante la dicotomía sujeto y objeto. La hermenéutica nos indica que esa relación no es natural para el orden de la investigación o el pensamiento. Para esta argumentación se repone el principio de doble hermenéutica, que implica la imposibilidad de que el cientista social evalúe un objeto como si el mismo no fuese parte de esa ciencia social, de la vida social misma que hace a su objeto de indagación. Esta cuestión es a la que aludía justamente al cerrar momentáneamente la nota anterior, el hecho de que indagar sobre el sufrimiento psíquico en otros, es hacerse preguntas a uno mismo siempre, cada vez, porque estamos entramados en esos signos. Dicho esto, se contemplan las figuras de sujetos que habitan una instancia propia de auto investigación, en la propuesta reflexiva de revisión de lo propio.

La característica de lo colectivo, en la cual insisto fuertemente, se sustenta en que mi posición como investigador implicará una modalidad activa de participación ante el objeto de investigación, una comprensión, una relación social, un diálogo. “La palabra no es solo la palabra individual, el singular de ‘las’ palabras que, unidas, forman el discurso. La expresión está vinculada más bien con el uso lingüístico, según el cual ‘la palabra’ tiene un significado colectivo e implica una relación social” (Gadamer, 2002, p. 13). El lenguaje no es dado de sentido y representación, es constituyente del mismo ligado a un lazo social, a una producción de vínculo social con el otro. La teoría hermenéutica de la interpretación implica que la interpretación es una relación social, dado que no hay posibilidad de interpretación sin otro.

Bajo estas interpelaciones, es que hubo un ánimo de reflexión propositiva al respecto de la subjetivación del objeto de investigación y el rasgo colectivo de ambos sujetos; ánimo que es demanda por un campo objetivado e individualizado como es el de la salud mental o el territorio de los padecimientos. “Una interpretación es siempre un asunto delicado. Esto se da ya por el solo hecho de que por su carácter es siempre ‘interpelación’. La interpelación irrumpe el acto de acompañamiento” (Gadamer, 2003). El pensamiento en solitario no contiene los nutrientes que requiere el campo en cuestión y es preciso no confundir pensar solo con auto-indagación, es para no caer en este reduccionismo que abogo por una exploración, una interpretación, una metodología de producción de conocimiento siempre en el encuentro y la irrupción con/del otro, que genere figuras colectivas con los otros, hasta cuando se indaga por lo propio.

La propuesta es, desde esta exploración –en el marco de la salud mental, el padecimiento, la locura– que los problemas al respecto de las posiciones de privilegio u opresión epistemológica y de existencias tienen una característica en particular que nos habilita, al menos por el momento, a hablar, al acto de enunciar desde todas las posiciones:

todas las personas somos potenciales –ni probables ni posibles– padecientes, sufrientes, nos podemos volver locos y terminar encerrados: si es que ya no padecemos. Por ello propuse un sujeto colectivo en ambos términos y a un “sujeto de la investigación” que implica tanto al investigador como al investigado.

Ahora bien, el sujeto colectivo a investigar-investigador, implica que, en la situación de pregunta e indagación, por ejemplo de una entrevista, quien investiga le propone al otro una indagación sobre lo propio, una auto-investigación que produce conocimiento en el momento en que se abre a su verdad, que responde a su pregunta por el padecer. El sujeto investigador-que se investiga afirma el hecho de que todos padecemos, de que indagar sobre el sufrimiento psíquico es hacerse preguntas a uno mismo siempre, de que no podemos escapar de la vida social y escabullirnos del potencial sufrimiento compartido. Y es posible, que el sujeto colectivo devenga en tanto tal, en cuanto los signos de la opresión se comparten, como hemos dicho hacia el inicio.

Iniciar una indagación con esta certeza, quizás ayude a construir un lugar de enunciación menos opresor y privilegiado, que atiende a otro tipo de asimetría. No podemos postular una simetría, sería otra ilusión: si olvidamos las desigualdades en el sufrimiento, es decir, que se sufre y se transita ese padecimiento de formas muy diferentes y desiguales, volveremos a cometer los errores de investigación que nos han traído hasta acá. Sin embargo, podemos pensar en modos de apalear dichas asimetrías en la práctica y el método, a partir de la producción de un conocimiento en dialogo.

**Nota 5. Para plantear un tercer problema: la conceptualización de un marco de investigación apropiado para el campo de la salud mental desde una epistemología crítica. Construcción y producción de conocimiento en dialogo, en el encuentro con otros. Hacia un posible método.**

Desde la problemática del lugar de enunciación, tanto del sujeto de la experiencia como del sujeto investigador, busco en este encuentro otra generación de saber, a partir de Gadamer (2003) y Deleuze (1989, 2002), con la intención de llegar a lo que entiendo en los términos de un conocimiento en dialogo o con las comunidades que pretende nuestra indagación.

Se piensa esta nota desde la irrupción de la diferencia porque “el verdadero enemigo del eterno retorno de lo igual, es decir, de la coincidencia de existencia y valor, acontecimiento y sentido, es el sujeto de la metafísica y la moral tradicionales, que no logra pensar tal coincidencia, sino con terror y disgusto, como falta de sentido” (Vattimo, 2003, p.1). Ahora bien, la propuesta de modificación del modelo sujeto-objeto, del sujeto mismo de la metafísica, no implica una inocente adaptación o leve movimiento de piezas o cambio de palabras, “simplemente con decir nosotros en vez de yo y con plantearnos el asunto en relación a la comunidad en vez de con el individuo, no estamos haciendo más que intercambiar imágenes subjetivas de las cosas, lo cual no es más verdadero solo porque sean intercambiadas en comunidad” (Heidegger, 1975, p. 30). Lo que precisa es un empezar de otro modo, un eterno retorno, que nos guíe a pensar de otras formas y a entender que siempre puede ser diferente: “hace falta una transformación del sujeto. Aún más, la sustancia de la institución del eterno retorno, es decir, de la coincidencia de acontecimiento y sentido, es la transformación del sujeto” (Vattimo, 2003, p. 3).

Quienes estamos embarcados en las preocupaciones del campo, no solo debemos enunciar un pensamiento diferente. Debemos hacer y encarnar un pensamiento diferente, en cual no solo desenmascare la relación sujeto-objeto, sino a los métodos de producción del conocimiento, de dónde y cómo proviene en tanto tal: los valores, las regulaciones y las reglas de la metodología racional propias de las ciencias sociales, de aquellas que hemos aprendido ¿Por qué asumimos que son las que están bien? ¿No puede haber otras, o darse diversas a la vez? En línea con los planteos de Nietzsche a partir del método de la genealogía en tanto interpretación compleja, estamos invitados, pero también implicados a pensar de otra forma, a contra pelo, de otras maneras: poniendo la razón fundamentada en pausa, atreviéndonos a no pensar desde las determinaciones y construcciones desde las cuales fuimos dados a

pensar, ni en tiempo único lineal de superación.

Con lo dicho, es que pretendo reflexionar propositivamente sobre una apertura a un método relacionado a la producción de conocimiento en dialogo, conjunta a los sujetos de investigación-investigadores. En este sentido, inspirada en la estructura dialogal que propone Gadamer, venida de la hermenéutica como dialogo. Es la apertura del sentido del ser en el lenguaje y al establecimiento de la dimensión de consenso comunicativo lo que va definiendo algo de los sentidos que se le puede dar a la vida social: hay modos de decir lo verdadero porque son los sentidos que damos al mundo, que no tienen que ver con una utilidad o beneficio, sino de un sentido que hace irradiar lo común. Este común o este consenso no implican quietud, más bien disputa y conflicto: “no hay signo que remita exclusivamente a sí mismo” (Gadamer, 2003, p. 99).

Con esto, comprendemos que la palabra, para Gadamer, será una relación social, así como la interpretación, y en tanto tal, es inacabado, sin verdad última, ni fundamento primero; pero que se ejerce en el dialogo de los seres dicentes que establecen los sentidos. Bajo sus concepciones de texto, palabra y posibilidad de ser dicente, que irradian lo común, se muestran las preguntas hacia una metodología del dialogo, al menos en el encuentro mismo de la salud mental y las ciencias sociales. Y en estas posibilidades se aproximan las experiencias de los unos y los otros, en posibles conformaciones de consenso que hacen a cierta producción de conocimiento. Es preciso aclarar que en este método del dialogo posible, las instancias de violencia remitidas al inicio no se fundan a partir de la irrupción, de la ruptura, del deslizamiento del sentido; justamente son las productoras de sentido y potenciales instancias de cuidados epistemológicos hacia ambas posiciones de la investigación y la investigación sobre lo propio. Es fundamental no buscar que aquellos dolores ajenos se adecuen a mis proposiciones e hipótesis previas.

Los consensos y los conflictos, las hipótesis de indagación y hasta los objetivos, deben ser los dialogados y contruidos en el marco de una investigación, mancomunando a todos los sujetos investigadores que, atendiendo a la simetría de la situación, los posiciona en una indagación común al respecto de lo propio. Del otro lado, las asimetrías tampoco deben ser fuente de violencia ni des-movilización, aunque si son material de reflexión. Las mismas surgen en la propia irrupción de la diferencia, de un desequilibrio de sentido, de lo incondicionado, necesario para el fluir de la investigación y el saber. La asimetría a la que se atiende no es mala o negativa en términos violentos per se, lo es en tanto se ejerce de modo violento. La asimetría, en tanto diferencia, puede ser la irrupción de creación de sentido.

La dimensión que propone Deleuze (1989), al respecto del sentido, nos implica salir del problema que se da en la significación afirmando su carácter de ilimitado: como aquello que siempre se escabulle. “Para que la condición de verdad escape a este defecto, debería disponer de un elemento propio distinto de la forma de lo condicionado, debería tener algo incondicionado capaz de asegurar una génesis real de la designación y de las otras dimensiones de la proposición” (p. 19). Puede haber consenso, pero también algo que se escapa y sigue transmitiendo lo diferente. Por eso, una producción de conocimiento en dialogo no implica un suelo de afectos previamente acordado donde la disputa no acontece, y tampoco se encierra en la experiencia propia de cada posición: sino que halla en el acontecimiento del encuentro mismo su sentido. Se enfrenta a esa disputa, a una coexistencia de caras que implican un pensar diferente, y que habilitan un acontecimiento de sentido “la condición de no confundir el acontecimiento con su efectuación espacio-temporal en un estado de cosas. Así pues, no hay que preguntar cuál es el sentido de un acontecimiento: el acontecimiento es el sentido mismo” (p. 22).

Allí donde el sentido se escabulle y no cesa la circulación, es que se “asegura su comunicación. Es una instancia de dos caras, igualmente presente en la serie significativa y en la serie significada” (Deleuze, 1989, p. 36). El padecimiento, la locura, el sufrimiento nos obliga a pensar lo impensable, lo diferente, esto es, nos obliga a no reclamarle o incrustarle un sentido, a no adaptar la cosa para su constitución de verdad. Y nos obliga, entonces, no solo a pensar lo diferente, sino a hacer de lo diferente su condición de pensamiento: si el pensamiento no da lugar a otra cosa, a

transformar algo en otra cosa, lo único que hizo fue identificar, nombrar, definir y no pensar. Pero desde el encuentro y la multiplicidad de la diferencia, tenemos una posibilidad de condición de construcción de otro conocimiento. Sin el encuentro con la diferencia en dialogo, no se construye saber, más que el que ya hay. Y este pensamiento que ya hay, es que demanda, requiere y precisa la irrupción de lo diferente. El método no implica meramente el encuentro del otro, sino que insiste en el pensamiento con el otro.

## **Bibliografía**

- Deleuze, Gilles (2002), *Diferencia y repetición*, Buenos Aires, Amorrortu, Introducción; Cap. 1.
- Deleuze, Gilles (1989), *Lógica del sentido*, Barcelona, Paidós, cap.: de la proposición; de la estructura; del juego ideal.
- Gadamer, Hans-Georg (2002), *Arte y verdad de la palabra*, Madrid, Editora Nacional, cap.: Acerca de la verdad de la palabra.
- Gadamer, Hans-Georg (2003), *El giro hermenéutico*, Madrid, Editora Nacional, cap: Tras las huellas de la hermenéutica.
- Heidegger, Martin (1975), *La pregunta por la cosa*, Buenos Aires, Hyspamerica, cap. 1: Los distintos modos de preguntar por la cosa.
- Vattimo, Gianni (2003), *El sujeto y la máscara. Nietzsche y el problema de la liberación*, Barcelona, Península, El crepúsculo del sujeto.

# Relación ansiedad - comunicación en los estudiantes de Foniatría II

Lic. Marcela Silva  
emsilva@email.unsl.edu.ar -  
Lic. Claudia H. Zampa  
clazampa@gmail.com

**Universidad Nacional de San Luis**

## Resumen

La presente investigación se planteó como objetivo conocer el nivel de ansiedad que influye en la adquisición e incorporación de una técnica vocal adecuada en los alumnos de la asignatura Foniatría II.

Para realizar este estudio, en primera instancia se realizaron exámenes foniatricos tendientes a explorar el estado inicial de la voz, la respiración, la postura, y el sistema estomatognático de la muestra, para conocer el desempeño de los sistemas que participan en la emisión de la voz.

En segunda instancia, se aplicó el Test IDARE, para medir el nivel de ansiedad, con la finalidad de indagar la *ansiedad - estado*, entendida como condición emocional transitoria y la *ansiedad - rasgo*, entendida como propensión ansiosa relativamente estable.

Esta herramienta fue implementada en 50 alumnos de 2° año de la Licenciatura en Producción de Radio y Tv, durante el 1° cuatrimestre de cursada de la Asignatura Foniatría II, del ciclo lectivo 2023, en la UNSL.

Los resultados obtenidos muestran al examen foniatrico al 100% de los estudiantes con bloqueos respiratorios, musculares y articulatorios; el 75% de los sujetos se encuentran enmarcados dentro del nivel ansiedad - estado y el 25% restante en el nivel ansiedad - rasgo.

A partir de lo expuesto se evidencia que la falta de avance en los aspectos foniatricos para la adquisición de una técnica vocal específica, se ven limitados por las tensiones y bloqueos musculares provocadas por los altos porcentajes de estados de ansiedad que arrojó la muestra.

**Palabras Clave:** Voz - Ansiedad - Estudiantes

## Fundamentación

Como docentes de las asignaturas de Foniatría I, II y III de la carreras de licenciatura en Producción de Radio y Televisión y Locución, y en Foniatría de la Licenciatura en Periodismo del Departamento de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis, venimos desarrollando investigaciones desde hace más de una década sobre las alteraciones de la voz profesional, en donde se observaba que los tratamientos fonoaudiológicos aplicados no arrojaron los resultados esperables y se vió la necesidad de hacer un abordaje multidisciplinario, holístico que contemple entre otros, el acompañamiento psicológico emocional.

Si bien las manifestaciones se observan y detectan a nivel de la voz, en cuanto a calidad se refiere, éstas deben ser tratadas de manera integral, como consecuencia del estrés que provoca en la zona laríngea la tensión excesiva

tanto en los músculos intra como extralaringeos, faciales y de la musculatura fonostomatognática, que además repercute en los músculos cortos de la base del cráneo, zona del cuello, cintura escapular y todas las cadenas musculares del cuerpo en su totalidad.

Las emociones son reacciones naturales por parte de una persona que hacen al individuo ponerse en alerta cuando aparecen situaciones que pueden suponer amenaza, peligro o frustración entre muchas otras, provocando estrés. Si esto persiste en el tiempo puede derivar en trastornos psicológicos, afectando el estado de ánimo, y como consecuencia se observa, con mayor frecuencia, estado de ansiedad.

El estrés es la forma en que el cerebro y el cuerpo responden a un desafío o exigencia. Cuando está estresado, el cuerpo libera sustancias químicas llamadas hormonas. Las hormonas le ponen en alerta y listo para actuar. Pueden elevar la presión arterial, la frecuencia respiratoria y cardíaca, los niveles de azúcar en sangre, tensión y contracturas de diversos grupos musculares, entre otras.

Existen diversas situaciones de tipo social que llevan al estrés, estas pueden ser

- *grupales*: presión de los compañeros, acoso, citas y relaciones amorosas,
- *personales*: lidiar con un problema de salud, un conflicto familiar, un divorcio, mudarse, problemas económicos, la pérdida de un ser querido.

Ante situaciones cotidianas, suelen acentuarse cansancio, agobio, presión que generan cuadros de ansiedad por preocupación y miedos intensos, excesivos y continuos. Es posible que se produzca:

- taquicardia,
- respiración agitada,
- sudoración
- sensación de cansancio,

Estos signos pueden ser habituales en situaciones estresantes, como hablar en público o ante una situación de examen.

La ansiedad es solo un indicador de una enfermedad subyacente cuando los sentimientos se vuelven excesivos, en todo momento e interfieren en la vida cotidiana.

La ansiedad tiene manifestaciones ante pensamientos de peligro, sensaciones de aprensión, con reacciones fisiológicas y respuestas motoras.

Además de los conocidos efectos fisiológicos y psicológicos que el estrés y la ansiedad provocan en el organismo, la tensión que generan repercute, a través de la musculatura de cuello y hombros, sobre el sistema fonorrespiratorio y, por lo tanto, sobre la voz.

Desde el punto de vista foniátrico, destacamos que el comportamiento músculo esquelético que afecta la parte alta del tronco, afecta directamente a la forma de respirar y a la forma en que la respiración sustenta la fonación. En esta zona, cabeza y cuello, se origina el sonido fundamental, es decir, el sonido primario, el cual en su paso hacia el exterior, se pone en contacto con las diferentes estructuras (blandas, duras, fijas y móviles) del tracto vocal, enriqueciéndose de armónicos siendo la resultante final, la voz de cada individuo.

Una postura general inadecuada, modifica la estática de la cabeza y en consecuencia la laringe y el tracto vocal.

Las alteraciones posturales se manifiestan de la siguiente manera:

- Postura hipofuncionante o en hipotensión:
  - » alteraciones respiratorias de tipo y modo
  - » hundimiento de tórax
  - » fuerte tensión en zona cervical
  - » hombros caídos, en hiperflexión anterior (en posición de abatimiento),
  - » escapulas en hiperextensión (zona dorsal encorvada) y
  - » cabeza adelantada en relación al eje vertical de perfil, con alteración en la relación esternón - malar, con leve inclinada hacia abajo,
  - » laringe presionada
  - » con desequilibrio de las estructuras fonostomatológicas: musculatura facial y lingual hipofuncionante provocando adelantamiento y descenso mandibular y lingual en la base de la boca generando presión contra los dientes anteriores y/o interposición lingual, que como consecuencia altera además la deglución, la articulación de la palabra, la resonancia y la proyección vocal.
- Postura hiperfuncionante o en hiperextensión
  - » elevación del tórax
  - » tensión en cuello y cabeza
  - » hombros elevados
  - » hombros rotados hacia atrás
  - » hiperextensión de tórax
  - » lordosis lumbar
  - » falta de flexibilidad en la caja torácica por tensión excesiva de músculos pectorales e intercostales
  - » fuerte tensión en zona cervical

Como sabemos, las palabras van acompañadas de sentimientos y emociones. Por lo tanto la fluctuación de los estados emocionales modifican la postura general y el habitual movimiento de los músculos del aparato respiratorio, laríngeo, sistema fonostomatognático y articulación temporomandibular (ATM), lo que provocará como consecuencia modificación en la voz de la persona, estos aspectos son los abordados en los exámenes foniátricos y radiofónicos de ingreso a las carreras y que luego se convierten en los objetivos direccionales a mejorar durante el cursado de las asignaturas.

Transcurrido un determinado periodo de tiempo considerable de cursada, en cuanto a ciclo lectivo se refiere y se pudo observar en la mayoría de los estudiantes la falta de progreso y de logros de objetivos propuestos para el trabajo áulico - terapéutico de la asignatura. Esto mostró que en la práctica áulica habitual se encuentran en los estudiantes hábitos y conductas vocales disfuncionales, que en ocasiones suelen ser consecuencia de un cúmulo de variantes, entre ellas su constitución biológica, su historia de vida y su contexto socio- económico, cultural y emo-

cional, etc. Por ello, no debemos perder de vista que el ser humano es un sistema funcional complejo que amerita en todo el trayecto de formación profesional un abordaje holístico e integral de acompañamiento cercano en su evolución académica.

La obstaculización del progreso en la adquisición de una técnica vocal adecuada, es lo que lleva al planteo de la siguiente investigación, por cuanto el objetivo de la misma fue conocer el nivel de ansiedad que influye en la adquisición e incorporación de una técnica vocal adecuada en los alumnos de la asignatura Foniatría II.

Para realizar este estudio, en primera instancia se realizaron exámenes foniátricos tendientes a explorar el estado inicial de la voz, la respiración, la postura, y el sistema estomatognático de la muestra, para conocer el desempeño de los sistemas que participan en la emisión de la voz.

En segunda instancia, se aplicó el Test IDARE, para medir el nivel de ansiedad, con la finalidad de indagar la *ansiedad - estado*, entendida como condición emocional transitoria y la *ansiedad - rasgo*, entendida como propensión ansiosa relativamente estable.

Esta herramienta fue implementada en 50 alumnos de 2° año de la Licenciatura en Producción de Radio y Tv, durante el 1° cuatrimestre de cursada de la Asignatura Foniatría II, del ciclo lectivo 2023, en la UNSL.

## Resultados

Los exámenes foniátricos, en términos generales, arrojaron frecuencia respiratoria aumentada, de tipo costal superior. Capacidad respiratoria disminuída y aire insuficiente para el habla, que impide terminar de manera fluida la frase. Esfuerzo muscular laríngeo. Articulación blanda, cerrada, desdibujada. Falta de proyección. Voces inexpresivas. Disfunción de la ATM, por presión interdental, y en algunos casos bruxismo.

En el 100% de los alumnos se constató falta de flexibilidad e hiperflexión de la caja torácica, rotación de hombros en posición anterior relacionado a problemas posturales, que conllevan a bloqueos respiratorios y musculares provocando esfuerzos en la región laríngea, y presión excesiva en la zona de ATM. Todo esto desencadena dificultades articulatorias de la palabra.

Con respecto al test IDARE el 75% de los sujetos se encuentran enmarcados dentro del nivel ansiedad - estado y el 25% restante en el nivel ansiedad - rasgo.

Los resultados obtenidos demuestran que dentro de la población evaluada se encuentra un alto nivel de ansiedad - estado, como así también la evidencia de un porcentaje considerable de rasgo de ansiedad.

A partir de lo expuesto se evidencia que la falta de avance en los aspectos foniátricos para la adquisición de una técnica vocal específica, se ven limitados por las tensiones y bloqueos musculares provocadas por los altos porcentajes de estados de ansiedad que arrojó la muestra.

## Discusión

Este trabajo muestra que los efectos fisiológicos y psicológicos que provoca el estrés en el organismo, y en especial la ansiedad, genera tensión que repercute, a través de la musculatura de cuello y hombros, sobre el sistema fonorrespiratorio y, por lo tanto, provoca desequilibrios biomecánicos de los sistemas productores de la voz.

Esto da cuenta de la importancia de un abordaje holístico e interdisciplinario en las estrategias foniátricas para la implementación de la técnica vocal en los estudiantes de Foniatría.

## **Bibliografía**

- Bustos Sánchez, I (2012). La voz. La Técnica y la Expresión. Ed. Paidotribo. Barcelona España.
- Farias,P. (2012). La Disfonía Ocupacional. Bs. As. Argentina. Editorial Akadia.
- Jerez, Rodrigo Maximiliano (2015). Fonoaudiología en Locución, Buenos Aires, Editorial Akadia.
- Pinillos Manrique de Lara , Marta (2021). La voz. Herramienta para el éxito profesional. Ed. Dextra
- Psicopatología clínica, adaptado al DSM-5. Ortíz Tallo,M. Coordinadora. Ed Pirámide. 2016.
- Torres Huerta, José (2019). Estadística aplicada a Ciencias de la Salud. Ed. Dextra

## MESA 8

# Epistemologías, teorías y metodologías de la comunicación

# El campo comunicacional y la formación de comunicadores.

## Destiempos y desfases presentes y futuros

Ardini, Claudia Gabriela

FCC-UNC; IAPCS-UNVM

Regis, Stella

FCC - FCS - UNC

### Introducción

En el campo de la comunicación, los debates en términos binarios acerca de una formación más generalista y enciclopédica o una enfocada en prácticas profesionalizantes, fueron superados hace años, en tanto una práctica genuina de la comunicación sólo puede pensarse en una relación dialéctica con las reflexiones y conceptualizaciones producto de investigaciones en el propio campo y en otros campos de conocimiento y de acción. No obstante, en algunos ámbitos académicos aún persiste esta tendencia que, en contra de los avances en las formas de construcción del conocimiento, de los debates dentro de la comunicación y otros campos disciplinares, se empeña en fragmentar y disociar el conocimiento como teorización y reflexión intelectual por un lado, y la práctica profesional y especializada en ámbitos diversos por otra. Entendemos que el camino es tematizar esa teoría y esa práctica en un diálogo que cuestione y ponga en tensión a ambas alternativamente.

Esta presentación, a partir de la lectura y análisis de un caso, y de la exploración y comparación de algunos planes de estudio, de carreras de comunicación de universidades argentinas, problematiza esa tendencia a la segmentación por especialización y explora vías superadoras de esa tensión.

La sociedad a escala global asiste a cambios profundos derivados de nuevas dinámicas emergentes, que como placas tectónicas en pleno movimiento, registran desplazamientos, tensiones y resquebrajamiento de estructuras en diferentes niveles. Este escenario de transformación vertiginosa representa oportunidades, avances, obstáculos y desafíos tanto a nivel personal como institucional. Frente a este marco de incertidumbre y transformación de lo social, nos preguntamos ¿Es pertinente y factible un enfoque transdisciplinar que desde la comunicación como interfaz, conecte los distintos campos de conocimiento en un hacer multidimensional? Los procesos comunicativos extienden la trama de lo social y a partir de los acontecimientos y del devenir de esos procesos se expresan y se dirimen las demandas y desafíos que caracterizan el estado del mundo en la actualidad.

En este contexto, ¿Puede pensarse la comunicación como un campo transdisciplinar cuyos procesos tienen lugar en el diálogo con otras disciplinas y saberes del ámbito científico; pero también con modos diversos de hacer, sentir y pensar, en las territorialidades emergentes en el actual ecosistema hiper/transmediático?

Entendemos que la comunicación tuvo desde sus orígenes esa vocación transdisciplinar, pero, ¿Cómo se puede reconfigurar en el presente? En sus comienzos esto fue considerado un déficit. Era la ciencia que no podía ser ciencia acabadamente. No podía construir su objeto, porque su objeto era inasible. Afortunadamente, Jesús Martín-Barbero vino a dar con sus huesos por estos territorios -como él mismo gustaba decir-, para afirmar que

el campo de la comunicación debía dejar de perderse en la búsqueda de su objeto para empezar a mirar los procesos. ¿Cuáles son las claves para entender las diversas mediaciones dinámicas y mutables que atraviesan a la comunicación en este tiempo?

En las carreras vinculadas a prácticas comunicacionales, y en sus universidades de procedencia, se observan, con frecuencia, dificultades para pensarse y asumirse desde un abordaje transdisciplinar. Una articulación que resulta imprescindible para pensar los desafíos de la comunicación en la tercera década del siglo XXI, en los ámbitos diversos en que se resuelve la práctica profesional y en los debates epistemológicos que sustentan esa práctica y que a la vez configuran el marco para diseñar los programas de formación de comunicadores en torno a los objetivos estratégicos de este tiempo histórico.

### **Qué proceso para qué reforma del plan de estudios**

Cuando una unidad académica universitaria plantea la necesidad de revisar/reformar su Plan de Estudio o incluso su Propuesta Académica de manera integral esto es: las carreras de grado y posgrado-, lo hace considerando algunos aspectos tales como:

Los cambios que se producen en todos los ámbitos de la vida como consecuencia de la velocidad del desarrollo e incluso de la aplicación de nuevos conocimientos disciplinares.

Una nueva concepción de las metas de la educación en escenarios dinámicos.

Una comprensión más compleja de los sujetos del aprendizaje, producto de los avances en los campos de la pedagogía, la psicología, la antropología y los cambios acelerados en el ecosistema tecnológico-comunicacional-cultural.

La extensión de conceptos como democracia y derechos humanos, que hacen necesaria la inclusión de ciudadanos sin distinción de raza, sexo, elección política condición económica y/o social.

Los esfuerzos que se realizan para armonizar la educación universitaria con los territorios y comunidades, con el propósito de que la educación y los profesionales sean agentes eficaces para mejorar y transformar la vida de las personas que allí habitan.

En el caso de los Planes de Estudios de las Carreras de Comunicación, es probable que todas estas cuestiones o algunas de ellas estén presentes a la hora de diseñar una nueva Propuesta Curricular.

Ahora bien, si consideramos a estas esferas de problematizaciones como aspectos positivos en el proceso de desarrollo de la nueva propuesta, hay otras situaciones que suelen entrar en disputa con estas ideas reformistas. La más compleja, por su arraigo tradicional es considerar que los planes de estudios son una lista de materias que los cursantes deben estudiar bajo la dirección de una cátedra y sus profesores. En las carreras de Comunicación esto se traduce en la excesiva cantidad de materias, muchas veces desarticuladas entre sí, que no le permiten al estudiante hacer un aprendizaje según el nivel de complejidad que implica el avance en la carrera.

Un ejemplo de ello, en el caso abordado, es la materia Economía y Comunicación de la Licenciatura de la FCC de la UNC, que se ubica en el primer año de cursada cuando todavía no se han comprendido conceptos y metodologías propias del campo de la comunicación.

Una posibilidad para salir de esta "trampa" es considerar que el Plan de Estudios debe proporcionar conocimientos suficientes para las futuras necesidades del campo laboral, pero también debe generar hábitos que permitan adquirir capacidades progresivas, a la vez que mantener una inteligencia abierta y despierta,

ideas claras, criterios fundados, capacidad de reflexión y precisión en los modos de expresión.

Avanzar en propuestas de planes de estudios de comunicación más adecuadas a los procesos y modos de vincularnos y la dinámica vertiginosa de transformación de los dispositivos de comunicación, implica contar con la visión y la colaboración de profesionales insertos en el mercado laboral, gremios, profesores, investigadores, referentes disciplinares, asesores externos y estudiantes.

## ¿Qué Plan de Estudios, para qué comunicación y qué comunicadores?

Presentamos una lectura preliminar realizada sobre la Propuesta de Reforma de Plan de Estudio de la FCC elaborada por su actual gestión:

De manera general, se observa que la decisión tomada sobre los contenidos desarrollados para la nueva propuesta de planes de estudios, gira en torno a la industria académica, es decir: lo que la propia facultad produce, no incluyendo la mirada de profesionales sobre sus propias prácticas, los nuevos desafíos planteados por la apropiación de nuevas tecnologías y las discusiones más actuales sobre la interdisciplina/transdisciplina y la comunicación.

Se presentan tres carreras: □Licenciatura en Comunicación Social□, □Licenciatura en Comunicación Institucional□ y □Licenciatura en Periodismo y Producción Comunicacional□. Las diferencias surgidas al calor del debates entre algunos profesores (la participación propuesta por la institución resultó muy acotada) arrojaron como resultado que no se pudiera construir una rama común de materias como malla que contenga los tres Planes de Estudio, para luego plantear la diversidad en las especificidades de cada carrera. De modo tal, que la propuesta resulta más afín al perfil de carreras terciarias, más un año de cursada, que al perfil de una carrera de grado.

Respecto de las Licenciatura en Comunicación Social y Comunicación Institucional, se observa un divorcio entre dos posturas: la que sostiene que el título debe ser de □Comunicador Institucional□ y la que entiende que debe ser de □Comunicador Social□. Esto se resolvió creando dos carreras y poniendo títulos intermedios con perfil de □analistas□, predominante en general en las dos propuestas.

Una mención especial merece el modo en que se pensaron los contenidos para la especialidad en comunicación institucional, en tanto se hace un recorte que pone el acento en los saberes técnicos, por lo que la propuesta académica, como se dijo parece más pertinente a una carrera de pre-grado.

Atendiendo al contexto de desarrollo profesional en el que se desempeñan comunicadoras y comunicadores se debiera considerar que la formación que reciben les habilite para:

Impulsar políticas de comunicación para organizaciones o empresas, públicas, privadas, de la economía social y solidaria o de formatos híbridos.

Desarrollar imagen e identidad corporativa en diálogo con contextos históricos, sociales, y culturales.

Organizar estrategias de comunicación para públicos internos, externos e híbridos.

Generar contenido digital/analógico para comunicarse con audiencias diversas, en territorialidades reconfiguradas.

Diseñar, ejecutar y evaluar campañas de comunicación para necesidades y grupos específicos, pero en diálogo con contextos globales.

Proponer estrategias creativas para construir nuevas miradas y transformar la cultura de una organización.

Por otra parte, las materias metodológicas aparecen sólo en la Carrera de Comunicación Social. El concepto central del campo disciplinar que es la Comunicación Social queda diluido en la propuesta de las tres carreras. Tampoco se visibiliza la continuidad de la actual licenciatura en las tres carreras. Así, las tres carreras propuestas manifiestan carencias, las dos primeras porque se las vacía de los conceptos metodológicos y disciplinares para convertirla en un listado de materias prácticas. Y la tercera, de Comunicación Social, porque queda recluida al ámbito de la investigación, alejada del enfoque latinoamericano que propone epistemologías construidas en el modelo de acción-reflexión-acción, como procesos inescindibles y en diálogo permanente.

Al igual que lo señalado en la orientación anterior, se mencionan aspectos que debieran estar incluidos en la formación:

Formar graduadas y graduados capaces de intervenir con solvencia teórica, práctica, metodológica, y con discernimiento crítico, en el análisis, planificación, ejecución y gestión de los diversos procesos de comunicación social en cualquier ámbito que se requiera.

**Ambas propuestas debieran incluir los siguientes ejes conceptuales:**

Principales teorías, enfoques y debates contemporáneos de la comunicación.

Procesos sociales, económicos, políticos y culturales que inciden en las formas de comunicación e información nacional, latinoamericana y mundial.

Metodologías e instrumentos para el análisis, la investigación de la comunicación y la producción de diferentes tipos de discursos.

Contextos sociales, antropológicos, culturales y políticos dinámicos, en los cuales tienen lugar los procesos y prácticas de la comunicación e información.

Actualmente existen tecnicaturas que han sido revalidadas por el Ministerio de Educación recientemente, por lo que era necesario actualizar los contenidos de las áreas teóricas y metodológicas. Solo aparecen modificados los de dos carreras: □Comunicación y Turismo□ y □Comunicación y Deporte”, con lo cual se presenta un desfase con las que se mantienen con la propuesta diseñada hace más de dos décadas.

En el caso de los contenidos mínimos presentados para cada materia, se observa que responden quizás, a un nombre que después ha sido modificado. Es el caso de la materia Introducción a las Carreras de Comunicación cuyos contenidos mínimos parecen más pertinentes a un espacio curricular de introducción a la comunicación.

Respecto del Módulo Egreso, aparece un recorrido que los alumnos debieran hacer como consultorías a diferentes cátedras, pero no queda claro cuál es el trabajo final que deben realizar, ni los propósitos del mismo.

Respecto de la manera en que se encaró la reforma del actual plan de estudio (que data del año 1993) por parte de la institución, se observa una escasa participación de los claustros de egresados y estudiantes. En el caso de los egresados se convocó mayormente a quienes tenían perfil de investigadores de CONICET, no siendo considerada la experiencia de quienes trabajan en diversos espacios laborales, tanto tradicionales como nuevos, (gremios, organizaciones sociales, medios, plataformas, empresas, espacios políticos, instituciones educativas, etc.).

Para la revisión de los planes de estudio, se contó con un Consejo Asesor que avanzó sobre el diseño de la propuesta, pero el mismo se dejó de consultar a mediados de 2021. También dejó de consultarse a la asesora externa y la profesora encargada de llevar adelante los debates renunció y no fue reemplazada.

En definitiva, el diseño final de la propuesta de reforma se centró en duplas propuestas por la gestión, que armaron lo que se presentó como “nuevos planes de estudios”, que si bien nombra los espacios creados a tal efecto desde 2016, desconoce los avances y acuerdos logrados oportunamente en esos espacios de participación.

Otro aspecto importante a considerar es la deshistorización del proceso de cambio de plan de estudios. En ocasiones, por exceso de voluntad □ fundacional □ de una gestión, se dejan de lado experiencias que han sido valiosas y relevantes para afrontar estos procesos de cambio curricular. Así, las jornadas para desarmar el Plan realizadas en 2004, que contaron con una participación masiva de docentes, estudiantes, nodocentes y graduados, fueron el puntapié inicial de debates que en diversos momentos, desde 2008 hasta 2016, tuvieron como característica fundamental su resolución colectiva con la participación de todos los claustros.

En ese sentido, vale mencionar el caso de la Carrera de Comunicación Social de la UBA, que acaba de aprobar un nuevo Plan de Estudios, el cual seguramente no estuvo exento de la conflictividad y la complejidad inherente a estas transformaciones, pero es notable que en la resolución<sup>1</sup> de aprobación, menciona con detalle los antecedentes que durante tres décadas fueron construyendo los cimientos del Plan que finalmente se logró aprobar en 2023. Historización que resulta fundamental si pensamos que una Propuesta Curricular no es una suma de contenidos aggiornados y ajustados a intereses coyunturales, sino que debe expresar la tensión dialéctica que emana de la voluntad de una comunidad educativa y el entorno más amplio de la sociedad a la que pertenece, la cual provee los estudiantes que en ella se forman y a la cual vuelven más tarde como profesionales. En esa salida de comunicadoras y comunicadores al campo profesional es en donde se juega la calidad de la formación recibida en una institución educativa.

### **Algunas cuestiones que necesariamente deben revisarse.**

Para abordar este ítem, realizamos una jornada de debate y reflexión en la que participaron estudiantes, docentes, egresados y nodocentes. A partir de la utilización de la metodología de café mundial<sup>2</sup> se propuso una conversación extendida en la que se plantearon consignas de trabajo que permitieran poner en discusión los pasos a seguir y contenidos a diseñar para pensar en una propuesta curricular superadora, que por encima de cualquier interés personal, grupal o corporativo, atienda genuinamente a las necesidades de formación de las nuevas generaciones de estudiantes de comunicación.

A continuación se presenta una síntesis de ese trabajo colectivo:

Se acuerda en que toda carrera que se incluya dentro de una Propuesta Académica para la formación universitaria en comunicación debiera contemplar las siguientes áreas:

Teórica. Saberes específicos del campo y transversales

Lenguajes y Metodologías

---

1 RES SC- 2023-504-E-UBA-REC

2 Café Mundial: La técnica se desarrolla alrededor de preguntas que ayudan a intervenir en diálogos constructivos, que recogen aristas y particularidades de los participantes, fomentando la creatividad y el aprendizaje colaborativo, donde se descubren nuevas posibilidades de acción, significados comunes e inteligencia colectiva (Tiano, 2010: 1).

## Producción

### Saberes profesionales comunicacionales y otros

Estas áreas deben pensarse como espacios relacionados, articulados y complementarios que se retroalimentan entre sí y no como instancias fragmentadas.

La complejidad del mundo en el presente y las particularidades que asume esa complejidad en el campo de la comunicación, invitan a una reflexión que necesariamente es inter y transdisciplinaria. Frente a los cambios profundos y acelerados que ponen a la humanidad ante un nuevo orden civilizatorio, resulta imprescindible no encorsetar a la comunicación, sino antes devolverle su vocación amplia, estratégica, transdisciplinar y procesual.

La comprensión del contexto implica el diálogo con saberes cercanos y otros que no lo son. Así, junto con las teorías de la comunicación, la filosofía, las ciencias políticas, la psicología, la antropología, la sociología, las ciencias del lenguaje, la historia; necesitan dialogar con el pensamiento computacional, con la biología, con las ciencias de datos y con la mayor variedad de campos de conocimiento, posibles.

Pensar la formación en comunicación como un hacer situado. Para ello es necesario recuperar la perspectiva latinoamericana desde el comienzo de la/s carrera/s.

Como metodología, la educación tradicionalmente se basa en respuestas: docente, institución, sistema educativo. Análogamente, en el campo de la comunicación, sucede lo mismo. Es necesario recuperar la pregunta freireana  $\square$  como disparadora de las conversaciones y debates para poder comprender e incidir en los nuevos contextos.

Las y los comunicadores deben poder mantener, en una relación/tensión dialéctica, la formación teórica con la incorporación de habilidades técnicas y prácticas. Como analista el/la comunicador/a mira desde arriba (este es sólo un modelo reduccionista para pensar el perfil).

Pero la comunicación, es antes que nada, poder mirar/mirarse y mirar a otros y otras. En ese sentido, la preocupación por destinatarios y audiencias, se torna crucial para pensar una comunicación estratégica. Al mismo tiempo, es necesario también construir una mirada crítica sobre los lenguajes y metodologías.

Un/a comunicador/a tiene que saber hacer y disponer de herramientas que en la propuesta actual sólo están en el plan vinculado al periodista.

Como bien sabemos, la comunicación no está hecha sólo de **medios**, sino también de **mediaciones y transmediaciones** que hablan de vínculos, espacios, ámbitos en los que importan problemáticas comunes a quienes los integran. **Es necesario pensar una propuesta curricular que ponga en práctica esa perspectiva de la comunicación.**

El lenguaje es un campo de estudio importante en la formación en comunicación. Los símbolos, los signos y los sentidos se reconfiguran aceleradamente en el actual ecosistema tecnológico-comunicacional-cultural. En la Propuesta de Plan de Estudio presentada por la actual gestión, se piensa al lenguaje, sólo relacionado con la investigación, dejando de lado la relevancia que tiene en el ejercicio del periodismo y de la comunicación en instituciones, organizaciones, el Estado y las empresas. Más aún si pensamos en la revolución que está aconteciendo en el plano lingüístico, a partir de la explosión y expansión de la Inteligencia Artificial.

El  $\square$ divorcio $\square$  entre comunicación social y comunicación institucional no existe en la realidad. La propuesta de dos carreras responde más bien a la intencionalidad de desplazar saberes y capacidades que son crucia-

les en una formación integral de las y los comunicadores.

La idea de producción de saberes específicos, del plan de estudios propuesto, presenta saberes tajantes y estancos; lo cual la transforma en una propuesta de formación fragmentada y fragmentaria. Para superar esta fragmentación, la formación en comunicación debería propiciar las siguientes habilidades: **saber analizar, saber hacer, saber pensar, saber poner en juego esos saberes en la realización de producciones con otros campos de saber y con comunidades diversas.**

Así, el ciclo básico debiera pensarse con materias troncales, que no pueden faltar: teorías de la comunicación, antropología, filosofía, historia, historia de los medios, economía, sociología, psicología.

Respecto del trabajo final, como momento de integración de los contenidos, habilidades y destrezas aprendidos a lo largo de la cursada de la carrera, debiera pensarse como la posibilidad de un  taller total  para la generación de la tesina; con niveles de complejidad según año de cursada: metodología, delimitación del problema, análisis de la comunicación cualitativo, análisis de la comunicación cuantitativo, mixto y concluir en un recorrido final de elaboración de la tesina en un Taller que acompañe la producción de la misma.

El Trabajo Final de Grado se debería pensar como una generación de saberes transferenciales, saberes también profesionales, saber todo lo necesario para comunicar eficazmente en una sociedad compleja.

La comunicación es un campo de disputa, una disputa por el sentido del conocimiento también; volver a instalar que la comunicación es procesual y no instantánea, tener en cuenta las demandas sociales, saber cómo diagnosticar desde lo cultural y cuáles son los saberes que se necesitan.

Es importante plantear un proyecto de facultad, un proyecto de carreras, que invite a pensar y a formar de manera crítica, los sentidos amplios y diversos acerca de estudiar comunicación.

Es necesario que haya una diferencia sustantiva entre la formación que ofrecen las carreras en la universidad pública, tanto por su vocación inclusiva, como por la incidencia pública y social en la que tiene agencia tanto la institución, como las y los profesionales que se forman en ella. Así, es importante poder elegir la universidad pública, porque se encuentran en ella las herramientas teórico-prácticas suficientes para formarse como un/a comunicador/a con vocación de servicio a la comunidad y no sólo como un oficio o profesión.

### **¿Desde dónde se pueden pensar acciones que permitan la participación de toda la comunidad educativa para trabajar una nueva Propuesta Curricular para la FCC?**

Es necesario generar instancias y oportunidades de trabajo y de discusión colectiva, para potenciar la idea y la factibilidad de que las transformaciones y los cambios estructurales de la facultad no pueden realizarse a puertas cerradas. La participación y los aportes de diferentes actores de todos los claustros, sumados a otros, como organizaciones gremiales, sociales, empresariales, mediáticas, resulta fundamental para pensar una propuesta académica integral, que contenga diferentes perspectivas, experiencias, expectativas que aporten a la formación de profesionales capaces de responder a los desafíos del mundo actual.

Construir verdaderamente en comunidad y recuperar el sentido de pertenencia, es clave para pensar en las preguntas que tenemos que hacer y hacernos, así como las instancias que habría que propiciar para alentar y movilizar a esa participación.

Convocar a todos los claustros de la comunidad de la facultad para volver a la pregunta más general y más amplia ¿Qué facultad necesitan las y los estudiantes para su formación y los docentes para atender a esa demanda? ¿Qué propuesta académica necesita la facultad, para atender a la formación de comunicadoras

y comunicadores que sean capaces de responder eficazmente a los desafíos, problemáticas y complejidad de las sociedades en el presente?

Se trata de pensar una propuesta académica integral y a la vez integradora: diseñar cuáles y cómo van a ser los procesos de transición y qué se puede ir cambiando en el actual plan de estudios. Si bien no hay modelos a seguir para el proceso de transición, la discusión entre quienes conforman la comunidad de la FCC (estudiantes, docentes, egresadas/egresados y nodocentes) garantiza una transición pensada, debatida y consensuada como comunidad educativa.

Es importante ampliar la discusión a todos los claustros a través de distintas voces. Voces que ya han pensado en la facultad, que siguen pensando en la facultad y sus desafíos, sumadas a nuevas voces para construir colectivamente la trama de la educación superior, que desde la comunicación aporte a las demandas de este tiempo.

# Las teorías de la comunicación ante la digitalización: ¿cómo se piensa la formación actual?

Victor Lenarduzzi,  
victorlenarduzzi@gmail.com

**IIGG-FCS-UBA**

Gabriela Samela  
gsamela@gmail.com

**FCS-UBA**

Paula Simkin  
paulasimkin@gmail.com

**FCS-UBA**

## Introducción

Este trabajo presenta las ideas iniciales del Proyecto UBACYT “*Cartografía conceptual de la «comunicación/cultura» contemporánea (estética, técnica y política). Las «teorías de la comunicación»: entre la investigación y la enseñanza*”, Programación Científica 2023. El mismo se propone relevar y analizar los cambios que se produjeron (o no) en la enseñanza de las Teorías de la Comunicación a partir de las transformaciones que se han verificado en las infraestructuras y las prácticas de comunicación y cultura del presente debidas a la expansión de Internet y las redes sociales y, en un sentido más general, vinculadas a los procesos de digitalización y virtualización de la vida social en sus más variados aspectos (Hjarvard, 2016, Berardi, 2017, Hepp, 2020).

El proyecto, de carácter panorámico (que busca continuar la impronta de proyectos previos<sup>1</sup>), se propone cartografiar los aportes conceptuales orientados a repensar las Teorías de la Comunicación. Entre finales del siglo XX y principios del XXI, se produjeron importantes transformaciones que indican que “la comunicación ha llegado a ser el elemento central que establece las relaciones de producción, que guía el desarrollo capitalista y que transforma además las fuerzas productivas” (Hardt y Negri, 2012, p. 534). Los últimos 30 años han sido escenario del desarrollo de múltiples formas de comunicación digital, que afectan al arte, la vida cotidiana, la intersubjetividad, las maneras de informarse y la gestión de lo político: un conjunto de cambios que terminan por desbordar lo comunicacional hacia el conjunto de la existencia. Como observa el crítico Éric Sadin, “Internet no constituye de ahora en más sino un parte relativa del entorno digital que ha desbordado el estricto marco frontal de la pantalla para conquistar progresivamente todos los campos de la vida” (2018, p. 36). Se trataría de asumir que, desde la década de 2010, el “momento internet” y la “era del acceso” a la información y la comunicación conviven con una nueva fase que se desarrolla de manera simultánea y que se puede describir como “la era de la medición de la vida” (p. 37).

La intensa imbricación de lo digital en la vida cotidiana ha producido un renovado interés teórico en el cruce entre tecnología, cultura y sociedad. En el campo comunicacional, específicamente, las discusiones y estudios abiertos

---

1 Nos referimos a la primera y segunda aproximación a “Problemas estéticos y teorías de la comunicación. Contribuciones al abordaje de la cultura mediática en la crítica contemporánea”, proyectos desarrollados entre 2018 y 2022, con financiamiento UBACYT. En ambas aproximaciones hemos enfatizado el abordaje y reconstrucción de aportes teóricos focalizando en la obra de autores (Bourriaud, Groys, Berardi, Han, Huyssen, etc.). Con la idea de continuar esa búsqueda, en esta oportunidad vamos a manejar un criterio más abierto, que ponga énfasis en problemas y conceptos (y cruce de aportes autorales).

por la irrupción de Internet dentro de la escena de los medios masivos de comunicación han dado a luz a una prolífica bibliografía sobre los llamados “nuevos medios”, en la que domina una caracterización de las tecnologías en tanto origen y condición de posibilidad de nuevos modos de expresión, de una nueva dinámica cultural e, incluso, de nuevos modos de organización de lo social. Sin embargo, los cambiantes procesos sociales y culturales dentro de los cuales se enmarcan estas novedades tecnológicas nos obligan a detenernos en algunos aspectos que caracterizan la sociedad presente para intentar aprehenderlas teóricamente poniendo énfasis en un abordaje que las inscriba en un entramado, no en una relación causal lineal.

Es notorio que con Internet y las redes sociales digitales -pero también con otras formas de intervención técnica sobre la existencia, como la inteligencia artificial y el big data (Sadin, 2020) – se dieron y dan discusiones en torno a las transformaciones de lo cultural/simbólico y sobre formas muy elementales de organización de la vida colectiva e individual, como, entre otras cosas, la complejización de la noción de “lo real” por la expansión de la “virtualización” (Lévy, 1999). En el mismo sentido, una situación tan básica y relativamente nueva como es “habitar en un entorno digital la mayor parte de nuestras vidas” (Berardi, 2017, p. 13) se entrama con transformaciones en los modos de conocer, en las formas perceptivas y en la sensibilidad. Retomando la terminología de Berardi (2007, 2015 y 2017), se puede decir que hemos venido asistiendo a una serie de pasajes: del orden mecánico al orden digital, de una infoesfera alfabética hacia una digital, de la interacción conjuntiva a la conectiva y del capitalismo industrial al semiocapitalismo.

También se han observado nuevas formas de despliegue del poder vinculadas al nuevo orden informacional: se trata de “un cierto tipo de racionalidad (a)normativa o (a)política que reposa sobre la recolección, la agrupación y el análisis automatizado de datos en cantidad masiva de modo de modelizar, anticipar y afectar por adelantado los comportamientos posibles” (Rouvroy y Berns, 2016, p. 96). Así, estaríamos frente a una “gubernamentalidad algorítmica” que crea modelos de comportamiento (perfiles) supraindividuales sobre la base de datos infraindividuales.

En este marco general es posible plantear cuatro grandes tendencias (aunque no sean las únicas) en los abordajes que permiten referirse a la mutación de la comunicación en curso:

- 1-las caracterizaciones de época y las miradas generales sobre la cultura actual (era digital, sociedad de la información, tecnoliberalismo, semiocapitalismo, capitalismo de vigilancia, etc.);
- 2-las conceptualizaciones que buscan captar la especificidad de la comunicación actual (autocomunicación de masas, comunicación digital interactiva, cultura de la conectividad, cultura de la convergencia, etc.);
- 3-las indagaciones sobre las transformaciones estéticas, tanto en lo que hace a los cambios en el arte (poéticas tecnológicas, net art, artes mediales) como a las mutaciones en la sensibilidad (percepción, experiencia del cuerpo, diseño de sí, etc.), y
- 4-las que, a partir de la comunicación, se interrogan sobre lo político y el poder (sociedad de control, gubernamentalidad algorítmica, espacio público expandido, ciberactivismo, acción conectiva, etc.).

Nuestro interés apunta a dar cuenta de las formas en que estas conceptualizaciones han sido recogidas en la enseñanza de corrientes teóricas y problemas conceptuales del campo comunicacional.

## El proyecto

Para poder delinear este mapa conceptual emergente, el proyecto se plantea desarrollar una matriz de análisis que permita indagar, en un corpus de programas de enseñanza de materias que abordan los aspectos teóricos de la comunicación, acerca de las redefiniciones del “repertorio clásico” de saberes teóricos del campo, así como también de las innovaciones introducidas para abordar las nuevas temáticas. Para ello, nos preguntamos **cómo**

**se expresan estas redefiniciones y novedades en la selección de enfoques y contenidos.** Complementariamente, el proyecto relevará qué tópicos forman parte de las inquietudes de investigación de quienes llevan a cabo las tareas de formación.

Finalmente, este trabajo permitirá la elaboración de una serie de mapas que buscarán cartografiar tres cuestiones interrelacionadas:

- 1-los principales aportes teóricos recientes,
- 2-la renovación conceptual de las carreras de comunicación, y
- 3-la investigación vinculada a los dos ejes previos.

La indagación así planteada responde al objetivo general de aportar a la tradición de los estudios y debates sobre comunicación, cultura y sociedad. Para eso, el proyecto se propone los siguientes objetivos específicos:

- Delimitar núcleos relevantes de innovación teórica y construcción crítica en torno a los problemas de la comunicación en la sociedad contemporánea.
- Reconstruir las trayectorias de lectura, reinterpretación y debate de los autores contemporáneos con el “campo clásico” de la reflexión sobre medios y cultura de masas.
- Indagar sobre los cambios de los contenidos y de la enseñanza universitaria en lo que hace a la formación teórica en el campo comunicacional.
- Generar espacios de intercambio con otros equipos de investigación de temáticas afines en universidades nacionales.

¿Cómo abordar estas “nuevas” configuraciones? ¿Qué repertorio de saberes resulta pertinente para hacerlo? ¿Se trata de un corte, de algo así como “un antes y un después” de la historia? ¿Qué hay de continuidad y discontinuidad respecto de las realidades que constituyeron a las formas conocidas de la comunicación de masas? Seguramente los saberes clásicos no pueden dar cuenta de todo de lo que sucede en la actualidad pero -a la vez- no podemos abandonar del todo esas tradiciones, ya que allí encontramos inspiración para seguir investigando sobre los fenómenos comunicacionales. Además, no es sencillo sostener que alguna pregunta se esté formulando por primera vez (en medio del vacío). Al respecto, es sugerente la siguiente observación de Carlos Scolari: “en cierta manera podría decirse que *estamos condenados a releer todas las teorías de la comunicación de masas desde lo digital*” (2008, p. 155). Y así como parece ineludible sostener un diálogo entre clásicos y contemporáneos, también resulta pertinente agregar que hoy ya no nos encontramos frente a “grandes teorías” sino a repertorios de saberes teóricos (que no aspiran a la completitud).

La comunicación, señala Silvio Waisbord (2019), deviene una “post-disciplina” y tiende de manera muy acentuada a la fragmentación y la hiperespecialización; lo que se puede llamar “giro digital” transforma las temáticas que tradicionalmente se consideraban “estudios de comunicación” (los efectos de los *media*, contenidos, producción, etc.). Dado que este “giro” abarca los más variados aspectos de la vida y la organización de las sociedades, los abordajes sobre la comunicación se ven en una “permanente” redefinición ontológica y analítica, ya que todo parece transformarse en un asunto de comunicación digital. Ante la dinámica cambiante de la era digital, aún aquellos aportes que intentan fundarse en “evidencia empírica” tienden -de todas maneras- a permanecer en el plano de la conjetura, es decir, en cierto grado son “provisorios” (antes que definitivos) y abiertos a la reinterpretación. A su vez, pasadas ya dos décadas del siglo XXI, resulta pertinente formular algunas sistematizaciones no con el fin de fijar lo que está “en proceso” sino de “cartografiar” tendencias y zonas relevantes de la reflexión teórica.

## Hipótesis de trabajo

En líneas generales, se suele considerar que una buena hipótesis es aquella que está expresada en “condicional” y postula una serie de planteos que se aspira a verificar o demostrar. Nuestra idea no se “ajusta” tan claramente a esa expectativa, ya que se trata de un abordaje de carácter teórico que apunta a explorar el surgimiento de nuevas ideas y la relectura de las tradiciones teóricas del campo de la comunicación. Sin embargo, resulta posible formular una suerte de hipótesis general y abarcadora que puede operar como idea guía:

*Las transformaciones recientes de los medios de comunicación y las tecnologías vinculadas a la producción y recepción de bienes culturales, constituyen un reto para los estudios de comunicación y cultura y producen la necesidad de formular indagaciones no sólo en la constatación empírica de esos cambios (y su descripción exhaustiva) sino también **de las conceptualizaciones que permiten pensar y analizar dichas transformaciones**. En este marco, resulta pertinente privilegiar un abordaje que recupere los encuadres teóricos que formulan aportes para la interpretación crítica de la cultura mediática. A la vez, estos cambios ontológicos y teóricos, darían lugar a redefiniciones en la formación y la enseñanza (sobre los cuáles no existe una mirada sistemática).*

Dentro de los aportes y relecturas conceptuales que nos proponemos “mapear” enfatizaremos en las discusiones teóricas acerca de:

- el entorno de los llamados “nuevos medios”<sup>2</sup> y las reconfiguraciones tecnológicas de la vida cotidiana;
- el carácter político de estas transformaciones (en tanto redefinen las formas básicas de socialidad y las relaciones de poder);
- la relación entre “mediatización” y “estetización” en la sociedad actual (en tanto habilita a problematizar dimensiones de la sensibilidad y la subjetividad).

Como hemos explicitado, el recorrido que nos proponemos opera en diferentes niveles: el mapeo teórico (no totalizador, pero buscando nudos significativos), una cartografía de los contenidos de la enseñanza (¿qué renovaciones se han producido en los repertorios conceptuales y bibliográficos?) y el trazado de las relaciones con procesos de investigación (¿qué se está investigando mientras se enseña Teoría?).

Todo este planteo apunta a una continuidad que probablemente exceda este proyecto (cuya duración es de tres años) y potencie su prolongación en el tiempo a partir de los “indicios” (antes que datos) que se puedan recabar de los dos últimos niveles y la profundización del análisis en términos cualitativos. Nos referimos al relevamiento de otras materias teóricas de los planes de estudio, además de las que se denomina propiamente “teorías”, que abordan temas que han sido clave en la configuración del campo de estudios, como Semiótica, materias que abarcan el cruce entre Comunicación y Arte, asignaturas que abordan la Tecnología desde un punto de vista conceptual, etc..

Del mismo modo, está en nuestro horizonte el análisis más detenido (producción escrita, entrevistas a referentes, etc.) de los aportes recientes formulados desde proyectos de investigación realizados en el país (énfasis disciplinares, inquietudes regionales, etc.).

## Teoría y metodología

Hemos elegido para la denominación del proyecto referirnos a la “**comunicación/cultura**”. La relación entre comunicación y cultura figura hoy en día en el sentido común que, sin embargo, tiene momentos y formulaciones

---

<sup>2</sup> Utilizamos –provisoriamente– la expresión “nuevos medios” por la referencia inmediata que hace a los cambios del mundo mediático, aun cuando sabemos que es insuficiente y ampliamente discutida.

reconocibles que dan cuenta de que la misma es un “constructo”, no algo dado. Fue la revista *Comunicación y cultura* la que en 1973 instaló ese par conceptual como una clave del campo de estudios cuyo momento culminante es la propuesta de desplazar la conjunción copulativa “y” por una barra que daba lugar al “comunicación/cultura” que recuperamos para el título del proyecto (en lugar de sostener la lejanía “la barra –decía Schmucler (1984, p. 7)- “acepta la distinción, pero anuncia la imposibilidad de un tratamiento por separado”).<sup>3</sup>

En este marco, es que pensamos que las cuestiones vinculadas a la sensibilidad, la tecnicidad y el poder constituyen problemas básicos que atraviesan orden cultural en el que la comunicación adquiere forma. Esa relación de imbricación entre comunicación y cultura marcada por la barra no refiere necesariamente a algo inmóvil, sino presionado por las dinámicas históricas que han llevado a que la cultura no se experimente como “esfera separada”, sino como un espacio de “estructuración” (mientras que la “representación” plantea más bien una relación de tipo “especular” entre sociedad y cultura). Ese nuevo ordenamiento –se adjective como digital, informacional o lo que se prefiera viene de la mano de una “mutación” que se puede caracterizar –a partir de Lash- como un “descenso” de la re-presentación a la presentación, ya que *no deja tiempo* para la primera en las condiciones de una cultura de lo efímero y la aceleración. La mediatización también inmediatiza y *no deja tiempo* para “una mediación significativa. En este sentido, no es insensato hablar de los «inmedios masivos de comunicación».” (2005, p. 134). Las condiciones materiales de la producción de la cultura contemporánea están cursando una profunda mutación que –de manera simplista quizá- puede sintetizarse como un tránsito de lo industrial a lo digital. Esas reconfiguraciones son ineludibles para el abordaje de la comunicación, pensada como tempranamente advirtió Schmucler.

La idea de una “cartografía conceptual” en torno a los aportes recientes (pero también en torno a su presencia/ausencia en la enseñanza y en las apropiaciones en la investigación) aspira a retomar trayectorias que dejaron huella en los estudios de comunicación. En *De los medios a las mediaciones*, Martín Barbero había trabajado con la idea de un “mapa nocturno” (1987, p. 229), es decir, dejando de lado una “lógica diurna” en la que operan las certezas de “lo ya formado” y reconocible, para avanzar “a tientas”. No es anecdótico que el autor mencione a Raymond Williams (2009) y su forma de entender los “conceptos básicos” (que dejan de ser conceptos para volverse problemas, y problemas históricos “en solución”).<sup>4</sup> Por lo tanto, la relevancia del armado de un cierto “glosario”, “vocabulario” o “diccionario” –por así llamarlo- de las transformaciones se vuelve una tarea necesaria (como dijimos, no para fijar sus sentidos, sino para reconocer sus tensiones).

Más tarde -en *Oficio de cartógrafo* (2002)-, la cartografía directamente fue asumida por Martín Barbero como *un oficio/estrategia metodológica* –no necesariamente plana- que “se vuelve fractal... y se expresa textual, o mejor textilmente: en pliegues y des-pliegues, reverses, intertextos, intervalos.” (p. 12) Por lo tanto, la cartografía no sólo representa fronteras o límites, sino también entrelazamientos, zonas de contacto e intercambio y hasta laberintos. Es este el sentido que adquiere la propuesta de “mapear” los aportes que en las dos primeras décadas del siglo XXI se proponen pensar aspectos centrales de las transformaciones comunicacionales (y retomar/reactualizar las tradiciones que les sirven de punto de apoyo o interlocución polémica). No se aspira a dar cuenta de todo (el mapa no es el territorio –recuérdese el breve cuento de Borges “Del rigor en la ciencia”) sino a dar cuenta de algunos “nudos” que se vuelven relevantes en el entramado, sabiendo que –en la dinámica cambiante de la contemporaneidad- constituyen siempre núcleos provisorios y “en proceso” pero que permiten problematizar mediaciones significativas (“socialidad”, “sensibilidad”, “tecnicidad” atravesadas por la pregunta política por el poder) atendiendo especialmente al surgimiento de “imaginación teórica”.

3 Hemos trabajado extensamente sobre esa herencia de la revista *Comunicación y cultura* y en torno a esta cuestión en V. Lenarduzzi (1998).

4 “Cuando los conceptos más básicos –aquellos, como se dice, de los cuales partimos- son súbitamente vistos no como conceptos sino como problemas; no como problemas analíticos, sino como movimientos históricos aún irresolutos, pierde sentido escuchar sus sonoras invitaciones o sus resonantes estruendos. Sólo debemos recobrar, si podemos, la sustancia con la cual sus formas fueron moldeadas” (Williams, 2009, p. 17).

Pero las preguntas implicadas en nuestra búsqueda remiten no sólo a las reelaboraciones teóricas. También nos preguntamos: ¿Cómo han sido recogidas estas transformaciones en las carreras de comunicación del país? ¿Cómo han sido incorporadas a los diseños curriculares? ¿Cuál es el diálogo que mantienen estas innovaciones con la tradición y sus representantes más relevantes (Benjamin, Adorno, McLuhan, Barthes, Lazarsfeld, Debord, Baudrillard, Hall, Mattelart, etc.)? Así, la investigación implica tres niveles:

-Cartografiar los aportes conceptuales más recientes (nos referimos a las primeras décadas del siglo XXI) que problematizan la comunicación atendiendo a las dimensiones estética, técnica y/o política (en continuidad con lo realizado en proyectos previos).

-Indagar sobre la renovación del corpus conceptual que se enseña en las carreras de Comunicación de las Universidades públicas argentinas.

-Explorar los temas de investigación vinculados al eje anterior. (¿Qué investigan quienes enseñan Teorías de la Comunicación?<sup>5</sup> ¿Qué problemas conceptuales se construyen?)

Para avanzar con estos dos últimos niveles, se relevarán únicamente universidades nacionales, sin considerar universidades de gestión privada, ni institutos universitarios de cualquier tipo de gestión. En cuanto a las carreras, incluiremos en este primer estudio sólo las de grado. Así, se relevarán los programas de asignaturas de Teorías de la Comunicación o Teorías de la Comunicación I o equivalentes en planes de estudio de Licenciaturas en Comunicación o equivalentes.

De acuerdo al Departamento de Información Universitaria de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación, 29 universidades nacionales dictan este tipo de carreras en el nivel de grado, con extensión variable entre 4 o 5 años de duración, según el plan de estudio. Estas universidades son: Universidad de Buenos Aires, UN de Chilecito, UN de Córdoba, UN de Cuyo, UN de Entre Ríos, UN de General Sarmiento, UN de Jujuy, UN de La Pampa, UN de la Patagonia San Juan Bosco, UN de la Patagonia Austral, UN de La Plata, UN de La Rioja, UN del Centro de la Provincia de Buenos Aires, UN del Comahue, UN del Nordeste, UN de La Matanza, UN de Lomas de Zamora, UN de Misiones, UN de Moreno, UN de Quilmes, UN de Río Cuarto, UN de Río Negro, UN de Rosario, UN de Salta, UN de San Juan, UN de San Luis, UN de San Martín, UN de Tucumán y UN de Villa María.

Las titulaciones otorgadas por estas universidades se distribuyen de la siguiente forma: Licenciado en Comunicación Social (23 universidades), Licenciado en Ciencias de la Comunicación (4 universidades), Licenciado en Comunicación (1 universidad) y Licenciado en Estudios de la Comunicación (1 universidad).

Para la exploración sobre los temas de investigación y su relación con el corpus conceptual contemporáneo, se desarrollará un primer relevamiento y análisis básico (temática, encuadre, etc.) de proyectos de investigación llevados a cabo por equipos de profesores vinculados a la enseñanza de las teorías. Esta será una tarea preliminar con el fin de esbozar un primer mapeo de problemas conceptuales en construcción en el campo comunicacional argentino contemporáneo (apropiaciones teóricas, revisiones conceptuales, innovaciones, etc.), en función de un proceso que se espera continuar en un futuro proyecto, en el que sería deseable contar con vinculaciones interinstitucionales que potencien la búsqueda y el análisis.

De estos relevamientos y análisis, surgirán una serie de mapas que esperamos puedan servir de insumo para la discusión e intercambio teórico y que aporten a la comprensión de los cambios comunicacionales del presente.

---

5 Si bien no es una regla general, muchos diseños de carreras contemplan varios niveles de materias llamadas Teorías de la Comunicación (pueden ser dos o tres) o planteos que suelen seguir el trayecto Teorías de la Comunicación- Comunicación y Cultura- Investigación en Comunicación. En principio, serán objeto de este mapeo aquellas asignaturas que se delimitan bajo la denominación "teorías" del primer nivel.

## Referencias bibliográficas

- Benjamin, W. (1989). *Discursos interrumpidos*. Taurus.
- Berardi, F. (2007). *Generación Post-Alfa: patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. Tinta Limón.
- Berardi, F. (2015). *La fábrica de la infelicidad. Nuevas formas de trabajo y movimiento global*. Tinta Limón.
- Berardi, F. (2017). *Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva*. Caja Negra.
- Bourriaud, N. (2006). *Estética relacional*. Adriana Hidalgo.
- Bourriaud, N. (2007). *Postproducción*. Adriana Hidalgo.
- Bourriaud, N. (2015). *La exforma*, Adriana Hidalgo.
- Bourriaud, N. (2020). *Inclusiones. Estética del capitaloceno*. Adriana Hidalgo.
- Carlón, M. y Scolari, C. (2009) [eds.]. *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía.
- Costa, F. (2021). *Tecnoceno. Algoritmos, biohackers y nuevas formas de vida*, Taurus.
- Debord, G. (2008). *La sociedad del espectáculo*. La marca.
- Entel, A. (1993). *Teorías de la comunicación. Cuadros de época y pasiones de sujetos*. Hernandarias.
- Groys, B. (2008). *Bajo sospecha. Una fenomenología de los medios*. Pre-textos.
- Groys, B. (2008a), *Art Power*, MIT Press.
- Groys, B. (2014), *Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea*. Caja Negra.
- Groys, B. (2016), *Arte en flujo. Ensayos sobre la evanescencia del presente*. Caja Negra.
- Han, B. (2014), *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Herder.
- Han, B. (2021), *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*. Taurus.
- Hardt, M. y Negri, A. (2012). *Imperio*. Paidós.
- Hjarvard, S. (2016). Mediatización: la lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social. *La trama de la comunicación*, 20 (1), 235-252.
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. Routledge.
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (1971). *Dialéctica del iluminismo*. Sur.
- Jenkins, H. (2008), *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Lash, S. (2005). *Crítica de la información*. Amorrortu.
- Lenarduzzi, V. (1998). *Revista Comunicación y cultura. Itinerarios, ideas y pasiones*. Eudeba.
- Lenarduzzi, V. y Samela, G. (2021), Digitalización y efecto enjambre. *Comunicación, general intellect y poder en el semiocapitalismo*. *Chasqui*, 148, 293-308.
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Paidós.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Anthropos.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Anagrama.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Martín Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. FCE.
- Mata, M. (1999), "De la cultura masiva a la cultura mediática". En *Diálogos de la comunicación*, N° 56. FELAFACS.
- Mattelart A. y Mattelart, M. (2005), *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós.

- Mattelart A. y Vitalis, André. (2015). *De Orwell al cibercontrol*. Gedisa.
- McLuhan, M. (2005). *Leyes de los medios*. En *Inédito/McLuhan*. La Marca.
- Rouvroy, A. y Berns, T. (2016). Gubernamentalidad algorítmica y perspectivas de emancipación. ¿La disparidad como condición de individuación a través de la relación? *Adenda Filosófica*, 1, 88-116.
- Sadin, E. (2018). *La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital*. Caja Negra.
- Sadin, E. (2020). *La inteligencia artificial o el desafío del siglo. Anatomía de un antihumanismo radical*. Caja Negra.
- Samela, G. (2018). *Subjetividades virtuales. Las narrativas del yo en Internet*. Teseo.
- Scolari, C. (2004). *Hacer clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Gedisa.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.
- Snircek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra.
- Schmucler, H. (1984). Un proyecto de comunicación/cultura. *Comunicación y Cultura*, 12.
- Steyerl, H. (2014). *Los condenados de la pantalla*. Caja Negra.
- Subirats, E. (2001). *Culturas virtuales*. Biblioteca nueva.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.
- Virno, P. (2003). *Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporánea*. Colihue.
- Waisbord, S. (2019). *Communication. A Post-discipline*. Polity Press.
- Williams, R. (1996). La Tecnología y la Sociedad, *Causas y azares*, 4, 155-172.
- Williams, R. (2009). *Marxismo y literatura*. Las Cuarenta.
- Zarowsky, M. (2017). *Los estudios en Comunicación en la Argentina. Ideas, intelectuales, tradiciones político-culturales (1956-1985)*. Eudeba.
- Zielinski, S. (2011). *Arqueología de los medios*. Uniandes.
- Zuboff, S. (2021). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Paidós.

# Articulaciones posibles entre la comunicación y los estudios del giro afectivo. Una experiencia desde las agendas de política y género.

Marilyn Alaniz

maria.alaniz@unc.edu.ar

Luciana Echevarría

Fernanda Bratti

fernandabratti@unc.edu.ar

**Universidad Nacional de Córdoba**

## Resumen

El trabajo presenta algunas contribuciones producidas en un seminario denominado *Emociones y afectos en las agendas políticas, de género y socio ambientales en América Latina en la post pandemia*, dictado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC) durante 2022. Se hace hincapié en ejes temáticos que fortalezcan los espacios de diálogo entre los estudios referidos a emociones y afectos y las perspectivas de la comunicación, en particular desde aquellas que ponen el centro en el análisis de la vida y/o la experiencia cotidiana en la cultura como proceso de significación social. Cultura que en la etapa contemporánea ha transitado de lo mediático tradicional a la densidad tecnológica y que abarca un vasto conjunto de hábitos, comportamientos, relaciones, desempeños, posiciones e imaginarios resultantes del potente consumo y uso de las TIC.

Nos adentramos en un recorrido por el llamado giro afectivo (Lara y Enciso, 2014; Arfuch, 2015; Amhed, 2015; Boria y Barei, 2020) o giro emotivo (Sánchez Leiva, 2015; Sarlo, 2020) con especial atención a los procesos de emocionalización del espacio público, comprendido desde nuestra perspectiva de abordaje como el espacio donde se visibiliza la sociedad, donde los medios informativos, las redes sociales de difusión e interacción ponen en escena y pugna la construcción de sentidos, representaciones e imaginarios socioculturales. Estas mediaciones son cruciales como espacios de producción y creación de narrativas mediáticas que apelan a la sentimentalidad desde el odio, el miedo, el optimismo y que se hallan presentes en las expresiones públicas de la dirigencia política en Argentina y otros países de la región. Tales narrativas cuestionan los derechos de género y las disidencias, como así también ponen en sospecha la presencia de un/a otro/a que demanda por derechos básicos como pueden serlo el trabajo, la vivienda, la comida. Desde esta perspectiva entonces, consideramos las emociones como construcciones sociales, históricamente situadas en los procesos comunicacionales vívidos y sentidos en las prácticas culturales.

En estos casi dos años, infinidad de personas hemos transitado por procesos de enseñanza-aprendizaje y laborales predominantemente virtuales, reuniones sociales mediadas por tecnologías, etapas de aislamiento y/o distanciamiento social obligatorio, uso de protocolos sanitarios en todo momento y lugar, experiencias de temor e incertidumbre ante los contagios, y un profundo desarraigo de lo que era el vivir previo a la pandemia. Asimismo,

los medios de comunicación e información fueron el espacio por excelencia donde el flujo de noticias sobre la pandemia, sus efectos y las perspectivas de la crisis global aglutinaron todo tipo de narrativas en las que sobresalieron aquellas que buscaban sensibilizar a la población en torno a los cuidados sanitarios. Razones y circunstancias que creemos, siguen operando en el presente año de la post pandemia aunque con otras características, agendas temáticas y actores.

### **Breves aproximaciones a las teorías del afecto**

El presente trabajo comparte como se expresó en el resumen, algunas reflexiones que fueron surgiendo desde el trabajo con profesores y estudiantes de los últimos años de la carrera de comunicación, en torno al debate en el seminario denominado “*Emociones y afectos en las agendas políticas, de género y socio ambientales en América Latina en la post pandemia*”, dictado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC). El propósito del espacio académico fue propiciar un diálogo entre los estudios de emociones y afectos y la comunicación, mediante el análisis de experiencias y narrativas audiovisuales, sonoras y/o gráficas emocionalizadas, tomando como referencias empíricas expresiones, declaraciones, imágenes sobre asuntos de la política nacional y otras vinculadas al género, los derechos de las disidencias y diversidades sexuales y afectivas. Situamos el abordaje general de nuestras investigaciones y trabajos desde el campo de la cultura como espacio de tensiones, conflictos, negociaciones y producción de significados y observaciones sociales (Williams, 1978, 1994, 2001).

Se tomaron como puntos de partida algunos aportes del giro afectivo, y la presentación de algunos de sus autoras/es, procurando priorizar aquellas producciones más recientes (Arfuch, 2016; Boria & Barei, 2020; Lara & Enciso Domínguez, 2013, 2014; Sánchez Leyva, 2016, Ahmed, 2015, 2019; Berlant, 2020).

Siguiendo a Lara & Enciso Domínguez (2013), respecto a la denominación *giro afectivo*, se plantean tres niveles de análisis: en primer lugar, la denominación del giro, en términos de tradición de estudios relativamente nuevos dentro del campo de las ciencias sociales; luego, las controversias y acuerdos en torno a las palabras emoción y afecto en tanto términos troncales de este núcleo teórico y, por último, las metodologías cualitativas que serían más apropiadas para el abordaje del giro. En el primer tópico cabe destacar los aportes de varias disciplinas que van desde la biología, la neurobiología, la psicología, la sociología, la antropología y la lingüística. Por tal motivo, el primer interés fue interrogar acerca de qué marcos conceptuales o perspectivas de estudio se pueden aportar y/o complementar desde la comunicación social como disciplina. Al respecto, y tomando como inicio algunas claves desde los Estudios Culturales, se sitúa a la cultura como el espacio de construcción, disputa, tensión y circulación de significaciones, usos y apropiaciones de bienes culturales (mediáticos, educativos, ideas, creencias, conocimientos), que conlleva el plano de las emociones y sensibilidades de la vida diaria. Así, la cultura se transforma en una forma de vida, donde se comparten y se recrean y confrontan los significados sociales, el saber, los procesos especiales de descubrimiento y esfuerzo creador (Williams, 1994), donde las emociones son constitutivas de formas de vivir y sentir una determinada práctica cultural, entendida como manera de existir en un tiempo y espacio históricamente situado.

Por su parte, y respecto a la distinción entre afectos y emociones, cabe recordar la propuesta de Brian Massumi (2002, citado en Lara & Enciso Domínguez, 2013) para quien los afectos han sido comprendidos como fenómenos corpóreos, pre conscientes y pre individuales; y las emociones, como el resultado de coordenadas socio históricas, culturalmente reconocibles que proporcionan cierta estabilidad y coherencia a los encuentros relacionales. También señalan que la expresión *giro afectivo* fue utilizada por primera vez en 2007 por Patricia Clough y Jean Halley cuando ellas plantearon que la expresión se refería a estudios del afecto entendidos como fenómenos que son independientes de la conciencia humana o de la comunicación lingüística o discursiva. Hay aquí una marcada influencia de Baruch Spinoza en torno a su noción del afecto, como la capacidad de afectar y ser afectado; es decir, las capacidades específicas del cuerpo para afectar y ser afectado, o bien, el aumento o disminución de la capacidad del cuerpo para actuar o conectar.

El *giro afectivo* es un giro hacia el cuerpo y en contra del privilegio de la prevalencia en los estudios del peso del lenguaje y el discurso. El afecto es comprendido como procedente directo del cuerpo y de hecho entre los cuerpos, sin la interferencia o limitación de la conciencia o de la representación (Lara & Enciso Domínguez, 2014).

Sin embargo, y retomando a éstxs últimxs, planteamos no diferenciar afectos y emociones y utilizar ambos términos de manera indistinta. En tal sentido, aparece la noción del *giro afectivo* como un prometedor espacio de estudio y trabajo inter y transdisciplinar para indagar las emociones en el campo de lo político, lo social y lo cultural y comunicacional. Para ello, y como lo enunciamos previamente, consideramos a las emociones/afectos como construcciones sociales, marcadas históricamente y que son, al mismo tiempo, un condicionamiento para las personas y los colectivos sociales.

Respecto a este giro expresivista, experiencial y moralizador que, al decir de María José Sánchez Leyva (2016), “[ha] saturado el espacio público y sus formas de intervención” (p.46), lo emotivo se presenta enquistado en un lenguaje sentimental, dando lugar a una sinceridad, a una espontaneidad que requiere del género discursivo dramático con un proliferación de relatos del yo, del individuo que todo lo comunica, de la reiteración de narrativas de la vida diaria, del recurso al testimonio, formas que tanto los noticieros como los programas periodísticos contienen en sus formatos cotidianos. La autora hace mención también a los llamados productos del espíritu para el espíritu —tan presentes en esta etapa contemporánea (actividades como el *coaching* emocional, la programación neurolingüística, la gestión de las emociones)— y los estudios sobre la reestructuración del capitalismo y su vinculación entre sociedad de la información, capitalismo y capital intelectual y de cómo las nuevas exigencias de aptitudes emocionales —liderazgo, empatía, fluidez, emprendedurismo— pasan a ser nuevos filtros y dispositivos de control sobre las personas.

Cabe precisar que este capitalismo de tipo cognitivo, que demanda y crea redes de interdependencia, compele para que cada quién arme sus habilidades emocionales en pos de identificarse con los puntos de vista de las otras personas y así generar equipos homogéneos de trabajo, anulando los puntos divergentes o las diferencias que pueden suscitar el conflicto, de manera tal que a partir de los nuevos requerimientos de esta *personalidad social* se configuran perfiles y actitudes requeridos por las empresas como un sinónimo de *salud emocional*. En esencia, el capitalismo emocional —como también se le menciona— adiestra y disciplina el trabajo cognitivo e intelectual y permea las capacidades adaptativas de las personas (Illouz, 2012). Hay que destacar que, sumado a este enfoque, hay un mayor interés desde el campo de las neurociencias por los fenómenos que registran los usos y aprendizajes de las llamadas habilidades cognitivas, sociales y emocionales para transitar escenarios de crisis como el de una pandemia y la formación de una inteligencia colectiva para salir de una “crisis socioeconómica” como lo pregona un referente político de Argentina.

Finalmente, llegamos al texto *La política cultural de las emociones* de Sara Ahmed (2015), quien considera que, a diferencia de lo ocurrido a lo largo del periodo de la modernidad, en la segunda mitad del siglo XX los estudios sociológicos, antropológicos, literarios, de comunicación y de otras ciencias sociales y humanas manifestaron un interés inédito en el estudio de las emociones, los afectos y los sentimientos. Al respecto, propone pensar sobre las emociones no como características de los cuerpos individuales o colectivos, sino en los procesos mediante los cuales “ser emotivo llega a verse como una característica de ciertos cuerpos y no de otros” (Ahmed, 2015, p.24). La pregunta central de la autora no apunta a saber qué son las emociones, sino qué hacen las emociones, cómo circulan entre cuerpos, cómo se pegan y significan y cómo se mueven. Las emociones son sobre objetos (pudiendo ser estos materiales o inmateriales, como un recuerdo, una práctica o un ritual); y son relacionales, involucran acciones de acercamiento o alejamiento con respecto a dichos objetos. Desde **EL MARCO DE LA SOCIOLOGÍA DE LAS EMOCIONES, ANALIZA A PARTIR DE DIVERSOS TIPOS DE DISCURSO –POLÍTICOS MEDIÁTICOS, DE LAS REDES SOCIALES- LOS EFECTOS SOCIALES QUE GENERAN DIVERSAS EMOCIONES EN EL DISCURSO PÚBLICO: LA PENA, EL ODIOS, EL MIEDO, EL DISGUSTO, LA VERGÜENZA, EL AMOR E INDAGA TAMBIÉN EN LOS AFECTOS QUEER Y FEMINISTAS.**

Las emociones, desde la perspectiva de la autora, no son estados psicológicos, sino prácticas culturales que se es-

estructuran socialmente a través de circuitos afectivos, y se construyen en las relaciones entre las personas, a través de un imaginario colectivo y de una determinada interacción social. Ahmed comprende a las emociones como estrechamente relacionadas a la acción, viendo que las mismas impulsan a las personas a actuar de determinada manera.

Por otro lado, la autora considera que las emociones producen el efecto de señalar las superficies y las fronteras del cuerpo y propone un modelo de socialidad de las emociones, donde éstas crean el efecto mismo de las superficies y límites que nos permiten distinguir una dentro y un afuera. De esta forma, las emociones crean superficies y límites que permiten que todo tipo de objetos sean delineados. Al delimitar el espacio, la cercanía y la lejanía, a la vez establecen quiénes pertenecen y quiénes quedan fuera de ese espacio.

Los objetos de la emoción “adoptan formas como efectos de circulación” (Ahmed, 2015, p.35), entonces, ¿cómo trabajan los textos a través de las emociones para generar determinados efectos en nosotros?. La autora destaca que es un problema cultural y en cuanto a tal, es un problema de todos.

Las emociones, como dijimos, se construyen en las interacciones entre los cuerpos y en las relaciones entre las personas. Las emociones de odio, repugnancia y vergüenza toman forma a partir de “zonas de contacto” en la que otros nos impresionan y dejan sus impresiones. Los sentimientos afectivos pueden “pegarse” a determinados objetos; aquí el afecto es aquello que pega una cosa con otra, que adhiere, que sustenta, que preserva la conexión entre las ideas, los valores y los objetos. El afecto, visto así, es una forma de cohesión, es una idea, una significación, e implica formas variadas de intensidad, orientación corporal y dirección que no se reducen a un mero contenido subjetivo o a la caracterización de la intensidad. Para Ahmed (2015), las emociones son cruciales para la construcción de lo psíquico y lo social y, en todos sus trabajos sobre las emociones como el amor, el odio, el miedo, la vergüenza, la repugnancia, lo que hace es explorar cómo es que estas emociones transitan a través del movimiento o circulación de las significaciones en torno a objetos que se vuelven saturados de afectos, como sitios de tensión personal y social.

Para ir finalizando, se destaca entonces que el estudio de las emociones es como un despertar “(...) que recupera la sociabilidad de los afectos y los estudia como una suerte de economía de las emociones en donde aquéllos juegan un rol fundamental” (Boria & Barei, 2020, p.9) y que, al mismo tiempo, su análisis y estudio refleja dos urgencias teóricas. En primer lugar, un interés por la emocionalización del espacio público, es decir aquel mediado por soportes tecnológicos tradicionales y digitales, y también, como el lugar de encuentro cara a cara que se expresan por ejemplo en la calle (Sennet, 1978; Caletti, 2006, citados en Rodríguez & Settanni, 2019). Una de las características del espacio público mediático del presente siglo es caracterizado por Sánchez Leyva (2016) como un lugar del exceso de narrativas del yo, de personas habilitadas para decir lo que piensan y cómo se sienten en cualquier momento, con fuerte carga emocional, pero que se saturan unas a otras. A su decir, nos hallamos frente a una suerte de *movilización emotiva audiovisual, sonora o por las redes*, pero que no necesariamente se traslada a la calle.

Como bien ilustra Leonor Arfuch (2016, 2018), a finales del siglo XX empezaban a tener auge algunos géneros literarios como las memorias, los diarios íntimos, las correspondencias que, llevados al plano mediático como el cine, la TV y las artes visuales, se traducían en *reality shows* y *talk shows* y que, en la actualidad, podemos ver extendido a los diversos momentos testimoniales y *noticias afectadas* que se emiten por los medios de información y comunicación. Y también, nos recuerda Beatriz Sarlo (2018), aquellos relatos facilitados por las llamadas “celebridades mediáticas” referidas a hacer pública su intimidad vívida y feliz.

Desde estas lecturas, el espacio público es tamizado de modo preponderante por la comunicación mediática y las culturas electrónicas, sin desmedro de considerar el espacio físico, el territorio, la calle y los encuentros cara a cara que por cierto son constitutivos de lo público. Pero el espacio de los medios audiovisuales o sonoros, las redes sociales y plataformas de difusión e interacción parecen ser hoy lugares donde se condensan de un modo creciente

y a veces exacerbado, las significaciones y disputas por ideas de diverso espesor, representaciones e imaginarios sociales. Estas mediaciones resultan claves como espacios de producción y creación de relatos que ponen el acento en el recurso al testimonio exacerbado, la fragmentación, las expresiones emocionales que movilizan los cuerpos hacia el odio y el miedo, la compasión o el optimismo de la providencia. Veremos luego como en particular emociones como el odio vienen ocupando de modo preponderante las narrativas, textualidades, cuerpos, territorios y prácticas políticas.

## **Articulaciones posibles con el campo comunicacional**

En este apartado presentamos tres instancias de posibles articulaciones entre la comunicación y las teorías del afecto. En primer lugar, vincular el desarrollo e interés de esta área en América Latina con las líneas de trabajo de los Estudios Culturales y lo que venía desarrollándose desde la primera generación de la Escuela de Birmingham, donde el interés se concentra en la interrelación entre la realidad histórica y la social. Aquí, la investigación sobre la fase en la que ingresa la cultura en los años setenta después del boom consumista y los años dorados del capitalismo, sus contradicciones y relaciones con las nuevas formas de organización de las masas y el ascenso de los medios de aquel entonces, fundamentalmente la televisión. Tanto Richard Hoggart, Raymond Williams y Stuart Hall partieron de estos aspectos y replantearon sobre los marcos de la cotidianidad en la actividad de unos ciudadanos a los que se les reconocen unos derechos políticos como elementos básicos de su ciudadanía, pero con la paradoja de que, a la par, se desarrollan unas industrias de la ideología que socializan despolitizadamente a la población. La pregunta de cómo se producen las nuevas experiencias que debilitan y/o eliminan, la pertenencia y la identidad a una clase social específica y, en qué medida la existencia diaria está condicionada por una dilución progresiva de las "experiencias profundas" de la vida, retomando la visión benjaminiana, para pasar a un tipo de ciudadanía que en su realidad cotidiana reproduce acríticamente lo banal.

En tal sentido, Ana Del Sarto (2012) reflexiona sobre los estudios culturales y sus fundadores británicos, y recupera nociones como "estructura de sentimiento" a la hora de interpretar las modificaciones en la sensibilidad popular, el "mapa nocturno" y "memoria cultural" de Martín Barbero que pueden dialogar con el mundo de afectos y de sentimientos.

El segundo eje de articulación fue identificar narrativas comunicacionales en las cuales identificamos, analizamos e interpretamos la presencia de emociones básicas como el odio, el miedo, la alegría -que fueron el objeto de tratamiento durante el seminario- y de cómo se construye y dota de sentido a hechos significativos de la vida social, a través del uso de figuras retóricas, metáforas, imágenes de confrontación, se produce la saturación, la pegajosidad, la sobresignificación de los objetos materiales o simbólicos. Tomamos las contribuciones de Omar Rincón (2006) para quien los relatos o narrativas mediáticas son formas de pensamiento, comprensión y explicación a través de la estructura de lo incomprensible con un lenguaje ligero o mostrar lo imprevisto en un formato metaforizado. Una de las características que apunta es que hay "un crecimiento de lo narrativo por sobre lo argumentativo o informativo, y de lo individual o microsocio frente a lo macro o lo estructural de la cultura" (2006, p.92). Hay, por ende, en el corazón de la cultura mediática actual, una necesidad compulsiva de relatar en forma abrumadora y emotiva.

Esta tendencia se exacerbó en el transcurso de la pandemia. Allí pudimos advertir como el espacio mediático estuvo surcado de noticias sobre la COVID 19, los contagios, las muertes, la compasión por los adultos mayores, la sospecha ante quienes no acataban medidas de distanciamiento y cuidado social, el pase de héroes a portadores del riesgo por parte de miembros de equipos de salud; para así llegar al las variantes de vacunas disponibles y sus eficacias y sus vinculaciones con los países de origen donde de nuevo se abrió la sospecha para las "chinas" o "rusas" y la aprobación para la Pfizer, Astrazeneca o Moderna. Y así fueron mutando los ángulos de tratamiento informativo en virtud de cómo se desempeñaba el curso de la pandemia. Hubo (y continúa habiendo), múltiples narraciones que van desde el temor y el miedo al *otro* (que puede ser un sujeto o un grupo etario potencialmente portador de un objeto como el virus), la organización del odio hacia los sujetos, los objetos o determinadas prácticas sociales como vacunarse,

usar barbijos o no hacerlo y al fortalecimiento de relatos negacionistas. Aunque también vale distinguir, que hubo lecturas optimistas acerca de lo que podría enseñar una pandemia. Al respecto, Berlant (2020) ha señalado que

*la estructura afectiva sobre la que se asienta esta inclinación optimista supone un regresar a la escena de esa fantasía, que nos permite esperar que esta vez sí, la cercanía a esa cosa habrá de ayudarnos a nosotras, nosotros o al mundo a ser distintas, distintos en el sentido correcto” (p.20).*

Así, el imaginario de que una pandemia podría dejarnos como enseñanza una mejor la humanidad y hacernos aprender a valorar la vida desde otros lugares más solidarios y alejados de la materialidad, o bien, aquellos discursos que apelan a la fuerza de un pueblo, una patria o una nación para vencer un virus si se hace lo correcto, son ejemplos de cómo una expectativa construida sobre el deseo de lo *emotivamente bueno* es una representación idealizante que circula jugando un papel clave en la transformación de algunas esferas de la vida pública, y nos hacen suponer que vivimos en *sociedades afectivas* (Squire, 2001, citado en Lara & Enciso Domínguez, 2013), en las que los medios tienen primacía y en la que se ha configurado una esfera pública emocional caracterizada por la reproducción de nuevas subjetividades que han logrado permearse con éxito en la vida política.

Un tercer punto de coyuntura fue el análisis de narrativas violentas en medios tradicionales y digitales, considerando aquellas que se caracterizan por promover y alimentar una creencia dogmática y de hostilidad, agresividad e intolerancia, con referencias o connotaciones discriminatorias y contenido que atentan contra la dignidad de una persona o de un colectivo social. Nos referimos a los discursos/narrativas de odio, expresión que atento lo define el Laboratorio de Estudios sobre Democracia y Autoritarismos (Ipar & Otros, 2021) refiere a:

*(...) cualquier tipo de discurso pronunciado en la esfera pública que procure promover, incitar o legitimar la discriminación, la deshumanización y/o la violencia hacia una persona o un grupo de personas en función de la pertenencia de las mismas a un grupo religioso, étnico, nacional, político, racial, de género o cualquier otra identidad social. Estos discursos frecuentemente generan un clima cultural de intolerancia y odio y, en ciertos contextos, pueden provocar en la sociedad civil prácticas agresivas, segregacionistas o genocidas (pág.4).*

Con relación al odio como emoción/afecto, volvemos al capítulo titulado “la organización política del odio” de Sara Ahmed (2015) donde entre varias apreciaciones, sugiere pensar que el odio es colectivo y no se puede circunscribir a una sola cosa, objeto, cuerpo, o a una situación, sino que trasciende porque se pega ese afecto a las cosas. El afecto sería lo que une, lo que cohesiona, lo que funciona como un nexo, una ligazón y provee el significado. En la medida que más circule esa afectividad tendrá mayor posibilidad de cohesionar en torno a algo o alguien. Por ello es que su valor reside en que circule cada vez más y que “alinee”, organice los cuerpos, porque otra cosa que dice Ahmed es que “el odio es capaz de alinear cuerpos en un mismo espacio y unos contra otros” e incluso, de que el propio cuerpo se sienta responsable de la performatividad del odio.

**Para sintetizar entonces,** los discursos de odio suelen ser agresiones coordinadas contra las voces disidentes, contra minorías o grupos en situación de debilidad. Los ataques organizados persiguen cuatro objetivos: la autocensura disciplinadora, romper el debate, motivar a otros odiantes e instalar agenda (Galup, 2019 citado en Gómez, 2022). Las redes sociales, en particular, e internet, en general, parecen desbordadas de contenido xenófobo, con mensajes de odio por motivos de género, de ideología, de orientación sexual o de nacionalidad, de corporeidad o color de piel.

A continuación presentamos algunos resultados de la experiencia de análisis en materia de narrativas de odio y violencia tomando como casos el género, los cuerpos gordos, las figuras políticas, y sus performances violentas a partir de la búsqueda de materiales en medios y redes.

## Resultados y conclusiones

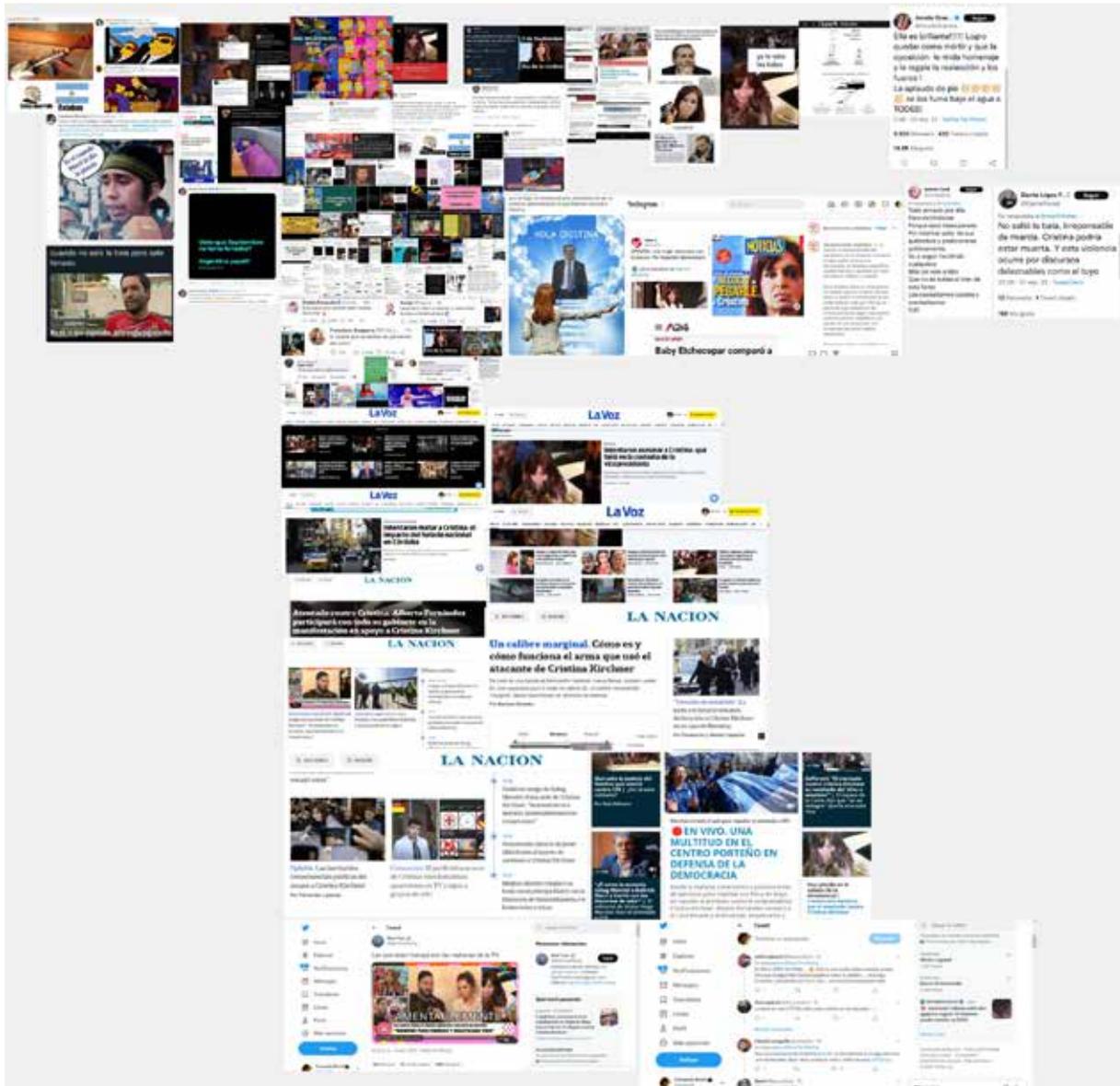
Queremos destacar que hacia el final del seminario, realizamos una actividad intercátedras sumamente enriquecedora con Producción Radiofónica y Política y Comunicación A, dando lugar a esta singular experiencia de la cual participaron animosamente lxs estudiantes.

La iniciativa surgió y creció al calor de hechos que conmocionaron a la sociedad argentina y del mundo a raíz del atentado fallido contra la vida de la vicepresidenta de Argentina Cristina Fernández de Kirchner, en septiembre de 2022. A partir de ese momento, recrudecieron diversas manifestaciones de hostilidad, violencia simbólica y narrativas del odio que apuntan a socavar consensos básicos sobre el desempeño de las democracias y de la búsqueda de diálogos para la convivencia y el respeto a los derechos humanos. En lo que refiere al odio, ese sentimiento radical de aborrecimiento por otros cuerpos, otras ideas, convicciones religiosas o elecciones sexo afectivas, ese sentimiento organiza modalidades violentas de la práctica política que buscamos develar desde esta actividad.

Se presentaron análisis y presentación de pósteres sobre los siguientes casos: registro de memes que circularon por redes sociales en relación al atentado contra la figura de la vicepresidenta, expresiones de periodistas que promueven el odio y la discriminación hacia personas trans, y de la la comunidad LGTBIQ+ o que editorializan contra las movilizaciones de organizaciones sociales de manera odiosa; las ironías y burlas hacia el manual de tratamiento periodístico para los temas devenidos del Mundial de Qatar promovido por el INADI; las expresiones discriminatorias hacia las comunidades de mapuches y las personas gordas, por mencionar algunos de los casos tratados.

Para cerrar esta presentación reiteramos que procuramos abordar la temática del giro afectivo vinculando los estudios de emociones, sentimientos y afectos en clave cultural con y junto a la comunicación social y sus producciones. En este sentido, pudimos analizar emociones como el miedo, el odio o el optimismo como afectividades de potencial incidencia en la vida cotidiana y social, e identificarnos su articulación en narrativas informativas y de entretenimiento sobre temas de la política nacional y la perspectiva de género y de derechos sociales.

## Registro de Memes del 2 de septiembre 2022



## Referencias bibliográficas

Ahmed, S. (2015). *La política cultural de las emociones*. México: Programa Universitario de Estudios de Género (Universidad Nacional Autónoma de México).

Ahmed, S. (2019). *La promesa de la felicidad*. Buenos Aires: Caja Negra.

Arfuch, L. (2016). El "giro afectivo". Emociones, subjetividad y política. *De Signis*, No. 24, 245-254.

Arfuch, L. (2018). *La vida narrada. Memoria, subjetividad y política*. Villa María: Eduvim.

Berlant, L. (2020). *El optimismo cruel*. Buenos Aires: Caja Negra.

Boria, A. & Barei, S. (2020). La cultura del miedo: el control de las emociones. *Estudios Digital*, No. 43, 9-14. <https://doi.org/10.31050/re.vi43.27946>

Del Sarto, A. (2012). "Los afectos en los estudios culturales latinoamericanos. Cuerpos y subjetividades en Ciudad Juárez" en *Cuadernos de literatura n° 32*

Julio -Diciembre 2012. Pontificia Universidad Javeriana. Pp. 41-68.

Gómez, R.[et al.] (2022). *Breve diccionario psicológico-político de las redes sociales y la era digital*. Córdoba: Editorial de la UNC.

Illouz, E. (2012). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Buenos Aires: Katz Editores.

Informe del Laboratorio de Estudios sobre Democracia y Autoritarismos (LEDA/Lectura Mundi) sobre Discursos de odio en Argentina. Universidad Nacional de San Martín.

Lara, A. & Enciso Domínguez, G. (2013). Giro afectivo. *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, 13(3), 101-119. <https://doi.org/10.5565/rev/athenead/v13n3.1060>

Lara, A. & Enciso Domínguez, G. (2014). Ciencia, Teoría Social y Cuerpo en el Giro Afectivo: Esferas de Articulación. *Quaderns de Psicologia*, 16(2), 7-25. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1172>

Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.

Rodríguez, M. G. & Settani, S. (2019). *Escenas interrumpidas. Espacio público y medios de comunicación*. Buenos Aires: Editorial Gorla.

Sánchez Leyva, M. J. (2016). El giro emotivo del espacio público. Corazonadas y subjetividades. *De Signis*, No. 24, 147-160.

Sarlo, B. (2018). *La intimidad pública*. Buenos Aires: Seix Barral.

Williams, R. (1978). *Los medios de comunicación social*. Barcelona: Ediciones Península.

Williams, R. (1994). *Sociología de la cultura*. Barcelona / Buenos Aires / México: Ediciones Paidós.

Williams, R. (2001). *Cultura y sociedad, 1780-1950. De Coleridge a Orwell*. Buenos Aires: Nueva Visión.

# El problema de pensar la comunicación horizontal: la perspectiva latinoamericana

Oscar Zalazar

grupozero07@gmail.com

María del Rosario Zavala

mrosarioza@gmail.com

María Milagros Molina G.

mmilagrosmolina@gmail.com;

**Universidad Nacional de Cuyo**

Para pensar la comunicación social, en el ámbito latinoamericano, hoy hace falta revisar la tradición de la Escuela Latinoamericana de Comunicación (ELACOM), según la denominara el gran teórico brasileño José Marques de Melo<sup>1</sup>. Con esta operación de recordar, reponer una memoria, podemos entender el alcance y la riqueza filosófica y programática de una teoría construida sobre la idea de la comunicación horizontal, así podremos comprender el origen o procedencia de nuestra tradición crítica y los aportes que nos puede ofrecer, para pensar la compleja realidad comunicacional latinoamericana hoy.

Aunque existen diversas interpretaciones, el surgimiento de la ELACOM ha sido explicado, 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 ligados al entusiasmo por el poder liberador de la comunicación horizontal.

En este contexto de gran agitación entre quienes querían clausurar procesos de cambio y quienes soñaban con una transformación radical de lo existente es que emerge la demanda por un nuevo orden internacional de la información y de la comunicación (NOMIC), reclamado entonces por los movimientos del tercer mundo y de las guerras de liberación de las antiguas colonias europeas, desde el Magreb al sur y desde el Caribe a las islas del Pacífico en oriente. Es la década de los 60, modernización, desarrollo, emancipación, vanguardia y transformación social son las palabras de un mapa creativo y utópico, pero diurno y seguro de un mañana claro y distinto.

Como toda tradición es una selección desde el presente (Williams, 1982), y de los desafíos de un presente absoluto, sin proyección de futuro, entre el fascismo del mercado, la hiper-concentración de medias, la cada vez más preocupante apatía y renuncia a intervenir en un mundo cada vez más lejano y cada vez más al alcance de la mano, nuestro interés es preguntar por la vigencia de un modelo de análisis basado en la comunicación horizontal.

---

1 Dr. José Marques de Melo Paradigmas de escuelas latinoamericanas de comunicación En: Latina Revista Latina de Comunicación Social 19 – julio de 1999

La ELACOM marca un corte con las prácticas anteriores al incorporar una dicotomía a partir de la cual se articula la crítica. La comunicación entendida como persuasión y manipulación versus la comunicación entendida como diálogo y participación. Esta escuela tomará el camino de la comunicación horizontal como idea reguladora, desde este punto de vista ésta es comprendida un proceso, donde se necesita el reconocimiento de los sujetos y los deseos de dialogar, de lograr consenso, de democratizar el espacio de producción, circulación y consumo de mensajes/obras/bienes propios del proceso cultural total de la comunicación.

Esta dicotomía articula y separa, más allá de las inscripciones políticas o ideológicas, un uso político/cultural de control, manipulación y disciplinamiento de las audiencias, de un uso democrático, inclusivo y multiplicador de derechos para aquellas. La distancia filosófica, epistemológica y moral entre escuelas que consideran el fin de la comunicación la persuasión y se dedican a mejorar los instrumentos del marketing y la publicidad, es enorme respecto de aquellos orientados al diálogo y la comunicación humana. La inmensa distancia entre los partidarios de la "libertad de expresión" o "libertad a la propiedad de las corporaciones", de aquellos que impulsan el derecho a la comunicación de los pueblos del sur.

La ELACOM está asociada a varias tradiciones de las cuales nos interesa rescatar dos. En primer lugar, la tradición de la comunicación popular democrática llamada "horizontal" (Beltrán, 2007) por ser dialógica y ocupar el espacio de lo alternativo respecto de los medios dominantes, por ser participativa pues sus protagonistas son las voces de las clases populares. Las luchas contra el poder siempre se inician al conquistar o reconquistar la palabra, el proyecto de dar al pueblo la palabra. Una búsqueda de oír las voces de las culturas populares permitirá replantear la relación entre el trabajo académico y los sectores populares.

Se trata de la tradición iniciada en la extraordinaria experiencia de Radio Sutatenza, la cadena radial colombiana que emitió programas educativos y culturales entre 1947 y 1989, a la opción por los pobres y las comunidades eclesiales de base y las organizaciones ligadas a la teología de la liberación. Y también de las experiencias heroicas de las radios mineras de Bolivia, con la resistencia de las mujeres alrededor del Comité de Amas de Casa del siglo XX, que Domitila Barrios de Chungara desde 1963, estaba organizado igual que el Sindicato de Mineros y formaba parte de la Federación de Trabajadores Mineros y de la Central Obrera Boliviana en la resistencia a las feroces dictaduras con la que cerramos el siglo XX latinoamericano.

Esa tradición produjo valiosos testimonios de los más diversos géneros y prácticas de las culturas populares, es el descubrimiento de la humanidad de las masas, en las que se ensayaron las experiencias y formatos de la comunicación horizontal. Estas dieron lugar a un estilo de trabajo en donde la práctica requiere de la teoría, por lo que ésta es un instrumento de transformación social. La investigación participativa es una metodología ejemplar de esta corriente investigativa fundada en la filosofía de la praxis y en la herencia de las luchas populares.

Las disputas por ampliar e incluso resignificar el concepto de ciudadanía y comunicación popular en el modelo latinoamericano e incorporar la perspectiva de género, son dos líneas de trabajo unificadas en el objetivo de emancipación moral y social orientados a discutir y transformar el orden social existente (Mattelart, 2014; Mata, 2011), proyecto que va a ser discutido a partir de los 90 y que intentará dar respuesta tanto a la crisis de las políticas de vanguardia como a la hegemonía neoliberal, cuya primera experiencia histórica de gobernanza se desarrollaron bajo la criminal dictadura pinochetista.

En segundo lugar, queremos destacar la vertiente del mundo académico, fundamental en la construcción de una teoría propia, este proyecto construido en la inicial lucha contra el funcionalismo (estructural-funcionalismo), asociado fuertemente a las políticas de desarrollo y modernización impulsadas desde el norte a partir de los años 50 cuando el triunfante capitalismo norteamericano se lanza a reconfigurar el mundo latinoamericano según sus necesidades y conveniencias. Desde el comienzo de la década de 1960 se formularon severas críticas a la investigación sobre comunicación basada en la orientación y en la metodología instrumental, destinada a persuadir a la

gente para reproducir y defender un orden dominante moderno. Funcionalismo al que se le reprochó su positivismo y su utilitarismo, denunciando como nocivo el énfasis en el estudio de los efectos. En este sentido, pensar el proceso de comunicación social desde la dialogicidad propia de la horizontalidad demandada abre un espacio de pensamiento inherente a las necesidades latinoamericanas.

La crisis de este modelo se evidenció después de los golpes militares y el terrorismo de estado en el Cono Sur. Atravesó el campo de la investigación en comunicación, con su secuela de desconcierto y de repliegue político, lo cual será un buen caldo de cultivo para el chantaje cientificista (Barbero, 2004). El permanente revival de los postulados de la Mass Communication Research se vuelven sintomáticos en un contexto donde los procesos de comunicación ocuparan cada día un lugar más estratégico en nuestras sociedades, puesto que, con la información-materia prima, se ubican ya en el espacio de la producción y no sólo en el de la circulación y consumo. La dimensión y el espacio de las industrias culturales creativas así lo atestiguan.

Pero la vuelta al cientificismo deja demasiadas cosas fuera. Y no sólo la cuestión del sentido, sino la del poder. Queda fuera toda la gama de preguntas que vienen de la información como proceso de comportamiento colectivo. Queda fuera el conflicto de intereses que juegan en la lucha por informar, producir, acumular o entregar información, y por consiguiente los problemas de la desinformación y del control. Y al dejar fuera del análisis las condiciones sociales de producción del sentido, lo que el modelo informacional elimina es el análisis de las luchas por la hegemonía, esto es, por el discurso que "articula" el sentido de una sociedad.

De ahí que convierta en verdad metodológica la separación entre el análisis del mensaje —ya sea éste análisis de contenido o de expresión, de estructuras textuales u operaciones discursivas— y el análisis de la recepción concebida llana o sofisticadamente como indagación acerca de los efectos o de la reacción. En todo caso la fragmentación a la que es sometido y desde la que es pensado el proceso de comunicación, controla reductoramente el tipo de preguntas formulables delimitando así el universo de lo investigable y los modos de acceso a los problemas. Todo se convierte en una cuestión "técnica", aséptica y a-ideológica.

Desde nuestro punto de vista es necesario pensar el análisis de la comunicación en términos de proceso productor de significaciones, en una tradición cultural retomada desde el presente y no de mera circulación de informaciones donde la audiencia es solo receptora; es decir, decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino una audiencia productora también de discursos, de relatos, de interpretaciones, de apropiaciones y usos relacionados al contexto de la vida cotidiana.

Es en el cruce de esas dos líneas de renovación —la que viene de inscribir la praxis de transformación y la línea académica de pensamiento crítico-, lo que constituye lo original y valioso de nuestra tradición de la ELACOM, la tradición crítica del pensamiento sobre la comunicación social en nuestro continente cultural.

En ambas líneas de trabajo se juega una especial preocupación del contexto político cultural en que hacen las preguntas de investigación y sobre todo, la interrogación sobre las continuidades y rupturas o transformaciones en el terreno de las prácticas sociales emancipadoras y los desafíos que ellas suscitan en el terreno de la comunicación. La dimensión emancipadora del pensamiento en comunicación marca la diferencia entre aquellos que no renuncian a semejante tradición y aquellos que sí lo hicieron y continúan en las actuales batallas culturales.

En estas respuestas se daban cuenta de las marcas que habían dejado el quiebre de proyectos revolucionarios nacionales y sus referentes políticos e ideológicos, los regímenes democráticos carentes de legitimidad surgidos en la época de las postdictaduras, que tuvieron el programa neoliberal, de privatizaciones y los ajustes económicos, las reformas y el achicamiento de los estados nacionales, la mafistización del estado, el endeudamiento de países y empobrecimiento y desempleo creciente de las poblaciones incluyendo sus sectores medios, la pérdida de esperanzas en proyectos colectivos y un notorio avance de comportamientos individualistas, el retroceso ideológico de actores como la iglesia católica y los procesos crecientes de concentración de medios de comunicación. Así, el

panorama de fin de siglo no se torna bastante oscuro, y sólo permiten vislumbrar algunos “signos de esperanza”: el surgimiento de numerosos movimientos articulados en torno a necesidades insatisfechas y derechos conculcados, pero también en torno a la voluntad de repensar el orden social existente, las/os nuevas/os sujetos, los nuevos movimientos sociales.

## **Nuevos escenarios, otros desplazamientos**

El gran parteaguas de la tradición latinoamericana de una teoría propia fue la emergencia de los estudios culturales latinoamericanos, **De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía** (1987), puede pensarse como la obra paradigmática de un modo de entender los problemas de investigación y el desplazamiento de los problemas teóricos al conocimiento de las audiencias, los públicos y no ya las masas, concepto elaborado con un fuerte contenido racista y descalificador.

El nuevo escenario es el inicio del proceso de globalización/mundialización. La distinción entre el término “globalización” para referirse a la relación económica creciente que existe entre todos los países del mundo y que hace posible el libre intercambio de bienes y servicios, es decir, el orden de los bancos y las transnacionales, frente al proyecto cultural de mundialización para señalar la unificación progresiva del planeta que ha sido interconectado y se ha vuelto interdependiente gracias al desarrollo de las tecnologías electrónicas e informáticas. En un sentido genérico, sería el proyecto multicultural de los nuevos movimientos sociales que se concentraron alrededor del Foro Social Mundial de Porto Alegre (2001). Así, la mundialización sería un fin en sí misma, algo deseable que contribuiría a la mejora social de la humanidad, mientras que la globalización se entendería sólo como un medio que, en la práctica, vendría a ser lo mismo que “capitalismo global” (Ortiz, 2004).

De los medios a las mediaciones marca en la reflexión teórica el pasaje del modelo académico fundado en el estudio de la lengua pensada como “la morada del ser”, al dramático descubrimiento de la verdad cultural latinoamericana, la desigualdad, cuyo símbolo es la villa miseria, el rancho, la favela de caña con radio y antena de televisión, este desplazamiento hacia nuevos escenarios, las culturas populares en el continente más desigual del mundo, es también el pasaje de las preocupaciones por pensar el sistema, el emisor, el dueño del multimedio para indagar entre los que no escriben la historia pero luchan y encuentran sentido para intervenir en los sucesos, en los acontecimientos del proceso cultural total.

Esta apertura hacia los públicos también fue una formidable respuesta al avance del mercado contra el papel del estado como articulador de la sociedad, una respuesta a la creciente hegemonía neoliberal, contra la cual se apuesta a la recuperación de iniciativas de soberanía nacional, a la defensa de recursos naturales estratégicos contra la voracidad de empresas transnacionales, a la lucha por los derechos de comunidades étnicas y migrantes, a la lucha por los derechos a la comunicación contra los monopolios mediáticos y los medios hegemónicos.

Este renovado interés en los públicos nos remite a las culturas populares, a la categoría de hibridez, superposición y/o mestizaje; pero no referido a un hecho racial, ciertamente, sino la trama cultural y social de nuestras realidades producto de unas modernidades propias, donde las diversas tradiciones marcan el ritmo de los proyectos truncados de industrialización y el retroceso a épocas pasadas. Así, las modernidades incompletas de Nuestramérica, producto de las discontinuidades culturales, de las formaciones sociales donde el lujo de los sectores dominantes, convive con la miseria de las mayorías populares y donde las estructuras del sentimiento, de memorias e imaginarios revelan las diferentes inscripciones y matrices culturales. Las mezclas de lo originario con lo rural, lo rural con lo urbano, del folklore con lo popular y de lo popular con lo masivo.

El nuevo programa de investigación deja atrás el análisis centrado en los medios propios del primer programa para focalizar en los procesos de reconfiguración de lo masivo desde las transformaciones en las culturas populares. En el marco incipiente de la globalización/mundialización atentos a la emergencia de sujetos sociales e identidades culturales nuevas. De ahí que el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articula-

ciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales. Se trata de poner foco a sujetos otras/os, sujetos populares y los procesos de hegemonía y contrahegemonía en sociedades en permanente proceso de transición.

Con este desplazamiento metodológico cambia el objeto, los procedimientos, los conceptos y cambian las preguntas de investigación.

Las preguntas se trasladan a otros espacios, los de las clases populares. Un primer desplazamiento de los intereses obligó a rever el proceso entero de la comunicación desde la recepción, el de las resistencias que ahí tienen su lugar, el de la apropiación desde los usos. Esta investigación obliga, entonces, a otro desplazamiento del espacio de los medios al lugar en que se produce su sentido, a los movimientos sociales y de un modo especial a aquellos que parten del barrio. El barrio aparece entonces como el gran mediador entre el universo privado de la casa y el mundo público de la ciudad, un espacio que se estructura en base a ciertos tipos específicos de sociabilidad y en últimas de comunicación: entre parientes y entre vecinos. El barrio proporciona a las personas algunas referencias básicas para la construcción de un nosotros, esto es, de una socialidad más amplia que la vinculada a los lazos familiares y, al mismo tiempo, más densas y estable que las relaciones formales e individualizadas impuestas por la sociedad (Martín Barbero, 1987).

En la convergencia del nuevo sentido que adquieren los procesos de transnacionalización con la nueva concepción que cobra lo político, emerge en América Latina una valoración novedosa de lo cultural, y sobre todo de las culturas populares. No faltan quienes piensan que esa valoración es sospechosa: estaría encubriendo la evasión política resultante de la incapacidad para hacer frente a la crisis de las instituciones y los partidos políticos tradicionales. Esa sospecha acierta para aquellos casos en que "se hace cultura mientras no puede hacerse política" (Martín Barbero, 2004, p 298). Al contrario, la crítica permite aflorar una nueva política vehiculizada por otras/os sujetos, las/os sujetos populares mientras la formación de nuevas/os sujetos —regionales, religiosos, sexuales, generacionales— y formas nuevas de rebeldía y resistencias.

En esta perspectiva el análisis del consumo cultural adquiere una relevancia inédita, el proceso de articulación de lo necesario, de lo deseable, de lo útil y de aquello que se quiere. Es una práctica reflexiva que además de las racionalidades del mercado, donde todo es mercancía, el objeto es el proceso de negociación de significados culturales, y también políticos. Como sostiene García Canclini (1995) no es posible pensar la política sin la cultura, el proceso de hegemonía se construye en la negociación de los significados, en las controversias y en los consensos, en el espacio de la vida cotidiana y constituye la experiencia de todas/os. Se sabe que la hegemonía cultural no se realiza mediante acciones verticales en las que las/os dominadoras/es manipularían a las/os receptoras/es: entre unos y otros se reconocen mediadores como la familia, el barrio y el grupo de trabajo. De los medios a las mediaciones significa poner el foco en esos espacios intermedios.

En todo el cuerpo social se repiten y diseminan las prácticas de los consumos culturales dentro de la comunidad, que ayudan a enfrentar los conflictos y vaivenes que caracterizan los momentos de reconfiguración del orden mundial. En una escala más amplia, lo que se entiende como cultura nacional sigue sirviendo como contexto de selección de lo exógeno, con las inflexiones de los últimos años entre, los siempre retomados proyectos de industrialización y democratización versus los intentos de volver al siglo XIX, las coordenadas de este nuevo tiempo.

Por su parte, Víctor Silva Echeto (2008) plantea una pregunta que nos parece muy fecunda y a la cual prestamos máxima atención ¿cuáles serán los términos del debate contemporáneo respecto del proyecto de la comunicación horizontal, como núcleo referente de la investigación en comunicación?

En ese sentido, Lechner (1995) ha sido de los primeros en pensar la importancia de la dimensión temporal de la política. Necesitamos una dimensión de futuro si queremos retomar la tradición latinoamericana de comunicación horizontal y el pensamiento- crítico en comunicación. Recuperar el sentido de futuro, y por lo tanto de

proyecto, pues: vivimos instalados en un presente continuo, en “una secuencia de acontecimientos, que no alcanza a cristalizar en duración, y sin la cual ninguna experiencia logra crearse, más allá de la retórica del momento, un horizonte de futuro” (p. 124). Se nos hace imposible construir proyectos, “hay proyecciones, pero no proyectos”, pues algunas/os sujetos se proyectan, pero las colectividades no tienen donde asir los proyectos. Y sin un mínimo horizonte de futuro no hay posibilidad de pensar los cambios, con lo que la sociedad patina sobre una sensación de sin-salida”. ¿Cómo recuperar esa dimensión de futuro?

Como ocurrió con Martín-Barbero cuando llegó a Colombia, el redescubrir lo popular urbano contemporáneo y las respuestas de las clases populares puede ser un camino que nos permita abrir el presente a proyectos de futuro. Un presente desde donde sea posible des-atar el pasado de la aparente continuidad de la historia del dominio. Retomar las ansias de liberación y el espíritu de construcción democrática del campo de la comunicación. Retomar desde el presente una herencia no acumulable ni patrimonial sino radicalmente ambigua en su valor y en permanente disputa por su apropiación y reinterpretación, atravesada y sacudida por los cambios y en conflicto permanente con las inercias de cada época. La memoria que se hace cargo de la tradición no es la que nos traslada a un tiempo inmóvil sino la que hace presente un pasado que nos desestabiliza, y nos abre a un otro mañana posible.

## Bibliografía

- Beltrán, L. R. (2007). “Temas y objetivos de investigación en la comunicación de ayer”, *Chasqui* 100, pp. 4-8.
- Silva Echeto, V. (2008). Teorías de la comunicación en América del Sur: historia, actualización y perspectivas. En Portal Comunicación.com. Disponible en [http://portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?lng=esp&id=44](http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=44)
- García Canclini, N. (1995). “El consumo sirve para pensar”, en *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo, pp. 41-55.
- Lechner, N. (1995). *América Latina: la visión de los científicos sociales*. Nueva sociedad 139, Caracas
- Martín-Barbero, J. (1991). “Introducción” y “Los métodos: de los medios a las mediaciones”, en *De los medios a las mediaciones*, México, Gustavo Gili, pp. 9-12 y 203 –259.
- Martin Barbero, J. (2004) *Metáforas de la experiencia social*. En: *La cultura en las crisis latinoamericanas* Buenos Aires. CLACSO.
- Matta, M. C. (2011). “Comunicación popular. Continuidades, transformaciones y desafíos”, *Oficios Terrestres*, 1(26).
- Mattelart, M. (2014). “Género, comunicación e investigación desarrollada por mujeres”, *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 1 (2), pp. 1-5.

# La investigación en comunicación en la UNNE: temas, enfoques y tipologías

Dra. Cleopatra Barrios

cleopatrabarrios@gmail.com

(UNNE/CONICET)

Dra. Florencia Pannunzio

pannunziflorencia@gmail.com

(UNNE)

## Introducción

En el inicio de los años 2000<sup>1</sup> comenzaron a registrarse las primeras tesinas de investigación como requisito de acceso a la titulación de grado en la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE). Estos trabajos fueron realizados por la primera generación de graduadxs formadxs entre los años ochenta y noventa, en un contexto signado por ciclos de coyunturas críticas institucionales<sup>1</sup>. En ese marco, la carrera se constituyó en uno de los espacios pioneros de formalización de los estudios en comunicación de la región del Nordeste argentino, sometidos a instancias de evaluación y acreditación universitaria.

El desarrollo científico del campo de la comunicación en el ámbito local experimentó un mayor crecimiento sobre todo en la última década, influenciado por diversos factores. Entre ellos se destacan al menos tres: 1) la reinstucionalización de la carrera en el ámbito de la Facultad de Humanidades a partir de 2009; 2) una política pública nacional de fomento de las actividades científicas y tecnológicas; y 3) la acreditación y radicación en la Facultad de Humanidades de los primeros proyectos grupales de investigación dirigidos por docentes de la carrera.

En primer lugar, la incorporación de la carrera en el ámbito de la Facultad de Humanidades en 2009 propició la regularización de cargos docentes, y también el concurso por parte de egresadxs en cargos de muchas asignaturas que antes eran dictadas por profesores visitantes. Este proceso también repercutió en el rejuvenecimiento y el afianzamiento de una planta íntegramente conformada por docentes investigadores locales.

En segundo lugar, en el mismo contexto encontramos como factor determinante el desarrollo de una política pública nacional de inversión en ciencia y tecnología. Este fomento, según datos del MINCyT, inicia en 2003 y posibilita hasta 2015 un incremento sostenido de becas doctorales y posdoctorales, un aumento de la planta de investigadores en CONICET y el financiamiento de proyectos federales.

En el ámbito de la carrera de Comunicación Social, esta política propició el aumento de la formación de posgrado de docentes y egresados y el fortalecimiento de los perfiles científicos locales. Los registros plasmados en el proyecto de creación del IComS (Res. 427/22-CD) da cuenta que para el año 2011, la carrera contaba con dos profesoras con titulación de doctorado, siendo el modo de revista de ambas el de Profesoras Visitantes. Mientras que en la actualidad (a noviembre de 2022), la carrera cuenta con catorce profesorxs con esa titulación, que sumado a los profesorxs con título de maestría y especialización conforman cerca del 50% del plantel. Estos docentes tienen

---

<sup>1</sup> Puede consultarse más al respecto en el proyecto de creación del Instituto de Investigaciones en Comunicación (IComS) de la Facultad de Humanidades UNNE (Res. 427/22-CD).

una participación activa en la investigación, pese a que en su mayoría cuentan con dedicación simple (volveremos sobre este aspecto más adelante).

El fomento estatal también promovió el crecimiento profesional y la progresiva incorporación de los becarios e investigadores en comunicación en grupos de investigación de diversas Unidades Académicas de la UNNE (Humanidades, FACENA, FADyCC, entre otras); su inserción en equipos de diferentes centros e institutos (como el Centro de Estudios Sociales, CES; el Instituto de investigación y Desarrollo en Vivienda de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, IIDVi, el Instituto de Investigaciones Geohistóricas, IIGHI-CONICET/UNNE); y también posibilitó su participación activa en proyectos acreditados de diferentes organismos de Ciencia y Técnica, no solo de la UNNE, del CONICET y la Agencia de Promoción Científica y Tecnológica, entre otros.

En tercer lugar, a partir del año 2013 se produjo la acreditación por parte de la Secretaría General de Ciencia y Técnica de la UNNE de los primeros proyectos de investigación dirigidos por docentes investigadores de la carrera, que tomaron como lugar de pertenencia el Departamento de Comunicación Social. Esos proyectos acompañaron la formación de posgrado de los docentes; sirvieron de plataforma para sus actividades de investigación, extensión y transferencia; y también guiaron la formación de estudiantes de grado y de inscripción de postulaciones de becas. Las iniciativas también delinearón los temas de investigación que hoy cuentan con mayor producción colectiva. Sin embargo, en la actualidad no se cuenta con un relevamiento y sistematización de estos estudios, ni de las indagaciones plasmadas en las tesis de grado.

En este marco, nos preguntamos ¿cuáles son los objetos, enfoques y tipos de estudios en comunicación predominantes en el ámbito de producción de conocimiento de tesis, proyectos/ grupos de investigación ligados a la carrera?, y ¿en qué medida el análisis del corpus permite dilucidar la construcción de tradiciones, rupturas, continuidades, articulaciones/desarticulaciones y temas emergentes?

Partiendo de estos interrogantes, el objetivo de este trabajo es identificar los temas, enfoques y tipos de estudios en comunicación predominantes en las tesis de graduación y los proyectos de investigación acreditados en la carrera; establecer los vínculos entre estos estudios y experiencias de indagación no formalizadas, en estrecho diálogo con demandas del contexto sociocultural y; finalmente, construir una base de reflexión que nos permita indagar a futuro sobre la posible construcción de tradiciones, rupturas y continuidades en este corpus de investigaciones en la región.

Esta primera aproximación descriptiva y provisoria se centra en los títulos de las tesis de graduación registradas a partir de los años 2000' en la Licenciatura en Comunicación Social, los proyectos de investigación grupales acreditados a partir de 2013 por la Secretaría General de Ciencia y Técnica con asiento en el Departamento de Comunicación Social y algunas tesis de posgrado de egresados y docentes de la carrera. Para el acceso a estos materiales se consultó el catálogo digital de la biblioteca de las carreras de Relaciones Laborales, Comunicación Social y Turismo (COMTULAB), asociado a la Red de Bibliotecas de la UNNE (base de datos Pégamo), Repositorio Institucional de la UNNE (RIUNNE)<sup>2</sup> y los repositorios de carreras de posgrado en Comunicación de otras universidades del país (SEDI-CI-UNLP; RIDAA-UNQ; ARGOS-UNaM) y el catálogo de publicaciones de EUDENE, editorial de la UNNE.

La propuesta forma parte de un relevamiento mayor que iniciamos en el marco del proyecto de investigación titulado "Mapa de los estudios y trayectorias en comunicación en la región del Nordeste a partir de la formación en la UNNE (1982-2022)". Este plan lo presentamos las autoras de este trabajo como parte del primer equipo de gestión -a cargo de la dirección y subdirección desde abril de 2023 (Res. 216/23)- del Instituto de Investigaciones en Comu-

---

2 Ver: <https://repositorio.unne.edu.ar/>

nicación (IComS), creado en Julio de 2022.

## **Acerca del IComS y el problema general de inscripción de este planteo**

Atento al crecimiento de la producción académica en el campo de la comunicación social en el ámbito de la UNNE experimentado, primordialmente, en la última década, el IComS nace en 2022 como un órgano científico especializado que busca contribuir a la producción y construcción de conocimiento sobre los procesos comunicacionales con énfasis en lo local y regional, y a la vez, en sus vínculos con los escenarios globales.

La institución, desde las bases de su creación, se propone recuperar y sistematizar los antecedentes que estudiantes y docentes fueron articulando con actores no académicos en diferentes iniciativas de investigación y extensión, desde inicios de la carrera, pero con mayor énfasis en la última década. El instituto también busca organizar y promover la producción local en relación a temas y líneas de trabajo orientados a responder a las demandas comunitarias, sin desatender los desafíos que implica pensar la comunicación en el contexto de la globalización y de la internacionalización del propio campo de estudio.

El proyecto de creación del IComS fue trabajado en el ámbito del Departamento de Comunicación Social por el equipo de docentes e investigadorxs -entre quienes nos contamos- y en ese marco, en base a las tradiciones de abordaje y temáticas emergentes que la comunidad académica identifica, se delinearón las siete líneas temáticas de trabajo: 1)- Comunicación y tecnologías; 2)- Historia, prácticas y lógicas del periodismo y los medios; 3)- Comunicación y Cultura; 4)- Comunicación y Educación; 5)- Género, racismo y desigualdades; 6) - Comunicación, hábitat y ambiente; 7)- Estudios de imagen y del audiovisual.

El plan de gestión de la dirección del IComS retomó estas líneas para la generación de las primeras propuestas de formación de grado y posgrado, articulación de actividades de extensión e investigación, incentivo a las vocaciones científicas, etc. Sin embargo, también tomó como suya la preocupación de Marques de Melo, retomada en varias oportunidades por Fuentes Navarro, en torno a la existencia de un desconocimiento de las nuevas generaciones sobre el pensamiento construido por lxs pioneros e identificamos allí un punto de partida. Si bien, las líneas temáticas surgen de un consenso del cuerpo docente, no existe un relevamiento detallado de los temas, problemas y enfoques, que nos permita construir un “mapa orientador” para “abrir el horizonte futuro” (Fuentes Navarro, 1992). De allí, nos preguntamos ¿cuáles fueron las trayectorias de comunicadorxs, docentes-investigadorxs, ligados a la formación de la UNNE, que produjeron aportes teórico-metodológicos al campo de estudio regional, formas y proyectos innovadores orientados a dar respuestas a demandas sociales concretas?, ¿qué relaciones entablan estas trayectorias con las líneas de interés del Instituto?, ¿cuáles han sido los aportes de los estudios y las trayectorias al desarrollo científico del campo y las demandas socio-culturales concretas? ¿Qué caminos debemos retomar y qué nuevos recorrer?.

Estos interrogantes nos exige volver sobre el camino trazado, revisar las líneas que merecen ser fortalecidas o renovadas, se plantea como un desafío y una necesidad para esta etapa inicial del Instituto.

En este marco surge el plan de investigación antes citado, Mapa de los estudios y trayectorias... con el objetivo general de “Construir un mapa orientador de los estudios y las trayectorias en comunicación desarrolladas en el NEA a partir del recorrido de formación disciplinar en la Universidad Nacional del Nordeste, entre 1982 y 2022, para el desarrollo científico porvenir”.

## **Cartografías de estudios en comunicación: antecedentes y puntos de partida**

En la literatura académica existe una profusa producción con respecto a la constitución del campo de los estudios de comunicación en América Latina desde inicios del Siglo XX en adelante. Se han configurado diversos mapas para relevar orientaciones e influencias teórico- metodológicas, características institucionales, trayectorias y prácticas

de investigación, relaciones entre la academia y la práctica profesional, entre otras cuestiones, analizando y reflexionando en vinculación con los contextos socioculturales tanto a nivel latinoamericano como en cada uno de los países de la región (México, Perú, Brasil, Chile, Argentina).

Hacia fines de los 90' Raúl Fuentes Navarro recupera el aporte de Luis Ramiro Beltrán (1974) para actualizar cuáles fueron las áreas de concentración temática, las tendencias en cuanto a tópicos investigados y los resultados obtenidos durante la década de 1990 en la investigación de la comunicación en América Latina. Para ello toma tres planos de análisis: la historia del campo, el plano propiamente científico y el plano de la construcción comunitaria de futuro. Ante los vertiginosos cambios del sistema-mundo, releva una multiplicación de propuestas de reformulación teórica y práctica de los estudios de/en comunicación, que buscan distanciarse de extremismos: tanto de una actitud conservadora (anclada en la noción de clásicos fundadores) como de una actitud que demande una ciencia social radicalmente distinta a la que se venía practicando. Identifica como prioritaria una tendencia a estudios asentados en un paradigma sociocultural que vincula a la comunicación como un espacio de construcción de sentido y reconoce tres "goznes" conceptuales, que se perfilan en las prácticas de investigación en comunicación: la cotidianidad, los usos (vinculado a las nociones de agencia y competencias), y la constitución de identidades.

En consonancia con esta lectura, Florencia Saintout (2003) historiza los clivajes en el campo de la comunicación en Latinoamérica, dando cuenta cómo a mediados de la década de 1970 con el contexto de la dictadura militar en el Cono Sur, prácticamente se deja de hacer investigación en ciencias sociales y en comunicación en Argentina, produciéndose una ruptura epistemológica y fundamentalmente política. En la década de 1980, con el complejo regreso a la Democracia -que acompañó también el regreso de investigadores del exilio-, se vuelve a hacer investigación y producción intelectual.

El contexto sociopolítico trae nuevas preguntas y los "tercos hechos" (Martin-Barbero) instalan la necesidad de una ruptura con las miradas metodológicas por entonces orientadas al funcionalismo y al estructuralismo, así como de redefinir el sentido tanto de la política como de la cultura y junto con ellas la problemática de la comunicación. En esta década particularmente la industria cultural interpela a preguntarse sobre la comunicación, el poder, la subjetividad, la sociedad, la cultura.

En este escenario, Saintout (2003) identifica tres desplazamientos de la investigación en comunicación en América Latina: 1) De la Comunicación como cuestión de medios hacia la cultura como espacio de identidades. La comunicación deja de ser pensada como transmisión de información a través de tecnologías neutras para ser pensada como el espacio de construcción social de sentido. 2) La comunicación es entendida como una cuestión de sujetos y no solo de aparatos, lo que lleva a cuestionarse sobre la cotidianidad como territorio de nuevas preguntas. 3) A partir de la influencia de las teorías de la recepción, la comunicación es pensada como una cuestión de producción y no solo de reproducción. Cobran relevancia los contextos socioculturales.

A nivel latinoamericano es interesante el aporte de Adriana Angel y Alejandro Barranquero (2016), quienes realizan un estudio bibliométrico para analizar los objetos y perspectivas dominantes en el campo de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) en América Latina. Para ello se construyó un corpus de 199 artículos científicos, publicados durante 2009-2013 en los journals latinoamericanos más citados en el índice H de Google Scholar. Se revisaron tanto "emisores" (revistas científicas e investigadores-autores) como los mensajes y contenidos publicados. Se partió de clarificar la pluralidad de categorías que se asocian a la CDCS. Dentro de enfoques más clásicos se mencionan a la comunicación para el desarrollo, comunicación participativa, comunicación alternativa y comunicación Folk; mientras que como parte de enfoques emergentes, asociados a la incidencia de perspectivas contemporáneas como el poscolonialismo, el feminismo, el indigenismo y la ecología crítica, se mencionan a los movimientos sociales y TIC, Buen Vivir, dialogicidad y performatividad. Estos se traducen en "objetos", enfatizándolos al atender la relación entre comunicación- desarrollo y cambio social.

El estudio permitió identificar cuantitativamente que los enfoques más empleados fueron los de participación y ciudadanía (47,7%), desarrollo (28,1%), transformación social (21,6%), movimientos sociales (19,6%) y comunicación comunitaria (17,1%). Y en menor medida, se identificaron enfoques relacionados con la performatividad y el cambio social (0,5%), el ‘buen vivir’ (4,5%), la folkcomunicación (6,0%), la dialogicidad (9,0%) y la comunicación popular (9,0%). En ese sentido, los autores destacan que:

*“La creación de una cartografía de conocimientos constituye un desafío, en la medida en que los mapas representan de manera fija y estática realidades que están siempre en permanente transformación. El objetivo del presente artículo no es crear un mapa de pretensiones objetivas que reifique la CDCS y la presente, por tanto, como un campo estático, completo o suspendido en el tiempo. Por el contrario, este ejercicio debe concebirse como un instrumento pedagógico, histórico, epistemológico e icónico que permite representar visualmente los enfoques, transformaciones e influencias del campo” (Angel y Barranquero, 2016, p. 9)*

A nivel nacional son significativos aportes como los de Paulina Emanuelli (1999), quien reconstruye la historia de los estudios críticos de comunicación en Argentina, vinculando con las condiciones de producción de las ideas y los proyectos. Emanuelli releva el rol que diversas organizaciones e instituciones como CIESPAL, FELAFACS, CLACSO o CEDES cumplen en la importación de teorías y en la apertura de espacios para pensar e investigar, así como la reconfiguración del sistema de medios masivos desde la década de 1960 en adelante.

Como antecedente sobre un caso focalizado similar al que buscamos emprender, encontramos la tesis de grado de Camila Marcoletti (2014), quien se propone analizar la producción académica de lxs estudiantes de Comunicación Social que egresaron de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario. Con base en un corpus conformado por más de 600 tesinas de grado defendidas entre 1999 y 2011, delineó una tipología que permitió identificar: 1) Tipos de tesinas (Se identificaron tres tipos: de investigación académica, de investigación para la intervención, de investigación para la producción); 2) Áreas temáticas (donde se enumeraron: Discursos, Comunicación e institución, medios de comunicación masivos, Arte y Comunicación, nuevas tecnologías, comunicación y educación, cultura, consumo y recepción, dimensiones del cuerpo y de la comunicación, rutinas de trabajo y práctica profesional, urbanidad, movimientos y actores sociales, historia social, campañas y opinión pública, otras temáticas) y abordajes teóricos predominantes (Análisis del discurso, sociosemiótica; Estudios Culturales / Sociología de la Cultura; Comunicación Estratégica; Sociología/filosofía de la tecnología; Etnografía; Perspectivas Foucaultianas; Teoría Crítica; Economía y política de los medios; Teoría de las conversaciones; y otras perspectivas. Metodológicamente se trabajó desde una triangulación metodológica, apoyándose en el corpus relevado como así también en entrevistas a directores y profesores de la carrera. Esta tipología resulta de gran utilidad para pensar la producción académica efectuada en la Licenciatura en Comunicación Social de la UNNE, donde la modificación del reglamento de trabajo final (efectuado en el año 2012) dinamizó la presentación de trabajos finales de grado, aumentando considerablemente el número de graduados.

## **Primera aproximación a los temas, enfoques y tipología de estudios**

El catálogo digital de la biblioteca de las carreras de Relaciones Laborales, Comunicación Social y Turismo (COMTULAB) de la UNNE, registra más de 140 tesinas ingresadas a diciembre de 2022. La primera tesina escrita por Pedro Réttori, sobre la construcción del imaginario social de las FM en Resistencia, Chaco, se registra en el año 2000 y marca el comienzo de presentaciones continuas de trabajos finales de la primera generación de comunicadorxs formados entre los años 80’ y 90’. Estos primeros graduados serán también, en su mayoría, profesores de la carrera ingresado el milenio. Se destacan en los nombres de Beatriz Castro Chans, Gustavo Guirado, Carlos Quiñonez, Marcelo Daniel, Miguel Vilte, Karina Parras, entre otros, muchos de los cuáles continúan ejerciendo la docencia y la investigación en el ámbito de la carrera. Durante la primera década del milenio, en estos estudios se destaca el tratamiento de temas variados vinculados a los medios, la política y la propaganda; los estudios de recepción radial; estudios de recepción y consumos televisivos; estudios de agenda; lógicas y funcionamiento de medios digitales;

rituales y comunicación interpersonal vinculados a fenómenos de religiosidad; análisis de discursos y representaciones mediáticas. Particularmente, éste tópico será uno de los más desarrollados en la última década.

Las primeras tesinas del periodo responden a la tipología de investigación. Esta tipología será la única disponible para la presentación de trabajos finales hasta el año 2012, cuando a raíz de un cambio en el reglamento de tesinas (Res. N°551/12-CD, y sus modificatorias, Res. 410/16-CD), fueron incorporadas también las tipologías ensayos, intervenciones en comunicación y producciones comunicacionales. La primera tesina de la modalidad audiovisual fue un documental de Silvana Siviero titulado Lazos de devoción, en torno a una festividad religiosa popular en el paraje Maloyitas, departamento de General Paz, Corrientes, editado en 2013. Una de las primeras tesinas de la modalidad intervención fue desarrollada por Gustavo Altamirano y Maira Boyeras y se trató de un proyecto de intervención comunicacional para mejorar la seguridad vial en la ciudad de Saladas (Corrientes), en 2014. En tanto que una de las primeras en la modalidad ensayo corresponde al trabajo de reflexión de Marcelo Pucciariello sobre la aplicación de la Ley de servicios de comunicación Audiovisual en Corrientes, aprobada en 2016. Esta tipología es la menos desarrollada hasta la actualidad, con dos tesinas aprobadas.

En términos generales, en una aproximación preliminar advertimos que una de las orientaciones más difundidas desde el año 2000' a 2022 inclusive es el análisis de los discursos de medios locales/regionales y su influencia en los públicos en la tipología investigación. Cerca de un 30% de los trabajos analizan medios (sobre todo diarios gráficos y digitales) con herramientas del análisis del discurso y teorías de las representaciones sociales. Otros ejes con gran cantidad de trabajos son los dedicados a la comunicación institucional/ organizacional; la comunicación estratégica (con más un 15% de los trabajos); la comunicación/educación y la comunicación participativa/ comunitaria (cerca de un 15%), donde también se incluyen tipologías de intervención.

Un menor porcentaje del conjunto ocupan los abordajes sobre programación, agenda, recepción y consumo de radio y tv; historia de medios; comunicación y periodismo digital; medios y convergencia; apropiación de TICS; comunicación visual y audiovisual; estudios de género, memoria, derechos humanos, juventudes, racismos, desigualdades, entre otros.

No obstante, estos últimos ejes empezaron a cobrar nueva fuerza y a generar aportes innovadores en las primeras tesis de posgrado desarrolladas por egresados y docentes de la UNNE en carreras de maestría y doctorado dentro y fuera del país, durante y en el marco de distintos proyectos en la última década. A modo de racconto de dichas tesis de posgrado, se pueden enumerar los trabajos de:

Beatriz Castro Chans (2014) Las interacciones comunicativas en los procesos de aprendizaje organizacional y gestión del conocimiento en la actividad docente universitaria

: estudio de caso en la Facultad de Ciencias Exactas de la Universidad Nacional del Nordeste en Corrientes. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades, mención en Comunicación, UNQ.

Barrios Cleopatra (2016) Re-presentaciones fotográficas del Gaucho Gil. Las imágenes como productoras de sentidos y formas de articulación de la cultura popular- masiva. Tesis de Doctorado en Comunicación, UNLP.

Avellaneda, Aldo (2017). Hacia el gobierno de sí mismos. Formas de problematización de la vida militar entre 1880 y 1930. Tesis de Doctorado en Ciencias Políticas, Universidad Nacional de San Martín.

Chao Daniel (2018) Problematización y gobierno de los veteranos de la guerra de Malvinas. Estado, intervención política y gubernamentalidad (1982-2017) Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, UNER

Silvana Siviero (2018) Comunicar sin diferencias. Tesis de Máster en Comunicación, especializado en Audiovisual y Multimedia, Universidad Europea del Atlántico

Pérez Sergio (2019) Prácticas de comunicación del Estado en la gestión de políticas públicas para la infancia y la adolescencia : análisis de caso del Consejo Provincial de Niñez, Adolescencia y Familia. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades, mención en Comunicación, UNQ.

Campusano Marina (2019) „Itinerarios de la militancia juvenil. Las agrupaciones politico-partidarias en la ciudad de Resistencia (Chaco) 2012- 2017“. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, UNER

Pannunzio Florencia (2021) Jóvenes, espacios digitales y procesos de socialización política: Los casos de las organizaciones OAJNU Corrientes y TECHO Corrientes, en el período 2016-2017. Tesis de Doctorado en Comunicación, UNLP.

Silva Fernández Alejandro (2021) La construcción de la diversidad. Representaciones de la población LGBTIQ+ en la producción argentina de documentales para la Televisión Digital Abierta. Tesis de Doctorado en Comunicación, UNLP.

Mabel Caballero (2022) Disputar una voz propia desde la periferia. Un análisis (inter) discursivo de las reflexiones sobre el lenguaje en los textos de Sonia Sánchez. Tesis de Doctorado en Letras, UNNE.

Monzón Battilana Patricio (2022) ¿Cuerpos (i)legítimos?: un estudio sociosemiótico y de género de las construcciones discursivas y las representaciones sociales de Clarín.com sobre la tecnología biomédica para las mujeres en la década 2010-2019. Tesis de Doctorado en Comunicación, UNLP.

Estos trabajos marcaron algunas de las líneas abiertas desde el IComS, y son indicadores de intereses actuales en cuanto a temáticas y abordajes teórico-metodológicos. Como se remarcó en páginas iniciales, varias de las trayectorias individuales de docentes-investigadorxs de la carrera se asocian a proyectos de investigación radicados en otros institutos. En este sentido se puede mencionar que como resultado de un proyecto radicado en el Centro de Estudios Sociales (CES-UNNE), aprobado por CyT-UNNE, que se orientaba a analizar y describir procesos de socialización y subjetivaciones políticas de jóvenes en las provincias de Chaco y Corrientes, se publicó en el año 2021 el libro “Interpelaciones y Militancias juveniles.

Estudios sobre juventudes en escenarios provinciales” (Eudene), coordinado por Campusano y Pannunzio. En sus páginas se recuperan trabajos de investigadorxs de las provincias de Corrientes, Chaco, Salta, Mendoza y San Juan que abordan, por un lado, la relación de las juventudes con las diversas formas de interpelaciones –institucionales, organizacionales, laborales– analizando cómo se construyen normativas, programas, rutinas, condiciones de trabajo que producen juventudes. y, por otro lado, con sus ámbitos de militancia política, focalizando en partidos políticos y en organizaciones sociales. Las estrategias teórico- metodológicas son variadas, recuperando abordajes comunicacionales, pero también sociológicos e históricos.

En la línea de estudios de representaciones mediáticas y desigualdades sociales se destacan los aportes de un proyecto acreditado por CONICET y la Defensoría del Público que reunió a docentes investigadores en comunicación de la UNNE, UNaM, UNSa, UNJU y UNT y cuyo resultado se plasmó en el libro De la invisibilidad al estigma. Representaciones mediáticas, telediarios y violencias en el noroeste y el noreste argentino (Biblos, 2022), coordinado por Alejandra Cebrelli y Cleopatra Barrios. La publicación problematiza la construcción de representaciones televisivas estigmatizantes en telediarios emitidos por canales de aire de Salta, San Salvador de Jujuy, Tucumán, Chaco, Corrientes y Misiones. También indaga sobre los formatos, estilos y estéticas que adopta la presentación de las noticias, así como las relaciones de intertextualidad que se establecen entre las producciones locales, intra e interregionales y los teleinformativos de referencia nacional.

Lxs colegas han difundido resultados en diferentes publicaciones académicas (libros, revistas, actas de congresos). Estas producciones, en su mayoría, han sido ingresadas a partir de 2014 al Repositorio Institucional de la

UNNE (RIUNNE)<sup>3</sup> que constituye a los fines de nuestro sondeo una herramienta fundamental para el acceso a los materiales que seguirá siendo consultada para próximos trabajos.

Vale decir también que en los últimos años, los proyectos de investigación colectivos acreditados por diferentes organismos de Ciencia y Técnica y guiados por docentes- investigadorxs de la carrera retomaron, profundizaron algunas líneas abiertas en las tesinas (comunicación/participación, historia de medios, organización y sistema de medios, etc), y también aportaron el desarrollo de tópicos y también enfoques nuevos (como los estudios de gubernamentalidad y los cruces entre comunicación, legislación y políticas públicas, entre otros).

En este sentido, vale señalar que entre 2013 y 2022 se desarrollaron los siguientes proyectos acreditados por la Secretaría General de Ciencia y Técnica con asiento en el Departamento de Comunicación Social: “Tensiones, rupturas y continuidades. La relación prensa y política en la provincia de Corrientes 1880 – 1999” (Res. 1011/12. CS), dirigido por María del Mar Solís Carnicer; “Aplicabilidad del Derecho de la Información en la Argentina en General y en la región Nordeste en Particular. Impacto de la Convención Americana de Derechos Humanos y de la Jurisprudencia de la Comisión y de la Corte Interamericana sobre dicha aplicabilidad” (Res. 135/13. CS), dirigido por Marcos Medina; “Antroposemiótica de las prácticas culturales. Análisis del tatuaje carcelario en las ciudades de Corrientes y Paraná” (Res. 839/13. CS.), dirigido por Claudia Rosa; “Los cambios en los sistemas electorales y sus implicancias en los sistemas políticos provinciales. Análisis Comparado de las provincias del Nordeste en el período 1983-2013”, (Resol. 966/17. CS.) dirigido por Marcos Medina; “Transformaciones en el campo de la prensa en Chaco y Corrientes: profesionalización, actores, representaciones socio-culturales y convergencia (1976-2016)” (Resol. 454/20), dirigido por Adrián Almirón; “Gobierno y problematización en los Estudios en Gubernamentalidad. Su impacto en el campo de la filosofía y las ciencias sociales del nuevo siglo” (Resol. 454/20), dirigido por Aldo Avellaneda.

Esos proyectos acompañaron la formación de posgrado de los docentes; sirvieron de plataforma para sus actividades de investigación, extensión y transferencia; y también guiaron la formación de estudiantes de grado y de inscripción de postulaciones de becas. Las iniciativas también delinearon los temas de investigación que hoy cuentan con mayor producción colectiva. Del catálogo de EUDENE, Editorial de la Universidad Nacional del Nordeste (<https://eudene.unne.edu.ar/>), se destacan la publicación de varios títulos que se ofrecen como resultados de estos proyectos acreditados por SGCyT. Entre ellos valen mencionar: Conductas que importan. Variantes de análisis de los Estudios en Gubernamentalidad (2019), coordinado por Aldo Avellaneda y Guillermo Vega; Hacer(se) Tatuaje(s). Recorrido de una práctica cultural (2021), coordinado por Claudia Rosa y Daniel Chao; Prensa y política en Corrientes. Actores, instituciones y discursos (siglos XIX y XX) (2021), coordinado por María del Mar Solís Carnicer.

Por otra parte, si bien la producción científica en comunicación se registra en el ámbito institucional de la UNNE con continuidad desde los años 2000’, desde los inicios de la Tecnicatura, en 1982, tanto estudiantes como docentes desarrollaron proyectos de relevancia junto a actores no académicos e insertos en otras instituciones del medio. Por un lado, estas experiencias aportaron significativamente al cambio y a la transformación social, buscando atender las demandas sociales, políticas y culturales de su tiempo. Por otro lado, también abonaron debates teórico-metodológicos y formas de acción/participación que incidieron en un modo de comprender la comunicación que trazan vínculos con líneas de investigación vigentes.

En una mirada panorámica y fragmentaria, basada en conversaciones informales, lecturas de publicaciones dispersas (Cavaliere, 2001; Oviedo, 2018), entrevistas y relatos relevados para diferentes actividades (trabajos de cátedras y producciones en el marco del 40° aniversario de la carrera), podemos dar cuenta de comunicadorxs formadxs en la universidad que se destacaron como docentes, incidiendo en la formación de nuevas generaciones, pero también con recorridos significativos fuera del ámbito académico. Encontramos trayectorias ligadas al trabajo con

---

3 Ver: <https://repositorio.unne.edu.ar/>

movimientos sociales y organizaciones barriales, movimientos campesinos, sectores y asociaciones de producción agrícola y educación rural, colectivos culturales y audiovisuales. En este marco, cobran relevancia los aportes de Eduardo Cavalieri, René Oviedo y Marilyn Christofani al campo de la comunicación popular, el audiovisual y las políticas culturales, entre otros, cuyas trayectorias en diversos ámbitos requieren un desarrollo aparte y que se completará con la indagación de archivos públicos y privados para recopilar información asociada prevista en una segunda fase de esta investigación.

No obstante, podemos señalar a los fines de la identificación de temas y enfoques, que los proyectos de estxs comunicadores revisan las tensiones entre desarrollo y dependencia planteada por la tradición de la teoría crítica latinoamericana, y conciben a la comunicación como instrumento para el cambio social, para visibilizar y dar voz a sectores marginados, para recuperar y fortalecer memorias e identidades locales. Resta para futuros trabajos sistematizar estas experiencias y recorridos y ponerlos en relación a las demandas socio-comunitarias las tendencias de temas/problemas de producción de conocimiento en el ámbito universitario de cada época.

## Reflexiones finales

El crecimiento de la producción científica en el campo de la comunicación en el ámbito de la formación en la UNNE está marcado por estos puntos de continuidad y renovación. Al nivel de graduadxs en la carrera de grado, los proyectos de tesis fueron configurando los temas, enfoques y tipologías de investigación más recurrentes. Podemos afirmar que se destaca la tipología de investigación con temas orientados predominantemente al análisis de discursos y representaciones mediáticas, comunicación institucional/organizacional, la comunicación comunitaria y participativa.

Los proyectos colectivos acreditados por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la UNNE, con asiento en el Departamento de comunicación Social, así como las formaciones de becas y nuevas tesis de posgrados a ellos asociados, promovieron la continuidad de los estudios sobre estos temas recurrentes y rastreables desde las primeras tesis de graduación. Pero al mismo tiempo propiciaron la construcción de nuevos ejes y enfoques de abordaje, como son los estudios sobre la historia de medios y sus vínculos con la política; problemas ligados a la antropo-semiótica del cuerpo y la imagen; el derecho a la información; las relaciones entre gubernamentalidad, estado y poder, entre otros.

Poder reconstruir este mapa de estudios a nivel local nos permite visualizar el crecimiento de la producción científica en los últimos años así como las potencialidades de algunas líneas temáticas y de los trabajos en red que ya se hicieron/vienen haciendo con colegas de otras Universidades Nacionales, de distintas regiones del país, que hoy buscan tener peso y continuidad en las líneas de estudios propuestas desde el IComS.

## Bibliografía

- ANGEL, Adriana y BARRANQUERO, Alejandro (2016). "Mapa de objetos y perspectivas en comunicación, desarrollo y cambio social", *Universitas Humanística*, 81, pps 91-118. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.uh81.mopc>
- CAVALIERI, Eduardo (2001). "La identidad del educador. Notas en borrador para discutir alguna posible construcción", Encuentro CELADEC, Coroico, Bolivia, mimeo.
- EMANUELLI, Paulina Beatriz. (1999) "Investigaciones de la Comunicación en Argentina: Reflexiones sobre la investigación crítica", *Ámbitos*, N°2, enero-junio, pp. 61-86.
- FUENTES-NAVARRO, Raúl (1999) "La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI", *Diálogos de la Comunicación*, núm.56. Perú: FELAFACS.
- FUENTES-NAVARRO, Raúl (1991) *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*. México: FELAFACS.
- MARCONETTI, Camila (2014) *La producción académica en el campo de la comunicación. Análisis de las tesinas de grado de Comunicación Social de la UNR presentadas entre 1999 y 2011*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Rosario] Repositorio Institucional de UNR <https://rehip.unr.edu.ar/handle/2133/5290>
- OVIDO, René (2018) "La mirada de los invisibles", en *Página/12*, edición 30 da mayo de 2018. [//www.pagina12.com](http://www.pagina12.com).

ar/118089-la-mirada-de-los-invisibles

SAINTOUT, Florencia (2003) Abrir la comunicación: Tradición y movimiento en el campo académico. Cap. V: La Ruptura: un campo en movimiento. Ediciones de Periodismo y Comunicación, N° 23, pp. 75-85.

Documentos

Resolución de Creación del Instituto de Investigaciones en Comunicación Social (Res. 237/21. CD.-) Disponible en:  
<http://bitly.ws/xax8>

Listado Repositorio de tesinas: <http://redbiblio.unne.edu.ar/pergamo/opac.php?a=bsqMateria&c=&n=TESINAS+COMUNICACION+SOCIAL&ui=0&recho=0&o=fec-d&viewMode=ficha&p=1&i=100>

**MESA 9**

# Comunicación y Ciencia

# Periodismo científico en los inicios del Programa CyT de la Fundación Campomar.

Catalina Nicole Marquez  
marquezcatalina@gmail.com

**Universidad Nacional de Moreno**

## Resumen

El proceso de organización e institucionalización en el campo de la comunicación pública de la ciencia en Argentina se empieza a consolidar a mediados de 1980, con el retorno de la democracia. En relación a esto, uno de los hechos de gran resonancia dentro de este campo fue la creación del Programa de Divulgación Científica y Técnica de la Fundación Campomar, que inició sus actividades en 1985, y se constituyó como el primer espacio de formación para el periodismo científico en nuestro país. Este primer programa institucional de divulgación científica luego se replicó durante la década de los 90 en las distintas facultades de la Universidad de Buenos Aires (UBA), a partir de la creación de Centros de Divulgación.

Esta iniciativa, surgida en el seno del Instituto de Investigaciones Bioquímicas Fundación Campomar, brindó herramientas introductorias para ejercer la tarea de comunicar ciencia a los medios masivos de comunicación y al público en general. En ese sentido, me propongo exponer avances parciales del análisis de este caso, entendiendo que cumplió un rol fundamental tanto para la formación de periodistas científicos como para la creación de nuevas instancias de formación.

En particular, esta presentación se enfoca en los inicios del Programa para discutir si, durante esos primeros años, la labor del periodista científico era entendida o reconocida como una profesión. Para ello, se realizará una reconstrucción a través del relato y las experiencias de personas que fueron becarias del Programa y que se desempeñaron en los distintos Centros de Divulgación creados en las facultades de la UBA. El análisis de las entrevistas realizadas permitirá evidenciar las características, rutinas, reglas y estructura de la actividad laboral que llevaban adelante y cómo esas tareas eran reconocidas en el campo emergente de la comunicación de la ciencia.

Por último, y partiendo también de las declaraciones de los entrevistados y del análisis de documentación, me interesa analizar si es posible considerar a este Programa como una política científica bien delineada o, más bien, como una propuesta que aún se presentaba de forma aislada y desorganizada. Para ello se tendrán en cuenta las diversas alianzas y vínculos que forjó el Programa con organismos públicos y universidades nacionales con el fin de concretar sus objetivos.

## Introducción

El campo de la comunicación pública de la ciencia<sup>1</sup> en nuestro país ha presentado una visible ex-

---

<sup>1</sup> En el presente trabajo se decidió utilizar la terminología "comunicación pública de la ciencia" dado a que es la más utilizada en Argentina. Sin embargo, es posible mencionar que el término tiene un carácter fluctuante, esto significa que tiene distintas interpretaciones de acuerdo al contexto. De acuerdo a Vara (2018)

pansión durante las últimas décadas, “tanto en el plano de las prácticas como en lo relativo a la investigación, la reflexión teórica y la especialización de recursos humanos” (Cortassa y Rosen, 2019, p. 2). En primer lugar, cabe destacar que el proceso de conformación del sistema nacional de ciencia y tecnología se desarrolla entre las décadas de 1950 y 1960, a partir de la creación de instituciones de carácter estatal que surgen con el objetivo de expandir la investigación y la ciencia. Sin embargo, hasta ese momento, los intentos e iniciativas interesadas en la divulgación masiva del conocimiento científico hacia la comunidad eran aún escasas y se presentaban de forma aislada y fragmentada.

Es en el contexto de retorno de la democracia cuando se produce la aparición de una iniciativa con objetivos determinados y un interés formal por promover la apropiación social del conocimiento científico. Se trata de la creación del Programa de Divulgación Científica y Técnica, en el Instituto de Investigaciones Bioquímicas Fundación Campomar, que inicia sus actividades en 1985, con el fin principal de generar recursos humanos capaces de producir información científica para ser difundida masivamente.

En cuanto a su propuesta inicial, Belocopitow (1995) menciona que el Programa "ofreció públicamente becas anuales con dedicación exclusiva para capacitarse como divulgadores o periodistas científicos, y continuó con cursos, talleres y reuniones internacionales para los mismos fines, inclusive los atinentes a la enseñanza formal" (p. 147). Es decir, se trataba, por un lado, de un espacio de formación para aquellos graduados, tanto de carreras científicas como humanísticas, que tuvieran el interés de aprender de qué manera producir y escribir sobre ciencia. En ese sentido, el curso de periodismo científico se proponía “brindar elementos básicos de adaptación del discurso, organización textual y estilo periodístico” (Loewy y Calabrese, 2016, p. 3). A su vez, se trataba de un espacio de comunicación hacia el público, debido a que las notas periodísticas que se iban produciendo a partir de ese curso llegaban al público a través de distintos medios de comunicación, como diarios y revistas, así como a través de un acuerdo con la agencia Télam.

En relación a esto, Cortassa (2019) considera a este Programa como el primer espacio de formación de periodistas científicos del país, dando lugar al comienzo de un proceso de profesionalización del campo en Argentina (p. 63). En ese sentido, la formación de los divulgadores no se inició en las carreras de periodismo o comunicación, sino en el Instituto de Investigaciones Bioquímicas Fundación Campomar a partir del surgimiento de este Programa. El crecimiento de este Programa no se debió solamente a los cursos de periodismo científico que brindaba, sino también a la creación de áreas de comunicación de la ciencia en organismos públicos y universidades. Tal es el caso de la Universidad de Buenos Aires (UBA), donde se crearon Centros de Divulgación Científica en las distintas facultades, como producto de un convenio con la Fundación Campomar con el fin de replicar el Programa en esta institución, a través de diferentes unidades comunicacionales. Siguiendo a Cortassa (2019), el impacto de esta iniciativa tuvo un “efecto multiplicador” (p. 67) debido a que promovió el surgimiento de propuestas similares.

En relación al presente trabajo, nos interesa analizar en qué medida se pueden identificar elementos de profesionalización a partir de la creación del Programa. Es decir, qué rasgos propios de las actividades que realizaban durante los inicios del Programa pueden ser entendidos como parte de una profesión o no. Para ello se partirá del análisis de las entrevistas en profundidad realizadas.

---

la cuestión terminológica "merecería por sí misma no ya un artículo, sino libros enteros, sobre todo si tenemos en cuenta su dispersión en términos de regiones, países y en función de los programas a los que estuvieron asociadas las distintas propuestas terminológicas"(p. 14).

Estas entrevistas nos permitirán ver, por un lado, cuáles eran las actividades que realizaban y en qué medida pueden ser identificadas o catalogadas como parte de una profesión (o no). Y, por otro lado, nos interesa ver la autopercepción de los actores, es decir, cómo juzgaban su propia actividad. Esto es, ¿se consideraban a ellos mismos como profesionales del periodismo científico? A partir de ese análisis, tanto de lo que hacían como de sus autopercepciones, podremos analizar, a partir del marco teórico, qué rasgos de una actividad profesional estaban presentes y cuáles no. Y, además, qué elementos nos permiten hablar del inicio de un proceso de profesionalización en el campo.

Por último, nos interesa preguntarnos, a partir de ese “efecto multiplicador” previamente mencionado, ¿en qué medida podemos hablar del Programa como una política científica? ¿Se trataba de una política científica deliberada/intencional que recién estaba iniciando o una política científica tácita?

### **Marco teórico**

El tratamiento y la producción de noticias vinculadas con el ámbito científico es reciente en comparación a otras ramas del periodismo. De acuerdo a Rosen (2018), es posible afirmar que el nacimiento de la especialidad se acentuó, principalmente, durante la segunda mitad del siglo XX, cuando se puso énfasis en atender y analizar las relaciones entre la ciencia y la sociedad. En el contexto de ese impulso empiezan a surgir los estudios sobre comunicación pública de las ciencias, "un campo académico y profesional que se ha consolidado progresivamente desde entonces" (Rosen, 2018, p. 17).

En cuanto a Argentina, como mencionamos previamente, la historia del periodismo científico o de actividades próximas no ha sido suficientemente estudiada; pero puede decirse a partir de algunos trabajos publicados, que se presenta de forma fragmentada y aislada, es decir, sin un carácter organizado e institucionalizado. Este panorama cambia recién en la década del `80. Es decir, pese a que durante el siglo XIX es posible encontrar varios diarios que escribían artículos sobre temáticas vinculadas a la ciencia y la tecnología, entre otros, las iniciativas enfocadas principalmente en el periodismo científico surgen durante las últimas décadas del siglo XXI.

Entre estas iniciativas, surge en 1984 el primer Programa de Divulgación Científica y Técnica, comenzando sus actividades oficialmente en 1985. Según Belocopitow, el Programa nace para darle una respuesta a su preocupación por la debilidad de la cultura científica en la sociedad, lo cual daba lugar a una falta de reconocimiento y apoyo a las instituciones e investigadores (Belocopitow, 1998). Entonces, para revertir y superar esa situación, entendía que era necesario "formar una corriente de opinión pública más interesada y favorable al desarrollo científico y tecnológico" (Cortassa y Rosen, 2019, p. 6) a través del ejercicio de la divulgación por medio de los medios masivos de comunicación. Por un lado, como mencionamos anteriormente, el Programa promovía la creación de áreas especializadas de comunicación en instituciones y organismos públicos y, a su vez, dictaba cursos de periodismo científico. En estos cursos se compartían aquellos "elementos básicos de adaptación del discurso, organización textual y estilo periodístico" (Loewy y Calabrese, 2016, p. 3). Además de esta formación teórica, "las personas participantes tenían la posibilidad de profundizar sus competencias y palpar “desde dentro” la naturaleza de las prácticas científicas mediante una beca semestral<sup>2</sup> de inserción en un organismo de investigación" (Cortassa y

---

<sup>2</sup> Sin embargo, también es posible mencionar que se otorgaban becas de carácter anual, como las de la UBA.

Rosen, 2019, p. 7).

En este contexto, nos parece pertinente retomar el concepto de profesionalización de este campo donde "se llevan a cabo los primeros procesos de socialización entre los agentes (...), se establecen normas, guías de "buenas prácticas" y códigos que van a tener influencia en la trayectoria de los comunicadores" (Rosen, 2018, p. 157). En ese sentido, es posible afirmar que la creación de distintas instancias de formación y capacitación de periodistas especializados en ciencia es, según Vara (2015), un indicador de un proceso de profesionalización debido a que se relaciona con "agentes específicos en lugares específicos" y, a su vez, quienes abordan estas temáticas de ciencia y tecnología lo hacen "de manera sistemática y muchas veces en secciones o suplementos dedicados específicamente a estas áreas" (Vara, 2015, p. 2).

En ese sentido, nos resulta interesante retomar la definición de profesionalización que hace Vara (2015) entendiéndola como la "especialización progresiva en las sociedades modernas" (p. 1) a partir de estándares específicos que construyen una identidad colectiva. Es decir, "se reclama un territorio como propio" (ibíd.: 1) y, a su vez, se reclama autonomía para quienes practican la actividad. Dentro de la construcción de esa identidad colectiva es posible detenernos principalmente en los modos en que los actores sociales se auto perciben como profesionales o no y la forma en que juzgaban sus propias actividades. El análisis de las autopercepciones será otro de los elementos que nos permitirá comprender qué grado de profesionalización había en la actividad realizada.

Partiendo entonces del hecho de que, a partir de estos indicadores que se hacen presentes sobre todo a mediados de los '80, podemos afirmar que se observa el inicio de un proceso de profesionalización. Por ende, nos parece fundamental abordar el concepto de profesión y los conceptos teóricos que se despliegan a partir de él. En principio, es importante mencionar que, tal como lo describe Rodríguez Ávila (2008) "la sociedad industrial equivale a la sociedad de profesiones, por el incremento del número de profesionales y de profesiones" (p. 15). Además, sumado a lo ya mencionado previamente sobre la construcción de una identidad colectiva, la profesión da lugar a nuevas formas de organización y de acción.

Sin embargo, abordar el término de las profesiones es tan amplio como complejo. Los esfuerzos investigativos de la sociología de las profesiones han contribuido a esta discusión a partir del surgimiento de dos grandes teorías clásicas que intentan explicar, de diferentes modos, el término: el funcionalismo y el interaccionismo. Por un lado, es Wilensky (1964), uno de los referentes de la teoría funcionalista, quien identifica seis criterios para definir a la profesión: entre ellos, que "debe ser ejercida a tiempo completo; tener reglas de actividad; tener una formación y espacios especializados; tener una protección del monopolio y tener un código deontológico" (Urteaga, 2008, p. 7-8).

Estos criterios, entonces, de acuerdo a esta teoría, permiten entender de qué manera y a través de qué formas un grupo profesional pasa a ser considerado y reconocido como parte de una profesión. En ese sentido, entienden a las profesiones como entidades que presentan cierta estabilidad a lo largo del tiempo y, por ende, no se ven atravesadas por grandes cambios.

Por otro lado, el interaccionismo parte inicialmente de entender que todo trabajo debe ser analizado "como un proceso subjetivamente significativo y como relación dinámica con los otros". De acuerdo a esta teoría son seis los conceptos claves que explican las profesiones: entre ellos me interesa, sobre todo, mencionar la autorización de ejercer alguna actividad que otros no pueden ejercer, que se puede vincular en la obtención del reconocimiento

por parte de la sociedad o las instituciones. A su vez, el concepto de segmentación resulta interesante debido a que define a la profesión como "un conglomerado de segmentos en competencia y en reestructuración continua" (Urteaga, 2008, p. 180). Y el concepto de mundo social también me parece pertinente para el presente trabajo: éste es definido a partir de cuatro dimensiones: como una serie de rutinas y parámetros, como un espacio donde existe una cierta organización, como un conjunto de códigos compartidos que permiten que la comunicación sea eficaz y la creatividad para enfrentar los problemas (ibíd.: 180).

La caracterización de ambas teorías es relevante para entender en qué medida aparecen y cuáles son rasgos de una actividad profesional que se pueden identificar a partir de la creación del Programa y cuáles no. Pese a que en el análisis vamos a llevar adelante la identificación de estos elementos en citas de las entrevistas, es importante mencionar que la teoría de la complejidad de las profesiones nos parece, a esta altura de nuestra investigación, la más adecuada para comprender nuestro objeto de estudio. Decimos esto en tanto que plantear esta mirada implica focalizarse en un análisis que observe que la "acción profesional es plural, reflexiva, intersubjetiva y situada" y, además, "la profesión produce los profesionales que la producen simultáneamente" (p. 185).

Por último, es importante retomar el concepto de "política científica" entendiéndolo como un "conjunto de políticas que pueden adoptar los estados y en particular los gobiernos con relación a la ciencia. En ese sentido, el término es análogo al de otras políticas públicas (...) y expresa un ámbito de decisiones públicas demarcado por un objeto específico; en este caso, la ciencia" (Albornoz, 2007, p. 50). Este concepto será fundamental para comprender en qué medida el Programa puede ser entendido o no como una política científica.

## Metodología

Como estrategia metodológica se propone un abordaje cualitativo a través de la recolección

y el análisis de información vinculada a nuestro objeto de estudio. En ese sentido, el análisis se llevará adelante mediante la utilización del método de estudio de caso, el cual nos permitirá indagar sobre un fenómeno en su contexto real, a partir del uso de múltiples fuentes de datos. El estudio de caso permitirá ver de qué manera "se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado" (Carazo, 2006, p. 167). En palabras de Yin (1994), un estudio de caso es:

*"Una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes (...)" (Yin, 1994, p.13).*

Dentro de la variedad de fuentes mediante la cual fueron obtenidos los datos se pueden mencionar documentos, registros de archivos, entrevistas en profundidad y la observación participante, como prevé Chetty (1996). En cuanto a la documentación para el presente trabajo, se analizarán aquellos documentos vinculados a la creación del Programa en estudio. Por otro lado, en cuanto a las entrevistas se tendrán en cuenta las realizadas recientemente a personas que fueron becarias durante los primeros años del Programa. El análisis de estas entrevistas en profundidad ayudará a reconstruir la forma en que las personas entrevistadas, actores sociales que tuvieron un determinado rol en el Programa, desarrollaban sus actividades y qué autopercepción tenían sobre su propia actividad.

## Análisis

Retomando las palabras de Cortassa y Rosen (2019), es a mediados de los años `80 cuando comienza la profesionalización del campo en Argentina, donde "se registran sus primeros logros relevantes y se sientan las bases de su posterior evolución" (p. 63). Uno de esos logros que va a

impulsar el crecimiento del campo, como mencionamos previamente, es el surgimiento del Programa de Divulgación Científica y Técnica de la Fundación Campomar.

Uno de sus objetivos tenía que ver con "insertar la ciencia en la cultura general de la población" (Belocopitow, 1998, p. 151) y esto debía empezar a hacerse a través de los medios de comunicación masiva. Sin embargo, una de las principales dificultades para lograr este objetivo tenía que ver con las "carencias de los investigadores y periodistas no especializados en temas científicos" (p. 153). Frente a ello, en primer lugar el Programa surge como un espacio de entrenamiento para la transformación de textos científicos en notas periodísticas que pudieran ser comprendidas por la mayoría del público. Los becarios y becarias de este Programa, entonces, hacían un trabajo de investigación sobre un determinado acontecimiento o temática y, luego, esa información se volcaba en forma de artículos destinados a la prensa escrita, como diarios o revistas. En segundo lugar, como parte del Programa se fueron creando, a partir del nodo inicial, Centros de Divulgación Científica en las facultades de la UBA, como la de Agronomía, Farmacia y Bioquímica, Psicología, Ciencias Exactas y Naturales (FCEyN), Ciencias Veterinarias, Ingeniería y Ciencias Sociales.

Las personas que recibieron beca y formaron parte de este Programa constituyen un eje fundamental para poder reconstruir e identificar qué elementos había para considerar a la actividad que realizaban como una profesión o no. A continuación, nos parece importante retomar las palabras de las entrevistadas para entender cómo organizaban sus tareas, si contaban con una determinada rutina laboral y si se basaban en determinados parámetros a la hora de producir las notas periodísticas. Cabe destacar que, las personas entrevistadas primero realizaron el curso de formación del Programa y, luego, formaron parte de los Centros de Divulgación de la UBA.

Una de las becarias del Programa fue Susana Gallardo, graduada en Letras, quien integró el Centro de Divulgación de la FCEyN desde su inauguración en 1989 y obtuvo la beca Luis. F. Leloir, de iniciación, otorgada por el Banco Ciudad de Buenos Aires. De su paso por el curso introductorio recuerda que fue una instancia fundamental debido a que les explicaban los principales rasgos de los textos periodísticos. Los becarios y becarias contaban con formaciones variadas, es decir, la mayoría no tenía formación periodística. Es en ese curso intensivo e introductorio donde se enseñaban estas características, así como también los procesos de formulación de los discursos científicos. Lo aprendido iba a ser implementado luego en la producción periodística de los centros. De esta manera vemos cómo este curso se va construyendo como un nuevo espacio de formación, es decir, de especialización para periodistas científicos. A partir de esa formación también se empieza a trabajar también en la producción de textos académicos que contribuyen al crecimiento del campo. Amalia Dellamea, becaria del Programa 1987-1989 e integrante del Centro de Divulgación de la facultad de Farmacia y Bioquímica, dice:

*"Empezamos a trabajar a mediados de los `80 en un inventario de los recursos retóricos, de procedimientos, de recursos y estrategias retóricas, en el nivel estilístico. Lo describíamos para poder diseñarlo. Eso lo publicamos por primera vez en el Congreso Mundial de Periodismo Científico que se hizo en Japón en 1990" (Dellamea, 2023)<sup>3</sup>.*

Por otro lado, es posible mencionar diferencias en cuanto al funcionamiento de cada uno de ellos:

"Cada centro se manejó de manera muy diferente, incluso algunos desaparecieron. En la Facultad de Filosofía y Letras se crearon cargos, pero ahí no redactaban artículos, lo que hacían era mandar gacetillas a los medios. Es decir, comunicarse con los medios para que hicieran notas, esa fue la gran diferencia. El trabajo que yo hacía (en FCEyN)

<sup>3</sup> Dellamea, Amalia (2023). Entrevista realizada el 7 de abril por la autora, de manera remota.

básicamente era el mismo que había empezado a hacer con la beca: publicar artículos que salían a través de Télam, después publiqué en el suplemento de Clarín, de La Nación. Ese Centro de Divulgación en Exactas fue mutando a lo largo de los años, fue cambiando muchísimo. Al principio dependía de Campomar y mi jefe era Belocopitow. Luego pasó a depender de la facultad” (Gallardo, 2023).<sup>4</sup>

En ese sentido, podemos mencionar que, al principio, los centros se van constituyendo como unidades que nacen alrededor del nodo central del Programa. Sin embargo, no había un único criterio en torno al modo de funcionamiento y organización de cada uno de los centros. En relación a esto, Gallardo señala:

“Cada uno iba tomando su camino, de manera libre. No había ninguna exigencia. (...) En mi caso yo no tenía ninguna directiva, no me controlaban, solamente tenía que escribir artículos. En esa época las cosas dependían de quien estuviera a cargo y las directivas me las ponía yo” (Gallardo, 2023).

Por su parte, Cecilia Draghi, realizó el curso en la Fundación Campomar y dos meses después fue derivada al Centro de Divulgación de la Facultad de Farmacia y Bioquímica. En cuanto a la estructura de este centro es posible encontrar una organización más clara:

“Cuando conseguí la beca era un trabajo, había que ir de lunes a viernes, 8 horas. Había un acuerdo con Télam, se hacían cinco notas por semana entre todos los becarios. Nosotros lo que medíamos era en qué medios habían sido replicadas esas notas. Medíamos el impacto” (Draghi, 2023)<sup>5</sup>.

En la misma línea, Amalia Dellamea, explica que contaban con un lugar propio en donde desarrollaban la producción de notas.

*“Teníamos un lugar específico donde funcionaba el centro de la facultad de Farmacia. La facultad dispuso un laboratorio que no estaba en uso, era un lugar amplio, cada uno tenía su máquina de escribir, se cumplía un horario” (Dellamea, 2023).*

Esto da cuenta de la forma en que la acción profesional no tiene unidad, es decir, “los individuos actúan simultáneamente según varias lógicas de acción” (Urteaga, 2008, p. 188). A su vez, podemos mencionar que, a pesar de esas diferencias en cuanto al funcionamiento de cada centro, es posible encontrar que cada uno de ellos perseguía los mismos objetivos en torno a determinados valores comunes. A través de los siguientes fragmentos podemos identificar que hay una “una adhesión y una identificación de sus miembros a valores que aseguran su cohesión” (ibíd.: p. 191).

“Desde el punto de vista de Exactas el objetivo era que la ciencia llegara al público general, y había un objetivo en cierta medida desde la facultad y Campomar, político en la medida en que la sociedad conoce lo que hacen los investigadores va a estar más dispuesta a que la ciencia tenga un apoyo estatal” (Gallardo, 2023).

*“Yo creo que los intereses coincidentes entre Campomar y la UBA era el interés por dar a conocer las investigaciones que estaban teniendo lugar en las facultades. Hacer noticias, textos accesibles para la mayoría del público, que la ciencia ocupara un espacio en los medios” (Draghi, 2023).*

Estos objetivos, además, estaban explicitados en los documentos de creación de cada uno de los centros. En uno de ellos se menciona que la creación de estos centros en la UBA tiene como fin “transferir a la sociedad los conocimientos científicos obtenidos en esta Universidad, y en otros centros de investigación nacionales e internacionales” (FCEyN, 1998). Por su parte, el Centro de Divulgación de Farmacia y Bioquímica expresa el interés por “formar profesionales especializados en divulgación científica con orientación a los medios y a la educación no formal” y

4 Gallardo, Susana (2023). Entrevista realizada el 9 de marzo por la autora, de manera remota.

5 Draghi, Cecilia (2023). Entrevista realizada el 21 de marzo por la autora, de manera remota.

“contribuir a jerarquizar el nivel de la divulgación de nuestra Facultad, preservando la objetividad y el respeto por la Comunidad receptora de la información” (FFyB, 1989). Esto, a su vez, da cuenta de la existencia de un código deontológico, como lo menciona la teoría funcionalista de las profesiones, o más bien, códigos compartidos, de acuerdo a la corriente interaccionista. Es decir, más allá de los modos de funcionamiento de los centros, cada uno de sus integrantes forma parte de un mundo social que se guía en base a objetivos, criterios y valores similares, los cuales se explicitan en los documentos oficiales.

Estos elementos nos permiten ver de qué manera se va conformando, de forma progresiva, un grupo profesional que va interiorizando, sobre todo en la instancia de formación del Programa, valores que tienen que ver con la objetividad, la confianza, el respeto, la educación y la transparencia a la hora de informar sobre ciencia y tecnología.

Por otro lado, es posible identificar a partir de las entrevistadas ciertas características, rutinas y lógicas de producción que son propias del periodismo y los medios de comunicación:

“Surgían temas como en casi cualquier redacción. Muchas veces eran investigaciones locales o investigaciones que tenían origen en el exterior, siempre pero consultábamos a algún especialista local para que diera su evaluación sobre el tema. Los temas los buscábamos nosotros” (Draghi, 2023).

La búsqueda de la noticia, la selección de temas, la propuesta de notas, el uso de fuentes, la verificación de los datos, los criterios de noticiabilidad, la entrega de artículos en determinados plazos, entre otras, son características propias de la producción periodística. Es decir, cada centro poseía características similares a la de una redacción. Sin embargo, en lugar de estar empalazados en medios de comunicación, como diarios o revistas, estaban ubicados en otro tipo de instituciones, como organismos de investigación o facultades. El hecho de que, por ejemplo, el Centro de Divulgación de FFyB se encontrara ubicado dentro de un laboratorio, y no de una redacción, da cuenta de que no existía una delimitación clara en torno a las actividades que realizaban. En ese sentido, de acuerdo a Rosen (2018), “los propios criterios de demarcación del campo del periodismo de ciencias han sido históricamente objeto de lucha por parte de los agentes e instituciones interesadas por definir qué es la comunicación de las ciencias” (p. 39).

Otro de los rasgos que nos permiten analizar en qué medida una actividad puede ser entendida como una profesión es el reconocimiento. De acuerdo a Dellamea (2023) la actividad que realizaban “no solo no era reconocida, sino que era detestada profundamente”. Por otro lado, había un reconocimiento hacia la profesión del periodista, pero no hacia el periodista científico. En ese sentido, “no existía el periodismo científico, existían solamente los periodistas” (Dellamea, 2023).

Esa falta de reconocimiento, en principio, se daba principalmente a través de los científicos. La gran mayoría de las notas que producían los becarios de cada centro debían ser revisadas por los investigadores antes de ser publicadas:

“Tuvimos que trabajar mucho en la relación con los científicos, el respaldo de la institución ayudaba mucho. Teníamos siempre que mostrar el texto, eran revisados por los investigadores entrevistados. Nos costaba mucho mostrar el texto, en periodismo general no pasaba” (Dellamea, 2023).

Sin embargo, es posible ver también que la relación y la confianza entre los periodistas científicos y los investigadores/científicos se empieza a construir de forma paulatina:

*“No sé si nos reconocían como periodistas científicos o como periodistas, en general era un trato cordial. En ese momento costaba mucho más que los científicos hablaran con los medios. Pero como nosotros formábamos parte de un organismo oficial, y como siempre lo que*

*escribíamos antes de ser publicado era chequeado por los científicos, eso generaba confianza y un trato amable” (Draghi, 2023).*

Sin duda, uno de los factores que ayudó a que esa relación creciera fue la institucionalización del campo: el hecho de contar con el respaldo y apoyo de instituciones reconocidas, como el Instituto de Investigaciones Bioquímicas Fundación Campomar y la UBA, contribuyen al reconocimiento tanto al interior del campo científico como de la esfera pública.

También es posible ver que, a partir de esa institucionalización y la presencia de estos espacios de formación y práctica, se empieza a delinear una identidad colectiva. Esta identidad se puede identificar a partir de la autopercepción y la reflexión de cómo las becarias juzgan su propia actividad:

*“(…) Siempre tuve claro que el periodismo científico, y la divulgación de la ciencia y la tecnología, constituían áreas profesionales del Periodismo y de la Comunicación, y que demandaban una formación específica y rigurosa. (...) En lo personal, al venir con formación académica en el área y experiencia laboral en la producción de textos de divulgación científica y educativa, destinada a distintos medios de comunicación, no podía no considerarme una profesional del periodismo científico, que tuvo la posibilidad de perfeccionarse en el Programa de Divulgación Científica de Conicet” (Dellamea, 2023).*

Esa identidad se empieza a delinear a partir del interés y de la necesidad de contar con espacios propios de especialización en periodismo científico. Cuando Gallardo menciona que no sabía si los reconocían como "periodistas" o como "periodistas científicos" deja entrever esa falta de reconocimiento en cuanto al ejercicio de la actividad: esto se debía principalmente al hecho de que, al inicio, los becarios y becarias trabajaran en universidades o institutos de investigación y no en medios periodísticos. De esta manera, las condiciones de formación y de trabajo inciden en la forma en que los propios sujetos perciben su rol profesional. Es por eso que "la acción consecuente desde las ofertas educativas posibilitaría el surgimiento de prácticas profesionales acordes con las necesidades y requerimientos de educación científica" (Dellamea, 1996, p. 35).

Por último, en relación a si el surgimiento del Programa puede ser entendido o no como una política científica nos parece importante mencionar dos cosas. Por un lado, que en los documentos de creación no se explicita de forma deliberada la necesidad de entender a esta instancia como una política científica. Sin embargo, se puede afirmar que la aparición del Programa dio lugar y propició otras decisiones públicas y un nuevo posicionamiento en relación a la ciencia. Eso se evidencia, por ejemplo, en esta idea de lograr que el Programa hiciera “metástasis” en los distintos organismos y Centros de Divulgación de la UBA.

## **Conclusiones**

A partir del análisis de las entrevistas podemos afirmar que encontramos determinados rasgos que son propios de una actividad profesional. Entre ellos se puede mencionar el hecho de que, de forma paulatina, el Programa se va construyendo como un espacio especializado de formación en periodismo científico. Como parte de esa función educativa, el Programa también lleva adelante la producción de textos académicos sobre el estilo periodístico, los procedimientos y estrategias retóricas a la hora de escribir. Esto, sin duda, contribuye al crecimiento de este campo académico, a partir de la difusión y visibilización de las actividades que desarrollaban los propios becarios del Programa. De esta manera, la propuesta formativa y educativa del Programa se constituye como una oportunidad para dar lugar al desarrollo de prácticas profesionales con el fin de hacer comprensibles los contenidos vinculados a la ciencia.

Además, se pueden identificar ciertos aspectos que pueden dar cuenta de la existencia de un determinado conjunto de códigos y valores compartidos entre las y los becarios. Nos referimos, por ejemplo, a que todos ellos son conscientes y adhieren a que el objetivo principal del Programa es “acercar la ciencia al público”. Por otro lado, es posible notar la existencia de determinadas rutinas a la hora de llevar adelante la producción de textos periodísticos, así como la búsqueda y selección de temas, la propuesta de notas, etc.

Sin duda, estos elementos mencionados previamente nos permiten hablar del inicio de un proceso de profesionalización en el campo. Se trata de un inicio porque la configuración de una profesión como tal es aún incipiente. Esto se explica teniendo en cuenta que, a la vez, hay rasgos que permiten dar cuenta de la desorganización de las actividades llevadas adelante. Es decir, no existía todavía una delimitación concreta y un criterio único en torno a las actividades que realizaba cada Centro de Divulgación. Esto se reflejaba, por ejemplo, en la falta de directivas a la hora de producir textos, el hecho de que cada Centro se organizara de manera diferente, atendiendo a distintos criterios, creando una identidad colectiva, la cual puede evidenciarse a partir de la autopercepción de los sujetos. Algo que incide directamente en esa autopercepción tiene que ver con el rol que ocupan los espacios de formación y de trabajo. A partir de esos espacios empieza a configurarse una cierta autonomía, todavía incipiente, para quienes practican esta actividad, donde se da lugar a nuevas formas de organización y de acción. Como mencionamos en el marco teórico, creemos que más allá de los rasgos esgrimidos tanto por la teoría funcionalista como la interaccionista, nos parece fundamental situarnos en la teoría de la complejidad para hablar de profesiones. De esta manera podemos ver, a partir del análisis, cómo la acción profesional se presenta de forma “plural, reflexiva, intersubjetiva y situada” (Urteaga, 2008, p. 185).

En primer lugar, es plural porque los sujetos son definidos por su propia identidad, esto es, su sexo, edad, intereses, objetivos, formaciones de base, etc. En segundo lugar, la acción profesional es reflexiva "porque los profesionales gozan de una reflexividad, más o menos grande, que les permite ponerse o poner su acción a distancia para someterlos a un análisis crítico" (ibíd.: p. 186). En ese sentido, vemos cómo los sujetos mantienen una actitud reflexiva sobre el momento en que ejercían su práctica profesional, y en el hecho de ver si se consideraban a sí mismo como profesionales, o no, y por qué. En tercer lugar, la acción profesional es intersubjetiva, "porque el sentido apuntado subjetivamente y las relaciones de sentido son negociados con los demás" (p. 187). Por último, es situada porque cada uno de ellos se encuentra inserto en un determinado contexto y condiciones que determinan su forma de actuar, pensar, relacionarse.

Por último, pudimos observar que el Programa tiene un efecto multiplicador que se evidencia a través de las distintas iniciativas similares que intentan replicar esa propuesta. Por ejemplo, a partir de los Centros de Divulgación y, posteriormente, a través de la Red de Centros de Divulgación de la UBA. De esta manera, estas decisiones y elecciones implican la aceptación de ciertas direcciones y un nuevo posicionamiento que tiene que ver con el hecho de comunicar la ciencia a través de los medios de comunicación. Por lo tanto, el Programa puede ser entendido como una política científica que no es explícita, sino más bien tácita que se hace evidente, por ejemplo, cuando Belocopitow menciona el objetivo de hacer “metástasis” en los distintos organismos y Centros de Divulgación de la UBA.

Es decir, de forma implícita, el Programa se construye como una política científica en la medida en que, a partir de su aparición, se da lugar a la toma de determinadas medidas y decisiones que tienen como fin fomentar la comunicación de la ciencia y formar a los profesionales. A su vez, hay

un posicionamiento político implícito en el sentido de que se entendía que si la ciencia tenía una mayor notoriedad en los medios iba a recibir un mayor apoyo estatal en términos económicos. Para futuros trabajos resulta interesante preguntarnos si efectivamente se logró concretar esto y en qué medida la comunicación de la ciencia y la tecnología recibió apoyo, o no, durante los años posteriores al Programa.

### Referencias bibliográficas

- Buenos Aires. Albornoz, M. (2007). "Los problemas de la ciencia y el poder". *Revista CTS*, 3(8).
- Belocopitow, Enrique (1998). ¿Por qué hacer Divulgación Científica en la Argentina? *Redes*, V(11), pp. 141-163.
- Carazo Martínez, P. C. (2006). "El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica". *Pensamiento & Gestión*, núm. 20, pp. 165-193.
- Chetty S. (1996). The case study method for research in small- and médium - sized firms. *International small business journal*, vol. 5.
- Cortassa, C. y Rosen, C. (2019). Comunicación de las ciencias en Argentina: escenarios y prácticas de un campo en mutación. *ArtefaCToS*, 8 (1), 61-81.
- Dellamea, A. B. (1996). La formación del periodista científico, un problema prioritario. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* (55), 37.
- Rodríguez Ávila, N. (2008). *Manual de sociología de las profesiones*. Barcelona: Publicacions i Edicions, Universitat de Barcelona.
- Rosen, C. (2018). *Prácticas y valores del periodismo de ciencias en Argentina. Un análisis exploratorio del campo y los comunicadores*. Tesis doctoral. FLACSO, Buenos Aires, Argentina.
- Urteaga, E. (2008). Sociología de las profesiones: Una Teoría de la Complejidad. En: *Lan Harremanak, Revista de Relaciones Laborales*, nº 18.
- Vara, A. M. (2015). Periodismo científico: entre la profesionalización y los desafíos del cambio tecnológico. En: Espinosa, Susana (comp.), *Ciencia, arte y tecnología. Enfoques plurales para un abordaje multidisciplinar*, Universidad Nacional de Lanús, serie Escritos sobre Tecnología, volumen 1, pp. 167-184.
- Wilensky, H. (1964). The professionalization of Everyone, *American Journal of Sociology*, 2.
- Yin, R. K. (1994). *Case Study Research – Design and Methods, Applied Social Research Methods* (Vol. 5, 2nd ed.), Newbury Park, CA, Sage.

### Anexo

Resolución del Consejo Superior sobre el Centro de Divulgación Científica, la Secretaría de Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales (FCEyN) de la UBA (1998). Recuperado de: <http://www.fcen.uba.ar/decaysec/seextuni/info-cdc.htm>

Resolución del Consejo Directivo sobre la creación del Centro de Divulgación Científica de la Facultad de Farmacia y Bioquímica (FFyB) de la UBA (1989).

# La liga de la ciencia y el Oso Producciones: apuntes para una historia de su desarrollo

Pereyra Lucila

lucilapereyraswag@gmail.com

Salinas Mónica

monicacsalinas62@gmail.com

**Universidad Nacional de Moreno**

## Resumen

La comunicación de la ciencia en Argentina comenzó a desarrollarse sistemáticamente a partir de los años ochenta, y se expandió en el nuevo milenio. Puede señalarse un aumento del interés por la temática desde distintas áreas del sistema científico y educativo, así como desde distintas áreas del Estado, en particular, el Ministerio de Educación (ME) y el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (MINCYT), creado en 2007.

Asimismo, en el sector audiovisual se tomó la iniciativa de crear distintas productoras privadas para la dirección y gestión de programas emitidos por los canales de aire y de cable. Una de ellas es “El Oso Producciones” que, desde hace años, se encarga de la producción de diversos materiales para el Canal Encuentro y la Televisión Pública.

Estas iniciativas se produjeron en paralelo con el desarrollo y expansión de las nuevas tecnologías; se modificaron las maneras de comunicar ciencia y los programas televisivos de divulgación no quedaron exentos.

Para tratar el tema de la creación de productoras privadas en un canal público nos basaremos en diversas investigaciones, tales como el libro: Pantalla Partida: 70 años de política y televisión en Canal 7, de Natalí Schejtman (2021), donde se manifiesta cómo en la Televisión Pública empieza a surgir un interés por dichas productoras; y las tesis de Chaves (2020) y Li Puma (2021), acerca de las producciones audiovisuales de Canal Encuentro y TecTV. Asimismo, consideraremos los trabajos de Vara (2015 y 2022) sobre la profesionalización e institucionalización del campo de la comunicación de la ciencia en la Argentina y la reconfiguración de los roles profesionales en la transición digital.

En esta presentación vamos a compartir nuestro análisis del programa La liga de la ciencia, emitido por la Televisión Pública y producido por la productora privada “El Oso Producciones”. La misma comenzó en el año 2002 y su primera producción fue Científicos Industria Argentina para el mismo canal.

Enfocaremos nuestro análisis en el interés de la productora al elegir la producción de programas de divulgación, culturales y educativos para canales estatales, y su modo de financiación. Además, haremos hincapié en el año 2019, para analizar los cambios que tuvieron para comunicar ciencia en La liga de la ciencia con las nuevas tecnologías.

## Antecedentes

Al comienzo del nuevo milenio, la comunicación de las ciencias se expandió notablemente en Argentina. Hubo un

interés desde las políticas públicas en el sistema científico-tecnológico y desde el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (MINCyT) donde se impulsaron fuertemente las iniciativas de comunicación científica.

Estas políticas públicas han ayudado a expandir las prácticas en ámbitos vinculados a las instituciones del sistema nacional de ciencia y tecnología, y los medios de comunicación estatales. Algunos programas emitidos en las cadenas públicas, tales como *Alterados por PI*; *Científicos Industria Argentina*; entre otros, experimentaron un fuerte crecimiento y varios de sus ciclos de programación han tenido bastante popularidad. En simultáneo, para la realización y dirección de dichos programas se crearon distintas productoras privadas. Una de ellas es “*El Oso Producciones*” que, desde hace años, se encarga de la producción de diversos materiales para el Canal Encuentro y la Televisión Pública.

Para poder contextualizar la situación de la TV Pública y su interés por las productoras privadas, nos apoyaremos en el texto de Natalí Schejtman (2021) *Pantalla Partida: 70 años de política y televisión en Canal 7*.

Asimismo, para profundizar acerca de la producción de programas para canales públicos por productoras privadas, consideraremos la tesis de Chaves (2020) y la de Li Puma (2021), acerca de las producciones audiovisuales de Canal Encuentro.

Respecto a la comunicación de las ciencias en el país, tomaremos en cuenta el trabajo de Cortassa y Rosen (2019) y los trabajos de Vara (2015 y 2022) sobre la profesionalización e institucionalización del campo de la comunicación de la ciencia en la Argentina y la reconfiguración de los roles profesionales en la transición digital.

## **Metodología**

En nuestra investigación nos basaremos en la bibliografía citada y aplicaremos una metodología cualitativa, con análisis de los programas televisivos y entrevistas a sus conductores, panelistas y productores.

La productora “*El Oso Producciones*” fue creada en el año 2002 por Claudio Martínez, periodista y productor de Radio y Televisión. Su primer programa fue *Científicos Industria Argentina* (en adelante, CIA) transmitido en la TV Pública y su sucesor fue *La Liga de la Ciencia* (en adelante, LLC) producido por la misma productora y emitido en dicho canal de aire. El análisis de la productora es relevante para conocer por qué eligieron producir programas de ciencia, cultura y educación; como también por qué realizan varias producciones para los canales públicos, tales como Encuentro y TV Pública.

CIA estuvo en el aire desde 2003 hasta finales de 2016, el conductor principal era Adrián Paenza, doctor en matemática y periodista, quien entrevistaba a científicos y técnicos, y presentaba información sobre la actividad científica argentina en diferentes zonas del país. Además, contaba con la participación de varios columnistas, quienes aparecían en los bloques según su especialidad.

Por otra parte, LLC comenzó en 2017 y es un programa de divulgación científica, que tiene dos conductores principales: María Eugenia López, quien es bióloga y divulgadora del Centro Cultural de la Ciencia, entre otras actividades; y Andrés Rieznik, quien es físico e investigador del CONICET. De la misma manera, al igual que CIA, en el programa participa un equipo de columnistas.

El análisis de estos programas es relevante para poder observar las modificaciones que realizó la productora al momento de contar ciencia en la pantalla. Es por ello, que además de visualizar los

programas, se realizaron entrevistas a los conductores principales de LLC, productores, como así también a sus panelistas. Asimismo, nos pareció importante analizar los cambios que tuvieron para expandirse desde la televisión abierta hacia internet.

Por último, comentaremos brevemente el modelo de negocio que se encuentra dentro de la productora y cómo el Estado Nacional financia estos programas.

## **Desarrollo**

Desde los años ochenta y comienzos del nuevo milenio la comunicación de la ciencia en nuestro país fue tomando mayor fuerza en su propagación gracias a diversas iniciativas, varias de ellas impulsadas desde el Estado. Según Cortassa y Rosen (2019), una línea de acción tuvo que ver con políticas públicas para impulsar la divulgación a través de los medios públicos, en particular desde el Ministerio de Educación (ME) y el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (MINCyT), creado en 2007.

Como sugiere Li Puma(2021), la participación de productoras privadas en vínculo con los canales fue efectiva para la divulgación de la CyT en la televisión.

Dentro de los numerosos proyectos que se desarrollaron, nos resultó relevante analizar cómo en el sistema público, la producción de programas de interés científico ha experimentado un fuerte crecimiento, con iniciativas que tuvieron varios ciclos de programación. Tal es el caso de CIA, emitido por la TV Pública desde 2003 hasta 2016, producido por “El Oso Producciones”. Este programa fue el antecesor de LLC, el cual nos propusimos investigar. El mismo se emite desde 2017 por el canal de la Televisión Pública y es producido por la misma productora privada.

## **Comienzo de las productoras privadas**

Para comenzar, la Televisión Pública se fundó en el año 1951 durante el gobierno de Juan Domingo Perón. Desde ese entonces fue cambiando su estructura y reformando sus producciones para seguir presente en la pantalla de todo el país, sin tener como prioridad en rating, como lo es para los canales privados.(Schejtman, 2021)

El hecho es que la TV Pública tiene una doble naturaleza: es una emisora de televisión y una empresa estatal con objetivos que vienen del Poder Ejecutivo, a través de su Ministerio de Educación (ME) que propone los lineamientos a seguir. Entre ellos, a partir de los años noventa la TV Pública comienza a tener un interés por las productoras privadas para tener una pantalla comercial y competitiva frente a los otros canales de ese momento.

Una pieza clave para la función actual del canal fue Ana de Skalon, quien llega como directora de información periodística a Canal 7, luego de haber trabajado en el medio inglés Channel 4. De Skalon sugirió delegar la producción de los programas en productoras independientes tal como lo hacían en el canal citado. (Schejtman, 2021) Esto es relevante debido a que se tomó Channel 4 como modelo a seguir para contratar productoras privadas para la realización de programas para los canales estatales, entre ellas Canal Encuentro y TV Pública.

“El Oso Producciones” es una productora privada que comenzó en 2002 y su primer programa fue CIA en el año 2003 para el canal 7. Actualmente, El Oso produce LLC para dicho canal y realizó varias producciones de ciencia, cultura y educación en Canal Encuentro.

El creador de la productora El Oso, Claudio Martínez, creó la misma ya que observó un área de vacancia para la realización de programas de ciencia, dado que hasta ese momento no había ninguna. Paola Campodonico, productora de El Oso, comenta que Martínez decide realizar un programa con Adrián Paenza en el año 2002, pero hasta ese momento “no había ninguna produc-

tora dedicada específicamente a divulgar ciencia”<sup>1</sup>. Por lo que la productora se creó para poder realizar CIA.

Este programa comenzó en el año 2003 con la presencia de Adrián Paenza, doctor en matemática y periodista, quien entrevistaba a científicos y técnicos, y presentaba información sobre la actividad científica argentina en diferentes zonas del país con la participación de varios columnistas. Estos últimos aparecían en los bloques según su especialidad.

De acuerdo con Li Puma (2021), CIA fue la punta de lanza para que dicha productora se convirtiera en reconocida en realización de sus contenidos periodísticos, culturales y educativos. El hecho es que tiempo más tarde, El Oso realizó un número importante de producciones sobre temáticas de ciencia, cultura y educación para Canal Encuentro. Como sugiere Campodonico, esta empresa había logrado desarrollar el “know how de contar ciencia”<sup>2</sup> y se especializaron en dicha área.

En el año 2006, el Ministerio de Educación (ME) se contactó con El Oso porque estaban interesados en pequeños fragmentos de CIA. Luego, en el año 2007 se lanzó Canal Encuentro, un canal de televisión abierta de índole cultural; la productora realizó varios programas y se especializó en producir contenidos educativos.

Luego de varios ciclos de programación con un rotundo éxito, ya que tenía mucha repercusión entre colegas investigadores como así también científicos y público interesado en comprender más sobre la actividad científica. Sin embargo, CIA dejó de producirse en el año 2016 por elección de Paenza, coincidiendo con el comienzo del gobierno de Mauricio Macri. La productora quiere continuar con su impronta de divulgar ciencia, por lo que decide realizar un programa en el que pueda ampliar la audiencia interesada en el mundo científico. Esto dio lugar a LLC, el cual se emite desde el año 2017 hasta la actualidad por la pantalla de la TV Pública. LLC cuenta con dos conductores principales, María Eugenia López, quien es bióloga y divulgadora del Centro Cultural de la Ciencia, entre otras actividades; y Andrés Rieznik, quien es físico e investigador del CONICET. Además, en el programa participan un equipo de columnistas que aparecen en bloques según su especialidad al igual que CIA.

LLC busca acercar la ciencia al público despertando la curiosidad, reivindicando el pensamiento crítico y fomentando las vocaciones científicas. Para llevarlo a cabo, utilizan diferentes formatos como animaciones, microdocumentales, experimentos en vivo, entrevistas, columnas, trivias, informes y clases magistrales compactas.

Si bien LLC es sucesor de CIA tienen algunas diferencias acerca de cómo contar ciencia. Asimismo y en paralelo con estos sucesos, las nuevas tecnologías fueron desconfigurando lo establecido y reconfiguraron las maneras de comunicarse en la televisión.

Según Martínez (2019), una de las diferencias más grandes entre CIA y LLC es que el primero era un programa más de política científica ya que en el año 2003 había una necesidad de “recuperar el orgullo nacional”<sup>3</sup>, mientras que el segundo combina el entretenimiento y el conocimiento.

---

1 Paola Campodonico (2023) Entrevista realizada el 19 de mayo por Lucila Pereyra de manera remota

2 Paola Campodonico (2023) Entrevista realizada el 19 de mayo por Lucila Pereyra de manera remota

3 Claudio Martínez (5 de julio de 2019) “La liga de la ciencia”: Cómo divulgar el conocimiento a través de la televisión. LaTecnó <http://www.latecno.com.ar/noticias/la-liga-de-la-ciencia-como-divulgar-el-conocimiento-a-traves-de-la-television/>

LLC invita e incentiva a la curiosidad. Del mismo modo, Paenza (2003) caracteriza a CIA como un programa de científicos, en el que se plantea la necesidad de que “un país sin ciencia es un país sin futuro”<sup>4</sup>.

Como sugiere Chaves (2020), los medios de comunicación tienen una responsabilidad clave como fuente de información y opinión sobre la ciencia y la tecnología para los ciudadanos. Con CIA se generó un programa de divulgación científica cuya impronta fue la comunicación de la ciencia, a través de los científicos e investigadores del país para denotar confianza al espectador.

En lo que respecta a las nuevas tecnologías, CIA se vio atravesado por lo digital en las últimas temporadas, ya que las redes sociales comenzaban a ser de uso común. En el año 2009 comenzaron a utilizar la plataforma Facebook para poder interactuar con los televidentes. En ocasiones, solían nombrar su página aunque normalmente solo aparecía en el zócalo del programa y no hacían mención de ella.

Según Elizabeth Alegre, productora de CIA, las redes le resultaban “divertidas”<sup>5</sup>, entendiéndose las como un espacio de experimentación. Por contraste, cuando comenzó LLC, implementaron más rápidamente la presencia en redes sociales, con Facebook, Twitter, Youtube y más tarde Instagram. A lo largo de los años, los hacedores de LLC confirmaron su importancia y comenzaron a invitar a la audiencia a participar y dar ideas por medio de los comentarios en las redes, en un intento por mantener una comunicación más dialógica con los televidentes. De este modo, también ampliaron sus canales de comunicación.

Si bien las redes sociales han sido de gran ayuda, también han impactado en la reconfiguración de roles, tanto de quienes están frente a la cámara como detrás. Elizabeth Alegre comentó que se debieron recibir capacitaciones en un taller de Distrito Audiovisual para usar las redes sociales. No obstante, El Oso no contrató un community manager para el programa sino que las dos productoras que trabajan para CIA y LLC, Alegre y Campodonico, debieron encargarse de las distintas plataformas y sus publicaciones de contenido. Esto denota una precarización laboral debido a los límites difusos que existen entre los roles al desempeñar su actividad.

Desde el punto de vista de la puesta en escena, en la comparación entre ambos programas, se puede notar una diferencia de vestuario y distancia con los panelistas. Mariano Ribas, astrónomo y panelista de ambos programas, explica que CIA era mucho “más sobrio y formal”<sup>6</sup> que LLC, y justifica la diferencia en el paso del tiempo, que habría traído un desarrollo hacia un estilo más desestructurado. El vocabulario es lo que más resalta y diferencia entre CIA y LLC. Por lo que, retomando a Hiltgartner (1990), puede decirse que el estilo de divulgación que predomina, si bien sigue en lo general el “modelo de déficit”, busca trabajar el problema de la distancia tajante con los televidentes a través de distintas estrategias que van variando. En CIA, se nota la distancia que hay entre el conductor y los televidentes, como también con sus colegas; y lo que se divulga no está tan simplificado. Es decir, se utiliza un vocabulario más específico y es como si se estuviera “educando”. Paenza, cuando introduce el problema matemático con el cual inicia cada programa, se presenta como el profesor; y el invitado, como el alumno que tiene que resolverlo.

---

4 Adrián Paenza (5 de mayo de 2003) “La ciencia al alcance de todos”. La Nación. <https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/television/la-ciencia-al-alcance-de-todos-nid493759/>

5 Elizabeth Alegre (2022) Entrevista realizada el 10 de octubre por Lucila Pereyra de manera remota.

6 Mariano Ribas (2022) Entrevista realizada el 21 de octubre por Lucila Pereyra de manera remota

En cambio, en LLC los conductores se muestran más cercanos y flexibles con la audiencia y compañeros. Comprenden que hay una forma de aprender más horizontal, y no es que siempre hay alguien que sabe más.

En cuanto a las similitudes que tienen ambos programas producidos por El Oso, hemos mencionado que cuentan con un equipo de panelistas que tienen un espacio en el programa para hablar de su especialidad. En este caso, para Vara (2015), los procesos de profesionalización tienen que ver con la especialización progresiva que se fueron dando en las sociedades modernas. Se consolidan capacidades que suponen una formalización y una educación especial. Y en el mercado laboral se reclama un territorio como propio. Para la autora, esta es una señal de la profesionalización (Vara, 2015, 2).

Así mismo, Pedro Bekinschtein, biólogo y columnista del programa, considera que es mejor tener un espacio específico para cada ciencia: “Me parece que tiene que ver con un respeto, con el conocimiento. En vez de tener un científico que hable de todo un poco a un nivel relativamente superficial, poder tener gente que sabe un poco más de los temas”.<sup>7</sup> Acerca de ello, Li Puma (2021) se refiere al star system, es decir, a la incorporación de personas reconocidas en los programas. Lo más importante es tener personalidades que tengan un desarrollo en las disciplinas científicas, porque generan en el público mayor credibilidad.

Respecto al modelo de producción, María Marta García Scarano, ex productora de El Oso y ex directora de Canal Encuentro, comenta que desde la TV Pública “se prestan la escenografía, el estudio y el equipo técnico del rodaje”<sup>8</sup>. No obstante la productora contratada, en este caso El Oso, debe realizar todo lo que se produce por fuera del canal con sus propios medios. Por lo que en ambos programas se utilizó el mismo modelo de producción.

Este modelo se utiliza frecuentemente en el sistema audiovisual estatal, como lo sugiere Li Puma (2021), Canal Encuentro también realiza coproducciones en las que se terceriza la realización de los programas en las casas productoras. Por lo que tienen la posibilidad de realizar contrataciones directas, lo que facilita determinar con quiénes y cómo producir, favoreciendo la posibilidad de desarrollar mayores contenidos.

Existen pocas investigaciones que aborden la temática de los procesos de trabajo o las condiciones laborales dentro de las producciones en los canales estatales. Nuestro análisis intenta comprender el funcionamiento del modelo de negocio de El Oso.

En este sentido, en lo que respecta al modelo de negocio, la TV Pública contrata trimestralmente los servicios para poner al aire LLC, por lo que los conductores renuevan su contrato cada tres meses y tienen un sueldo fijo.

No obstante, los columnistas están inscriptos como monotributistas y cobran por cada aparición que tengan en el programa, por lo tanto esto es un poco inestable, ya que si bien la productora trata de que los columnistas participen la misma cantidad de tiempo en un mes, no siempre se puede. Bekinschtein comenta que su salario depende de las columnas que haga por mes y del “interés” que haya sobre sus temas. Además, aclara que su ingreso por parte del programa es

---

7 Pedro Bekinschtein (2021) Entrevista realizada el 14 de septiembre por Lucila Pereyra de manera remota.

8 María Marta García Scarano (2023) Entrevista realizada el 14 de abril por Lucila Pereyra de manera remota.

bajo: “Es muy poquito. Podría ser el 5% de mis ingresos”<sup>9</sup>.

Esto deja un poco a la intemperie a quienes hacen de columnistas en el programa, debido a que no siempre van a contar con cierta cantidad de dinero todos los meses ya que no saben cuando van a participar de los mismos.

Por otra parte, se intenta producir ingresos a través de los nuevos medios utilizando la publicidad. Alegre comenta que si bien han comenzado a tener canjes, “no es fácil”<sup>10</sup> tener un auspiciante para un programa de ciencia.

## Conclusión

De nuestro análisis acerca de los programas LLC y CIA, los cuales son producidos por la productora privada El Oso Producciones, surge que ambos tienen un interés marcado por la comunicación pública de la ciencia pero con diferentes perspectivas.

El Oso nació a partir de querer realizar un programa de divulgación científica y encontró una vacante en esa área. Luego de un tiempo descubrió el “know how de contar ciencia” y se fue especializando también en áreas educativas y culturales. Lo que llamó la atención de los Ministerios, el ME y el MINCyT, para ser contratados y realizar diversas producciones para los canales públicos.

Hasta aquí respondemos a uno de nuestros objetivos específicos que busca conocer el porqué la productora privada tiene interés de comunicar ciencia y tecnología en un canal público.

Respecto a ambos programas, observamos que la profesionalización se encuentra presente ya que tanto los conductores como panelistas, invitados y productores son personas idóneas para la actividad que desempeñan. Estos roles se fueron reconfigurando con el avance de la transición digital, incorporando nuevos canales de comunicación que requirieron nuevas competencias y roles profesionales.

Podemos observar que siendo tan diferentes los conductores de ambos programas, comparten el mismo objetivo, comunicar ciencia para audiencias no especializadas en un canal de televisión público.

De lo investigado, se manifiesta que CIA está más sujeto al modelo del déficit, destacando el saber de los científicos, mientras que LLC está más próxima al modelo dialogal, manteniendo la rigurosidad científica necesaria en la transmisión de estos contenidos sin perder de vista la frescura y el estilo descontracturado que son característicos de este programa.

En cuanto a la transición digital, ambos programas vieron modificados la forma de televisión clásica, en la medida en que no solo se emite el programa sino que varios contenidos de CIA pueden ser repuestos a través de su página web o su perfil de Facebook; en cuanto a LLC, tiene una mayor diversificación ya que cuenta con todas las redes sociales, Facebook, Instagram, Twitter y Youtube, lo que favorece el *feedback* con sus seguidores, otro aspecto cuyo estudio consideramos valioso seguir profundizando en la investigación.

Para finalizar, podemos observar que los integrantes de ambos equipos de trabajo se han profesionalizado cada uno en su rol, en la medida en que se fueron especializando a lo largo de su

---

9 Pedro Bekinschtein (2021) Entrevista realizada el 14 de septiembre por Lucila Pereyra de manera remota.

10 Elizabeth Alegre (2021) Entrevista realizada el 5 de octubre por Lucila Pereyra de manera remota.

desempeño.

Si bien algunas de nuestras observaciones no estaban dentro de nuestros objetivos iniciales, tales como la historia y transformación de la TV pública en sus 70 años de existencia, se puede sentar las bases para una línea de investigación a futuro vinculada a si hubo o contenidos de CyT en la TV Pública previo a El Oso. Así también, otra línea de investigación que queda abierta, podría ser, cómo se contabilizan las interacciones en las redes sociales y cuánto suma a la reproducción o difusión del programa LLC en cuanto a la comunicación de da ciencia.

## Referencias bibliográficas

-Chavez, La ciencia en las pantallas argentinas. ¿Qué y cómo se comunica? Un estudio exploratorio sobre las producciones audiovisuales en TEC TV y Encuentro, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, 2020

-Cortassa, Carina y Rosen, Cecilia, “Comunicación de las ciencias en Argentina: escenarios y prácticas de un campo en mutación” en ArtefaCToS. Revista de estudios de la ciencia y la tecnología, volumen 8, año 2019, pp. 61-81.

-Li Puma, Gabriela “La divulgación de la ciencia y tecnología en la Televisión Pública Argentina: Los casos Encuentro y TecTV (2009-2015)”, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 2021.

-Schejtman, Natalí, “Pantalla Partida. 70 años de política y televisión en canal 7”, Buenos Aires, Planeta, 2021.

-Vara, Ana María, “Periodismo científico: entre la profesionalización y los desafíos del cambio tecnológico”, en: Espinosa, Susana (comp.), Ciencia, arte y tecnología. Enfoques plurales para un abordaje multidisciplinar, Universidad Nacional de Lanús, serie Escritos sobre Tecnología, volumen 1,

año 2015, pp. 167-184.

# La liga de la ciencia y el Oso

## Producciones: apuntes para una historia de su desarrollo

Solange Nataly Calderón  
solenataly@gmail.com

**Universidad Nacional de Moreno**

### Introducción

En Argentina, así como en varios países de América Latina, el periodismo científico y, más en general, la comunicación pública de la ciencia está en una etapa de profesionalización, con una comunidad de periodistas, investigadores y especialistas, consolidada y con una identidad definida entorno al mundo de la ciencia. Además, incluye una creciente oferta de formación, capacitación y un desarrollo en el ámbito de la investigación en distintas instituciones educativas como institutos de formación o universidades.

Sin embargo, también se ve afectada por la complejidad que supone el manejo y la constante actualización de nuevas tecnologías, modificando radicalmente a la comunicación como práctica profesional (Vara, 2015).

Esta transición tecnológica digital ha transformado la ecología de los medios impactando en dimensiones clave como géneros, rutinas de trabajo, fuentes, modelo de negocios y roles para la práctica profesional, así como también surgiendo de ellas nuevos discursos y prácticas.

En este marco, nace *Xplora - Snacks de Ciencia*<sup>1</sup> un proyecto audiovisual llevado a cabo por un grupo de doctorandos y estudiantes de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Buenos Aires, un locutor profesional y un politólogo que está haciendo un doctorado en filosofía de la ciencia. Se desarrolla a través de un sitio web y cuentas en redes sociales donde suben cada semana información, junto a piezas audiovisuales para promover la divulgación científica actual.

El objetivo general de investigar *Xplora - Snacks de Ciencia* es entender los procesos de profesionalización de la comunicación pública de la ciencia en la transición digital que reconfigura – como anteriormente se mencionó - los medios, modos de financiación y roles profesionales. Además de preguntarse qué componentes influyen en la decisión de comunicar la ciencia.

Analizando sus piezas audiovisuales de corta duración se observa cómo informan a través del entretenimiento con una gran variedad de recursos visuales (animación, musicalización, etc.), mostrándose ante cámara explicando hechos científicos (tanto de salud, física, medio ambiente, entre otros) o experimentos, de forma lúdica, para llegar a un público infanto-juvenil.

En el presente trabajo se hará hincapié en la audiencia de *Xplora - Snacks de Ciencia* en cada sitio o red social que utiliza, junto con un análisis de los grados de interacción de la misma. Planteado este objetivo, se buscará presentar cuáles son los factores que inciden en el público a la hora de elegir este tipo de proyecto comunicacional, su participación activa y el carácter educacional y de entretenimiento que ofrece *Xplora*.

---

1 <https://xplora-ciencia.com/>

## Objetivos y metodología empleada

Los interrogantes que han guiado este trabajo tienen que ver con los objetivos de presentar un análisis sobre los procesos participativos ofrecidos en el proyecto con multiplataformas de *Xplora - Snacks de Ciencia*. Además, se espera dejar a la vista algunos de los motivos por los cuales la audiencia de *Xplora* decide elegirlos por sobre otros modelos comunicacionales, su interacción y qué ofrece en cuanto contenido y novedad.

Para responder a estas preguntas se adoptó una estrategia metodológica cualitativa con técnicas de recolección de datos a partir de las plataformas y redes sociales que utilizan en *Xplora*. Sobre todo, se decidió hacer foco en las redes sociales de Instagram<sup>2</sup> y, utilizando ejemplos de TikTok<sup>3</sup> y Youtube<sup>4</sup>, en donde se detecta una mayor actividad y participación por parte de la audiencia actualmente.

Así mismo, se hizo hincapié en profundizar sobre los conceptos de audiencia, participación, aprendizaje y entretenimiento. Para ello se ha realizado una exploración sobre fuentes documentales que tratan o han tratado dichos conceptos. Principalmente se repasaron libros y fuentes académicas editados por investigadores. A su vez, se han revisado tesis que han tratado temas similares o complementarios.

En base a este recorrido investigativo se ha buscado como objetivo llegar a obtener una perspectiva de los diferentes enfoques teóricos, fuentes y forma de entender la investigación en la participación de la audiencia.

## Construcción de una audiencia

Es sabido que las audiencias varían mucho dependiendo el medio que se considere. Dentro del mundo de las plataformas y redes sociales, los comportamientos y hábitos de consumo varían mucho en contraposición con los medios tradicionales (televisión, radio, periódicos, etc.).

Entre las ideas comunes a las que se refiere el término *convergencia* figuran el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas. Por tanto, es un proceso o una serie de intersecciones entre diferentes sistemas mediáticos, no como una relación fija. Es por ello que de aquí nace el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, que irían casi a cualquier parte en busca de un tipo de experiencias de entretenimiento que desean (Jenkins, 2006).

Es así como observamos que cada día más personas deciden hacer uso de las redes sociales como medios de comunicación porque es en ellas donde se encuentra la sociedad para informarse y son estas plataformas las absolutas protagonistas del escenario comunicativo actual. Esta convergencia digital es pues un fenómeno multidimensional, y uno de los conceptos que lo encuadra es el de las audiencias activas (Justel Vázquez, 2012). Estas suelen estar formada por personas con ciertos intereses en común que están continuamente comentando y compartiendo diferente información relacionada con un mismo tema que les resulta relevante.

La característica principal de estas audiencias activas se ve reflejada en las funciones interactivas que proporcionan los nuevos medios. Desde años no solo se lee y ve la información y contenido, sino que también se puede comentar, compartir y debatir con los propios creadores del contenido con solo hacer un click.

Esta nueva relación entre productores y consumidores, dentro de la comunicación pública de la ciencia - atravesada por las nuevas tecnologías, la convergencia y el escenario digital -, se ve presente en las plataformas de *Xplora - Snacks de Ciencia* donde la audiencia se muestra participativa con sus integrantes.

---

2 <https://www.instagram.com/xplora.ciencia>

3 <https://www.tiktok.com/@xplora.ciencia>

4 <https://www.youtube.com › XploraSnacksdeCiencia>

Jenkins (2006) la denominara como *cultura participativa*. "Cultura en la cual se invita a los fans y a otros consumidores a participar activamente en la creación y difusión de nuevos contenidos" (p. 277). Es decir, una nueva comunidad con un espacio en construcción que cobra sentido en una relación recíproca que se crea alrededor de un contenido específico. Esta comunidad, como cualquier otra, compartirá valores, comportamientos y normas que los vinculan entre sí.

En el caso de *Xplora* se difunden y comparten diferentes contenidos científicos que van desde noticias, experimentos, información, etc. acompañados por distintas formas de mostrarlos. Tomando el caso de su página de Instagram es a través de las herramientas que brinda dicha red social que han utilizada, para interactuar con su audiencia, ya sea a través de *reels*, historias con encuestas, vivos, y publicaciones con comentarios activados para que se puede establecer un foro de discusión. A su vez, el público tiene la posibilidad de hacer donativos o compartir el contenido, lo cual ayuda y hace más eficaz la difusión del medio.

Desde su inicio, los integrantes de *Xplora* se han mostrado como un proyecto de interés para cualquier tipo de público que esté interesado en hechos científicos. De hecho, desde sus mismos canales comunicativos se muestran como *un medio para curiosos de hechos científicos*.

El hecho de usar el adjetivo *curiosos* atiende a la necesidad de los integrantes del proyecto de mostrarse abiertos a cualquier persona con interés en ciencias y no al prototípico de público por el cual se cree que están destinadas las mismas como científicos, investigadores, académicos o especialistas.

Sin embargo, a través de los años han hecho énfasis en referirse a un público específico: el infanto-juvenil. Esto se puede ver en diferentes acciones que han tomado principalmente a la hora de crear y mostrar el contenido.

Como recursos utilizan un lenguaje lego, para poder ser mejor entendidos por cualquier *curioso* que pase a ver el video. También hacen hincapié en la gestualidad, teatralización y humor a la hora de pararse frente a cámara. Incluso han mostrado a su audiencia diversos videos en donde se muestran ensayando sus propios guiones. Lo cual demuestra la necesidad de los *Xplora* por mostrarse como un medio desestructurado pero que a la vez intentan demostrar el empeño y labor que los lleva producir el contenido.

## Lo que elige la audiencia: Un medio informativo

A la hora de elegir un medio comunicacional para informarse, entre los menores de treinta, dos de cada cinco mencionan sitios web como fuente de información, y menos de un cuarto lee diarios. Entre los medios digitales, las redes superan a los sitios web como lugar de acceso a la información de actualidad en todos los grupos etarios (Boczkowski y Mitchelstein, 2017). Esto explicaría que muchos jóvenes eligen las plataformas de *Xplora* para informarse y como sus integrantes se dirigen específicamente a este rango etario.

En el año 2020 comenzaron en Youtube una sección llamada *Noticias sobre ciencia*<sup>5</sup> que más tarde se replicaría en Instagram en la sección de *historias*. En estos videos uno de los integrantes de *Xplora* aparece ante cámara contando información actual sobre el mundo científico. Si bien en cuanto a cifras la cantidad de personas que ve estas noticias no varía, en comparación del resto de los videos, si cambia la interacción.

Cuando se trata de noticias la audiencia de *Xplora* suele consumirla, pero no tanto dejar comentarios al respecto. Esto difiere de los videos de noticias e información que están explicados con animaciones las cuales se pueden ver desde Youtube en videos como *¿Por qué Plutón ya no es un planeta?*<sup>6</sup> y *La vacuna que nadie rechaza: la antitetánica*<sup>7</sup>.

5 <https://www.youtube.com/playlist?list=PLpfFansO1wCJwUkWddCYvQbWjGfkSYkOy>

6 *Xplora - Snacks de Ciencia* (2019). *¿Por qué Plutón ya no es un planeta?* {Archivo de video}. Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=oKVMpi8nWDU&t=39s>

7 *Xplora - Snacks de Ciencia* (2019). *La vacuna que nadie rechaza: la antitetánica* {Archivo de video}. Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=...>

Esto puede deberse a que, en el universo digital a la hora de informarse las personas – en especial los jóvenes - no buscan las noticias, sino que se encuentran con ellas en los *feeds* de sus redes, entremezcladas con anécdotas graciosas de amigos, y fotos de viajes, animales etc. A veces clickean en los titulares y dedican poco tiempo a leer la información más allá del título y la bajada, para luego volver a Facebook o interrumpir el consumo mediático porque hay que bajar del colectivo y empezar a caminar (Boczkowski, Matassi y Mitchelstein, 2016).

Esto hace que las noticias escritas o escuchadas pasen desapercibida sobre videos que buscan captar más la atención, como los que utilizan la imagen junto con la palabra. Las animaciones de *Xplora* no son de última generación o diseñadas con programas especializados o para expertos en diseño, pero cumplen su objetivo: captar la atención de su público, entretenerlo y darle mayor precisión a la información que intentan contar.

## Como medio educativo y de entretenimiento

Ciertamente *Xplora* al ser un proyecto en donde se busca indagar y responder sobre interrogantes científicos, cabe mencionar su carácter educacional como plataforma.

La audiencia muchas veces ha respondido al contenido del proyecto agradeciendo que los datos e información brindada les hayan ayudado a resolver alguna tarea o interrogante que le haya surgido en su escuela o universidad.

Un ejemplo de ello fue el video subido a la red social TikTok llamado *¿Que es una potencia?*<sup>8</sup>. En él explican el significado de una potencia diferente a como se lo suele presentar en los establecimientos educativos, en su lugar utilizan gráficos en 3D haciendo una asociación entre imágenes y números. El video dura solo 30 segundos y fue visto por más 3.8 millones de usuarios, además de obtener 3.254 comentarios, en los cuales muchas personas agradecen la explicación dada.

Lo importante de este aspecto es ver como la audiencia no solo encuentra en *Xplora* un lugar donde informarse sino un lugar de aprendizaje a través del entretenimiento. Neil Postman (1985) menciona que "lo más importante que uno aprende es siempre como se aprende" (p. 106). El sociólogo se refería a como existen muchos tipos de procesos de aprendizajes y que no todos, son menos eficientes que los otros, sino que son solamente diferentes entre sí.

*Xplora* no es un medio que viene a imponerse como modelo de aprendizaje sobre el que propone el sistema educativo tradicional, pero sí a ofrecer un nuevo medio alternativo para seguir con el aprendizaje más allá de la educación obligatoria a modo de complementarla.

Mientras que en las asignaturas que se dictan en las escuelas y universidades suelen atenerse a un sistema de información estructurado cuyo propósito es influir, enseñar y capacitar o cultivar la mente y el carácter de la juventud (Postman, p. 107). El éxito de *Xplora* como medio educacional radica en su carácter desestructurado, su audiencia lo consume en sus momentos de ocio de forma voluntaria o porque desean complementar algún saber que ya poseen.

A su vez, el anonimato que ofrecen las redes sociales logra hacer más eficaz el proceso de aprendizaje haciendo que el público no tenga miedo a hacer preguntas incorrectas u otras que determine innecesarias. Es decir, como personas anónimas se sienten más desinhibidas para expresarse con toda soltura ya que no están en un ambiente con un público al cual conocen y pueda juzgarlo.

Hay que destacar que mientras las instituciones educativas tienden a dirigirse a los estudiantes como destinatarios, en los medios multimediales se espera que ellos también se conviertan en creadores de nuevos contenidos (Aparici y García Marín 2017). De esta manera los *Xplora* invitan a realizar los mismos experimentos que ellos realizan e indagar

---

[com/watch?v=xixWldQ\\_AZE](https://www.tiktok.com/@xplora.ciencia/video/6992781926599789830?lang=es)

8 Xplora Snacks de Ciencia (2021). *¿Qué es una potencia?*. Tiktok: <https://www.tiktok.com/@xplora.ciencia/video/6992781926599789830?lang=es>

más sobre las cuestiones investigadas, promoviendo así la propia creación en su audiencia.

También se le suma el hecho de que los estudiantes suelen tener un preconceito de que todo lo relacionado con la palabra *ciencia* es aburrido. Esta valoración negativa se basa en diferentes aspectos. Uno tiene que ver con la consideración y valoración que les da el sistema educativo a las ciencias, con un aprendizaje centrado en los aspectos más conceptuales, propedéuticos y con escasas referencias a otros aspectos que, según la mayor parte de las investigaciones en didáctica de las ciencias, conseguirían una mayor motivación del alumnado y un aumento de su interés (trabajos prácticos, realización de experimentos, etc.).

Esta progresiva falta de interés de los estudiantes los va alejando de la ciencia escolar, de modo que la consecuencia natural es el abandono de la ciencia y las carreras científicas en las primeras elecciones de estudios y carreras, un resultado que preocupa (Manassero y Vázquez, 2008).

A estos puntos se le debe sumar un marco más contextualizado, que muestre sus contribuciones para resolver problemas y necesidades humanas, o los compromisos de muchos científicos en temas como el medio ambiente o el pacifismo (Furió, Montserrat y Solbes, 2007).

No es casualidad entonces, que precisamente el proyecto de *Xplora* haya sido creado por estudiantes universitarios en formación, que hoy ya son doctorandos y algunos empiezan a incursionar en la docencia y/o periodismo. Estos mismos estudiantes del sistema educativo argentino han decidido forjar un nuevo medio que sirva para educar a través del entretenimiento.

Si bien no deja de ser únicamente un medio pequeño en expansión que decide comunicar ciencia, sus integrantes siempre se han mostrado dispuestos a seguir con esta capacidad de comunicar y enseñar.

Sus logros a la hora de enseñar no están en contar contenido nuevo o distinto al del sistema educativo obligatorio, sino en su forma de hacerlo. Como medio hacen uso de las herramientas digitales para transmitir sus dosis pequeñas - por ahora - de información. Sus videos cortos retienen la atención de su audiencia, sus gráficos, audio y explicaciones jocosas logran mantener la expectación de un público que esta frente a cualquier aparato electrónico que tenga a su alcance.

## **Instagram, la plataforma por elección**

A medida que Instagram fue evolucionando, se añadieron nuevas funciones tales como subir vídeos, añadir localizaciones a las publicaciones, etiquetar a otros usuarios, comentar y reaccionar en las fotografías, añadir texto y etiquetas a pie de foto o realizar *streamings* en directo. Por último, uno de los formatos más demandados y utilizados dentro de la plataforma son las *historias*, un emplazamiento en formato vertical que te permite subir contenido a tu perfil por un tiempo limitado, 24 horas.

Cada semana los integrantes de *Xplora* suben una *historia* dándole a sus seguidores tres opciones a elegir sobre el tema que quieren que aborden. Al día siguiente suben un vídeo en formato *reel* donde hablan sobre el tema que obtuvo más votos. Hay varios puntos que se pueden ver en esta interacción.

En primer lugar, el hecho de dejar que el público elija el tema invita a hacerlos sentir parte del proyecto, dando a entender que su opinión es importante para ellos. En segundo lugar, la encuesta que impulsan los favorece en un doble sentido. Por una parte, los clics que reciben alimentan la interacción y ayudan a alimentar al algoritmo de Instagram.

Por otra parte, la encuesta junto con los votos de su audiencia sirve como estadística a la hora de contabilizar cuánta gente está atenta a su contenido y que tipo de contenidos prefieren más. De esta manera en el futuro harán más hincapié en los temas que son más relevantes para su audiencia. Esta idea de un conjunto de personas creando activamente y compartiendo noticias, junto a la incrementada competición y un constante flujo de *feedback* cuantitativo

sobre lo que la audiencia quiere, cambia la cultura de la producción de noticias, haciéndola más inclinada hacia los gustos de la audiencia (Webster, 2016).

A nivel proyecto *Xplora* utiliza esta encuesta y posteo semanal como un cronograma. Es decir que con esta iniciativa mantienen una constancia junto con un día en especial en donde suben estos proyectos. De esto se puede inferir que para el grupo es una gran herramienta a la hora de establecerse una rutina de trabajo en donde deben establecerse ciertos lineamientos para llegar a cumplir de una semana a la otra cada proyecto y no fallarles a sus seguidores.

Esto es importante ya que *Xplora* no deja de ser un proyecto periodístico y audiovisual sobre comunicación pública de la ciencia, encabezado por un grupo de personas que tienen otros trabajos y ocupaciones. Esto demuestra que el proyecto es pensando y realizado en su tiempo libre, sin fines de lucro, pero con igual empeño que cualquier otro trabajo.

## Conclusiones

Cuando hablando de comunicación pública de la ciencia, no solo hablamos de la enseñanza sobre saberes científicos dentro de sistemas educativos como las escuelas y universidades. Con la creciente convergencia digital han nacido diferentes nichos de productores y divulgadores de la ciencia.

El caso presentado de *Xplora - Snacks de Ciencia* es un claro ejemplo y en el podemos destacar diferentes aspectos que van desde, metodología empleada - enseñar a través del entretenimiento - y su audiencia, la cual es interactiva gracias a que las diferentes plataformas que maneja *Xplora* lo facilitan. Al respecto Vladimir De Semir (2015) afirmo lo siguiente:

La red debe crear y dar respuesta a la indiscutible demanda publica existente en nuestra sociedad para saber más y saber mejor, para la capacitación ciudadana, entre muchos otros temas los relacionados con la ciencia, medicina y el medio ambiente, haciendo compatible lo que en su día lograron los suplementos temáticos desaparecidos de los grandes diarios y que hoy pueden ser sustituidos por webs, blogs y otras plataformas: ofrecer cultura con rigor y amenidad, en suma dando respuesta al interés, a la preocupación, a la curiosidad y a la necesidad de información de una mayoría de ciudadanos (p. 50).

Gracias a las plataformas y redes sociales a la hora de comunicar ciencia, se ha hecho uso de nuevas herramientas de medición que permiten obtener un mayor conocimiento sobre las preferencias, gustos y comportamientos de la audiencia.

Esta *comunidad participativa* encuentra un espacio en donde puede discutir, informarse y complementar sus saberes sobre ciencia, más allá de que tengan conocimientos amplios, medios o pocos al respecto.

Al mismo tiempo, contribuyen con el mismo medio cuando comparten el contenido favoreciendo a su distribución y que llegue a más personas, como también al contestar encuestas haciendo mención de los temas que más les interesan, favorecen a tener una aproximación de los temas científicos que le son más interesante a su audiencia.

En cuanto a que tipo de formato es el que más elige la audiencia, se puede ver mayor preferencia por la información que viene acompañada con animaciones. Se suele priorizar como se muestra el contenido, donde se le da más interés a las noticias e informaciones acompañada de animaciones que en los que sale explicando frente a cámara uno de los integrantes de *Xplora*.

Finalmente, podemos decir que *Xplora - Snacks de Ciencia* funciona como medio orientado a la comunicación pública de la ciencia porque existe una audiencia que lo avala como tal. A través de las interacciones constantes y comentarios de la audiencia se puede ver el interés que despierta el nuevo medio. La nueva forma de mostrar hechos científicos a través del entretenimiento y promulgando una *comunidad participativa* hace que *Xplora* funcione como

nuevo medio digital de divulgación científica.

## Referencias

Aparici, R. y García Marín, D. (2017). *¡Sonríe, te están puntuando! Narrativa digital interactiva en la era de Black Mirror*. AA. VV., 2017 Editor digital: XcUíDi.

Boczkowski, P. Matassi, M. y Mitchelstein, E. (2016). El medio ya no es medio ni mensaje. *Revista Anfibia*.

Boczkowski, P. y Mitchelstein, E. (2017). Consumo de noticias y cultura digital. *Noticias Fusión. Revista Anfibia*.

De Semir, V. (2015). *Decir la ciencia. Divulgación y periodismo científico de Galileo a Twitter*. Ediciones de la Universidad de Barcelona.

Furió, C. Montserrat, R. y Solbes, J. (2007). *Desinterés del alumnado hacia el aprendizaje de la ciencia: implicaciones en su enseñanza*. Departamento de Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales. Universitat de València.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Publicado por New York University Press.

Manassero, M. A. y Vázquez, A. (2008). *El declive de las actitudes hacia la ciencia de los estudiantes: un indicador inquietante para la educación científica*. Publicado por Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias.

Postman, N. (1985). *Divertirse hasta morir: El discurso público en la era del «show business»*. Editor digital: Titivillus.

Vara, A. M. (2015). *Periodismo científico: entre la profesionalización y los desafíos del cambio tecnológico* en: Espinosa, Susana (comp.), *Ciencia, arte y tecnología. Enfoques plurales para un abordaje multidisciplinar*, Universidad Nacional de Lanús, serie Escritos sobre Tecnología, Vol. 1.

Vazquez, J. (2012). *Transformación en la audiencia, transformación en los medios: un marco para el estudio de los retos y estrategias de las empresas periodísticas*. Universidad Ramón Llull.

Webster, J. (2016). *El mercado de la atención: Cómo toman forma las audiencias en la era digital*. The MIT Press.

# Comunicación Pública de la Ciencia y Género. Egresadas y egresados de la UNC en el siglo XXI en los distintos campos del conocimiento científico

Hugo Ignacio Pizarro

Hugo.ignacio.pizarro@unc.edu.ar

Lisha Dávila

lishpam@gmail.com

Silvina Ramunda

silvinaramunda@yahoo.com.ar

**Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.**

## Introducción

La percepción pública de la ciencia y la tecnología se ha instalado en un lugar significativo de la agenda político-social de numerosos países. Ante este panorama resulta importante destacar un punto de inflexión en el momento que hoy nos toca vivir, cuestionándonos como equipo de investigación heterogéneo ¿Hay igualdad de género en la ciencia? ¿Tienen las mismas oportunidades hombres y mujeres para seguir una carrera académica o científica? ¿Se reproducen estereotipos sociales que influyen en la selección de una ocupación profesional y por ende, en la búsqueda de una carrera universitaria?

Estos interrogantes permiten plantearnos un problema de equidad que ha atravesado todos los aspectos sociales y culturales a nivel local e internacional, por lo que podemos considerarlo como un rasgo estructural de la desigualdad de género. La ciencia no ha sido ajena a esa visión androcéntrica: en todos aquellos campos en los que se han estudiado seres humanos, casi se ha estudiado solo a hombres; y se ha hecho desde una perspectiva masculinista, esto es, se han tomado sus características como universales de la especie. En contraste, cuando la ciencia ha incluido a las mujeres como objeto de estudio, lo ha hecho casi siempre para poner en evidencia sus supuestas diferencias con los hombres, sobre todo, aquellas relativas a la reproducción.

La perspectiva de género en ciencia implica un cambio epistemológico por el que la ciencia aplicada o básica, y cualquier área de estas, incluyan de forma integral y transversal a las mujeres como una parte del objeto de estudio y de manera equivalente a los hombres: con su variabilidad, sus experiencias y sus demandas; y debe, asimismo, considerar los potenciales efectos diferenciales que sobre las mujeres pueda tener cualquier investigación.

A modo de síntesis la inclusión de la perspectiva de género en ciencia conjuga dos facetas: la de considerar el número, la posición y la trayectoria de las mujeres que hacen ciencia (las mujeres como sujeto científico activo); y la que examinaría cómo contempla la ciencia a las mujeres en tanto que objeto científico. En el caso de esta investigación nos centraremos en parte del primer caso, aplicando la perspectiva de género a conocer de manera no representativa, pero no menos importante, el devenir de las egresadas en los últimos años en la UNC y dentro de ellos poder discriminar a qué carreras pertenecen, su trayectoria, salida laboral y cómo ha incidido la

cuestión de género en todos estos aspectos mencionados.

Esta investigación ha intentado dar continuidad con los ejes de investigación que han venido desarrollándose en proyectos anteriores en los que se ha indagado sobre la percepción de la ciencia y la tecnología, en aquella oportunidad, a los ingresantes de diferentes unidades académicas. En esta oportunidad, si bien se ha intentado perseguir aquella esencia, se han planteado otras herramientas de recolección de datos, se toman como referente de análisis a egresados, poniendo el foco en la perspectiva de género.

### **Aspectos conceptuales para considerar**

Cabe destacar que para la realización de este estudio se ha considerado un enfoque de género teniendo en cuenta al momento del análisis las diferencias existentes entre los egresados y egresadas partiendo de un rasgo estructural de la desigualdad de género muy extendido no solo a nivel local, sino también a nivel internacional; fenómeno del que no se encuentra aislada nuestra Universidad.

La evolución histórica y el cambio de paradigma que se ha experimentado en este nuevo siglo en relación a la transferencia de los conocimientos a la sociedad tiene que ver con el uso social del conocimiento científico y tecnológico caracterizando al proceso actual a partir de la aparición de la “sociedad de la información“, a lo que hay que sumarle el abandono de la visión androcentrista de la ciencia que ha dominado la historia de la conocimiento a lo largo de los años, intentando dar paso a una búsqueda de equilibrio o equidad de género en todos los ámbitos sociales, entre ellos, aquellos espacios que son los encargados de formar y transmitir el conocimiento científico, en este caso, a través de la educación superior.

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. Es por ello que resulta importante resaltar que toda percepción se enmarca en un contexto cultural. La cultura se estructura a través de la lucha de significados que se establecen a nivel de lo global y lo local, es decir las culturas son espacios conflictivos en la constitución de identidades sociales de los sujetos.

A mediados del Siglo XX y con el objetivo de acentuar su autoridad epistémica y social, las comunidades científicas comienzan una relación más fluida con las y los ciudadanos, proponiéndoles una vinculación activa con sus tareas y resultados de investigación: “ya no constituye una exigencia exógena ni una actividad destinada a la difusión de avances entre expertos, sino que es una de las condiciones de posibilidad de la empresa cognitiva. Está integrada de manera transversal en sus diferentes etapas, y sobrepasa ampliamente a los intercambios inter-pares”. La noción de “giro comunicativo” (Polino y Castelfranchi, 2012) y “mediatización” de las ciencias (Nieto Galán, 2011) muestran el lugar preponderante de la dimensión comunicacional durante el siglo XXI. En los organismos de ciencia, tecnología y educación, y en este caso en particular en la Universidad Nacional de Córdoba, este “giro comunicativo” es uno de los cambios destacados que es posible de observar con predominancia en los últimos 20 años. Institucionalmente se han establecido áreas específicas, recursos económicos y humanos destinados a llevar a cabo tareas de comunicación pública de la ciencia. Tal es el caso de UNCiencia, por ejemplo, dependiente de la Prosecretaría de Comunicación Institucional.

En esta institución y en sus discursos conviven por un lado la teoría del déficit cognitivo con las prácticas y saberes orientados al modelo etnográfico contextual por el otro. Esto trae como resultado una serie de imágenes, ideas, juicios de valor y estereotipos vigentes en un contexto sociocultural determinado y que configuran los significados que influenciarán los imaginarios subjetivos y las actitudes de los públicos. Es en esta instancia en donde la comunicación que se hace impacta directamente en las percepciones individuales de los públicos que participan de

estos procesos. Se trata de un factor poderoso que influirá, por ejemplo, en las etapas tempranas de socialización con la identificación de roles.

Otra transformación necesaria que se ha tenido en cuenta en este análisis, es aquella que se vincula con la inclusión de una perspectiva de género en la comunidad tecnológica y científica, entendiendo a este enfoque con una mirada que tenga en cuenta a las mujeres y disidencias como sujetos que hacen ciencia. Si bien es la concepción central objeto de este estudio, en particular además de considerar los resultados que esta investigación pueda arrojar respecto a este punto, se torna central examinar las representaciones sociales circulantes en la sociedad respecto a sus roles dentro del sistema científico.

Es decir que, entre otras cuestiones, indagar sobre las percepciones tempranas de quienes forman parte de este estudio permitiría obtener información valiosa sobre posibles consecuencias entre la comunicación pública que se hace de la ciencia y el lugar que efectivamente ocupan las mujeres en la comunidad científica.

### **Inequidad de género en el campo científico**

En particular, y después del comienzo de la pandemia del COVID 19, es posible reflexionar sobre la importancia de las nociones y categorías que se consolidan - o en algunos casos - surgen, respecto a lo que los públicos consideran ciencia, la comunicación que se hace de la misma y las concepciones que tiene la sociedad en vinculación con esa cultura científica. Pero también, y en consonancia con los cambios sociales y culturales, el rol que ocupan las minorías y las mujeres científicas es una de las aristas a considerar cuando se entrecruzan ciencia, género y comunicación pública. Para pensar en aportes teóricos que guiaron la investigación, se presentan a continuación, y de manera muy resumida (producto del espacio con el que se cuenta para el desarrollo de los avances de la investigación) algunos conceptos que consideramos importante tener en cuenta antes de analizar los datos de las entrevistas.

Argentina está posicionada como el país con mayor protagonismo de las mujeres en investigación, con una participación del 51% según el informe global “The researcher journey through a gender lens” publicado por Elsevier en 2020. Pero a esta estadística también podemos sumar que de todos los puestos directivos de los organismos de ciencia y tecnología del país, sólo el 14% se encuentran ocupados por mujeres, según lo que relevó, también en 2020, el informe “Situación de las Mujeres en Ciencia y Tecnología en Argentina” elaborado por el Centro Austral de Investigaciones Científicas, unidad ejecutora de CONICET. Además, en nuestro país 6 de cada 10 estudiantes universitarios son mujeres, pero de ellas sólo el 25% estudia ingeniería y ciencias aplicadas, según lo que publicó el Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento.

Esto pone en evidencia un aspecto conceptual denominado “techo de cristal”, término acuñado por la norteamericana Marilyn Loden en 1978, quien plantea “una barrera cultural y no personal que imposibilita ascenso de las mujeres” viniendo a dar nombre a la “desigualdad y el impedimento que tienen las mujeres a la hora de alcanzar puestos jerárquicos o incluso sueldos equitativos en comparación a sus compañeros hombres que realizan las mismas tareas” Esto mismo puede evidenciarse en el ámbito educativo/formativo, donde inequidad, según la autora, entre el hombre y la mujer es notable.

La estructura capitalista y patriarcal en la que estamos insertos, constituye y ordena las prácticas sociales involucradas en cualquier tipo de investigación. Todos los actores sociales implicados, a través de diversos procesos de socialización, originados en principio en el seno familiar, incorporan e interiorizan marcadas estructuras sociales de pensamiento. Esta estructuración social aparece de una manera espontánea y natural y es lo que se conoce como habitus (Bourdieu, 2007). Esta noción de habitus permitiría reconocer la dificultad existente en desentrañar sesgos patriarcales e invita a revisar los cambios que redirigirían la mirada hacia, en este caso, una ciencia con perspectiva de género.

En este sentido, para iniciar este proceso de revisión se propone tener en consideración la idea de “cuidado” en

nuestras sociedades y en particular en quienes participarán del estudio exploratorio. Es en la mayoría de los casos una responsabilidad de sujetos femeninos todo lo que tenga que ver con el cuidado de infantes, personas mayores y personas con discapacidad. Silvia Federici (2016) sitúa a las prácticas de cuidado como prácticas necesarias para la reproducción del capitalismo en su paso del sistema feudal. Existe una distribución inequitativa de las tareas de cuidado y el trabajo doméstico, profundizada con las medidas de aislamiento impuestas durante la pandemia. Buscando atender esa responsabilidad, las mujeres se enfrentan a dificultades y obstáculos para poder desarrollar sus carreras académicas y profesionales, situación de la que no están exceptuadas quienes hacen ciencia.

### **Aspectos metodológicos**

Para el desarrollo de esta investigación se decidió utilizar un cuestionario semiestructurado como instrumento de recolección de datos. El mismo consistió en veinte preguntas donde las primeras hacían referencia a aspectos demográficos, continuando con la formación de grado, año de egreso, estudios de posgrado y/o capacitaciones y ocupación laboral actual de los entrevistados. Con las siguientes trece preguntas se indagó respecto a las motivaciones que llevaron a la elección de la carrera para continuar con una serie de preguntas relacionadas a las percepciones y miradas respecto a las desigualdades de género durante el cursado, luego como egresado/as y el rol de las unidades académicas sobre la temática.

Por motivos de la pandemia y las adecuaciones que se hicieron para mantener el aislamiento, casi la totalidad de las entrevistas fueron enviadas de manera virtual a los egresados de distintas unidades académicas, el resto se pudo realizar de manera presencial. Se hicieron en total 15 entrevistas, en un formato de Google Forms online en primera instancia y cara a cara en el último año, que corresponden a las siguientes unidades académicas: Arquitectura, Agronomía, Comunicación, Ciencias Exactas, Ciencias Químicas, Ciencias Médicas, Derecho, Psicología y Filosofía y Humanidades.

Debido a la desproporción en cuanto a la cantidad de respuestas de las diferentes unidades académicas se tomó como criterio el agrupamiento en dos categorías: Sociales y Humanas (Psicología, Filosofía y Humanidades, Comunicación y Derecho) y Naturales, Exactas y Salud (Arquitectura, Agronomía, Ciencias Médicas, Ciencias Químicas y Ciencias Exactas).

### **Análisis de entrevistas: ciencia y género, un vínculo en cuestión**

Para comenzar el análisis de las entrevistas realizadas a egresados de diversas Unidades Académicas, se les comenzó indagando sobre los motivos que derivaron en la elección de la carrera que cursaron. En las respuestas de aquellos encuestados provenientes de carreras vinculadas a las Ciencias sociales y Humanas, se aprecia en su mayoría una elección basada en la búsqueda de “conocer al otro”, “ayudar al otro” y, en algunos casos particulares, potenciada esta situación por la idea de “ayudar al otro” a conocerse o bien a poder vivir de la mejor manera en la sociedad. En menor medida se han encontrado respuestas vinculadas a la salida laboral que ofrecían las carreras escogidas, como es el caso de los egresados de Derecho y Trabajo Social, como así también satisfacción de la comunicación tanto asociada a los medios como a las instituciones a las que refirió la egresada en Comunicación.

En otras de las preguntas, se planteó el interrogante si los entrevistados habían tenido algún obstáculo en el cursado de su carrera vinculados a cuestiones de género. Si bien la mayoría de las respuestas fueron escuetas, tanto positiva o negativamente, la mayor parte de los encuestados adujo no revestir inconvenientes. “Cuando cursé, la cuestión de género no estaba instalada socialmente. Sí había diferencias en algunas cátedras entre hombres y mujeres (preferencia hacia los hombres, situaciones incómodas hacia mujeres que en algunos casos generó el abandono de la carrera por parte de las estudiantes)”, fue la respuesta de una de las egresadas de Historia en relación a esta pregunta. Sin embargo es preciso considerar aquí lo planteado por la entrevistada egresada de Fonoaudiología quien planteó: “Tenía una compañera casada que abandonó en 2do año por las quejas del marido sobre la hora de

cursado (entre las 17 y 22 hs) y el regreso a su hogar, ya que tenía dos niños.” En este caso se observa un caso muy próximo a la entrevistada en el que se evidencia, particularmente no un obstáculo académico sino un obstáculo familiar (atado a lo socio-cultural) que impedía el cursado con libertad por el hecho de ser mujer y tener familia. Por otro lado, en el caso de una de las egresadas de Psicología como así también la de Comunicación (ambas pertenecientes al campo de las ciencias sociales) advierten que si bien son unidades académicas en las que la presencia femenina ha estado marcada en los cursados, esto no se ha evidenciado con la misma capacidad en otros aspectos de cada ámbito académico. “Creo que el hecho de ser mujer siempre nos hace correr con desventaja. Creo que si bien en la facultad (Comunicación) había cosas muy positivas que nos permitían tener los mismos espacios como el de los varones, la época en la que me tocó cursar estaba signada por un “machismo social” que no se cuestionaba y al que la facultad no permanecía ajena; y eso se podía observar en el dictado de las materias y el trato de algunos docentes para con algunas alumnas”, sostuvo la egresada de comunicación. Complementariamente la egresada de Psicología plantea: “Si bien nuestra facultad (Psicología) se caracteriza por avances significativos en la paridad de género, mi experiencia como estudiante mujer también contó con momentos de desigualdades en términos de las expectativas definidas para cada género (hombres con mayor presencia o facilidad para acceder a determinados espacios, menor puesta en valoración de las cualificaciones por ser varones o simplemente mayor atención a las voces masculinas que femeninas en contextos de debate). Esto fue extensible a mi experiencia como consejera estudiantil donde las mujeres (mayoritarias en ámbitos de gestión) siempre estuvimos más expuestas a críticas veladas o con menor posibilidad de crecimiento en la práctica”.

Por otro lado, cuando se les consultó en términos generales cómo era la situación de la mujer en la carrera que han cursado, se ha plasmado una respuesta en la que se evidencia la diferencia entre aquellas carreras en las que se presenta mayoría de mujeres cursando y aquellas otras donde la presencia de la mujer es más escasa, y que si bien de a poco se han ido sumando, aún hay una marcada diferencia que no logra una equidad en el cursado. En el caso de carreras como psicología, biología, filosofía, farmacia, fonoaudiología, han coincidido en que la situación de la mujer en la carrera ha sido considerable, sosteniendo que dentro del alumnado de estas carreras, la mayoría de las cursantes son mujeres. Algunas de las entrevistadas aclararon que esto no significaba que no se hayan podido observar a lo largo del tiempo expresiones o situaciones machistas.

Por su parte, las entrevistadas de Abogacía e Ingeniería han expresado el grado desigual entre hombres y mujeres, donde la imagen del hombre está muy presente tanto en el número de alumnos, los docentes y hasta cierta organización de las Unidades Académicas en cuestión. “Creo que (...) hay una diferencia social en cuanto “al ingeniero” y “la ingeniera”. No es que esté mal vista, pero creo que se plantea en el imaginario social que el hombre cuenta con más expertiz y pertinencia para realizar un trabajo vinculado al sector agropecuario y esto no es así. Recuerdo en mi cursado ver una desproporción en cuanto a la cantidad de docentes mujeres en relación a los hombres que dictaban las distintas materias”, sostuvo la ingeniera agrónoma.

En este punto quisiéramos rescatar las explicaciones planteadas por las entrevistadas de Trabajo Social, Historia, Psicología y Comunicación. En el caso de una de las egresadas de Psicología plantea que si bien en su carrera la mayoría son mujeres y sus situaciones eran muy diversas (algunas trabajaban, otras tenían hijos), visto a la distancia, ella “naturalizó en esa época lo que debía ser y hacer una mujer”. Algo similar plantea la egresada en Comunicación: “Creo que lamentablemente tanto en aquel momento como en el actual, hay una diferencia. Antes si eras madre, te la tenías que arreglar y ver cómo cursabas o al final terminabas abandonando. Algunas compañeras les pasó eso. Hoy por suerte eso se ha ido superando con políticas como alumnos trabajadores y otras flexibilizaciones”

Ante la pregunta si habían sentido desigualdad de trato por cuestión de género, algunas entrevistadas negaron dicha diferencia, tal es el caso de las entrevistadas de Psicología, Farmacia, Biología, Historia, Filosofía y Ciencias Exactas. Sin embargo, una de las egresadas de Historia planteó que si bien en la carrera de Historia no había notado esta situación, sí lo había identificado en Filosofía (ya que algunas materias las cursa en esta unidad académica),

mencionando que algunos docentes que planteaban que “la filosofía es cosa de hombres”.

En el caso de otras entrevistadas que afirmaron recibir destrato por su condición de mujer, al consultarle los motivos plantearon “(...) situaciones de desacreditación del saber/opinión por ser mujer; comentarios que refuerzan estereotipos; situaciones de acoso”, sostuvo la trabajadora social; mientras que la Comunicadora Social planteó que “(...) si bien no era común en todas las cátedras, pero hubo situaciones de destrato de algún profesor que menospreciaba a las alumnas mujeres y no así a los hombres”. Por su parte la Ingeniera Agrónoma mencionó que “por ahí al momento de las prácticas en campo, personalmente sentía cierta necesidad de recurrir a la „ayuda masculina“ para poder resolver algunas cuestiones prácticas y sobre todo en alguna tareas pesadas”. En el caso de la egresada de Fonoaudiología planteó que una docente mujer “exigía ir vestidas con faldas, o no nos permitía entrar a su clase”. Esto también pone en evidencia que las ideas patriarcales y machistas no sólo son ejercidas por hombres sino también por las mismas mujeres que tienen arraigadas fuertemente tradiciones conservadoras y que las manifiestan como tales en los tiempos que corren.

Por último, las entrevistadas de Psicología e Historia manifestaron que se encontraron diferencias en el trato y en la atención en relación a los hombres, como así también en las expectativas sobre el desempeño, en la competencia entre pares y oportunidades desiguales. También se destacó la diferencia en el entorno social próximo al ámbito académico: el temor a “viajar sola de noche” o andar sola por ciudad universitaria, el tener cuidado con “el violador de Ciudad Universitaria”, y al acoso que se podía sufrir en las inmediaciones a ciudad universitaria” Entonces se caía en la búsqueda de la “protección masculina que ofrecía seguridad ante estas situaciones”

Seguidamente se les consultó sobre las características que creían que identificaban al campo científico en el que se habían graduado en relación a la equidad de género. Tal como se había mencionado anteriormente, se planteó que en algunas facultades había predominancia de mujeres, por lo que, al menos desde el punto de vista de las encuestadas, no presentarían mayores inconvenientes con el tema de la equidad de género. Sin embargo en este punto resulta pertinente destacar algunas apreciaciones particulares que visualizan la disparidad de situaciones según la unidad académica. En el caso de la Trabajadora Social enfatizó en el punto anterior en el cual la carrera es “altamente feminizada”, pero “(...) se expresan las diferencias en el tipo de tareas que se asignan a las mujeres (por ejemplo tomar notas, hacerse cargo de tareas administrativas, entre otras). Así mismo, se expresan las desigualdades más estructurales como la menor disponibilidad de tiempo para la vida académica/laboral por la sobre-ocupación en tareas de cuidado de hijxs, familiares a cargo etc”.

En consonancia con la apreciación precedente, una de las egresadas en psicología esgrimió que para ella “(...) conocer sobre género, fue un lente, un antes y un después que me permitieron ver las inequidades vividas durante mi cursado... La clave fue el conocimiento. En aquel momento veía mujeres autónomas tanto estudiando como dando clases; hasta decanas tuvo mí facultad. Con el tiempo entendí el costo de serlo... pero no lo vi cuando era jovencita” Paralelamente a lo expresado por esta egresada, al referirse al por qué creía que era una facultad con fuerte presencia femenina argumentó que “(...) quizás los hombres estaban un poco estigmatizados”, entendiendo en este punto que la presencia de los hombres en esta carrera no tenía una “buena imagen social”, considerando la tarea que se debía realizar al momento de egresar, tarea que socialmente puede haber estado asociada al rol de la mujer en una cultura patriarcal (contención, escucha, etc.)

También la egresada en comunicación planteó que en relación a otras unidades académicas, como mujeres habrían podido tener más participación y hasta se ha ido mejorando con el correr de los años. “Me acuerdo que hasta cuando yo ingresé sólo una mujer pudo acceder al máximo cargo en la vieja escuelita (Directora). Mientras que yo estuve y tengo entendido que hasta hoy todas las máximas autoridades (decanas) han sido mujeres”. Sin embargo, sostiene la egresada, más allá de lo anteriormente mencionado que resulta positivo, “no hay que olvidar que este campo científico se encuentra inserto en un campo social más amplio y que se encuentra aún impregnado por el machismo, patriarcado, y esta facultad no ha escapado a esto”

En paralelo a la opinión anterior, una de las egresadas de Historia sostiene que “la presencia de mujeres en el campo de Humanidades es de las mayores en el campo científico. Y a pesar de su predominancia en la gestión institucional, no en todos los casos se aplica al campo académico (CONICET por ejemplo). En el caso de las profesoras, reitero que considero la existencia de una doble vulneración que atañe también a las formas en las que se construyen las ofertas de formación de posgrado, generando ciertas dificultades en el acceso, principalmente a quienes son madres o tienen familiares a cargo o quienes trabajamos jornada completa”. La entrevistada cerró su respuesta asegurando que en los últimos años “ha habido un avance significativo para romper los techos de cristal hacia las mujeres, no así hacia diversidades sexuales, incluso habiendo una ley que establece el cupo laboral trans y travesti”. En tanto, algunas egresadas tuvieron un planteamiento más tajante aduciendo que dentro de su campo científico se observan claramente una presencia y visión machista que condiciona la plena equidad de género para con las mujeres. Tal es el caso de lo expuesto por la egresada de Derecho quien considera que este campo es “patriarcal”, y con un “alto costo” de acceso, permanencia y salida laboral para las mujeres. En paralelo la egresada de Agronomía sostuvo que tradicionalmente este campo de estudio ha estado ligado indiscutiblemente al hombre, “un hombre asociado a la actividad rural que se especializa para hacer más productivo y hasta rentable la producción agropecuaria.” Sin dudas que esta situación ha ido cambiando con el tiempo, se han ido diversificando e innovando las especialidades dentro del campo agropecuario, y con estos cambios la mujer también empieza a tomar una presencia definida, con algunas resistencias, pero que “a la larga también terminamos prisioneras de una visión machista, ya que determinadas especialidades tienen una fuerte presencia de mujeres mientras que otras, las más tradicionales, siguen marcando una diferencia a favor de los hombres”

Con respecto al interrogante sobre qué grado de responsabilidad tiene en su trabajo, tanto las entrevistadas pertenecientes al campo de las Ciencias Sociales y Humanas como aquellas pertenecientes al grupo de las Ciencias Naturales, Exactas y Salud se perciben con responsabilidades de grado medio ya que no se encuentran ocupando cargos de liderazgo y de poder, aunque algunas entrevistadas manifestaron responsabilidad alta sin relacionarlo con la toma de decisiones. Tal es el caso de la egresada de Historia y Kinesiología.

Con respecto a la dificultad que han presentado respecto al rol o lugar que ocupan en su trabajo, la totalidad de las entrevistadas ha mencionado que el recorrido laboral que les ha permitido llegar al puesto o cargo que actualmente ocupan, ha resultado un “camino difícil, de esfuerzo y extrema responsabilidad”. Sólo dos de las entrevistadas pertenecientes al campo de las Ciencias Naturales, Salud y Ciencias Exactas realizaron una referencia a la dificultad particular por su condición de “madres” y a los vínculos laborales con pares y jefes.

En relación a la posibilidad o no que tuvieron de comunicar la desigualdad en el trato o incidentes sexistas por su condición de mujeres a las personas competentes en el ámbito laboral, la mayoría adujo no haber comunicado tal situación a ningún integrante jerárquico dentro de sus trabajos. Sin embargo, la entrevistada egresada de Trabajo social recordó que durante sus primeros años dentro del campo laboral “las estructuras y mecanismos institucionales eran otros y también la visibilidad de este tema en agenda era diferente. Recuerda que, ante algunas situaciones, aunque no graves, presenté algunas notas a los jefes, en los cuales muchos de ellos eran hombres y lo cierto es que en la mayoría de los casos no hubo acciones al respecto porque no llegaban a reconocerse-plantearse como situaciones de violencia de género, o de desigualdades por cuestiones de género”.

Con respecto a la pregunta: ¿Cómo avizora el campo científico en el que Ud se formó en los próximos años en relación a la igualdad de género y el respeto a la diversidad? La mayoría de los egresados de las áreas de ciencias sociales y humanas coinciden en que se está avanzando en el campo de la igualdad y diversidad, en distintos grados, según la unidad académica de la que provienen. Se nota una tendencia de una respuesta favorable en aquellas donde son amplia mayoría el género femenino, donde claramente mencionan cambios positivos como, por ejemplo, que la agenda de género, feminismos, diversidades ha ganado espacio tanto en la instancia de formación de grado, como en la investigación, extensión, formación de posgrado etc. También destacan que existen modificaciones en las

estructuras institucionales, creación de dispositivos/programas, nuevas reglamentaciones que apuntan a ir abordando las desigualdades de género. Como bien señala una egresada de Historia: “Creo que partimos de una base positiva: presencia predominante de mujeres en el campo, atención y alerta ante situaciones de desigualdad o violencia, el abordaje en términos investigativos de la perspectiva de género. Si estas condiciones continúan siendo puestas en eje de debate en espacios colectivos, creo que aquellas desigualdades que hoy se manifiestan veladas podrán encauzar luchas para que se desarticulen. Pero requieren de nuestra presencia en espacios universitarios de discusión”. Al mismo tiempo se observa en las respuestas una mirada optimista donde pueden avizorar cambios a futuro, pero que llevarán tiempo, como es remarcado por otras egresadas del campo de las humanidades: “Como un campo fértil que dará frutos, ya que hay muchos jóvenes polinizadores que aportarán sus potenciales.” “Creo que se va respetando más. Aunque es lento el proceso”. “Creo que se va por buen camino. Falta mucho y no hay que dormirse en este tema”. Asimismo, para uno de los entrevistados egresado de Abogacía, no se avizoran avances en su campo científico respecto a la temática de género, aunque sin dar mayores detalles respecto de su apreciación.

En cuanto a las respuestas de las egresadas del campo de las ciencias exactas y de la salud, coinciden en su mayoría que hay avances satisfactorios hacia un cambio en los próximos años que propicie la igualdad de género y el respeto a la diversidad, pero es notorio que en ningún caso hacen referencia al contexto actual o dónde se encuentran hoy respecto al tema. Es de destacar, además, que sus respuestas fueron muy escuetas.

Con respecto a la pregunta ¿Considera que en todas las Unidades Académicas de la UNC se evidencian políticas que contribuyen a propugnar la igualdad de género, contrarrestando las diferencias entre hombres y mujeres tanto en su instancia de formación como así también en lo referente a su organización laboral y académica? Aquí casi la totalidad de los entrevistados de las ciencias sociales y humanas coinciden en que no ocurre lo mismo en las Facultades: “No en todas las unidades académicas. Si en las ciencias sociales...en las otras no”, “No, la UNC no presenta en la práctica un apoyo común por la equidad de género. En algunas unidades académicas, las situaciones de violencia de género y sexismo son práctica común y no puestas en cuestión. Y ello se debe a luchas y trayectorias disímiles en las distintas facultades”, sólo dos egresadas manifestaron desconocer lo que ocurre en otras unidades académicas de la UNC. En cuanto a las egresadas provenientes de las áreas de ciencias exactas y la salud, la mayoría consideró que en todas las facultades se evidencian políticas que contribuyen a impulsar la equidad de género, salvo una de las entrevistadas que manifestó desconocer lo que ocurre en otras casas de estudio.

## **Algunas consideraciones finales**

A modo de cierre del trabajo realizado hasta el momento en esta investigación, se pueden considerar aquí aquellos aspectos que han sido de importancia para poder concretarlo, como así también aquellas situaciones que derivaron en no poder concretar lo planteado inicialmente en el proyecto. Como logro importante obtenido durante el proceso de investigación y tal como se mencionó con anterioridad, ha sido la posibilidad de incorporar nuevos integrantes, cuyos valiosos aportes han sido significativos a la hora de poder tener nuevas perspectivas, instancias de mayor debate y análisis de la información obtenida. También la ampliación de los plazos de ejecución del proyecto permitió reorganizar los plazos que estaban previstos. Pese a ello, y dadas las dificultades que se vivieron durante la pandemia como así también las consecuencias que la misma dejó, se tuvo que replantear algunos aspectos del proyecto original y ajustar las entrevistas previstas al grupo que finalmente se le pudo realizar. Seguramente en una futura instancia acordada con el equipo y a modo de poder ampliar el número de entrevistados que permitan representar a más Unidades Académicas de la UNC, se podrán enriquecer los aportes ya ofrecidos con los nuevos y de esta manera ajustar el análisis y las conclusiones a las que se logren arribar.

En lo que respecta al análisis de los datos obtenidos a partir de las entrevistas realizadas, y en consonancia con lo planteado, analizado y debatido con el equipo en materia de conceptualizaciones teóricas, podemos esbozar algunas apreciaciones finales de lo trabajado en esta investigación y que con antelación se ha expuesto en este informe. Estos resultados nos permiten pensar que si bien se han podido observar, a grandes rasgos, particularidades

en las respuestas planteadas por los entrevistados de las diversas carreras (algunas propia del campo de estudio de pertenencia), lo cierto es que hay una visión general de la ciencia como así también de la perspectiva de género en el campo académico científico y laboral en el que coinciden con la disparidad existente, tanto durante el cursado que tuvieron cada uno en sus respectivas unidades académicas como así también el lugar que ocupan laboralmente luego de transcurrida su etapa de formación. Esto permite entender que para las mujeres, no existe un correlato entre participación y jerarquización en el sistema científico. Las barreras invisibles y lo que hoy se conoce como “techo de cristal” y “suelo pegajoso” limitan y condicionan el acceso y la permanencia de las mujeres en los lugares de mayor poder de decisión y prestigio en la ciencia argentina.

Nos encontramos en un escenario de dificultades y limitaciones cuando pensamos en un diálogo entre la comunidad académica y extraacadémica, y no sólo en términos comunicacionales. Es preciso pensar en la falta de profundización de la sensibilización con un enfoque de género en la producción del conocimiento científico en términos generales, como así también particulares al ámbito aquí estudiado. Y allí es necesario el compromiso de universidades y organismos de ciencia y tecnología a través de políticas institucionales que acompañen estos procesos, para poder construir puentes que brinden herramientas a la sociedad para la articulación de esos conocimientos científicos con una actitud participativa y crítica. La legitimación que las instituciones proveen otorga un peso de importancia en la disputa de poder simbólico entre sistemas de significados, valores y prácticas que desde los feminismos se reclama.

Lo cierto, y hay que destacarlo, es que algunas de las demandas han sido consolidadas y profundizadas en los últimos años en la Universidad Nacional de Córdoba, en consonancia con lo que ha ocurrido en otros ámbitos públicos, como por ejemplo la ampliación de las licencias por maternidad o la implementación de jardines maternales y guarderías, sólo por nombrar algunas de ellas. Sin embargo consideramos que la productividad científica debería estar asociada con los ciclos vitales y las situaciones familiares, ya que, está demostrado, el tránsito por la experiencia de la maternidad o paternidad no tiene la misma repercusión en mujeres y varones, situaciones que fueron planteadas en las respuestas de un buen número de entrevistados.

Así mismo, resulta importante contribuir desde estos ámbitos formativos y académicos a la posibilidad de incorporar una lógica comunitaria, colectiva y social de la ciencia, por fuera del sistema meritocrático, competitivo y jerarquizado que está instalado en el sistema actual y al que muchos de los entrevistados ha considerado como obstáculo para avanzar en la formación por la condición de género.

Para concluir, creemos como equipo de trabajo y luego de esta ardua tarea que fue atravesada por la pandemia pero que no significó un impedimento a poder concretar con algunas adecuaciones el proyecto inicial, que si bien estos aspectos planteados atraviesan el estudio exploratorio que nuclea esta investigación, excediendo el ámbito de la UNC, consideramos que la comunicación de la ciencia sin políticas institucionales ni de género en los organismos científico-tecnológicos pueden generar una profundización de un modelo de desigualdad de género en el sistema científico-tecnológico. Pero no sólo es preciso discutir estas políticas, como muchas que ya se vienen implementando, sino que resulta sumamente imprescindible lograr que dichas políticas tengan un cumplimiento efectivo en la órbita universitaria. Este ha sido el principal motor que permitió el desarrollo de esta investigación, que, con errores y aciertos, ha buscado indagar las representaciones que circularon y circulan en egresados de la UNC para favorecer la lucha por enfrentar los prejuicios y sesgos que están instalados y de esta manera lograr una equidad e igualdad de género efectivo en el campo científico y en la comunicación que se haga de la ciencia.

## Referencia Bibliográfica

- Calvo Hernando, M. (2003), *Divulgación y Periodismo Científico: entre la claridad y la exactitud*. México: Dirección General de Divulgación de las Ciencias, Universidad Nacional Autónoma de México.

- Castellanos, P. (2009). *Comunicación Pública de la Ciencia y consumo cultural. La información científica como elemento diferenciador*. México: VII Biental Iberoamericana de la Comunicación. Consultado el 10 de noviembre del 2012 desde <http://www.saladeprensa.org/art918.pdf>

- Cortassa, C. G. Et al (2020). Comunicar las ciencias desde las instituciones: dos modelos de análisis aplicados al caso UNER. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 31 (61 nov-mar). Disponible en: <https://pcient.uner.edu.ar/index.php/cdyt/article/view/783>
- Federici, S. (2016). "Introducción" en: *Calibán y la bruja. Mujeres, Cuerpo y acumulación originaria*. Buenos Aires: Ed. Tinta Limón.
- Kreimer, P., Levin, L., & Jensen, P. (2011). Popularization by Argentine researchers: the activities and motivations of CONICET scientists. *Public Understanding of Science*, 20(1), 37-47. <https://doi.org/10.1177/0963662510383924>
- Pizarro, Hugo Ignacio; Gonzalez, Natalia; Ramunda, Silvina; Nieva, María Laura. *Suena a Ciencia y Tecnología. Propuesta inclusiva de comunicación pública de las ciencias..* Argentina. Ciudad de Buenos Aires. 2017. Libro. Artículo Completo. Congreso. XV Congreso Conexiones Red Pop 2017 Libro de Memorias. Red Popularización de la Ciencia y la Tecnología y Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación
- Polino, C. (2007): "Valoración de los científicos y de la ciencia como profesión. Visiones comparativas de argentinos y españoles", en *Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología en España - 2006*, Madrid, Fundación Española de Ciencia y Tecnología (FECYT).
- \_ (2003) "Percepção pública da ciência e desenvolvimento científico local", *ComCiência*, Julio. En línea: <http://www.comciencia.br/reportagens/cultura/cultura19.shtml>. [Consultado el 18 de agosto del 2019]
- Quintana, C. (1996). *Elementos de inferencia estadística*. (2ª ed.). San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Szenkman, P. Et al. (2021). *Mujeres en ciencia y tecnología: cómo derribar las paredes de cristal en América Latina*. Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC). Disponible en: <https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2021/07/206-DT-PS-Mujeres-en-ciencia-y-tecnologia-Szenkman-y-Lottito-agosto-2021.pdf>

# Trayectorias, recursos y estrategias en comunicación pública de la ciencia en la Universidad Nacional de Misiones

Dra. María Itatí Rodríguez  
mariaitatorodriguez87@gmail.com

**UNaM-CONICET**

## Resumen

En esta ponencia pretendemos indagar, analizar y reflexionar sobre los modos de comprender a la comunicación pública de la ciencia y la tecnología (CPC) por parte de los/as investigadores/as de una universidad Pública argentina. Buscamos analizar sobre los sentidos que otorgan a esta práctica, cuáles son sus experiencias, reconocimientos de espacios de CPC, facilidades o dificultades para llevar a cabo estas tareas en sus quehaceres como investigadores/as, etc. En este contexto partimos de los siguientes interrogantes: ¿Qué implica para estos/as investigadores/as la CPC? ¿Poseen formación y/o capacitaciones al respecto? ¿Cuentan con recursos (económicos, humanos, técnicos, etc.) para llevarlos a cabo? ¿Con qué dificultades o facilidades se encuentran? Este trabajo se inscribe en los avances del Proyecto de Investigación PICT 2020 “Comunicación pública de la ciencia y la tecnología en la Universidad Nacional de Misiones”<sup>1</sup> el cual indaga sobre los sentidos en relación a la comunicación de la ciencia por parte de investigadores/as de la Universidad Nacional de Misiones. Nos interesa reflexionar sobre el rol central de la comunicación social para la producción y comunicación de los conocimientos científico-tecnológicos y sobre formatos y medios utilizados por investigadores/as para comunicar los resultados de sus investigaciones.

## Introducción

En las últimas décadas, la comunicación pública de la ciencia y la tecnología (CPC) se ha convertido cada vez, con mayor fuerza, en una prioridad y una preocupación de organismos de Educación Superior públicos y privados, de grupos de investigación e instituciones políticas en Ciencia y Tecnología (CyT), adquiriendo un creciente protagonismo a nivel mundial. Se observa cada vez con mayor frecuencia que los organismos CyT implementen políticas que promuevan la participación y actividades de CPC y de promoción de la cultura científica (CC), que busquen comunicar ciencia pero también capacitar, financiar actividades, evaluar sus propias prácticas, etc: “muchas universidades están comprendiendo la importancia de diferenciar el papel tradicional de la comunicación institucional, creando órganos específicos para las políticas de divulgación científica y diálogo con la sociedad” (Castelfranchi y Fazio, 2021: 54). En Argentina, en los últimos años se ha incorporado en el sistema de evaluación de sus recursos humanos de CyT, así también, se han abierto convocatorias de financiamiento para la promoción de la (CC) y actividades de CPC, así como también en programas y políticas públicas e institucionales, como es el caso del Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2030, donde la CPC y la CC forman parte de un resultado e insumo clave para “la constitución de ciudadanía en un sentido abierto, plural y democrático”.

---

<sup>1</sup> PICT 2020 “Comunicación pública de la ciencia y la tecnología en la Universidad Nacional de Misiones” [SERIEA-00363], de la Agencia Nacional de Promoción de la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación, Investigadora Responsable: María Itatí Rodríguez.

Los recursos necesarios para la CyT compiten por la agenda política, y con otras demandas, haciendo que la decisión se torne socialmente compleja y conflictiva (Albornoz, 1997). Es por ello que es necesario una política CyT –coherente y permanente en el tiempo/espacio- que pueda dialogar e instalarse en estos escenarios sociales y hacer foco también en sus demandas, y disputar la agenda. Los agentes de producción de conocimientos científico-tecnológicos (públicos y privados) se encuentran ante el desafío de incluir en su planificación acciones que comprendan estrategias para comunicar ciencia y tecnología, en su proyección, planificación y ejecución: ¿Qué implica comunicar resultados a públicos heterogéneos? ¿Cómo disputamos y producimos contenidos y discursos públicos? ¿Cómo comunicar ciencia y tecnología desde la Universidad e Institutos, desde nuestros equipos de investigación? ¿Mediante qué medios y estrategias comunicativas? ¿Cómo planificar y/o incluirlas en nuestros proyectos de investigación? ¿Con qué herramientas y recursos contamos?

Esta ponencia pretendemos indagar, analizar y reflexionar sobre los modos de comprender a la CPC por parte de los/as investigadores/as de la Universidad Nacional de Misiones, es decir, qué sentidos otorgan a esta práctica, cuáles son sus experiencias, reconocimientos de espacios de CPC, facilidades o dificultades para llevar a cabo estas tareas en sus quehaceres como investigadores/as, etc. Para ello, analizaremos los resultados de un cuestionario enviado a directores/as y/o co-directores de Proyectos y/o Trabajos de Investigación que pertenecen a distintas Unidades Académicas de la Universidad Nacional de Misiones. El mismo estuvo estructurado en 27 preguntas que indagaron sobre trayectorias del investigador/a, sentidos en relación a la CPC: importancia de la práctica, trayectoria en el tema, producción de piezas y participación, reconocimiento de espacios y recursos.

### **Perspectiva teórica y propuesta metodológica**

Nos mantenemos en la línea de los estudios sobre Comunicación Social que hacen referencia a «complejos entramados históricos, institucionales e intersubjetivos que subyacen en la producción social de sentido, y no simplemente a los mecanismos, mediáticos o no, de producción, circulación y apropiación de “mensajes”» (Fuentes-Navarro, 2008: 154). En este sentido, consideramos que la trayectoria del campo de estudios de la comunicación social, es una base sustancial para indagar sobre los procesos de CPC. Asimismo, el campo de estudios sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS) como campo de trabajo donde se trata de entender el fenómeno científico-tecnológico en contexto social, tanto en relación con sus condicionantes sociales como en lo que refiere a sus consecuencias sociales y ambientales, complementa nuestra mirada.

En este contexto, la CPC permite que «parte de los procesos culturales y el conocimiento originado dentro del campo científico circule en comunidades más amplias e integre procesos de apropiación cultural» (Castelfranchi y Fazio, 2021: 9). Comprendemos que la CPC como prácticas que implican «una red compleja de flujos y de intercambios de informaciones entre grupos sociales variados, que no siempre tienen científicos y especialistas como único punto de partida y no siempre tienen divulgadores, periodistas o educadores como mediadores» (Polino y Castelfranchi, 2012: 352).

Consideramos necesario mencionar los aportes de los estudios de CPC. En primer lugar, los trabajos que reflexionan y debaten sobre los modelos de CPC (Cortassa, 2010, 2016; Bucchi, 2008; Bucchi & Trench, 2008; Trench, 2008) y señalan las evoluciones y transformaciones de estos estudios desde su conformación (Bauer, 2008, 2009; Castelfranchi y Fazio, 2021; Kreimer, 2015; Levin y De Felippo, 2021; Polino & Castelfranchi, 2012,). Éstos nos permiten poder tomar posición con respecto a las perspectivas que adoptaron estos estudios en los últimos años, así como también, las discusiones actuales.

Por su parte, nuestra propuesta metodológica comenzó a formarse en una primera etapa (ver Rodríguez, 2019, 2022, Rodríguez y Barrios, 2020) donde mediante el análisis de documentos (proyectos de investigación cargados en el sistema de evaluación de esta universidad) construimos nuestros informantes clave, es decir, director/as o co-director/

as. Mediante entrevistas estructuradas<sup>2</sup> planificamos previamente las preguntas a formular, atendiendo a nuestros objetivos. Para ello construimos un guión de preguntas realizado de manera secuenciada y dirigida enviado a cada investigador/a de nuestra base de datos. Mediante la organización de la guía de preguntas podemos organizarlas según edad, género, mayor grado académico alcanzado, área disciplinar. Al tener acceso al SASPI (sistema de seguimiento y presentación de proyectos de esta universidad) pudimos llegar a toda la población de investigadores/as registrados, atendiendo a nuestros objetivos y el carácter exploratorio de nuestro trabajo.

De esta manera, las entrevistas estructuradas consistieron en un cuestionario dividido en dos momentos: preguntas referidas a la trayectoria del investigador con las siguientes variables: unidad académica a la que pertenece, edad, género, cantidad de horas dedicadas a la investigación, dedicación, número de proyectos que dirige, entre otras; y un segundo momento, preguntas referidas a la CPC: nivel de importancia, reconocimiento de espacios, experiencias propias, recursos, entre otras. La mayoría de las preguntas del cuestionario fueron cerradas, donde el/la investigador/a debía seleccionar, ordenar, o expresar sobre el grado de acuerdo o desacuerdo. La primera parte estuvo compuesta por 10 preguntas cerradas y dos preguntas abiertas con respuestas cuantificables en número (de integrantes de su proyecto y horas dedicadas a la investigación). Mientras que la segunda parte estuvo compuesta por 15 preguntas cerradas: 6 de ellas en la escala Escala de Likert<sup>3</sup> y otras 9 preguntas cerradas que en algunos casos según la respuesta llevaba a una re-pregunta abierta: por ejemplo “mencionar hasta 5...”. Asimismo, las preguntas abiertas que se desprenden de preguntas cerradas tales como respuestas “Sí” o “No”, buscan indagar sobre los sentidos atribuidos en relación a los públicos, espacios de CPC y agentes encargados de comunicar ciencia en la Universidad y medios de comunicación por fuera de esa organización. A pesar de que este tipo de preguntas conlleva un sistema de codificación y análisis más complejo que las preguntas cerradas, buscamos resolver esa dificultad mediante la sistematización de las palabras/categorías que más se reiteran.

El cuestionario -de carácter anónimo- fue enviado por email durante el mes de octubre de 2021 a los directores/as y/o co-directores de Proyectos y/o Trabajos de Investigación de las convocatorias 2018, 2019, 2020 que forman parte de nuestra base de datos (total 133 investigadores/as) que pertenecen a distintas Unidades Académicas. El lapso de tiempo para ser respondido fue de dos semanas, enviando un recordatorio en los últimos días para los que aún no lo habían hecho. Del total de correos enviados, 8 no fueron recepcionados, es decir, las casillas de correo no estaban habilitadas. De esta manera, de un total de 125 correos, respondieron 37 investigadores/as, es decir casi un 30% del total.

Consideramos necesario mencionar las ventajas y debilidades que hemos encontrado en el rediseño de nuestra estrategia metodológica.

Ventajas:

Preguntas predeterminadas en su secuencia cómo en su formación nos permite de antemano tener un control y registro de lo que queremos obtener como información siguiendo nuestros objetivos.

Pudimos acceder a las respuestas de 37 investigadores/as distribuidos a lo largo de la provincia de Misiones. Recordemos que la UNaM posee Facultades en toda la extensión provincial. No hubiera sido posible -con los tiempos disponibles y recursos económicos de este proyecto- poder llegar a este número de entrevistados con un tipo de

---

2 Cabe destacar que mediante un diseño metodológico flexible hemos podido redefinir la técnica de investigación a emplear. Parte de nuestro trabajo de campo se desarrolló durante el 2020 y 2021, año en el cual se había planificado la realización de entrevistas semi-estructuradas a investigadores/as. El aislamiento obligatorio motivo del COVID 19, obligó a rediseñar esta estrategia. Es por ello que hemos tomado la decisión de realizar entrevistas estructuradas a los/as investigadores/as que conforman nuestro corpus

3 Escala de calificación que se utiliza para cuestionar a una persona sobre su nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración con el objetivo de indagar sobre reacciones, actitudes y comportamientos de los/as investigadores/as sobre la temática

semi-estructurado.

Ofrecimos al investigador/a un tiempo que consideramos prudencial para responder.

Se garantizó el anonimato y se explicitó la finalidad de la investigación en el cuerpo del email enviado buscando generar confianza.

Se pudo dar un proceso de re-escritura en las respuestas, propiciando un posible mayor nivel de reflexión.

Las respuestas fueron almacenadas en un sistema (hojas de cálculo) automáticamente que ordenó los resultados de manera programada, lo cual facilitó su sistematización, clasificación y posterior análisis.

Posibilidad de continuar el trabajo de campo a pesar del aislamiento obligatorio por el COVID 19.

Como debilidades consideremos:

Imposibilidad de la re-pregunta.

Imposibilidad de acceder a una situación comunicacional que nos ofrece la entrevista compartiendo el espacio físico, situación que ofrece más información al investigador/a: herramientas como kinésica, prosodia, proxémica.

El/la entrevistado/a no pudo realizar ningún tipo de comentarios, ni realizar apreciaciones.

A pesar de estas debilidades consideramos que debido al tipo de investigación que planteamos -exploratoria e inédita en esta Universidad- la elección de este tipo de entrevista nos permite construir y afinar una herramienta para aplicarla en próximas investigaciones, por ejemplo, un cuestionario a mayor escala; o continuar indagando con otro tipo de estrategia (entrevistas semi estructuras, grupo focales, etc.). Advertimos que el hecho de que la muestra sea exploratoria condiciona, en parte, el análisis de los resultados; por lo que no es el objetivo de esta investigación esbozar proposiciones concluyentes sino plantear una serie de relaciones e interrogantes que puedan guiar nuestro análisis en próximos estudios.

## **Sobre los resultados**

De las respuestas que obtuvimos fueron un 67,6% de directores/as de proyectos de investigación, un 18,9% de directores de trabajos de investigación y el 13,5% de codirectores de proyectos de investigación. La edad promedio de mayor respuesta fueron de investigadores/as de entre 39 y 43 años; en segundo lugar, investigadores/as de entre 48 y 52 años. En este sentido hemos recibido respuestas de investigadores/as desde los 30 hasta los 65 años. Por su parte, la mayoría de las respuestas fueron de investigadoras mujeres (62,2%) por sobre investigadores varones (37,8%). No hemos recibido respuestas de investigadores o investigadoras con otro género autopercibido. Con respecto al mayor título alcanzado, el 59,4% son doctores/as; mientras que le siguen magísteres (21,6%), especialistas (8,1%) y finalmente, ingenieros (5,4%) y profesores (5,4%) como mayor título obtenido.

Con respecto a las grandes áreas del conocimiento a la cual pertenecen los/as investigadores/as, la mayor respuesta fue de las Ciencias Sociales y Humanidades (48,6%), seguida por las Ciencias Agrarias, de Ingeniería y de Materiales (32,4%), las Ciencias Exactas y Naturales (13,5%), y solamente un 4% de respuestas son del área de las Ciencias Biológicas y de la Salud. En este contexto, con respecto a la pertenencia institucional, el 29,7% son investigadores/as de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, el 21,6% de la Facultad de Ingeniería, el 18,9% de la Facultad de Arte y Diseño, un 16,2% de respuestas de investigadores/as de la Facultad de Ciencias Exactas, Químicas y Naturales y un 13,5% de la Facultad de Ciencias Forestales. En este caso no hemos recibido respuestas de investigadores/as de la Facultad de Ciencias Económicas aunque en nuestras bases de datos se registran proyectos y trabajos de investigación acreditados en esta Unidad Académica en las convocatorias analizadas.

Por su parte, el 32,4% son profesores/as titulares, el 27% se desempeña como jefe o jefa de trabajos prácticos, el 22,4% son docentes adjuntos y solamente un 8,1% son docentes asociados. En este sentido, más de la mitad posee una dedicación exclusiva (40 horas semanales) como docente-investigador (54,1%), mientras que el 27% tiene una dedicación semi exclusiva (20 horas semanales) y el 18,9% una dedicación simple (10 horas semanales).

Con respecto a las horas destinadas a la investigación en promedio los/as investigadores/as han respondido que dedican entre 16 a 21 horas semanales; en segundo lugar, entre 5 a 11 horas semanales a la investigación. Si nos referimos a los y las integrantes, en promedio los equipos se conforman por entre 5 a 7 participantes, seguido de un promedio de 9 a 11 integrantes. También pudimos identificar proyectos de investigación unipersonales (que estarían por fuera de lo permitido por el reglamento) y proyectos de investigación de hasta 16 integrantes.

El 75,7% de los investigadores/as de la Universidad Nacional de Misiones que han respondido a la encuesta no pertenece al CONICET. Del 24,3% que sí pertenece, en su mayoría son investigadores asistentes (54,5%), seguido por investigadores/s adjuntos (27,3%). Solamente el 1% son investigadores/as independientes o becarios/as posdoctorales del CONICET.

### **CPCyT: implicancias, trayectorias, espacios, públicos y recursos**

Entendemos que los sentidos en relación a la CPC son diversos, lo hemos observado en trabajos anteriores (Rodríguez, 2021, 2022, 2023), en el cual la comunicación entre pares (artículos científicos, participación en jornadas y congresos) se posiciona como producto comunicacional más recurrente para hablar sobre CPC. Pero comunicar públicamente ciencia y tecnología conlleva otras lógicas, y fundamentalmente, otros públicos y destinatarios, más allá de los pares, colegas y expertos. Castelfranchi y Fazio (2021) mencionan que si bien la CPC incluye múltiples territorios, prácticas, actores y objetos que son una marca importante de su fortaleza, esa misma característica “contribuye a su fragmentación y a una gran producción de acciones desconectadas entre sí, muchas veces sin planificación ni estrategia, desactualizadas e ineficaces por no contar con información sólida basada en investigación y evaluación” (Castelfranchi y Fazio, 2021: 22). Este aporte nos permite reflexionar sobre la primera respuesta sobre CPC de nuestro cuestionario: todos/as los/as investigadores/as coincidieron en que sí es importante comunicar ciencia y tecnología. En un trabajo publicado por Kreimer, Levin y Jensen (2011) sobre actividades de divulgación por parte de investigadores de CONICET, que colabora en esta oportunidad para iniciar la discusión que planteamos, los autores mencionan que estas actividades forman parte de un “paquete ideológico universal”, es decir, un conjunto de valores compartidos por científicos de todo el mundo (Kreimer, Levin and Jensen, 2011:46). Buscamos de aquí en adelante, reconocer de qué modos se podría materializar, según los investigadores/as de la UNaM, este nivel de importancia de la temática.

De esta manera, ante la re-pregunta ¿porqué es importante la CPC? Las palabras más recurrentes son: comunidad, sociedad y conocimiento (total de 15 veces cada palabra); seguidas por investigación y la frase “dar a conocer”. Otras palabras o frases recurrentes fueron “nuestras investigaciones”, públicos, destinatarios, aportes. Es interesante reflexionar sobre la utilización de los verbos más recurrentes: dar/hacer a conocer, mostrar, transmitir, informar, transferir, visualizar. En el contexto utilizado podemos interpretar significados del orden de la divulgación: poner a disposición lo que se hace para un otro, ajeno al proceso de investigación. En este sentido, aún no aparece la posibilidad de construcción en conjunto de los conocimientos, sino una idea de mostrar lo que se hace por un deber ser.

Por otra parte, la mayoría de los investigadores/as considera que comunicar ciencia a un público no experto es ni fácil ni difícil (62,2%); mientras que el 29,7% considera que es difícil. Por su parte el 5,4% considera que es fácil y el 2,7% considera que es muy difícil. Observamos que la mayoría considera que comunicar ciencia no es fácil ni difícil mientras que poco más del 30% considera que comunicar ciencia estaría en el orden de lo difícil o muy difícil. Asi-

mismo, el 43,2% considera que comunicar a un público no experto la temática de su proyecto no es ni fácil ni difícil, un 27% considera que es fácil comunicar un público no experto la temática de su proyecto, un 24,3% considera que es difícil. Finalmente un 2,7% considera que es muy fácil y otro 2,7% considera que es muy difícil. A su vez, poco más de la mitad de los/as investigadores/as también considera que producir piezas comunicacionales para poder comunicar los resultados no es ni fácil ni difícil (51,4%); mientras que el 40,5% mencionó que es difícil. Nuevamente ningún/a investigador/a considero que era muy fácil o imposible. En las tres preguntas ningún/a investigador/a señaló que era muy fácil o imposible.

## Espacios de CPCyT

Kreimer, Levin and Jensen (2011) mencionan -haciendo referencia al término “popularización” en un sentido amplio, es decir, como acciones dirigidas al público no especializado- distintas posibilidades incluidas explícitamente (por orden de importancia): conferencias, conferencias en universidades (dirigidas a una audiencia “no especializada”), entrevistas de radio, entrevistas de periódicos, entrevistas de televisión, conferencias escolares, artículos en revistas (no especializadas), sitios web, puertas abiertas, artículos de periódicos, libros de divulgación científica, entrevistas de revistas (no especializadas), conferencias para asociaciones (ONG), ferias científicas, entrevistas electrónicas (Web), café científico, programa o columna de radio y programa o columna de televisión (Kreimer, Levin and Jensen, 2011:39). En las respuestas que hemos obtenido, sobre productos/prácticas que comprenden la CPC (la consigna era mencionar hasta 5), esto que mencionan los autores también se puede observar en el caso de los/as investigadores/as de la UNaM. Aunque el que aparece con mayor frecuencia sea el de redes sociales, luego aparece el de “publicaciones”. Cabe señalar que esta palabra suele estar relacionada con otras palabras como ser: revistas especializadas, congresos, artículos científicos. En un segundo lugar de recurrencia se lee: charlas, libros, talleres, medios masivos, seminarios, divulgación, entrevistas, informes, radio, ciencia, tecnología, diarios jornadas, notas, presentaciones, páginas web, reuniones y televisión. En tercer lugar: cursos, exposiciones, innovación, Jornadas, ponencias, conferencias. En este grupo también aparece la palabra extensión, solamente nombrada en 3 oportunidades. Señalamos que a pesar que la extensión universitaria es recurrente mencionarla como estrategia de CPC en los proyectos de investigación analizados (Rodríguez, 2023), en el cuestionario esto no se observa de la misma manera. Lo mismo sucede con la Editorial Universitaria que es mencionada solamente en una oportunidad. Finalmente, solamente mencionados en una oportunidad podemos leer: conferencias, escuelas estudiantes, eventos, medios impresos, medios locales, noticias, YouTube, Café científico, capítulos, cartelería, charlas, clips, concursos, conferencias, difusión, documentales, empresas, paneles, simposios, Videos.

El 83, 8% de los investigadores investigadoras señala que conoce espacios de CPC en la UNaM, mientras que un 16, 2% dice que no. Al referirnos a cuáles son estos espacios, se identifican como más recurrentes a las revistas especializadas, de ahí se despliegan en algunos casos, los nombres de estas revistas: Revista La Rivada, Simbiosis, Tekoa, Ingenio, son algunos ejemplos. En el caso de las revistas, también se menciona a Nexu Universitario, la única publicación que tiene un formato para “fuera” de la Universidad, ya que se publica en los sitios institucionales pero también mensualmente una edición impresa y digital en el Diario Primera Edición. Esta revista cuenta con personal no docente encargado de la publicación. También aparece frecuentemente la mención a UNaM Transmedia, que es el espacio del canal universitario de la UNaM. Le siguen las Jornadas Científico-tecnológicas organizadas por la UNaM, y que tiene como destinatarios a todas sus Unidades Académicas. También se señalan, en tercer lugar de frecuencia, el Programa de Extensión Permanente “Con Tonada Científica”, espacio generado por docentes de la carrera de comunicación social que inició en el 2017.

El 59,5% de las y los investigadores han sido contactados por la Universidad en los últimos tres años para comunicar los resultados de su investigación. Ante la consulta de por quién o quiénes nuevamente se instala Unam Transmedia como el espacio de comunicación de la Universidad con que más contacto tienen los/as investigadores/as (un total de 14 menciones). Seguido aparecen las Secretarías de Investigación, sin mencionar la Unidad Académica. Coincide

aquí los espacios que reconocen dentro de la UNaM para comunicar ciencia con los espacios por los cuales los/as investigadores/as han sido contactados. Finalmente, en menor medida se menciona a profesores, periodistas, organizadores, educadores; asimismo, algunos congresos y Jornadas como ser las de la Facultad de Ingeniería y del Instituto de los Materiales de Misiones (IMAM) de doble dependencia UNaM-CONICET.

Por su parte, más de la mitad de los/as investigadores/as menciona que ha sido contactado en los últimos 3 años por otros organismos (ONGs, medios de comunicación, etc.) para comunicar los resultados de su investigación (51,4%). Con respecto a quién o quiénes la mayor presencia es de las radios locales y regionales. Por otra parte también han sido contactados por prensa gráfica impresa y digital local. En este caso se menciona el Diario Misiones Online y El Territorio. En el caso de la radio se menciona se mencionan Radio Activa y Radio LT4. Asimismo se menciona organizaciones del Estado como ser el INYM, ONGs como ser ROTARAC.

## **Públicos**

En relación a quiénes los/as investigadores/as consideran que podrían ser los públicos de los productos de comunicación de la ciencia de su investigación con mayor frecuencia aparecen los estudiantes universitarios. En segundo lugar aparecen los funcionarios o autoridades, docentes e investigadores y público en general. Podemos observar que el ámbito de los destinatarios o públicos que se mencionan están en el orden de lo universitario. En los casos que se mencionan a funcionarios, en la mayor parte se mencionan autoridades gubernamentales o funcionarios de la universidad. En último lugar, solamente con dos menciones aparecen las empresas, los educadores, los profesionales, los productores. También se observan espacios o sectores del orden de lo público como ser: sectores ambientales, forestales, industriales, de agricultura, de salud, movimientos sociales, organizaciones de mujeres, artísticos. Sin embargo estos mencionados en último lugar son los menos frecuentes a la hora de construir o mencionar los públicos a los cuales están interesados en llegar los investigadores. Prevalece la idea de un espacio académico, institucional, universitario para comunicar los resultados. La idea de los públicos continua sin poder salir de la idea de un “público colega”. Si bien estos espacios también son espacios públicos, no logran poder salir plenamente del espacio universitario, generar o construir otros espacios, otros públicos por fuera del ámbito universitario.

El 91,9% de los/as investigadores/as que respondieron la encuesta ha realizado actividades de comunicación de la ciencia en los últimos tres años. Esto coincidiría con el trabajo mencionado anteriormente de Kreimer, Levin y Jensen (2011) en la cual se señala que el nivel de actividades de divulgación por parte de investigadores -en el caso estudiado por estos autores, de CONICET - es notablemente elevado, casi tres de cada cuatro investigadores. En nuestro caso, de ese total que sí realizó actividades de CPC, más de la mitad (58,8%) mencionó que ha realizado más de cinco actividades, el 32,4% solamente ha realizado una actividad y el 8,8% ha realizado más de 10 actividades de comunicación de la ciencia en los últimos tres años.

En una segunda entrada podemos reflexionar cuáles fueron los públicos a los cuales efectivamente los/as investigadores/as comunicaron sus investigaciones. En este caso se vuelve a instalar la idea de un público general como destinatario, siendo la respuestas más recurrente. Esto es una cuestión bastante problemática a la hora de construir públicos sobre productos de comunicación en general, y sobre todo tipo de productos de comunicación de la ciencia y la tecnología en particular. Los públicos son heterogéneos, son distintos, tienen sus propias trayectorias, sus propias vivencias, dificultades, saberes. Englobar la idea de un público general para productos de comunicación, y especialmente, de comunicación de la ciencia, consideramos que siempre dificultan la llegada a los mismos. El público general, la figura de un público general es problemática en sí porque en realidad no dimensiona y no construye determinado perfil de las personas.

En segundo lugar se mencionan a los investigadores como público destinatario. Nuevamente investigadores realizan productos de comunicación para otros pares. Esto coincide también con la idea de qué los productos que se realizan son del ámbito académico institucional etc. Constantemente se reitera el espacio académico y un público destina-

tario académico universitario. En menor frecuencia se mencionan: espacios educativos de primaria y secundaria, empresas, jóvenes, agentes de salud, ambientales, medios de comunicación tradicionales como la radio y la televisión (se confunden medios con públicos).

### **Experiencias: productos realizados**

Lo que hemos mencionado hasta aquí es interesante relacionarlos con las piezas y productos que efectivamente realizaron los/as investigadores/as. Éstos han considerado que no es ni fácil ni difícil realizar piezas y comunicar a un público no experto pero ¿qué han realizado y a quienes se han dirigido con sus propuestas?

Con respecto a las prácticas de comunicación de la ciencia que realizaron los investigadores en los últimos tres años, se destacan la participación en congresos, publicaciones referidas a artículos científicos y participación en revistas. En primer lugar se encuentran las publicaciones en revistas y artículos científicos; en segundo lugar, la participación en los congresos. Esta última la podemos relacionar con otras actividades similares como ser participación en jornadas, seminarios, ponencias, paneles, conferencias, exposiciones. Nuevamente estas prácticas, las dos más reiteradas y frecuentes se encuentran en el ámbito plenamente académico y universitario. Muy por debajo, aparecen los medios de comunicación tradicionales y las redes sociales. En este caso se mencionan entre 5 o 4 veces respuestas que hacen referencia a entrevistas, participación en radio, redes sociales, televisión, videos y notas periodísticas.

Asimismo, ante la consulta de que si proyecto de investigación que dirigen los/as investigadores/as que han respondido al cuestionario posee un espacio de comunicación de la ciencia permanente (como ser columna radial, redes sociales del proyecto, etc), la mayoría semana que no posee dicho espacio; mientras que solamente el 18,9% si posee un espacios. De los proyectos que sí poseen un espacio de comunicación permanente sus proyectos de investigación principalmente se mencionan redes sociales: Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram. En las respuestas también encontramos la intención o la aclaración de que el espacio es aún incipiente o está en proyecto de realizarse. Con respecto al mantenimiento de este espacio de comunicación permanente los encargados de su mantenimiento en un 66,7% son docentes e investigadores, un 16, siete son becarios y un 16, siete se señalan como otros.

Finalmente, cuando consultamos si han realizado alguna capacitación para la realización de piezas para comunicar los resultados de su investigación, en la mayoría de los casos (75,7%) menciona que no. Del 24,3% de los investigadores e investigadores que sí han realizado alguna capacitación se mencionan en la mayoría de los casos el Curso “Herramientas para comunicar ciencia en los medios” organizado por el Programa de Extensión Permanente “Con Tonada Científica” mencionado anteriormente. Luego, cursos de postgrado, seminarios de investigación o de escritura de artículos científicos.

### **Recursos.**

Finalmente hemos consultado a los/as investigadores/as sobre sus apreciaciones sobre los recursos que poseen para comunicar los resultados de sus investigaciones. Cabe recordar que todos los/as investigadores/as consultados poseen financiamiento para sus proyectos, obtenidos en las convocatorias señaladas. En este sentido, con respecto a los recursos con los que se cuenta y dispone estos proyectos financiados, podremos destacar que el reglamento señala que los proyectos que resulten beneficiados podrán financiar gastos tales como: a) Equipamiento requerido para la ejecución del proyecto; b) Insumos y/o materiales necesarios para el proyecto; c) Material bibliográfico; d) Gastos de movilidad y viáticos; d) Gastos de Publicación; e) Servicios No Personales: Servicios Técnicos Especializados. Mientras que no podrán financiarse: a) Honorarios o servicios personales por contrato; b) Becas para alumnos o graduados; c) Gastos administrativos; d) Deudas o servicios públicos (telefonía, gas, agua, luz, alquiler). Es decir, que no se podrá ‘tercerizar’ el trabajo de comunicación de los resultados por ejemplo. No se podría delegar ese trabajo con los recursos propios propios del proyecto. El investigador puede gestionar otro tipo

de recursos, pero este será de su responsabilidad y tiempo, sumado a las tareas que realiza.

De esta manera, les consultamos si consideran que los recursos para la realización de piezas comunicacionales para comunicar resultados son: a. MUY SUFICIENTES - b. SUFICIENTES- c. ESCASOS- d. MUY ESCASOS- e. NULOS. **RECURSOS ECONÓMICOS:** El 43,2% considera que los recursos económicos que cuenta su proyecto para la realización de piezas comunicacionales para comunicar los resultados son nulos mientras que un 29,7% menciona que son muy escasos, un 21,6% mencionan que son escasos, y un 5,4% dice que son suficientes. **RECURSOS TÉCNICOS:** Un 43,2% menciona que los recursos técnicos son escasos; el 35,1% menciona que son muy escasos, el 10,8% menciona que son nulos y el 10,8% mencionan que sean suficientes. **RECURSOS HUMANOS:** El 48,6% menciona que son escasos, el 27% que son suficientes, el 16,2% que son muy escasos, el 5,4% que son muy suficientes y el 2,7% que son nulos. En este sentido, lo que se señala con mayor frecuencia con respecto a los recursos que los mismos con escasos o nulos. En muy bajo porcentaje los/as investigadores/as mencionan que estos sean suficientes.

## Consideraciones finales

En esta ponencia nos propusimos analizar sobre los sentidos que otorgan a la CPC los investigadores/as de la Universidad Nacional de Misiones: sus experiencias, reconocimientos de espacios de CPC, facilidades o dificultades para llevar a cabo estas tareas, etc. Los resultados parciales de nuestra investigación en curso revelan que para los/as investigadores/as es importante comunicar ciencia, en la totalidad de los casos consultados. En este aspecto, más de la mitad contestó que “no es fácil ni difícil” realizar actividades de CPC: comunicar ciencia a un público no experto así como producir piezas comunicacionales de CPC. Consideramos que esto es interesante vincularlo con las piezas y productos que efectivamente realizaron los/as investigadores/as. Éstos han considerado que no es ni fácil ni difícil realizar piezas y comunicar a un público no experto pero ¿qué han realizado y a quienes se han dirigido con sus propuestas? Con respecto a las prácticas de CPC que realizaron los investigadores en los últimos tres años, se destacan la participación en congresos, publicaciones referidas a artículos científicos y participación en revistas. Esto genera una dificultad de poder pensar un producto para un público no experto, ya que este tipo de prácticas se vinculan a determinados saberes (científico-tecnológicos) específicos. Asimismo, ante la consulta de que si proyecto de investigación que dirigen los/as investigadores/as que han respondido al cuestionario posee un espacio de comunicación de la ciencia permanente (como ser columna radial, redes sociales del proyecto, etc), la mayoría señala que no posee dicho espacio; mientras que solamente el 18,9% si posee un espacios. Podemos decir que aunque hacer CPC no es facil ni dificil, proponer un espacio permanente o un equipo específico para ello conlleva otras dificultades o características.

Otro dato interesante es que más del 80% reconoce los medios de comunicación universitarios como espacios de CPC. Podemos señalar la fortaleza y presencia que predominan de estos espacios: radio, televisión, redes sociales universitarias. Asimismo, destacan que en los últimos tres años han sido contactados por estos medios, y otros, como organismos y medios de comunicación públicos y privados locales para contar y comunicar sus investigaciones.

En relación a quiénes los/as investigadores/as consideran que podrían ser los públicos de los productos de comunicación de la ciencia de su investigación con mayor frecuencia aparecen los estudiantes universitarios. En segundo lugar aparecen los funcionarios o autoridades, docentes e investigadores y público en general. Podemos observar que el ámbito de los destinatarios o públicos que se mencionan siguen con mayor presencia un público dentro de “lo académico”, es decir, prevalece la idea de un espacio académico, institucional, universitario para comunicar los resultados. A su vez, continúa la idea de un público general, cuestión que consideramos problemática a la hora de pensar nuestros destinatarios: los públicos son heterogéneos, son distintos, tienen sus propias trayectorias, sus propias vivencias, dificultades, saberes. Englobar la idea de un público general para productos de comunicación, y especialmente, de CPC, dificultan la llegada a los mismos.

Finalmente, con respecto a los recursos se señala que tanto en lo económico, técnico y humano son escasos a la hora de CPC. Esto es interesante a la hora de poder proyectar espacios y propuestas de CPC en la Universidad, generando

canales de diálogo con equipos especializados a la hora de comunicar resultados. Los medios universitarios están instalados como herramienta y consulta, pero consideramos que faltan recursos (humanos sobre todo) a la hora de pensar estrategias de CPC.

## Referencias bibliográficas

- BAUER, M. (2008). "Survey research on public understanding of science. In BAUER, M. (2009) The evolution of public understanding of science - discourse and comparative evidence. Science, technology and society, 14 (2). pp. 221-240. ISSN 0971-7218
- BUCCHI, M. and TRENCH, B. (EDS.) (2008) Handbook of Public Communication of Science and Technology. New York: Routledge.
- BUCCHI, M. (2008). "Of deficits, deviations and dialogues. Theories of public communication or science." In Bucchi, Massimiano and Trench, Brian. (2008). Handbook or public communication of science and technology. New York: Royletledge Taylor and Francis Group.(57-76)
- CASTELFRANCHI, and y FAZIO, M. E. (2021) "Comunicación de la ciencia en América Latina: construir derechos, catalizar ciudadanía." En: El estado de la ciencia: principales indicadores de ciencia y tecnología Iberoamericanos/Interamericanos 2020. Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología -Iberoamericana e Interamericana- (RICYT), Montevideo.
- CORTASSA, C. (2010). Del déficit al diálogo, ¿y después? Una reconstrucción crítica de los estudios de comprensión pública de la ciencia. Revista CTS, no 15, vol. 5, Septiembre de 2010 (pág. 47-72)
- CORTASSA, C.(2016). "In science communication, why does the idea of a public deficit always return? The eternal recurrence of the public deficit" En: Public Understanding of Science 2016, Vol. 25(4) 447-459 <https://doi.org/10.1177/0963662516629745>
- FUENTES NAVARRO, R. (2008). La comunicación desde una perspectiva sociocultural: acercamientos y provocaciones 1997-2007. Guadalajara: ITESO.
- GARCÍA, M. (2004). Narración. Semiosis/Memoria. Posadas: Editorial Universitaria de Misiones.
- GARCÍA, M. (2015) Metamorfosis del contar. Posadas: Editorial Universitaria de Misiones.
- GUBER R. (1999) El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo. Buenos Aires: Paidós
- KREIMER P. (2015) "Public understanding of science and social studies of science: convergence or parallel paths?. In B. Schiele, J. L. Marec, & P. Baranger (Eds.), Science Communication Today: Current Strategies and Means of Action. Nancy Université. (pp.83-98).
- LEVIN, L. y DE FELIPPO, D. (2021) Evolution of the public understanding of science based on a bibliometric analysis of two major journals, Tapuya: Latin American Science, Technology and Society. 4:1, 1954381,
- MARCOS, A. y CHILLON, J. (2010). "Para una comunicación crítica de la ciencia". Artefacto Vol. 3, n.o 1, Diciembre 2010 eISSN: 1989-3612 (pp.81-108)
- POLINO, C. AND CASTELFRANCHI. Y. (2012) "Comunicación pública de la ciencia. Historia, prácticas y modelos", en E. Aibar y M.A. Quintanilla (eds.), Ciencia, Tecnología y Sociedad, Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía, Madrid, Trotta.
- RODRÍGUEZ, M.I (2022) "Comunicar ciencia desde una Universidad Pública argentina". Revista Question. Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Vol. 3 Núm. 73 (2022): Diciembre 2022 . <https://doi.org/10.24215/16696581e754>
- RODRÍGUEZ, M.I. y BARRIOS, R. (2020). "¿Un espacio a demanda? Reflexiones sobre comunicación pública de la ciencia y la tecnología, el derecho a la comunicación y el ejercicios de ciudadanía". Revista de Estudios Internacionales TSN, Universidad de Málaga y Grupo de Estudios sobre Comunicación y Sociedad de la Información. <https://transatlanticstudiesnetwork.uma.es/tsn10/>
- RODRÍGUEZ, M.I. (2019). "Comunicación pública de la ciencia y la tecnología: reflexiones desde experiencias de investigación y extensión universitaria". JCOM América Latina. Journal of science communication. N.2. <https://jcomal.sissa.it/es>
- STEIN, N. (2018). La extensión-comunicación universitaria disputando el lugar de la investigación como fuente de conocimiento. Un recorrido histórico hasta los enfoques actuales. +E: Revista de Extensión Universitaria, 8(9), 14-37. Jul-Dic.7866.
- TRENCH, B. (2008). "Internet. Turning science communication inside-out?" In Bucchi, Massimiano and Trench, Brian. (2008). Handbook or public communication of science and technology. New York: Royletledge Taylor and Francis Group. (185-198).
- URANGA, W. and VARGAS, T. (2004) "Lo público: lugar de la comunicación. Hacia la redefinición de procesos y estrategias comunicacionales."

# Análisis de la comunicación de la ciencia paleontológica en diarios generalistas de la Patagonia Argentina

Guillermo Damián Spina  
spinaguillermo@gmail.com  
Melanie Ángeles Lago  
melanie.a.lago@gmail.com  
Pablo Daniel Farinato  
licfarinato@gmail.com

**Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM)**

## Resumen:

La comunicación pública de la ciencia (CPC) en Argentina se ha estudiado con marcado crecimiento en las últimas décadas, en correspondencia a la progresiva valoración por parte del público de los contenidos científicos, como lo indican los datos aportados por las encuestas nacionales sistematizadas desde 2003.

En dicho contexto, el presente trabajo aborda el análisis de las noticias científicas sobre paleontología publicadas por los diarios generalistas de la Patagonia Argentina en sus versiones impresas. El mismo es en el marco de la investigación en curso que se realiza durante el periodo 2022-2023, denominada “Comunicación científica paleontológica en los diarios generalistas de la Patagonia Argentina”<sup>1</sup>, que se lleva a cabo, como complemento de trabajos anteriores sobre los diarios generalistas impresos y digitales a nivel nacional.

En este caso, la investigación aborda como objeto de estudio un corpus de 4 diarios impresos argentinos representativos de las 5 provincias patagónicas<sup>2</sup>, teniendo en cuenta que dicha región es la principal zona de descubrimientos fósiles y por lo tanto, donde se podría inferir que existe una cultura e interés por la disciplina científica analizada.

La metodología abordada es la de análisis de contenido, utilizando una técnica de muestreo de semana construida durante un período anual. El relevamiento se estructura en una matriz de 32 variables analizadas, que dan cuenta del tratamiento periodístico en tanto temáticas, géneros y forma de producción de la CPC paleontológica desarrollada por los diarios relevados.

A los efectos de determinar regularidades y particularidades en el volumen y despliegue informativo se exponen resultados preliminares que permiten describir a priori las características de producción de los medios observados

---

1 Este trabajo se inscribe en el proyecto de investigación en curso “Comunicación científica paleontológica en los diarios generalistas de la Patagonia Argentina” (CyTMa 2 C2-HUM062), presentado por el Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de La Matanza (UNLAM), bajo la dirección de Guillermo Damián Spina e integrado por Pablo Daniel Farinato, Melanie Ángeles Lago, Damián Andrés Fernández, Leonardo Salgado y Juliana Sterli.

2 La muestra analizada se compone por los siguientes 4 diarios impresos: Río Negro (Río Negro), La Jornada (Chubut), La Opinión Austral (Santa Cruz) y El Sureño (Tierra del Fuego).

en relación a la CPC paleontológica.

## 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. Su objetivo se fundamenta en la Declaración de la Ciencia y el Uso del Conocimiento Científico (UNESCO, 1999) el cual expresa que el conocimiento científico debe ser compartido y que en esa tarea es necesaria la cooperación autentica entre gobiernos, sociedad civil, sector empresarial y científicos.

Además, como el Observatorio de la Secretaria de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (SECYT, 2006) precisó, 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.

En esta línea, se consideran como funciones de la Comunicación Pública de la Ciencia (CPC): aprovechar todo espacio posible con características aptas para vehiculizar la comunicación científica destinada a un público masivo y permitiendo la apropiación cultural de los contenidos científicos (Calvo Hernando, 2003). En consecuencia, se considera que la cobertura periodística sobre temas científicos propicia una forma de acercamiento habitual al público no especializado a dichas temáticas.

En tal contexto, en el 2013 con el estudio<sup>3</sup> realizado sobre la cobertura los diarios generalistas nacionales (llamados popularmente así, pero que en realidad se editan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires abordando en general los intereses de dicha región, como fueron los periódicos Clarín, La Nación y Tiempo Argentino), se dio inicio a una línea de investigación dirigida por su realizador, que analiza el contenido de los diarios argentinos, de todas sus provincias y en sus distintas versiones (digitales e impresos) buscando detectar en relación al periodismo científico, las conductas editoriales en cuanto a la utilización de fuentes, jerarquizaciones temáticas, modalidad de abordajes periodísticos, etc.

En el marco descripto, se inició el pasado año la investigación denominada “Comunicación científica paleontológica en los diarios generalistas de la Patagonia Argentina”, con el fin de profundizar el análisis de la CPC llevada a cabo por los diarios generalistas de la región patagónica del país, considerando es donde se producen la mayor cantidad de hallazgos paleontológicos, sobre una temática que se había observado en las investigaciones previas que era de la más abordada por la prensa nacional.

## Marco teórico

El campo de estudio de la CPC abarca el conjunto de actividades de comunicación y socialización que tienen contenidos científicos divulgados y destinados al público en general. Su interés se fundamenta en la Declaración de la Ciencia y el Uso del Conocimiento Científico (UNESCO, 1999) que expresa que el conocimiento científico debe ser compartido y que en esa tarea es necesaria la cooperación autentica entre gobiernos, sociedad civil, sector empresarial y científicos.

Se identifican como funciones de la CPC: tener lugar en cualquier sistema susceptible de ser vehículo de comunicación científica para un público masivo y provocar la apropiación cultural de contenidos científicos, de acuerdo sus modos de acción de cultural específica a cada país y cultura (Calvo Hernando, 2003).

Se puede detectar, que existen distintos niveles de conocimiento social sobre la ciencia. Jon D. Miller planteó el concepto de „alfabetización científica ciudadana“ como referencia para posibilitar la comparación de las repercu-

---

3 Tesis de Maestría en Comunicación, cultura y discurso mediático en la Universidad Nacional de La Matanza de Spina, Guillermo Damián titulada “La comunicación pública de la ciencia en los medios gráficos argentinos” (2013).

siones generada por la apropiación del conocimiento científico y tecnología por parte de los ciudadanos y colectivos sociales de acuerdo al país. Para lo cual, planteo tres dimensiones: 1) el dominio del vocabulario de conceptos científicos básicos, 2) la comprensión del proceso de investigación científica y 3) las repercusiones del sector en un sistema político determinado o en varios países y si sus experiencias científicas y tecnológicas son esencialmente comunes.

Esta conceptualización, alinea a la CPC con la visión de contribuir a una comprensión del contenido teórico y las prácticas metodológicas de la ciencia con la llamada cultura científica (Miller, Pardo y Niwa, 1998).

Sin embargo, se han sucedido paradigmas sobre el nivel de comprensión del público masivo que adjudican funciones para el periodismo científico (Cortassa, 2011). Entre la década del sesenta y mediados de la década del ochenta, regía el planteo de la „alfabetización científica“ (Bauer, 2007) que suponía que ante el déficit cognitivo del público, el periodismo científico se dedicaba a transmitir conocimientos. Más tarde, entre mediados de los ochenta hasta mediados de los noventa, se viró hacia el concepto „comprensión pública de la ciencia“ que enfatizaba en la falta de valorización de la ciencia como resultado del desconocimiento del público.

No obstante, la actividad periodística supone acciones de selección de hechos noticiables, producción y jerarquización de noticias. Por lo que el “lugar” de aquello sobre la ciencia se vuelve noticia en la prensa escrita generalista constituye una problemática al estado actual de la CPC.

Si bien es vasta la bibliografía sobre criterios de noticiabilidad, entendemos que funcionan como parámetros de “los valores económicos, sociales e ideológicos en la reproducción del discurso de la sociedad a través de los medios de comunicación” (Van Dijk, 1990: 75). Para Van Dijk (1990), las noticias se ponderan según la novedad (la noticia debe tratar sobre nuevos acontecimientos); la actualidad (los hechos deben ser recientes), y la presuposición (los periodistas deben suponer que los lectores no pueden haber leído la información previa y puede necesitar un resumen como antecedente); la relevancia (los acontecimientos deben ser de importancia para el lector), la desviación y/o negatividad; la proximidad y la consonancia (correspondencia con las normas y valores socialmente compartidos).

En términos generales, se considera que las informaciones en ciencia cumplen con los rasgos de noticias como novedad, relevancia pública y proximidad. Por eso, es que se sostiene la presencia, en términos generales, de las noticias científicas. Sin embargo, la selección temática, como una primera instancia de la producción periodística y el modo en que se presenta en relación al género periodístico utilizado para su tratamiento, resulta un aspecto de problematización en el campo de la CPC.

## **La Paleontología en los medios de comunicación**

Mundialmente se considera a la Paleontología como la más populares de las ciencias naturales, seguida por la astronomía (Lipps, 1998). Esto conlleva a una gran responsabilidad en la comunidad paleontológica, ya que mucho de lo que se comunica no está científicamente respaldado (Lipps, 1998). La comunicación de los hallazgos paleontológicos tienen larga trayectoria, siendo informados desde el siglo XIX, sobre todo los hallazgos de restos de grandes animales extintos. La fascinación de los distintos públicos por estas criaturas ha dado inicio a un sinnúmero de comunicaciones en los medios masivos de comunicación.

En este sentido, los hallazgos paleontológicos, entre los que destacan los de dinosaurios, suelen ser publicados en los medios de comunicación nacionales, en especial los patagónicos, región en la que se da la mayoría de estos descubrimientos.

Según Meneses Fernández (2011), los hallazgos científicos relacionados a tiempos remotos ocupan espacios destacables por los medios de comunicación. A pesar de la asidua presencia de noticias paleontológicas en los espacios periodísticos, hasta el momento no hay estudios sobre las características de tal acto comunicacional.

A su vez, las paleontólogas y los paleontólogos que viven y trabajan en las provincias patagónicas, suelen tener una llegada más directa con los medios de comunicación que en otras regiones del país, y esa vinculación se ha dado muchas veces sin la mediación de las áreas de comunicación de los institutos y universidades, siendo tal vez diferente a la relación periodista científica/o–científica/o que se desarrolla en otros centros urbanos de la nación. Sin embargo, dada la falta de estudios al respecto, por el momento son conjeturas que se busca poner a prueba en el estudio de casos que se inició al inicio del 2022 y para el cual se explicita a continuación la metodología con la que se aborda tal investigación.

## **Metodología**

La estrategia metodológica utilizada para la investigación en curso, partió de la base metodológica de la investigación de la tesis de maestría de Spina (2013) “La comunicación pública de la ciencia en los medios gráficos argentinos”, y su posterior línea de investigación. La cual elige el método del análisis de contenido dado que es el que permite inferir el funcionamiento del objeto (ítems informativo) y predecir su mecanismo de influencia (Igartua y Humanes, 2004) en tanto un producto de la comunicación masiva. Además, como afirma Neuendorf (2006), es un procedimiento sistemático ideado para examinar el contenido de una información y adopta como unidad de análisis al mensaje.

Además, esta metodología permite asignar de manera sistemática los contenidos de la comunicación a categorías utilizando para ello métodos estadísticos (Riffe, Lacy, y Fico, 2005); lo que, a su vez, habilita a identificar las relaciones entre las distintas características de los mismos.

Para implementar la metodología del análisis de contenido, y definir la muestra a relevar, se recurrió a la técnica de construcción de semanas construidas (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). Sumado a que ha sido la técnica utilizada y probada en trabajos anteriores (SECYT, 2006; Spina, 2013).

En cuanto a la conformación de dicho corpus, es decir las ediciones de los diarios representativos de la región patagónica de la Argentina que se analizan, se optó por recurrir a la conformación de una semana construida por semestre, de manera de conformar una muestra anual, mediante el establecimiento de dos semanas consecutivas construidas.

Considerando los aportes de Neuendorf (2006), las variaciones diarias y mensuales son factores importantes para tener en cuenta cuando se conduce un análisis de contenido. De tal forma que se dividió el año de la muestra en dos sets de seis meses, seleccionando al azar una fecha de partida para cada periodo. Después y usando un intervalo de 4-5 semanas, se seleccionó la siguiente semana, la que corresponde al siguiente mes. Así, cada mes del año descrito por la muestra está representado por una fecha contemplada en la primera semana de cada mes.

De tal manera, el periodo de análisis se estableció en la totalidad de un año calendario, conformado por la muestra de dos semanas construidas (una semana por semestre), tomando como 1º semana de análisis, el semestre que va desde julio a diciembre del 2022 y como 2º semana al primer semestre del 2023 que contempla los meses de enero a junio.

Se debe aclarar, que al tratarse de una medición anual fueron seleccionados doce días para representar a los doce meses del año de la muestra, por lo que a los fines de completar las semanas construidas se suman los dos domingos iniciales de cada semestre analizado, de manera que la elección de los dos días complementarios sea aleatoriamente concordante con cada semestre de la muestra y por lo tanto no presente ningún sesgo de subjetividad o intencionalidad sobre la muestra.

En cuanto a la selección de diarios para conformar el corpus de análisis de la investigación, Se analizan las noticias de comunicación pública de la ciencia publicada por las versiones impresas de los diarios que conformaron la muestra de la región patagónica considerada por la investigación a nivel nacional PROINCE 55 a 195 , que establece su constitución por las provincias de Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, a fin de considerar el mismo recorte ya verificado por dicha investigación para que la misma sea representativa.

De tal manera, el corpus seleccionado para la investigación, está constituido por los cuatro diarios argentinos que se analizaron representan a las cinco provincias patagónicas indicadas, tal selección se realizó luego de indagar cualitativamente y cuantitativamente mediante investigadores correspondientes a cada una de las provincias para establecer los más representativos. De ese modo, la muestra se conforma por las siguientes publicaciones: Río Negro (Río Negro/Neuquén), La Jornada (Chubut), La Opinión Austral (Santa Cruz), El Sureño (Tierra del Fuego).

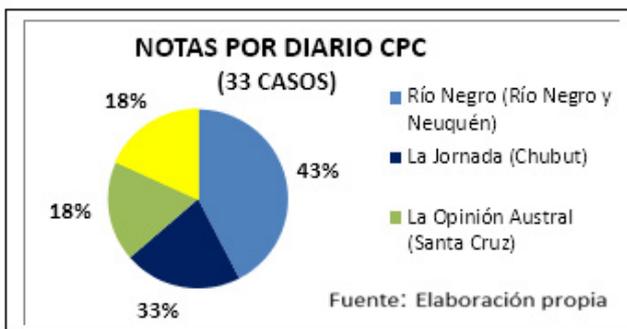
### Resultados preliminares

En la muestra anual relevada hasta el momento de la confección del presente documento (periodo julio 2022 - mayo 2023), en las versiones impresas de los 4 diarios patagónicos argentinos analizados, correspondientes a las 12 fechas relevadas de las 14 en que se configuraron las dos semanas construidas que conforman el corpus de análisis correspondiente a la muestra anual de análisis, se identificaron 33 casos de ítems periodísticos que abordan temáticas de Comunicación Pública de la Ciencia (CPC),.

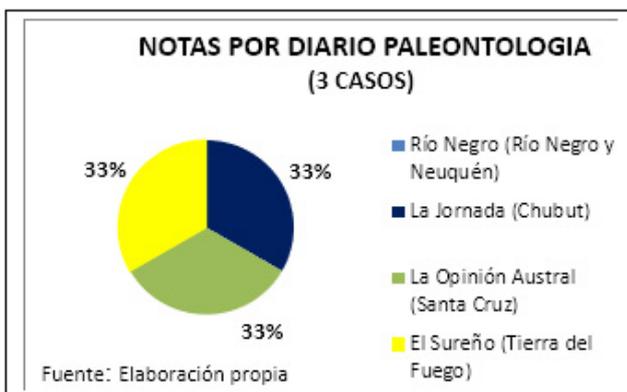
Del total de los 33 casos encontrados, sólo 3 abordan temáticas paleontológicas (9%). Perteneciendo estas notas a 3 de los 4 diarios analizados (La Jornada, La Opinión Austral y El Sureño), siendo el Diario Río Negro el único en que no se halló ninguna nota sobre Paleontología, a pesar de ser el medio gráfico en que se relevaron mayor cantidad de contenidos de CPC.

Otro dato de relevancia observado, es que en los casos de las 3 notas paleontológicas halladas, los hechos noticiales son distintos y en fechas diferentes, por lo tanto no se observa que las informaciones hayan sido replicadas por los distintos medios analizados como se detectó ocurre en el caso de los ítems noticiosos sobre otras disciplinas científicas.

NOTAS POR DIARIO CPC	
Río Negro (Río Negro y Neuquén)	14
La Jornada (Chubut)	7
La Opinión Austral (Santa Cruz)	6
El Sureño (Tierra del Fuego)	6
Fuente: Elaboración propia	



NOTAS POR DIARIO PALEONTOLOGIA	
Río Negro (Río Negro y Neuquén)	0
La Jornada (Chubut)	1
La Opinión Austral (Santa Cruz)	1
El Sureño (Tierra del Fuego)	1
Fuente: Elaboración propia	



En cuanto a la producción de la información paleontológica que los periódicos analizados publicaron, se observa que en un solo caso se puede identificar la producción periodística utilizada por el medio (redacción) pero sin que la nota sea firmada por ningún periodista, mientras que en los otros casos, directamente no se identifica la procedencia de la producción de la nota.

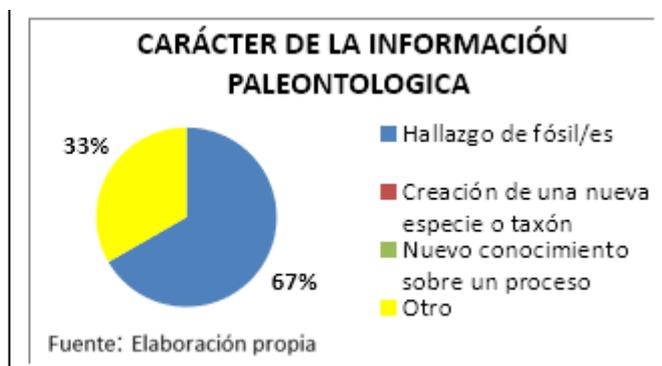
En cuanto a las especialidades paleontológicas publicadas en las notas relevadas, se detectó que no hay prevalencia de ninguna en especial, ya que se encontró un caso sobre “Dinosaurios”, otro de “Mamíferos” y el tercer caso fue “Biográfica”. Pero al analizar el carácter de la información paleontológica, si se observa que en general se desarrollaron notas sobre hallazgos de fósiles (66%).

PRODUCCION INFO	
Periodista	0
Redacción	1
Corresponsal	0
Agencia de noticias	0
Otro medio / Divulgador	0
No se puede determinar	2
Fuente: Elaboración propia	



Al relevar el sitio del hecho informativo difundido por los periódicos analizados, se observa que en el 100% de los casos se encuentran en Argentina, y al desagregar por provincias, no prevalece ninguna en especial, ya que un caso la procedencia es de Santa Cruz, en otro es de Chubut, y en el tercero referencia diversos sitios (Chubut, Neuquén, San Juan y San Luis). Pero si se puede destacar, que en la mayoría de los casos cada periódico publicó notas sobre hechos ocurridos en la provincia de locación y cobertura del medio en cuestión.

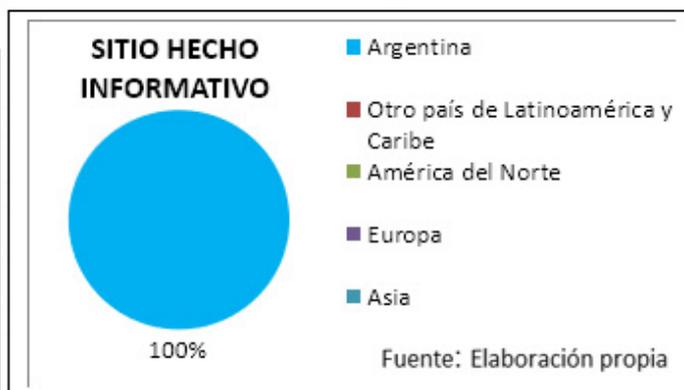
CARÁCTER DE LA INFORMACIÓN PALEONTOLOGICA	
Hallazgo de fósil/es	2
Creación de una nueva especie o taxón	0
Nuevo conocimiento sobre un proceso	0
Otro	1
Fuente: Elaboración propia	



En relación a los aspectos de la visibilidad de las notas por los criterios de jerarquización de cada editorial periodística, en ninguno de los casos se observó que las notas fueran mencionadas en las tapas de los diarios, y en todos los casos, dichos ítems informativos fueron publicados en el cuerpo principal de los diarios. Siendo ubicadas dichas notas, en el 66% de los casos, en la sección de Información General, mientras que en el caso restante, el medio optó la sección Turismo.

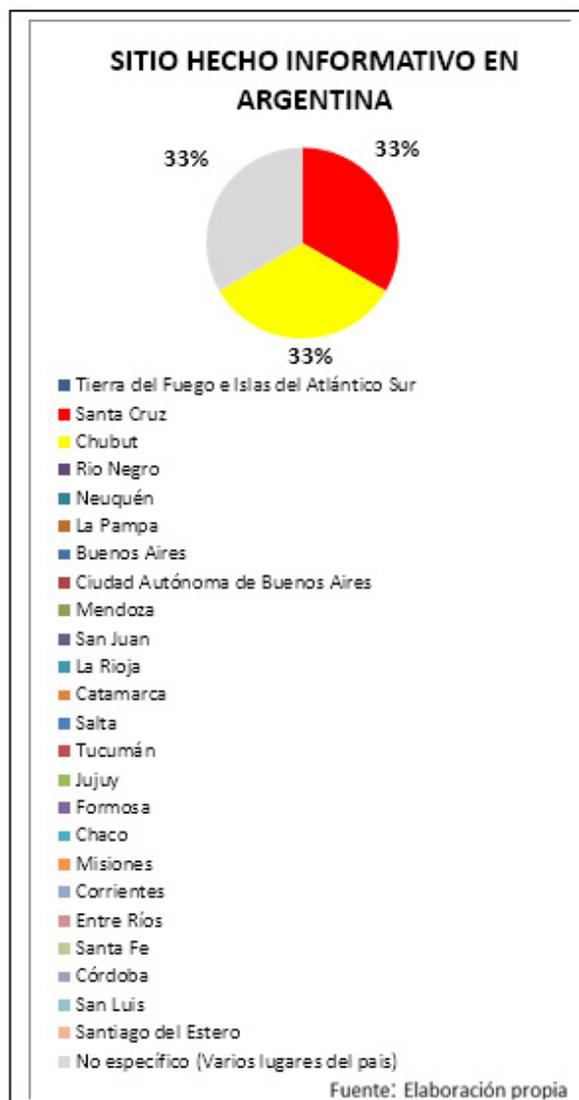
SITIO HECHO INFORMATIVO	
Argentina	3
Otro país de Latinoamérica y Caribe	0
América del Norte	0
Europa	0
Asia	0
África	0
Oceanía	0
No se puede determinar	0

Fuente: Elaboración propia



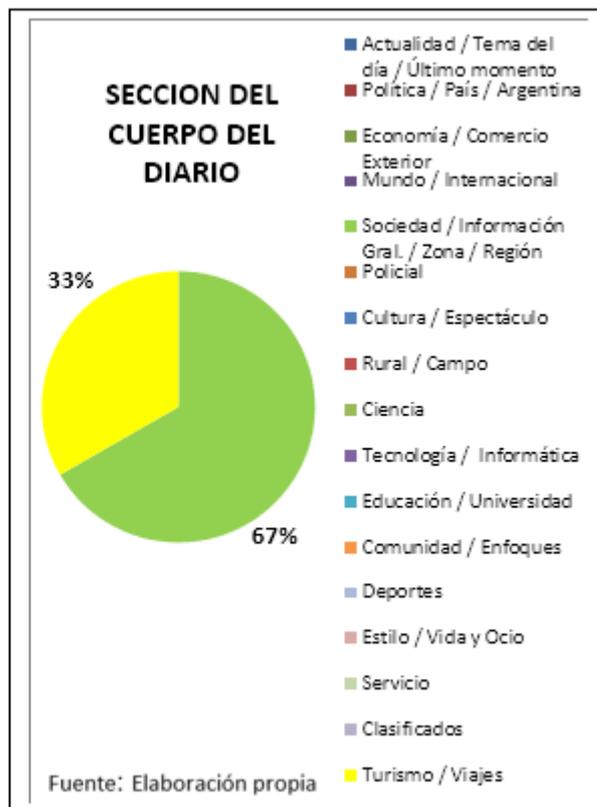
SITIO HECHO INFORMATIVO EN ARGENTINA	
Tierra del Fuego e Islas del Atlántico Sur	0
Santa Cruz	1
Chubut	1
Rio Negro	0
Neuquén	0
La Pampa	0
Buenos Aires	0
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	0
Mendoza	0
San Juan	0
La Rioja	0
Catamarca	0
Salta	0
Tucumán	0
Jujuy	0
Formosa	0
Chaco	0
Misiones	0
Corrientes	0
Entre Ríos	0
Santa Fe	0
Córdoba	0
San Luis	0
Santiago del Estero	0
No específico (Varios lugares del país)	1

Fuente: Elaboración propia



Al profundizar el análisis sobre los criterios de jerarquización otorgado por parte de las editoriales productoras a los ítems informativos relevados, una de las variables que resulta significativa es la que da cuenta del espacio de la página otorgado a cada información publicada. Y en los casos relevados se observan conductas disimiles, ya que mientras El Sureño (Tierra del Fuego) le otorgo página completa a la información paleontológica publicada, La Opinión Austral (Santa Cruz) le destino más de media página (pero si alcanzar la totalidad), y La Jornada (Chubut) le concedió un espacio menor a la media página y mayor al cuarto de página.

SECCION DEL CUERPO DEL DIARIO	
Actualidad / Tema del día / Último momento	0
Política / País / Argentina	0
Economía / Comercio Exterior	0
Mundo / Internacional	0
Sociedad / Información Gral. / Zona / Región	2
Policial	0
Cultura / Espectáculo	0
Rural / Campo	0
Ciencia	0
Tecnología / Informática	0
Educación / Universidad	0
Comunidad / Enfoques	0
Deportes	0
Estilo / Vida y Ocio	0
Servicio	0
Clasificados	0
Turismo / Viajes	1
Fuente: Elaboración propia	



Por último, en cuanto a las fuentes utilizadas para el desarrollo de los ítems paleontológicos relevados, la situación también es heterogénea, ya que las tres notas plantean escenarios diversos; mientras que en el caso de la nota publicada por La Jornada (Chubut) no se puede identificar ni cantidad ni tipo de fuentes utilizadas, El Sureño (Tierra del Fuego) recurrió a una sola fuente, de características documental e institucional y privada; mientras que La Opinión Austral (Santa Cruz), utilizó dos fuentes, de naturaleza humana y de tipo estatal.

### Consideraciones finales

A partir de los resultados obtenidos hasta el momento, en primer instancia lo que se observa es la escasa publicación de ítems periodísticos que aborden temáticas paleontológicas por parte de los medios periodísticos de la región patagónica Argentina, en donde no solo se da la mayor cantidad de hallazgos paleontológicos, sino en la que se encuentran instalados el mayor número de museos e institutos para el estudio de dicha disciplina científica.

Esta situación instó a profundizar y ampliar la investigación, decidiendo generar otra muestra exploratoria paralela, tomando todas las ediciones de los cuatro diarios analizados, Río Negro (Río Negro/Neuquén), La Jornada (Chubut), La Opinión Austral (Santa Cruz), El Sureño (Tierra del Fuego), editadas durante el periodo investigado (Julio de 2022 a Junio de 2023) buscando sobre la totalidad de ítems periodísticos sobre paleontología publicados por dichos medios a lo largo del periodo anual analizado, y en consecuencia poder realizar un análisis más amplio de la situación relevada.

La particularidad observada en la muestra recolectada hasta el momento, que se debe resaltar, es que en general, los hechos publicados corresponden a hallazgos de fósiles, lo que permite inferir tal práctica se suscita en referencia al criterio de espectacularización de la ciencia por parte de los medios periodísticos, por sobre otro tipo de conocimiento de la disciplina paleontológica. Y a su vez, una relación de interés de lo local por sobre lo regional, considerando que en la mayoría de los casos, cada diario a publicado hallazgos ocurridos en la provincia donde se edita y distribuye el medio analizado.

En otro orden, se identifica una baja jerarquización e identificación de la producción periodística para la disciplina

relevada, hecho identificado tanto por el espacio otorgado por las editoriales a la disciplina, como por la cantidad y tipo de fuentes utilizadas, y la visualización otorgada a las notas paleontológicas.

En consecuencia, el aporte que permite realizar la investigación en la que se inserta este trabajo es dar cuenta del estado de situación de la comunicación pública de la ciencia paleontológica en los diarios generalistas de la región patagónica argentina. En lo particular, esta ponencia describe la escasa publicación de información paleontológica en la región en la que se da la mayoría de estos descubrimientos, y en general, la escasa jerarquización de ellas cuando se las edita, tanto por la falta de identificación del productor de las mismas, como por el espacio otorgado y las fuentes utilizadas.

El estado descrito propicia un replanteo de los recursos periodísticos ofrecidos por los medios analizados al servicio de una mayor y mejor comunicación pública de la ciencia paleontológica para propiciar que la misma sea más fructífera para la comunidad.

## Bibliografía

- Bauer, M. (2007). What we can learn from 25 years of PUS survey research? Liberating and expanding the agenda. *Public understanding of Science*, 16, 79-95.
- Calvo Hernando, M. (2003). *Divulgación y periodismo científico: entre la claridad y la exactitud*. UNAM. México.
- Cortassa, C. (2011). *La ciencia ante el público. Dimensiones epistémicas y culturales de la comprensión pública de la ciencia*. Buenos Aires: Eudeba.
- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (2004). "El método científico aplicado a la investigación en comunicación social", Portal de la Comunicación Incom UB (04/2004) <http://www.portalcomunicacion.com/lecciones.asp?aut=11>
- 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.
- Lipps, J. H. (1998). Media, Science, and Paleontology. *Paleontologia Electronica* 1(2).
- Meneses Fernández, María Dolores (2011): "Periodismo, medias y patrimonio: de la curiosidad arqueológica y paleontológica a la ciencia y al desarrollo zonal". *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 17, núm. 2, págs.: 365-381. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- Miller, J., Pardo, R., & Niwa, F. (1998). Percepciones del público ante la ciencia y la tecnología. Estudio comparativo de la Unión Europea, Estados Unidos, Japón y Canadá. Bilbao: Fundación BBV.
- Neuendorf, K. A. (2006) „The content analysis guidebook“. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Olvera-Lobo, M.D. y López-Pérez, L. (2013). La divulgación de la ciencia española en la Web 2.0. El Caso del Consejo Superior de Investigaciones Científicas en Andalucía y Cataluña. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 4 (1): 169-191. (<http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2013.4.1.08>)
- Riffe, Daniel, Lacy, Stephen, y Fico, Fredrick. (2005). *Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- 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. D. (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.
- Spina, G. D., & Díaz, C. B. (2016). Mapeo de la jerarquización de noticias sobre ciencia en los diarios generalistas de la Argentina (2015). *Question*, 1(51), 302-327.
- Stempel, G. H. (1989). *Research methods in mass communication*. Prentice Hall.
- UNESCO (1999). Conferencia Mundial de la Ciencia "Declaración sobre la ciencia y el uso del saber científico".
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso, comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.

**MESA 10**

# Comunicación Ambiental

# Comunicación y Ambiente: el rol del periodismo en los conflictos ambientales

Carlos Camps

carlosc267@hotmail.com

Universidad Nacional de Chilecito

## Introducción

El trabajo que nos ocupa, sobre Redes y Movimientos sociales, la función y la influencia de las redes en el movimiento “El Famatina no se toca”, pretendió entender, comprender investigar, la proyección, la importancia, la influencia, de las redes sociales en especial Facebook en la acción del movimiento, para impedir la instalación de la megaminería en la provincia de La Rioja, Argentina, en la zona de los departamentos de Chilecito y Famatina, durante el periodo comprendido del 2010 al 2018.

Durante este periodo, y desde el 2006, el movimiento, luchó contra la penetración de empresas en la zona, que intentaron a través de convenios con el gobierno nacional y provincial, instalarse explorar y explotar los yacimientos de oro principalmente además de otros metales presentes en la zona.

La tesis se desarrolla con un marco teórico donde se definen los movimientos sociales, las redes sociales y la megaminería. Estos referentes se encuadran básicamente en lo que es su participación histórica en la vida fundamentalmente de Latinoamérica para tener un punto de partida en lo temporal y geográfico claro y preciso, de la investigación.

Tratando de aislar la temática de cualquier marco externo que pudiera llevar la tarea a otras temporalidades o lugares que pudieran darnos puntos ajenos a la misma, y que dieran lugar a conclusiones erróneas, o alejadas de la exactitud.

## Objetivos

Como el título lo indica, el objetivo fue dilucidar lo más preciso posible, el alcance de las redes en la influencia del movimiento social, en la lucha antimegaminera en la zona del Famatina y Chilecito.

Fueron fundamentales o cumplieron un rol secundario? Fueron complemento o contrarias a los medios de comunicación masivos? En qué actividades del movimiento fueron específicamente utilizadas



Foto del cerro Gral Belgrano, Sierras del Famatina

## Metodología de la investigación

Para el caso que nos ocupa, la investigación cualitativa, descriptiva y de análisis, será el referencial para mensurar la comunicación en el movimiento social, ya que en las ciencias sociales, los movimientos constituyen un sujeto independiente de investigación, ya que ningún movimiento social es exactamente igual a otro, y muchas veces tampoco persigue los mismos objetivos de otros, aunque si de alguna manera puedan estar relacionados.

El universo de personas referenciales en la lucha y otras de participación secundaria pero importante a la hora de apoyo a la misma, periodistas, y participantes externos, gente que apoyaba la lucha pero solo participaba en caso de eventos solamente, fueron las consultadas sobre el tema. Incluso hubo aportes de miradas que no compartían del todo, los reclamos movimientistas, pero rescataban lo informado por redes, fueron los participantes de las encuestas.

A partir del material teórico, se construyeron las categorías de análisis y el análisis a partir de la construcción de un sistema comparativo de frases, cuyos núcleos de significado se repiten sistemáticamente y con relevancia.

Los estadios generados desde la teoría son 12. Son situaciones concretas relacionadas con el movimiento social para la defensa del Famatina.

La defensa del agua como recurso vital.

La búsqueda de acompañamiento por parte de la comunidad

Interacción sostenida entre los actores movilizados, sus sujetos de reivindicación y el público.

Uso combinado de diversos métodos de confrontación.

Manifestaciones públicas concertadas de valor unidad y numero de compromiso.

Las razones de la lucha por el Famatina.

Conseguir cobertura de medios de comunicación.

Movilizar apoyo de grupos externos.

Limitar las opciones de control social que pudieran ser ejercidas por el gobierno o las empresas.

Influir en lo político y conseguir que la administración actué.

Utilización de las redes sociales para visibilizar la propuesta y sumar adeptos.

El sentido de la acción colectiva.

Las entrevistas realizadas consideran entre sus principales preguntas como campos obligatorios las categorías antes mencionadas, de modo que la reiteración de respuestas y comentarios cuyos núcleos significativos se encuadran en ellas conducirá a conformar una interpretación general sobre la situación que se busca mostrar en respuesta a las preguntas planteadas.



Corte del Alto Carrizal, Famatina

El modelo de entrevista fue diseñado según las siguientes preguntas:

1-Que le sugiere a usted la expresión EL FAMATINA NO SE TOCA?

2-Como se enteró del surgimiento de una acción colectiva en contra de la explotación minera en el Famatina?

3-Cuales cree que fueron los recursos de comunicación que se emplearon para concientizar a la sociedad sobre la importancia de la lucha?

4-Hubo un cambio de estrategia de comunicación durante estos años de lucha? Considere en especial el periodo 2010-2018.

5-De las siguientes acciones de comunicación, cuales considera usted que fueron las mas eficaces para demostrar que no había licencia social para la explotación minera a cielo abierto?

Propaladora

Folletos

Panfletos

Reuniones informativas

Pasacalles

Comunicación interpersonal

Eventos artísticos

Utilización de redes sociales

Que función ocuparon las redes sociales, en especial Facebook y WhatsApp, en la comunicación?

10-Como considera que fueron más útiles.

Informando

Convocando

Concientizando

En modo operativo interno del movimiento , visibilizando movimientos de vehículos o personal minero, llamando a

cortes o eventos artísticos contra la megaminería

11-Se podría decir que también hubo una tensión mediática que podríamos llamar medios masivos de comunicación versus redes sociales?

12-Considera usted que las redes sociales fueron determinantes a la hora de comunicar la situación del conflicto?

## Consideraciones Finales

### Análisis de resultado



En este trabajo se ha aplicado una metodología cualitativa. Se ha entrevistado a personas estrechamente vinculadas al movimiento “EL FAMATINA NO SE TOCA” desde sus orígenes y se pudo advertir desde sus respuestas esto que Irene Vacilachis de Galdino, afirma sobre la investigación cualitativa, “es considerada como una forma de pensar más que como una colección de estrategias técnicas. Los métodos cualitativos como un tipo de investigación, constituyen un modo particular de acercamiento a la indagación: una forma de ver y una forma de conceptualizar (Morse, 2002 a:875), una cosmovisión unida a una particular perspectiva teórica para comunicar e interpretar la realidad. La investigación cualitativa permite comprender hacer llegar el caso individual significativo en el contexto de la teoría, reconocer similares características en otros casos. Provee nuevas perspectivas sobre lo que conocemos y nos dice mas de lo que las personas piensan, nos dice que significa e implica ese pensamiento .(Morse, 2002 a 875)”.

Esto se pudo advertir en los entrevistados, de expresar , compartir y dejar en evidencia en sus expresiones, de su lucha sobre el agua y la vida. Durante las entrevistas, se pudo verificar que a pesar de preguntar e incluso informar el modo de entrevista e incluso , a veces, destacar que se tomara en cuenta el periodo de tiempo al cual nos referíamos, 2010-2018, la gran mayoría de los entrevistados comenzaron a hablar desde el principio mismo del conflicto, 2006, a pesar de que en el cuestionario, había preguntas para introducirlos en el tema, muy flexibles, pero que se extendieron en el tiempo y los detalles mucho mas de lo previsto, y por ende, extendiéndose la entrevista.

Esto nos indica una primera mirada sobre la fuerte impronta que causaron esas reuniones y conversaciones inter-

personales sobre las preguntas que se hacían sobre las camionetas de las mineras, cuando comienzan a interrogar incluso al intendente de Famatina. Cuando entran en contacto con gente de Andalgalá, que les advierte del peligro que corrían al recibir las empresas mineras en la zona, por lo que estaba pasando alrededor de la mina Bajo La Alumbra, en Catamarca, y comienzan a reunirse y a recabar información sobre la minería a cielo abierto.

Todo ese primer proceso causó tan fuerte impresión en ellos, a pesar de que no había redes sociales, que generó un flujo constante de información, vía teléfono, boca a boca, algunos medios radiales, diarios, que primeramente estaban al alcance en esos inicios del movimiento, permitían informar, convocar, transmitir, el alcance de los hechos.

Una convocatoria sin aviso previo de manera interpersonal, se estaba gestando en la zona, en defensa del agua, de la vida.

Eso es lo que los entrevistados tienen marcado en la memoria, mucho más que las redes y su función en el 2010. Por supuesto que llegado el momento, supieron utilizarlas, fueron importantes, para el país, para el exterior, hacer notar la presencia del movimiento de la lucha, más allá de los límites de la provincia, conseguir apoyos nunca imaginados de todas partes del mundo, visibilizar la lucha, que tendrá en un futuro no muy lejano, la importancia que no se le da en el presente, la negación de los gobiernos de los daños, que las empresas hacen con sus explotaciones mineras a cielo abierto, envenenando el ambiente y por consiguiente el agua, y mucho más en lugares donde escasea como la zona del Famatina.

El conocimiento de la gran cantidad de agua que se utiliza para lixiviar el mineral, los diques de cola que se hacen y la fragilidad que tienen, conteniendo una sopa química letal, con cianuro incluido, para el tratamiento de la separación del oro de la piedra.

Toda una combinación que podría causar un desastre ambiental, con las mayores probabilidades. De hecho, ocurrió en Jáchal, provincia de San Juan, el derrame de cianuro sobre el río cercano a la explotación, y que pasaba por el pueblo, casi al mismo tiempo que se estaba luchando con otra minera que



Corte de Alto Carrizal, Famatina

quería ingresar en Famatina, motivo aún más al movimiento, a hacer todo lo que sea necesario para luchar contra el ingreso de las empresas y el gobierno de la provincia, de tal forma que tuvo que rendirse, aunque sea por el momento, a la no licencia social del pueblo en su conjunto, al desarrollo minero, y sus consecuencias.

El agua vale más que oro, era y es uno de los lemas del movimiento.

En esos primeros años de inicio del movimiento cuando no había redes sociales, el intercambio de información interpersonal fueron las que dieron comienzo al mismo.

Ese cara a cara , casa por casa, reunión tras reunión, fueron la clave para el sostenimiento, las solidaridades entre pueblos, el compromiso personal y grupal, de defender el territorio y el agua de las mineras, fue y es fundamental para que hasta el día de hoy, no hayan sentado sus bases en el Famatina.

Una gran cantidad de personas, conoce sobre la temática minera en gran escala y sus consecuencias, escuelas, centros vecinales, diversos grupos sociales, particulares, fueron informados personalmente.

Las redes sociales, fueron y son importantes a la hora de seguir atentos, mantener la alerta, sobre nuevos peligros, conocer lo que pasa en otros lugares cercanos y lejanos, y no solo sobre la minería, los peligros sobre los agrotóxicos, las ventajas de las nuevas tecnologías en energía solar, y eólica, por ejemplo, también, son importantes.

Un nuevo paradigma, un movimiento social mundial, del que aun no tomamos correcta dimensión se esta formando. Ya no pasan desapercibidos a los ojos de una gran cantidad de personas, que se están defendiendo de sus propios gobiernos y empresas.

Un sistema o modelo económico que va en contra de la supervivencia humana, amparado en un sistema jurídico que favorece muchas veces a las grandes corporaciones, en connivencia con gobiernos y los medios masivos de comunicación, en detrimento de las luchas sociales, establecen a diario una guerra desigual, donde la mayoría de las veces, prevalece esa complicidad institucional.

Por eso la lucha que hasta el día de hoy está vigente por el Famatina, fue, es y será importante, porque se demostró que se puede luchar por el territorio, por el agua, en forma pacífica, y ganar.

En otros territorios no ocurrió lo mismo, activistas, sufrieron más que el apriete o el acoso judicial de las corporaciones y el gobierno, en otros países se entró a sangre y fuego, costando la vida de muchos militantes, como por ejemplo en Colombia o Brasil.

## **Conclusiones Finales**

Sin duda alguna, el primer periodo del movimiento sin las redes sociales, fue el motor del mismo. La comunicación interpersonal, cara a cara, fue el factor preponderante, para la información, sensibilización y concientización de los pueblos, a través de las diferentes asambleas que se iban formando en la provincia.

Con mucho esfuerzo, militancia y compromiso lograron romper el cerco del silencio mediático que se había impuesto en la provincia, a través del gobierno.

A fuerza de reuniones con los vecinos, panfleteadas, eventos artísticos, paredes que hablan, y otras acciones, lograron concientizar y comprometer al pueblo en la lucha, causando un efecto mayor que la desinformación, invisibilización y hasta la negación.

El ingreso a las redes por parte del movimiento, en especial Facebook, cambio las relaciones de fuerza en materia comunicacional, el movimiento contaba ahora con medios independientes de los medios masivos tradicionales, y lo que en los primeros pasos fueron acciones de perfil asambleario, pasaron a constituirse al movimiento social que

se conoce como “El Famatina No Se Toca”, llegando a conocerse a través de ellas de forma mundial.

La lucha no se detiene, el movimiento tiene claro que siempre gobiernos y empresas trataran de ingresar al Famatina. Por eso las asambleas no se diluyeron después de aquel primer intento de ingreso de la Barrick Gold en el 2006.

En silencio, persisten en su trabajo de concientización, en escuelas, barrios, centros vecinales, a través de murales, participando en congresos por todo el continente, tejiendo redes de solidaridad con otras asambleas del país contra el extractivismo, siempre atentos a lo que ocurra.

Las redes están ahí, siempre vigilantes, a disposición de lo que pase. Atravesando límites políticos, gubernamentales, censuras y desinformación, socializan la información, generan solidaridades, nuevos adeptos a la causa, visualizan nuevos referentes para futuras luchas.

Concluida este trabajo, saludamos que la comunicación interpersonal, haya sido dimensionada por sobre la virtual.

No es un dato menor que lo humano haya prevalecido por sobre lo tecnológico y se establezca un paradigma comunicacional, en estos días donde lo humano parece ser dejado de lado en pos de lo tecnológico, y como una especie de mensaje humanista, rescate a aquellos primeros vecinos, que curiosos miraban las primeras camionetas mineras, y se preguntaban que hacían en Famatina, en esta tierra riojana, tan rica en oro y tan escasa de agua.

Y comenzaban a mirarse a la cara, a hablar, preguntar, unirse y luchar, hasta quedarse fundidos e identificados, con aquella frase tantas veces dicha y repetida, y no por eso menos cierta, “EL FAMATINA NO SE TOCA”.



Corte de Alto Carrizal, Famatina

# La comunicación como objeto y estrategia psico-social en el proyecto de extensión universitaria P. Jagüé.

Lic. Carina Inés Zapata.  
czapata@undec.edu.ar

## Universidad Nacional de Chilecito

El “Proyecto Jagüé” es un proyecto de extensión universitaria convocatoria 2021 bajo el lema “Universidad Cultura y Territorio”, financiado por el Ministerio Nacional de Educación a través de la Secretaría de Políticas Universitarias, e inscripto en el eje “Medio Ambiente” que se encuentra actualmente en ejecución. Se propone como objetivo general la recuperación de saberes ancestrales sobre la naturaleza y cultura de Jagüé. Es un proyecto interdisciplinario conformado por cuatro docentes y seis estudiantes de las carreras Licenciatura en Comunicación Social, Profesorado y Licenciatura en Biología e Ingeniería Agronómica de la Universidad Nacional de Chilecito y dirigido por la docente a cargo de la asignatura Psicología Social de la Licenciatura en Comunicación Social.



Paisaje de Laguna Brava. Foto: Rebeca Lobo

Alto Jagüé es la última localidad cordillerana de la provincia de La Rioja antes del paso internacional Pircas Negras hacia Chile. Ubicada en el Departamento Vinchina, sobre ruta nacional 76 es la zona poblada más cercana a la Reserva Provincial Laguna Brava. Actualmente el turismo es su principal fuente de ingresos, por intermedio de una porción de visitantes que pasan por el poblado con destino a la Laguna. El despoblamiento es la principal problemática social de la zona. En 2001 contaba con 346 habitantes y en 2010 con 230 (INDEC, 2010). Se estima que quedan alrededor de 108 personas en donde antes existía un prolífico movimiento económico, productivo y humano. Hasta las primeras décadas del siglo XX, el comercio de ganado en pie hacia Chile generaba una particular actividad en la zona de Jagüé

y las márgenes de la Laguna sirvieron como sitio para el acampe de los baqueanos durante su viaje. Como prueba de la importancia de la actividad, se conservan los refugios de piedra con forma de horneros construidos a finales del siglo XIX para albergue de los arrieros. Según cuentan sus pobladores/as, a Jagüé llegaban los animales desde Córdoba y eran preparados para el duro viaje que emprendían desde allí hacia el país trasandino.



Refugio construido en la presidencia de Sarmiento. Foto Rebeca Lobo

Consideramos a la despoblación como amenaza para la transmisión y conservación de los saberes, historias y memorias de esta comunidad rica en experiencias. Promovemos el intercambio de saberes sobre el entorno natural de los/as habitantes con fines de sustentabilidad ambiental y para asegurar los saberes en riesgo de desaparecer; proponemos la revalorización del rol de la comunidad como agentes de conservación y de transformación de las problemáticas que les afectan. Al mismo tiempo construimos con ellos/as estrategias para un turismo respetuoso del medio ambiente. Mediante diversas acciones se busca un intercambio y ecología de saberes entre los conocimientos producidos en la convivencia de los/as pobladores del Bolsón de Jagüé con su entorno natural altoandino y los saberes científicos, técnicos e instrumentales del campo universitario.

Como punto de partida y para entender su complejidad se hace necesario ubicar al proyecto en su relación con la disciplina Psicología Social (PS). Pensamos al campo de estudio de la Psicología Social como un campo de conocimientos, saberes e intervenciones en la realidad, como un “Campo de Problemas” en tanto de él brotan pensamientos y acciones que van construyendo el problema-objeto de estudio, usando interrogantes que se producen con otros al igual que las respuestas. Su campo de estudio son preguntas, desafíos e hipótesis que en aproximaciones sucesivas a la realidad nos conducen a la búsqueda de explicaciones en distintos marcos conceptuales (psicología, sociología, lingüística, antropología, otras) para pensar y actuar en una realidad. Considera importante el aporte multi, trans e interdisciplinar. Requiere del permanente conocimiento de los procesos políticos, sociales, culturales y económicos (de la información circulante y de la información ocultada). Propone el análisis crítico y discursivo como metodología y como ética para develar los invisibles ocultos en la producción de cultura y sus efectos de reproducción del Poder (Fernández, 2008). De esta forma se avanza por aproximaciones sin buscar respuestas únicas y en el contexto social donde se producen las preguntas. En este paradigma de la Psicología Social se destaca, en primer lugar y con diferentes niveles de profundidad, la dimensión histórica para entender el surgimiento de los problemas, las propuestas y el

alcance de sus producciones. En segundo lugar, se subraya la postura crítica, en tanto busca explicitar hasta donde sea posible la relación entre teoría-urgencia/demandas sociales-culturales y la implicancia política de estos. Lo que caracteriza a esta Psicología Social es la particular visión sobre los objetos de estudio: el enfoque psico-social, que rompe con el clásico binarismo individuo/sociedad. Moscovici (1984) señala que la PS se diferencia de otras disciplinas no por su territorio, sino por su lectura ternaria de los hechos y las relaciones sujeto/sociedad/conflicto. Esta visión incorpora las mediaciones en las relaciones del sujeto social en la realidad y postula que la PS se ocupa de los fenómenos de la ideología y la comunicación, es decir, a esta presencia de los otros en la vida humana mediada por las significaciones sociales.

Queda sentado entonces que la comunicación es un objeto de estudio para este paradigma, al igual que otros fenómenos psico-sociales como la influencia, las representaciones sociales o el conflicto. Se puede afirmar que estos y otros fenómenos humanos están fundacionalmente ligados a la comunicación, mediante la cual los/as sujetos se proyectan en el mundo e interactúan en la construcción de sentidos, intercambiando y negociando significados en función de un contexto. La comunicación es indispensable y fundamental para la interacción y relaciones sociales. Es la base del compartir y el vincularse. Aunque existe una amplitud de significados sobre el concepto de comunicación, la PS se centra en su vínculo con la interacción subjetiva, objeto privilegiado de estudio en todas las corrientes de esta disciplina. Rizo García (2006) define a la interacción como “la conducta o comportamiento de un conjunto de individuos en los que la acción de cada uno está condicionada por la acción de otros. Es, por tanto, un proceso en el que una pluralidad de acciones se relaciona recíprocamente” y destaca que cada interacción “equivale a una situación de influencia” (p.172). Lo social implica el estudio de la interacción intersubjetiva como fenómeno instituyente de lo humano y a partir de la cual se complejizan sistemas de ordenamiento grupales que le dan su sentido e identidad a cada sociedad. Para la Psicología toda comunicación es interacción con otros/as y viceversa, por lo que es el elemento básico en los procesos de socialización y subjetivación.

Las investigaciones en Psicología Social se orientan a partir de grandes marcos teóricos que provienen en su mayoría de la Psicología, luego de la Sociología y en menor parte de otras disciplinas. El objeto de estudio de una investigación, la metodología usada, el uso que se le dará a los datos obtenidos, etc, todo esto se remite a los marcos teóricos elegidos. Actualmente consideramos la existencia de cinco grandes marcos teóricos que influyen fuertemente al desarrollo de la Psicología Social. El Interaccionismo Simbólico es uno de ellos. Su importancia radica en centrar sus investigaciones en torno al lenguaje y la comunicación, a la construcción de la identidad social y los roles. De esta “rica y sugestiva corriente psicociológica que se contrapone a la psicología social individualista” (Ibañez, 2004. P. 128), elegí tomar de Herbert Blumer (considerado por Ibañez como su portavoz más importante) las tres premisas claves desarrolladas por él en cuanto a la importancia de la relación comunicación-interacción que resumo aquí: 1- los/as sujetos interactuamos con los objetos a partir de los significados que estos representan para nosotros/as. 2- los significados se construyen y reconstruyen en la interacción social, en un proceso intersubjetivo y propositivo que implica la búsqueda de significados compartidos, y en este proceso el/la sujeto es un/a agente activo/a. 3- Esto implica una estructuración operante de la realidad donde la generación y transformación de significados remite siempre al contexto donde se producen, y a una permanente negociación interpersonal por la cual se va componiendo el significado compartido de una situación. Ibañez concluye, que el significado no está solo en las cosas, ni tampoco es algo ya hecho por otros/as que solo se aprende, sino que “se construye en la interacción a través de una negociación activa” (p.130).

Por su alcance y complejidad, la comunicación ha sido estudiada por diferentes enfoques teóricos y disciplinas. Como enfoque, el Interaccionismo Simbólico privilegia su abordaje y la coloca en el lugar primordial contemplando que, como fenómenos humanos, comunicación e interacción no existen una sin la otra. En este punto es importante mencionar a Cuché (2004), para quien la identidad social de un/a sujeto es “el resultado de las diversas interacciones” intersubjetivas y con el contexto, y se caracteriza por sus pertenencias y localizaciones en el sistema social dentro y/o fuera de grupos. “La identificación se produce junto con la diferenciación. La identidad es relativa, puede

evolucionar si la relación cambia” (p. 110), se caracteriza por ser una construcción estratégica de los/as actores sociales y es el resultado de apropiarse de la imagen que el entorno nos devuelve de nosotros/as mismos/as mediante la interacción mediada por diferentes modelos comunicativos.

Es esperable, por lo planteado que en la investigación-acción psicosocial, la comunicación también pueda ser un objetivo por alcanzar cada vez que tenemos como meta una interacción recíproca e interdependiente entre sujetos/actores sociales. Como objetivo implica propiciar una justa redistribución del poder/saber, poner a circular la palabra y los significados en torno a los objetos y organización de la vida cotidiana, promover espacios de reflexión y escucha para el planteamiento y solución de problemas. Entre los objetivos del proyecto se propone generar un espacio de diálogo sobre el despoblamiento, sus causas y consecuencias, recopilar e intercambiar saberes, proponer alternativas de acción, realizar intervenciones pertinentes de transferencia de saberes, sistematizar y difundir la información reunida. Todos ellos se refieren a diferentes aspectos de la comunicación. Al mismo tiempo la comunicación, al comprender la interacción entre sujetos es también una estrategia de abordaje metodológico y en ella se asientan diversas técnicas y prácticas de intervención psicosocial. Ni la inclusión estratégica de los saberes provenientes del estudio de la comunicación ni la inclusión de estrategias de comunicación a un proyecto implican en sí mismas a la comunicación estratégica. Más bien refieren a un tipo de pensamiento que busca anticipar escenarios y decisiones orientadas a alcanzar los objetivos definidos previamente en un tiempo establecido. En este caso lo estratégico se define a partir de la propuesta de tácticas que se desarrollarán en un plan de acción. En nuestro caso desarrollamos diferentes estrategias comunicativas en acciones como talleres, conferencias, conversatorios, reuniones, visitas, entrevistas, producción de material audiovisual y gráfico, difusión, intervenciones en y con redes sociales y otras.

Si bien y como concluye Carrillo Durán (2014) “es difícil definir la comunicación estratégica debido a la inconsistencia polisémica de sus dos palabras: “comunicación” y “estratégica”, es importante definir las características que le dan su identidad, considerando que “es una forma de entender la comunicación distinta a las formas tradicionales más extendidas” (p.44). La autora menciona en primer lugar que se trata de una comunicación gestionada a partir de los recursos disponibles para conseguir el fin u objetivo planteado. En segundo lugar, desarrollará con coherencia todas las formas de comunicación posibles para cumplir el plan de acción y alcanzar los objetivos. Tercero, la comunicación estratégica se vincula con la organización, tanto porque se incluye al ámbito de las organizaciones e instituciones, como porque necesita del trabajo organizado para cumplir una misión. Otros autores citados por ésta la definen como una comunicación alineada con una “estrategia global” (p.38) y que por lo tanto estará pendiente del contexto donde se desarrolla y de las audiencias y públicos a los que busca alcanzar. Si bien la autora se dedica a definir y analizar los lineamientos de una comunicación estratégica empresarial por ser el contexto principal de su desarrollo, concluye que este campo de aplicación ya fue superado. Siguiendo las definiciones de la autora podemos ubicar a la comunicación estratégica como fundamental en el alcance de los objetivos del proyecto e íntimamente ligada a las acciones realizadas. Desde el principio el equipo y la comunidad analizamos recursos, problemáticas y acordamos prioridades e importancias. Las redes sociales fueron valoradas como un recurso primordial para que se conozca el lugar, su importancia y el trabajo de la comunidad. Las emprendedoras de la feria contaron anécdotas sobre personas con cierta fama en los medios de comunicación que las habían visitado y en sus redes sociales compartieron fotos y videos, algunos emprendedores turísticos comparten en sus redes estas publicaciones e incluyen a Alto Jagüé en su recorrido hacia la Laguna. En la feria hay wifi gratis, allí se conectan viajeros y comunidad, por unos momentos se genera un movimiento intenso, los/as visitantes se toman fotos individuales, grupales, de la comida, los productos y el paisaje, las comparten en las redes y se alivian y distienden después de haber viajado un largo trayecto sin señal.

Los conceptos desarrollados hasta ahora son algunos de los que nos sirven para pensar y profundizar en los procesos de comunicación intercultural que necesariamente se producen en la interacción entre los saberes producidos por la ancestral experiencia de vida en el contexto y zona de influencia de la Laguna Brava y los saberes académicos que provienen de la Universidad Pública. También en el impacto de una modalidad de turismo sin planificación es-

tratégica ejecutado por empresas dedicadas a esta actividad que se encuentran por fuera del territorio e incluyen escasamente a esta comunidad, u otras instituciones que intentan influenciar estéticas y productos en función de los intereses de consumos del turista. Por otro lado, para pensar las consecuencias de la despoblación en varias dimensiones: su carácter de ser forzada por variables que no dependen de la comunidad, su obstáculo para el sostenimiento de los vínculos familiares y grupales con su repercusión en los aspectos psicoemocionales y en la transmisión-conservación-transformación de los saberes construidos, entre otras que estamos problematizando con la comunidad de Alto Jagüé.

El equipo de ejecución del proyecto trabaja revalorizando el rol de la población en la transformación de las problemáticas que les afectan, generando un espacio de diálogo sobre el despoblamiento, sus causas y consecuencias, haciendo circular la palabra y los sentidos acerca del fenómeno, atribuyéndole la importancia que tiene en la transformación de su vida cotidiana. Al mismo tiempo estamos registrando y sistematizando prácticas ancestrales de los/as pobladores, describiendo y analizando el vínculo entre los recursos naturales, productos y consumos. Realizamos entrevistas a diversas personas de la comunidad, la mayoría de ellas es registrada en videos para ser editados por nuestro estudiante de Comunicación Social, éstos y otros contenidos audiovisuales y académicos producto del interés y el trabajo de los/as estudiantes son compartidos en redes sociales que se crearon para tal fin y manejan Marisa y Gonzalo, estudiantes de Comunicación, las decisiones sobre las publicaciones se toman grupalmente y con supervisión de las docentes. Esta actividad está cargada de sentidos y emociones por parte del grupo de pobladores/as: les permite relatar libremente las historias que les resultan más relevantes, exponer sus miradas, recrear experiencias, recordar a otras personas, agradecer, ejercer soberanía sobre el territorio que viven, difundir sus conocimientos, presentar sus productos, promover sus bienes intangibles, verse reflejados/as a sí mismos/as y proyectarse. Todo se realiza con la metodología de la investigación-acción con planificación local participativa, las acciones son acordadas, diseñadas y ejecutadas con los/as actores sociales.

Realizamos visitas a domicilios de pobladores/as particulares y grupos como el de las Artífices Cordilleranas que llevan adelante la feria de artesanías y productos ubicada en el predio de la Virgen de Andacollo, frente al templo, donde ofrecen también comidas típicas elaboradas artesanalmente con productos de la zona a grupos de turistas que pasan por el pueblo de camino a la Laguna Brava. Como encargadas del predio y el SUM municipal, participan en la organización de conferencias y talleres sobre temáticas que ellas proponen y que el equipo del proyecto gestiona, organiza y ejecuta. Las acciones realizadas hasta el momento incluyen un taller de intercambio de recetas de panificaciones, donde se incluyó alimentación para personas celíacas, diabéticas e hipertensas; un taller creativo de identificación de productos y empaquetamientos, donde también se trabajaron alternativas de acción que faciliten el desarrollo tecnológico y agregue valor a los productos-servicios. De allí surge la propuesta de creación de una agenda de registro de artesanos, productores, ofertas de servicios a viajeros, productos culturales y patrimoniales/históricos para editar una guía de los servicios que se brindan en la comunidad y que incluya tanto datos importantes sobre la biodiversidad de la zona, como la promoción de una actitud responsable del turismo en el mantenimiento de las condiciones de conservación y equilibrio adecuadas del delicado medioambiente de la reserva provincial y sitio RAMSAR Laguna Brava.



Feria de la Artífices Cordilleranas en el predio de la Virgen de Andacollo, Alto Jagüé, oct. 22. Foto: Gonzalo Porra Maza

Aquí cabe agregar que este proyecto de extensión universitaria tiene sus raíces en el proyecto de investigación FICyT 2019 de “Estudios de biodiversidad y aspectos socioculturales en la Reserva Provincial Laguna Brava, La Rioja. Con fines de gestión y conservación ambiental” en el cual participamos las docentes-investigadoras que actualmente somos parte del equipo de extensión. Los resultados parciales de la investigación se presentaron en dos conferencias para la comunidad general de Jagüé y se trabajaron en talleres de intercambios de saberes, donde los concurrentes, algunos de ellos experimentados guías naturales del territorio, aportaron sus conocimientos sobre fauna y flora del lugar, datos climáticos, experiencias vividas por ellos y saberes transmitidos por sus ancestros/as, como los nombres de los accidentes geográficos o el uso y manejo de la herbolaria que constituye su medicina natural. También se realizó una conferencia en la Escuela Primaria Provincial n° 74, establecimiento rural plurigrado a donde concurren diecisiete niños y niñas de nivel inicial hasta el séptimo grado. Con lenguaje e imágenes adecuados para este grupo y con presencia del personal y tutoras de la comunidad educativa, la dra. Rebeca Lobo presentó los resultados y coordinó actividades lúdicas y recreativas de concientización sobre valor de la Laguna y la importancia del cuidado de su ecología.



Conferencia de la dra. Rebeca Lobo Allende en la Escuela Prov. n°74, Alto Jagüé. Foto: Carina I. Zapata

También nos vinculamos con miembros del grupo Manos a la Obra, recientemente formado con el objetivo de re-

scatar la lana de oveja cuyo valor había decrecido durante los largos años en los que se sobrevaloraron los tejidos sintéticos importados. Hasta la formación de este grupo la mayoría de la lana era desechada, quemada o usada para colchón de las mascotas. Solo un pequeño grupo la hilaba y la tejía manteniendo productos y diseños originales de la vida altoandina. Entre ellas María Flores, emprendedora y presidenta de la asociación, que teje medias y gorros a cinco agujas con una tradición heredada de sus abuelas, y las hermanas Arancibia, que hasta hace unos meses atrás hilaban la lana de sus ovejas con huso (herramienta hecha con un palo recto y en su base una piedra con el que se torsiona la lana) y en su patio tejen peleros (que se colocan bajo la montura del caballo), pullos (mantas gruesas), mantas y otros elementos típicos. Actualmente estas hermanas se separaron del grupo original con el que se gestionó la compra de dos ruecas y conforman la cooperativa “Artesanías Humango”. Luego de tomar conocimiento de sus problemáticas, el proyecto gestionó el traslado de las ruecas que habían sido adquiridas en el Valle de Punilla en Córdoba hasta la ciudad de Chilecito, facilitando la llegada a su destino. También se modificó estratégicamente el plan de trabajo y presupuesto del proyecto para incluir la planificación, gestión y dictado de un taller de hilado en rueca a pedal y eléctrica que se realizó durante dos jornadas de seis horas en febrero de 2023, fecha propuesta por la comunidad para que pudieran estar los y las jóvenes que se radicaron en otras localidades para estudiar y en esa fecha estaban de vacaciones. Así el taller se transformó en un espacio de disfrute compartido entre generaciones y territorios, donde se recordaron historias familiares donde el hilado es ancestral.



Taller de hilado en rueca días 17 y 18 de febrero de 2023, dictado por la Asociación de Hilanderas y Tejedoras de Famatina en Alto Jagüé.  
Fotos: Marisa González y Carina Zapata

Otro rastro de la importancia cultural y productiva de la comunidad hasta hace un siglo atrás es el Molino El Arroyo, molino hidráulico centenario que está siendo recuperado y fue refuncionalizado por Marco Martínez, nativo del lugar. En su terreno cultiva trigo y maíz orgánicos que muele para producir harina de maíz, harina de trigo, harinilla y cocho (harina de trigo tostado). Está restaurando el predio con el diseño y materiales originarios, con la técnica de barro crudo que aprendió de su padre y abuelos. También se dedica a la alfarería e investiga con los materiales del lugar, recuperando diseños de los pueblos originarios que habitaron el territorio. Al mismo tiempo proyecta la creación de un museo de sitio y es una persona cuya opinión, artes y saberes son muy valorados por sus vecinos/as.



Exterior del molino hidráulico de Marco Martínez y detalle del interior del Molino El Arroyo donde se exhiben antigüedades del lugar.  
Fotos: Carina I. Zapata

Junto al despoblamiento de una porción importante de la población económicamente activa, la zona presenta actualmente otras problemáticas medioambientales que son un factor potencial de perturbación del equilibrio del sitio, como la construcción de la ruta internacional o “corredor bioceánico”, el trabajo minero a 15 km de la Laguna en la Provincia de San Juan y la actual amenaza extraccionista sobre los minerales de la Reserva. El interés político manifestado en los medios sobre la posible explotación de las sales de la Laguna preocupa seriamente a la población. Esta comunidad se conformó en tiempos coloniales en fechas que aún no pudimos establecer con migrantes principalmente españoles. Las condiciones ambientales de la zona, el paisaje y geografía del lugar fueron decisivos para decidir instalarse en el territorio. Se destacan períodos donde la minería fue una de las actividades económicas y quedan restos de una antigua fundición en la margen del pueblo, donde se reducían metales extraídos de zonas no precisadas de la cordillera. En relación a esta actividad rememoran historias de avaricia y de personas que vivían en condiciones de esclavitud trabajando por sus deudas o por comida.



Panorámica de Alto Jagüé desde las ruinas de la antigua fundición de minerales, en 1° plano restos de la chimenea. Foto: Carina I. Zapata

Al indagar en las representaciones sociales que configuran sus saberes y prácticas, nos encontramos con una comunidad en cuya identidad radica el mito del milagro de la Virgen de Andacollo, con una fuerte devoción de los/as pobladores a la imagen de esta, y cuya fe forma parte de la organización de sus vidas cotidianas. Si bien el santo patrono del pueblo es San Pedro, la llegada de Juan Miranda a principios del siglo XX con la imagen de la patrona de los mineros marcó fuertemente la historia y el culto a ella fue desplazando al del patrón original. Según el mito, la Virgen eligió quedarse allí y pidió la construcción de un templo que se hizo dirigida por Don Juan que era su interlocutor, financiado por el circo que él formó con jóvenes, niños y niñas del lugar que salía de gira durante meses a pueblos y provincias limítrofes. Esta historia inspiró la obra de Daniel Moyano (2012) “Tres golpes de timbal” que a su vez derivó en movimientos artísticos como El Ondulatorio que organizó a cientos de personas para viajar a Alto Jagüé a realizar un encuentro de “artistas, enlazadores y astrónomos muleros” y dejar su huella en los murales que se aprecian en edificios de lugar.



Ingreso al templo de la Virgen de Andacollo, Alto Jagüé. A la derecha de la imagen se ve parte del mural realizado por “El Ondulatorio” sobre la historia del circo de Don Juan Miranda. Foto: Carina I. Zapata

Sin duda lo expuesto es solo una pequeña parte de todo lo trabajado y nos quedan aún acciones por ejecutar y una gran cantidad de información por ordenar. Los significados, sentidos y usos de esos productos deberemos construirlos entre protagonistas. El recorrido de lo narrado intentó mostrar el trabajo dentro de un paradigma crítico de las ciencias sociales realizado en equipo interdisciplinario, donde la tarea de alcanzar los objetivos propuestos en conjunto con la comunidad nos guía y donde se privilegia una interacción facilitadora de la comunicación orientada a la democratización del saber. Queda mencionar al equipo de trabajo y agradecer por la experiencia y aprendizajes compartidos: Profesoras: Rebeca Lobo Allende, Claudia Marano y Sofía Lizarraga. Estudiantes de Comunicación Social: Marisa González y Gonzalo Porra Maza. Estudiantes de Biología (profesorado y licenciatura) Jacqueline Pérez, Brisa Páez y Candelaria Miranda y estudiante de Biología y Agronomía David Tejada; y agradecer muy especialmente a la gente de Alto Jagüé por su amable generosidad.

## Bibliografía.

Carrillo Durán, M. V. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 5(2), 22-46. Disponible en <http://mediterranea-comunicacion.org/>. DOI 10.14198/MEDCOM2014.5.2.04.

Cuché, D. (2004). *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Ediciones Nueva Visión SAIC. Arg.

Fernández, A.M. (2008). *El campo grupal. Notas para una genealogía*. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires.

Ibañez Gracia, T. (2004). *Aproximaciones a la Psicología Social*. Editorial UOC. Barcelona

INDEC (2010). [www.indec.gov.ar](http://www.indec.gov.ar)

Montero, M. (1994). Un paradigma para la psicología social. Reflexiones desde el quehacer en América Latina. En,

Construcción y crítica de la Psicología. Anthropos. Buenos Aires

Moscovici, S. (1984). Introducción al campo de la psicología social. En, *Psicología Social* Vol. 2. Editorial Paidós. Buenos Aires

Moyano, D. (2012), *Tres golpes de timbal*. Colección Archivos. Alción Editora. Córdoba

Rizo García, M. (2006). La psicología social como fuente teórica de la comunicología. Breves reflexiones para explorar un espacio conceptual común. *Revista Andamios* Volumen 3, número 5, diciembre, 2006, pp. 163-184.

Anexo:

Instagram, Facebook y YouTube: Proyecto Jagüé

Instagram: Artífices Cordilleranas

Instagram: Marco Martínez

Facebook: Molino El arroyo

# Comunicación y Ambiente: el rol del periodismo en los conflictos ambientales

## El Caso de Nonogasta, Provincia la Rioja

Yasna Caniffrú Ibacache

yasnaibaca@gmail.com

Universidad Nacional de Chilecito

### BREVE INTRODUCCIÓN

En este trabajo me he propuesto indagar, los avances de investigación que aquí se presentan, pretenden dar cuenta del lugar que ocupa la problemática ambiental de Nonogasta en el periodismo local y provincial. El problema ambiental de Nonogasta está relacionado a la presencia de una industria curtidora de cueros, instalada en el lugar en el año 1987, lo cual ha dado lugar al surgimiento de un conflicto ambiental y un movimiento asambleario que cuestiona las prácticas de esta empresa.

Los medios de comunicación resultan ser actores clave en la construcción y percepción social de los problemas ambientales (Hannigan, 2002). Ellos poseen el poder simbólico para producir y reproducir una diversidad de discursos en torno al ambiente, es decir, construyen representaciones que son puestas en circulación en el espacio público. La Agenda 21 de la Conferencia de Río (1992) hace explícita mención a este rol, cuando establece “la necesidad de sensibilizar al público sobre los problemas del medio ambiente y el desarrollo sostenible, a la vez de involucrarlo en la búsqueda de soluciones y generarle un sentido de responsabilidad”.

Y es, a través de los productos que los periodistas elaboran, que la mayoría de las personas logra conocer mucho de lo que sucede más allá de su entorno inmediato. Se asume que aproximarse a las percepciones de dichos actores puede aportar elementos para comprender algunos mecanismos que intervienen en la producción de noticias vinculadas a lo ambiental.

Empíricamente, el caso de Nonogasta y la forma en que lo refieren los medios señalados se ha tomado como caso de estudio a periódicos provinciales y locales, y se analizarán los diarios, el caso de Nonogasta y la forma en que lo refieren los medios señalados. *El Independiente, Nueva Rioja (La Rioja Capital)* y *Diario Chilecito (Departamento de Chilecito)*. Ello porque la investigación se centra en un proyecto sobre la política ambiental en dicha ciudad y también, porque existe en la ciudad de Chilecito una activa participación de organizaciones sociales que constantemente promueven la discusión de los temas ambientales y tratan de instalar en la construcción de políticas en la materia.

En este estudio se tratara de abordar los medios de comunicación local, preguntándonos cómo ponen en agenda las diferentes problemáticas ambientales dentro de la provincia ya que son actores clave en la reproducción de estos temas, pueden educar a la población sobre medio ambiente.

La pregunta que buscamos responder en este texto será ¿cuál es la relevancia que estos temas adquieren en la agenda diaria del periodismo y los medios locales y provinciales?

## Desarrollo

Estos avances de investigación que aquí se presentan exploran esas interrogantes y pretenden dar cuenta de la importancia que las cuestiones ambientales, según las percepciones de periodistas locales, poseen en la agenda mediática, pública y política. También se busca contribuir a la construcción de conocimiento sobre las relaciones periodismo y ambiente en las sociedades contemporáneas.

Una de las principales hipótesis de los estudios sobre la comunicación de masas, es que los aparatos informativos tienen una influencia relevante para definir los temas que se discuten en el espacio público (Argurete, la agenda de temas, 2009). Perspectivas como la agenda setting sostienen que los medios de comunicación tienen la capacidad de instalar en el público la idea de que aquellos asuntos que incluyen en sus contenidos noticiosos son los más relevantes de la vida social. En efecto, dado que la experiencia directa es limitada, gran parte de aquello que las personas conocen sobre el “mundo natural y social” está definido por la información que reciben a través de los medios de información (Wolf, 1991; Rodrigo Alsina, 1993; McCombs y Evatt, 1995). En ese contexto, los periodistas no sólo son actores clave en los procesos de producción de las noticias, sino que, siguiendo a Peter Berger y Thomas Luckmann (2001), son actores relevantes en la construcción social de la realidad. Mediante el ejercicio de su profesión los periodistas construyen relatos noticiosos que a su vez construyen sentidos en el espacio público, es por ello que sus percepciones y valoraciones sobre las cuestiones ambientales resultan relevantes como objeto de estudio. Los aportes de la sociología de las noticias, representada por corrientes como el newsmaking, subrayan que la noticia es una construcción fuertemente condicionada por las rutinas productivas de los periodistas. En las rutinas de producción adquiere un papel relevante el concepto de noticiabilidad, que Mauro Wolf define “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, 1991).

Los elementos que componen la noticiabilidad son los valores noticia, entendidos como una serie de criterios prácticos que guían la recolección, selección y presentación de la información, y que permiten orientar la toma de decisiones y acciones entre los profesionales de los medios de comunicación acerca de lo que puede ser de interés informativo o no para su ingreso a la agenda mediática (Wolf, 1991). Dado que los valores noticiosos son producto del consenso social, de los valores profesionales y los intereses editoriales, se trata de criterios que no son inmutables, y que por tanto pueden variar de acuerdo a contextos culturales y profesionales específicos. No obstante, la hipótesis es que los periodistas guían su actividad, en parte, siguiendo criterios que asignan mayor o menor grado de noticiabilidad a los distintos acontecimientos o relatos que transforman en noticias. De ese modo, las rutinas periodísticas y la construcción de la agenda mediática se encuentran estrechamente relacionadas con los valores o criterios noticiosos.

Se presentará un análisis exploratorio, con técnicas cuantitativas y cualitativas de la prensa gráfica, durante el período que va desde 2014 al presente. Se analizará: Diario Chilcito (local), El Independiente y La Nueva Rioja (ambos provinciales). Se tendrá en cuenta la frecuencia con que aparece la noticia, las secciones en que se comunica y la perspectiva que adopta el medio: ¿niega el problema?; ¿se posiciona a favor de la empresa?; ¿apoya el movimiento asambleario?; ¿qué responsabilidad le asigna al Estado e instancias gubernamentales?; ¿qué otros actores ingresan en la noticia?

El abordaje de este problema, desde el campo de la comunicación, busca contribuir a la construcción de conocimiento sobre las relaciones entre medios, periodismo y ambiente en las sociedades latinoamericanas contemporáneas, situando el análisis en el contexto local.

Los medios de comunicación se rigen por procedimientos rutinarios y su forma de seleccionar la información está muy estandarizada. Con frecuencia nos hacen llegar informaciones sobre catástrofes ambientales, incendios forestales o accidentes químicos, y uno se pregunta, ¿por qué se escogen esos hechos restringidos dentro de la gran gama de temas ecológicos? cuando sólo constituyen una pequeña porción de lo que los movimientos ambientalistas denominarían problemas o temas ambientales. Para la prensa, pareciera que el factor dramático de los sucesos supone contar con una noticia atractiva. Todo ello refuerza la tendencia del público a subestimar los riesgos de carácter crónico de males como el efecto invernadero o el deterioro de la capa de ozono a cuya solución, por otra parte, creen poder aportar poco y a fijar su atención en los sucesos repentinos o llamativos, sin reparar en la calidad de la información que se les está ofreciendo.

En parte, como consecuencia de la tendencia a primar los sucesos más llamativos, los medios acaban creando una imagen parcial de los hechos. Suelen tratar informaciones concretas y a menudo simples sobre acontecimientos puntuales que realmente forman parte de procesos largos y realidades complejas con numerosas implicaciones científicas y técnicas que no suelen explicarse y evidencia que el carácter científico de muchas cuestiones relacionadas con el medio ambiente no es fácilmente trasladable a la cobertura de noticias.

La cobertura mediática de los problemas ambientales de la provincia parece que no fueran suficientes para que la prensa local y provincial las coloqué en agenda y sean tratadas de una manera sistemática e ininterrumpida para crear conciencia, empleo seguro y proteger el medioambiente dentro de las leyes establecidas.

La contaminación de Nonogasta es un hecho. La curtiembre ha contaminado por más de 30 años y que los medios de comunicación solo lo atribuyen a que son hechos aislados, porque el tratamiento que se le da en los medios gráficos de la provincia y de la localidad son esporádicos y solo si ocurre algún accidente en dicha curtiembre.

Es por ello que resulta de extrema importancia crear conciencia sobre el resultado de las intervenciones del hombre en el ambiente y brindar la información necesaria para la toma de decisiones que puedan ayudar a disminuir el impacto.

Es decir, es indispensable lograr un compromiso social por parte de la comunidad para frenar y revertir el actual deterioro ambiental, promoviendo cambios en los hábitos de conducta y generando una mayor conciencia ambiental en la sociedad. Para lograr esos objetivos la herramienta adecuada es la Educación Ambiental, indispensable cuando se desea cambiar la forma en que el hombre se relaciona con el ambiente. Los medios de comunicación deberían jugar un rol central, no sólo instalando sentido respecto al modelo de consumo, sino también del abordaje parcial y fragmentario que se comunica la problemática ambiental y que, en su mayoría, se reduce a la transmisión suavizada de pautas de cuidado del ambiente centradas en la responsabilidad individual. Estas acciones, no fomentan una reflexión transformadora sobre la problemática, profundizan ciertas subjetividades en defensa de intereses económicos y políticos que estos medios no explicitan y que interpelan el rol del Estado y de la sociedad en su conjunto. El rol de la prensa en estos acontecimientos, como la contaminación de un pueblo por la industria de cueros ha sido reducido, siendo la labor del periodista el dar la información y concientizar a la población sobre la problemática que está atravesando. La misma debe emerger como un proceso que esté orientado a que las personas tomen conciencia de la realidad ambiental y de sus problemas; como una herramienta para que desenvuelvan capacidades en la búsqueda activa de soluciones y de un modelo de desarrollo que contemple la relación armónica del hombre con el medio. Halperín y Bonino (Conferencia de Tbilisi, 1977) señalan que cuando se habla de Educación Ambiental no solamente se hace referencia a la Educación Formal, sino también a la No Formal, ya que la primera abarca un período relativamente corto en la vida de un individuo y no todos los sectores sociales tienen acceso a los niveles más altos de educación. En cambio, la Educación No Formal acompaña al ser humano durante toda su vida y se desarrolla paralela o independientemente a la Educación Formal.

Así, los medios de comunicación social deben constituirse en herramientas de la educación ambiental, particular-

mente la no formal, por sus posibilidades de llegar a un público masivo y con diferentes niveles de alfabetización. De esta manera, se logra llevar el concepto de sustentabilidad a un plano operativo para lo cual se hace imprescindible el rol de actores sociales, como los medios de comunicación, considerándolos como una herramienta que desarrolle actitudes y aptitudes para educar a la población en cuanto a causas, consecuencias, proyección y posibles soluciones de los problemas ambientales.

Para que los medios de comunicación puedan funcionar como generadores de conciencia, los periodistas deben estar debidamente capacitados en la temática ambiental con sus tecnicismos y lenguaje específico para luego convertirse en los mediadores por excelencia entre la sociedad y los generadores de conocimiento.

Es así como surge la necesidad de transmitir una información debidamente procesada, para lo cual, el periodista precisa estar capacitado, estudiar en forma constante y ser consciente de su papel como agente de transformación social. Debe aprender a trasladar el lenguaje científico a uno que sea entendido por el público en general.

Sin embargo, a la creciente preocupación social por las cuestiones ambientales no parece existir una respuesta acorde desde los medios masivos de comunicación. Los asuntos relacionados con el ambiente siguen sin formar parte de la agenda diaria de los medios lo cual se ve reflejado en la escasa información que brindan sobre esta temática.

Concretamente, se expusieron las conjeturas iniciales al inicio del trabajo en las cuales se planteó: que la información de carácter ambiental que aparece en los diarios de la provincia y la localidad son de carácter mayormente coyuntural, es decir situaciones problemáticas concretas que carecen de un enfoque global. El tratamiento de dicha información es por lo general superficial, entendiéndose por ello que no profundiza en causas, consecuencias, proyección y visión preventiva de los problemas y, por último, que la oferta académica para la formación en periodismo ambiental, de las carreras de grado y posgrado en Periodismo y Comunicación Social de las universidades argentinas es escasa.

Se comenzó entonces definiendo las unidades de observación, de las cuales se obtuvo la información necesaria para llevar a cabo la investigación. Las mismas fueron los diarios El Independiente, Nueva Rioja (La Rioja Capital) y Diario Chilécito (Departamento de Chilécito).

A su vez, las dimensiones de estas unidades de análisis que se tuvieron en cuenta, fueron los artículos periodísticos sobre temas de Nonogasta y la Curtiembre, publicados en los tres diarios.

Estas variables fueron analizadas a través de una serie de indicadores determinados para este estudio. Algunos de ellos fueron, para los diarios:

- Mes de aparición y el año: frecuencia, comparación con tirada diaria.
- Extensión, incluyendo fotografías e infografías; relación de tamaño con la superficie total de la página
- Profundidad inclusión/exclusión de una descripción del origen de los problemas, de las consecuencias que su presencia trae aparejadas en la sociedad y en la naturaleza; de las posibles soluciones, de una visión preventiva.



- Fuentes de información consultadas.

Los acontecimientos y las cuestiones ambientales no se transforman en noticia solamente por sus características objetivas, sino que son atravesados por las relaciones sociales que les otorgan sentido. Los procesos productivos de la actividad periodística forman parte de esas dinámicas sociales. En ellos intervienen los propios aparatos informativos, pero también una diversidad de actores que de un modo u otro pueden intervenir en la construcción de noticias ambientales y su instalación en la agenda mediática.

Es habitual que las conversaciones y debates relativos a la grave realidad de nuestro planeta se den únicamente dentro de un círculo cerrado, fiel, activo y con absoluto interés en la temática, que está integrado por organizaciones de la sociedad civil, investigadores, prensa especializada independiente, entre otros. En todo caso cuando las noticias trascienden estos círculos, es generalmente porque se trata de catástrofes, a su vez maquilladas para atraer más lectores. Es momento de revertir esta situación, de abrir el abanico y hacer partícipe a la sociedad en general, entendiendo la importancia que tiene un pueblo empoderado con información para que sus reclamos redunden en acciones y políticas de Estado.

## **REFLEXIONES FINALES**

Es en este contexto que nuestra responsabilidad como agentes comunicadores se vuelve ineludible. Siempre con la innegociable convicción de que trabajamos en pos de la defensa del ambiente y los derechos humanos, nuestra labor tiene que teñirse de un rol protagonista. Debemos lograr bajar todo ese conocimiento técnico generado por especialistas, y colocarlo en un terreno más concreto, al alcance de todas las personas. Debemos dejar de lado las palabras difíciles y empezar a difundir mensajes claros que inviten a la acción. El desafío consiste en comunicar problemas complejos en lenguaje y formas sencillas, pero sin desvirtuar su contenido. Tenemos la urgente tarea de democratizar la información que se desprende de años y años de investigación, de destapar la información tendenciosa o parcial, ya que esta información tiene el potencial de ser usada por los distintos actores sociales para ponerle un freno a tanto daño ambiental; pero que de poco sirve si queda encapsulada entre unos pocos.

Es indispensable lograr un compromiso social por parte de la comunidad y los medios de comunicación para frenar y revertir el actual deterioro ambiental, promoviendo cambios en los hábitos de conducta y generando una mayor conciencia ambiental en la sociedad. Para lograr esos objetivos la herramienta adecuada es la Educación Ambiental, indispensable cuando se desea cambiar la forma en que el hombre se relaciona con el ambiente. La misma debe emerger como un proceso que esté orientado a que las personas tomen conciencia de la realidad ambiental y de sus problemas; como una herramienta para que desenvuelvan capacidades en la búsqueda activa de soluciones y de un modelo de desarrollo que contemple la relación armónica del hombre con el medio. La educación formal abarca un período relativamente corto en la vida de un individuo y no todos los sectores sociales tienen acceso a los niveles más altos de educación. En cambio, la Educación No Formal acompaña al ser humano durante toda su vida y se desarrolla paralela o independientemente a la Educación Formal.

Para ello, debemos no solo focalizarnos en la noticia cuando es una tragedia ambiental, sino que, tenemos hoy la tarea de educar a la población sobre los daños medioambientales para que toda la comunidad pueda tener las herramientas para la protección de su territorio. Siendo los medios de comunicación los responsables inexcusables de esta información y llevar a todos los pueblos los artilugios para que puedan defender y cambiar el daño ambiental suscitado en tantas partes de nuestro país.

Las elecciones de los distintos partidos políticos, periódicas, justas y limpias son la base de la democracia: es fundamental, promover la integridad de sus reglas y procedimientos, así como los niveles de legitimidad del sistema. Cuando las leyes sean respetadas desde la democracia se podrán impulsar estrategias para que el Estado cuente con mayores capacidades: un servicio civil profesionalizado, además de promover su transformación digital desde

los distintos medios de comunicación, educando a cada ciudadano con respecto al daño ambiental y como revertirlo, protegiendo a todos los pueblos.

La agenda pendiente desde los medios de comunicación tiene también un complejo capítulo social. En un contexto signado por altos niveles de contaminación medioambiental en pueblos como Nonogasta, además de la información de los medios, se necesitan políticas públicas factibles y de alto impacto que protejan a la población en general.

**ANEXO FOTOS E IMAGENES**

En este apartado se expondrán tapas de los diarios nombrados y las fechas correspondientes, como ejemplos de las variables de estas unidades de análisis que se tuvieron en cuenta, fueron los artículos periodísticos sobre temas de Nonogasta y la Curtiembre, publicados en los tres diarios nombrados en la página 6.

Si tomamos en cuenta las fechas y los casos que son noticia, en la mayoría de las ocasiones han sido reflejados daños ambientales irreversibles para la población de Nonogasta. **Diario Chilécito** de tirada semanal, son algunos ejemplares:



Agosto 2014



Agosto 2014



Noviembre 2014



Diciembre 2014



Febrero 2015



Marzo 2015



Marzo 2015



Marzo 2015



Mayo 2015



Mayo 2015



Mayo 2015



Mayo 2015

Diario El Independiente, tirada diaria, desde el año 2015



Julio 2016



Abril 2017



Julio 2017



Noviembre 2017



Mayo 2019



Mayo 2019



Noviembre 2019



Septiembre 2021

### Diario Nueva Rioja, tirada diaria



Noviembre 2019



Enero 2020



Julio 2021



Octubre 2021

## BIBLIOGRAFIA

Eco alfabetización para periodistas, editorial Fragua, Madrid

<https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/55882/60185>

Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting

<https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/7119/1/estableciendo-la-agenda.pdf>

La investigación de la comunicación de masas, crítica y perspectivas. Mauro Wolf. Ediciones Paidós

<https://catedracoi2.files.wordpress.com/2014/05/wolf-mauro-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf>

Periodismo y medioambiente (pág., 237)

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49110.pdf>

Periodismo ambiental ( cuadernillo II)

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49110.pdf>

Historia de la Educación Ambiental desde su discusión y análisis en los congresos internacionales

[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1010-29142008000100011](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1010-29142008000100011)

Diario Chilécito

<https://diariochilecito.com/edicion-papel/>

Diario El Independiente

<https://www.google.com/h?q=diario+el+independiente&oq=diario+el+independiente+&aqs=chrome..69i57j69i59j35i39l2j0i512j69i60l3.6376j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

# Análisis de estrategias de comunicación y educación ambiental del Municipio Colonia Carlos Pellegrini de la Provincia de Corrientes

Arbizu, Greta Salomé  
gsarbizu@gmail.com

**Universidad Nacional de General Sarmiento.**

## **PRESENTACIÓN**

Este trabajo se realizó en el marco de la materia Seminario: Análisis y Evaluación de Estrategias Comunicacionales II que corresponde a la Licenciatura en Comunicación que se dicta en la Universidad Nacional General Sarmiento.

En esta ponencia nos proponemos analizar las estrategias de comunicación y educación ambiental del municipio Colonia Carlos Pellegrini de la Provincia de Corrientes para sensibilizar a las nuevas generaciones sobre el cuidado del medioambiente y de recursos propios del activo natural „Los Esteros del Iberá“.

El interés acerca de las características que adquiere la comunicación y educación ambiental en dicha Colonia refiere a que es uno de los portales de acceso más importantes a Los Esteros del Iberá.

Nuestro abordaje teórico, cuenta con trabajos de autores que abordan la cuestión de la comunicación estratégica, comunicación ambiental y educación ambiental. De allí que tomamos la propuesta de Jaramillo López (2011) y Sandra Massoni (2019) que plantean la comunicación estratégica como aquel proceso que responde a objetivos y propósitos estratégicos que son articulados y coordinados entre los actores para la construcción de un sentido compartido. Y que, además, se entiende como un diálogo de saberes en tanto consideran la “multidimensionalidad de lo comunicacional”, y lo simbiótico comprendiendo la situación y reconociendo las matrices culturales presentes. Por otro lado, tomamos la definición de educación ambiental incluida en la Ley N°27621 que entiende a la Educación Ambiental Integral como proceso educativo permanente cuyo propósito es la formación de una conciencia ambiental, en la cual distintos conocimientos, saberes, valores y prácticas confluyen y aportan a la formación ciudadana y al ejercicio del derecho a un ambiente sano, digno y diverso.

Para la realización de este trabajo se implementó una metodología cualitativa que permitió relevar información para indagar los rasgos de la comunicación y educación ambiental en el municipio. Para ello, por una parte, se realizaron entrevistas a referentes del gobierno local, a directivos y docentes de la ESC N° 563 y a integrantes del sector de turismo de la colonia. Además, se realizó una revisión de documentos (normativas locales, informes técnicos, proyectos educativos, etc.).

Finalmente, este trabajo pretende realizar aportes al ámbito de la comunicación ambiental ya que entendemos que este tipo de análisis permiten poner en agenda la necesidad de sensibilizar a diferentes actores sociales acerca de problemas ambientales y sus impactos en la vida humana a la vez que sirvan para generar condiciones para desarrollar acciones de mitigación y/o adaptación que reduzcan los efectos negativos.

## **PROBLEMAS AMBIENTALES EN LA COLONIA CARLOS PELLEGRINI**

La Colonia Carlos Pellegrini es una localidad que se ubica en el departamento de San Martín, provincia de Corrientes. A 120 kilómetros de la localidad de Mercedes y a 360 kilómetros de la Ciudad de Corrientes. Actualmente en la Colonia viven 1000 habitantes. Aumentando 5 pobladores por año, aproximadamente.

En la Colonia no hay hospitales, pero sí cuenta con un centro CAP. También, tienen una municipalidad, radio comunitaria y una escuela que cuenta con nivel inicial, primaria y secundaria.

Las actividades económicas a las que se dedica gran parte de la población se relacionan con actividades eco-turísticas, esto incluye tanto las actividades de servicio propias de una posada, como guías de turismo para actividades al aire libre. Cada posada tiene su personal responsable de dar paseos en lancha por la Reserva. Otra parte de la población se dedica a actividades ganaderas.

Como actividades sociales y culturales, se puede mencionar el hipódromo al que la gente acude tanto para participar de carreras de caballos como para observar y pasar el día. La Colonia cuenta con una capilla. Por otra parte, se llevan a cabo actividades que realiza el municipio para la comunidad y también cuentan con peatonales en diversos puntos de la Colonia.

Algunos de los problemas ambientales que todavía persisten en la Colonia son debido al aumento del turismo en la región y a la explotación forestal.

Según un estudio del año 2018, el turismo genera una pérdida de vegetación por desmonte, esto lleva a una fuerte disminución de la biodiversidad. Además, por el aumento de peatones y vehículos hay una mayor contaminación tanto sonora como del agua y suelo lo que en conjunto provocan un cambio en el terreno y el drenaje.

Si bien la caza y pesca ilegal están prohibidas dentro de la reserva, todavía hay especies en peligro.

Entre las consecuencias de la explotación forestal se encuentran la alteración de la cobertura vegetal natural lo que lleva también a una transformación en el paisaje. Por otro lado, la implantación de especies no autóctonas producen cambios en los ciclos hidrológicos modificando los regímenes de precipitaciones. Estas variaciones, que provocan sequías cada vez más fuertes, sumadas a la quema de pastizales en campos privados generan que baje el nivel de agua de la laguna y provocan incendios difíciles de controlar.

Por otra parte, se genera una mayor contaminación y degradación de los suelos de zonas más alejadas consecuencia del aumento en el uso de agrotóxicos, fertilizantes, entre otros, que por el efecto del viento y el agua recorren mayores distancias.

La Reserva de los Esteros del Iberá, o Gran Parque Iberá es el segundo humedal más grande del mundo. Tiene una extensión de 1.300.000 hectáreas. Dentro del mismo se ubican el Parque Provincial Iberá y el Parque Nacional Iberá. En 2022, tuvieron más de 60 mil visitantes. De los cuales, más de 25 mil visitantes pasaron por la Colonia Carlos Pellegrini.

Elegimos esta Colonia porque es donde se ubica el Portal Laguna Iberá, uno de los portales de acceso más importantes a la Reserva Natural del Iberá. Por otro lado, creemos importante destacar que así como este año se cumplen 40 años de la vuelta de la democracia en Argentina, también se cumplen 40 años desde la creación de la reserva. Por lo tanto, resulta de relevancia estudiar los problemas medioambientales y su comunicación como parte de una agenda pública que pone en el centro de la discusión el avance de la democracia y de la soberanía de nuestro país.

## PERSPECTIVA/S TEÓRICA/S PARA EL ANÁLISIS

Para la realización de este trabajo nos propusimos revisar perspectivas de comunicación estratégica y en particular, de la comunicación ambiental. Entendemos que estas perspectivas nos permiten analizar las estrategias de comunicación y educación ambiental que el municipio de Colonia Carlos Pellegrini organiza para sensibilizar a la población sobre problemas ambientales.

En torno a las perspectivas de la comunicación estratégica encontramos los abordajes de la investigadora Sandra Massoni (2012, 2014, 2019) y la mirada de Jaramillo (2011).

Para Sandra Massoni, la comunicación es una metaperspectiva que empieza a pensarla desde los nuevos paradigmas de la ciencia y la entiende desde una mirada multidimensional siempre de modo complejo, situada y fluida. Define a la comunicación como: “(...) encuentro en la diversidad (...) implica una consideración de la comunicación como un especial proceso cognitivo micro-macro social, complejo y fluido.” (Massoni, 2019, pp. 59). En este sentido, esta definición se aleja de la idea de comunicación como mera información que termina quedando en y desde los medios masivos, es decir, de un sentido instrumental de la misma.

La autora propone analizar la comunicación en diferentes tipos de ámbitos a partir del desarrollo de 7 operaciones. Estas son diálogo de saberes, determinación del tipo de encuentro dominante, identificación de agentes simbióticos y semióticos (lo que se transmite), reconocimiento de los autodispositivos colectivos, investigación de campo, reconfiguración del ambiente micro y macro social.

Con respecto al diálogo de saberes, se refiere a poner en foco en cómo es la comunicación, haciendo un mapeo constante del territorio. En cuanto a la determinación del tipo de encuentro dominante, podemos decir que es reconocer cómo se da la comunicación, si de manera más vertical y jerárquica, propia de una dimensión informativa o es más heterogénea. Para la identificación de agentes simbióticos y semióticos, se realiza un mapeo de actores, evaluando también si son los mismos a lo largo de todo el proceso. El reconocimiento de los autodispositivos colectivos refiere a las matrices socioculturales en las se desarrolla lo que se quiere investigar. Sobre el diseño y codiseño de espacios y productos comunicacionales se refiere a investigar la planificación de proyectos, acciones, y políticas de comunicación. El otro punto a considerar es la investigación de campo, aquí también se tiene en cuenta el diseño de dicha investigación. Y por último la reconfiguración del ambiente micro y macro social, permite hacer un relevamiento del plan operativo inicial, cuáles son las acciones y proyectos a corto, mediano y largo plazo.

El comunicador estratégico no siempre desarrolla las 7 operaciones, esto depende de cada situación. Sin embargo, a diferencia del comunicador tradicional, el comunicador estratégico aborda la comunicación desde la multidimensionalidad de la misma. Tiene en cuenta la comunicación efectiva y lo vincula con las matrices socioculturales que rodean el proyecto que se está investigando.

En este sentido la metaperspectiva de Massoni aborda lo simbiótico, es decir, lo que rodea lo no humano. Es por esto que una estrategia de comunicación incluye la comprensión de la situación y su heterogeneidad. Abre el camino a un diálogo de saberes entre todos los involucrados. En palabras de la propia Massoni es un fenómeno complejo, situacional, y fluido.

Jaramillo (2011) nos propone explicar la estrategia con una analogía, la del itinerario de viaje. Según este autor, a primera vista “(...) el itinerario solamente se puede escoger entre diversas posibilidades si se tiene clara la naturaleza y el sentido del viaje (...). El mismo viaje se debe realizar con diferentes itinerarios de acuerdo con su propósito. (...)” (pp. 2). Jaramillo nos plantea que para determinar las estrategias adecuadas para cada caso se deben

considerar las variables. Estos pueden ser los objetivos, la identificación del problema, el conocimiento del contexto, entre otras. Habiendo así, más de una forma de dirigirse al tema.

En relación con la perspectiva de la comunicación ambiental tomamos las palabras de Pablo Gavirati (2016), quien en su trabajo propone plantear a la comunicación ambiental como un “territorio transdisciplinario”, siempre tomando en cuenta el contexto en que se da y donde se articule la producción de investigaciones con una Ecología de Saberes. Gavirati alega que la comunicación ambiental se “constituye en un territorio emergente”(pp.122).

Podemos decir que los autores mencionados aquí, trabajan una interpretación de la comunicación que no se queda en lo meramente informativo, sino que sitúa al otro, lo hace partícipe de la investigación, queriendo aprender en conjunto. Para hablar de comunicación ambiental, Gavirati plantea una visión que sigue esta idea, teniendo en cuenta que en cada situación hay un contexto macro y micro social, que convive con lo simbiótico. Las creencias de los actores que intervienen influyen.

Por otro lado, tomamos la clasificación de González Gartland (2019) sobre tipos de estrategias de comunicación en salud, para clasificar las estrategias de comunicación ambiental del Municipio Colonia Carlos Pellegrini. De las estrategias que menciona la autora en este trabajo nos enfocaremos en las estrategias de comunicación mediáticas, estrategias de comunicación institucional y estrategias de comunicación comunitarias.

Con estrategias de comunicación mediáticas se refiere a brindar información mediante los medios masivos de comunicación y que tienen un alcance local mayor. Las estrategias de comunicación institucional son las que están pensadas desde una organización y destinadas a la población en torno a donde la organización desarrolla sus actividades. Y, por último, las estrategias de comunicación comunitarias, son las que impulsan la participación e intervención de la comunidad en la solución de problemas.

Tal como planteamos al inicio de este trabajo, una de las cuestiones que nos interesa abordar es la noción de Educación Ambiental dado que entendemos que es una dimensión relevante en el ámbito de la comunicación ambiental. Para ello, recurrimos a la Ley N°27621, que comprende que la educación ambiental se desarrolla continuamente. Esto incluye el respeto por la biodiversidad y por la cultura. La educación ambiental tiene que ayudar a comprender la articulación entre los distintos elementos que forman parte del ambiente, y así formar en las personas un pensamiento crítico, que impulse la valorización de la diversidad, tanto en términos de naturaleza como en términos culturales y sociales. Es decir, que impulse la interdisciplinariedad. De esta forma, la educación ambiental debe fomentar la participación ciudadana, fomentando una perspectiva ambiental que está en constante diálogo con los conocimientos, prácticas y valores de la región, y que permita tanto el acceso a la información como la participación ciudadana.

El artículo 25, incorpora el artículo 92 de la ley 26.206, de Educación Nacional, incorpora diversas leyes internacionales sobre ambiente y el artículo 41 de la Constitución Nacional. En el primer artículo mencionado, el artículo 92, se pone en relevancia la importancia del ambiente, la biodiversidad y los recursos naturales. Así como también su respeto, conservación, preservación y prevención de los daños. Además se deja en claro que se financiará los gastos que se presenten por aplicar esta ley.

Por otra parte, en el artículo 41, de la Constitución Nacional, se hace referencia al derecho de los habitantes argentinos a poder disfrutar de un ambiente equilibrado donde puedan desarrollarse sin arriesgar las futuras generaciones. Este artículo impone a las autoridades nacionales la preservación del patrimonio natural, cultural y la diversidad biológica, en concordancia con las jurisdicciones locales.

## **ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL EN LA COLONIA CARLOS PELLEGRINI**

Para llegar a la Colonia Carlos Pellegrini se deben recorrer 40 km de ripio, durante este trayecto, se pueden apreciar la fauna y flora del lugar. Hay límites de velocidad puesto que, en carretera suelen aparecer desde aves, hasta yacarés. Estos últimos suelen aparecer cuando la laguna de Los Esteros del Iberá tiene bajos niveles de agua.

Dicha laguna forma parte de la Reserva Natural Los Esteros del Iberá, reserva que se creó en 1983. La reserva tiene gran influencia en la Colonia. Al estar rodeada por la laguna, antiguamente el acceso era solamente por embarcaciones. Actualmente su única conexión con el ripio de la Ruta 40, que conduce a Mercedes, es un terraplén que se construyó para tener un mejor acceso a la colonia.

Cualquiera que quiera visitar el municipio puede notar el cambio paulatino al dejar atrás la ciudad de Mercedes y acercarse a la Colonia y a la Reserva. El camino de tierra colorado empieza donde empieza el ripio y es el suelo que se aprecia en toda la Colonia.

Hay múltiples peatonales, algunas incluso cuentan con miradores para apreciar la extensión de la laguna. La peatonal principal es también el centro comercial. En esta peatonal se encuentra una cafetería, en cuyo predio conservan una casa antigua de barro. También crearon sus propios senderos y un estanque en el jardín trasero. Alimentan a las aves desde ahí, y es un jardín al que los visitantes tienen acceso.

Dentro de la colonia se encuentran artesanías de todo tipo. Tanto propias del lugar (cuero, madera, palma y espartillo), como productos industrializados (mermeladas, bombachas de campo, entre otras). Recorriendo las calles todavía se encuentran estructuras de barro, como la primera escuela de la Colonia. Se encuentra frente a la municipalidad y hoy en día funciona como el comedor de un hospedaje.

La Reserva alberga 350 especies de aves aproximadamente, algunas de las cuales se observan desde que se entra en la Colonia. Es por esto, que los habitantes no tienen huertas, puesto que las aves no dejan madurar los frutos.

En el relevamiento que realizamos respecto de las diferentes estrategias de comunicación y educación ambiental en la colonia encontramos que la mayoría son emitidas y/o producidas por el municipio y acompañadas por otras organizaciones tales como la escuela e integrantes del sector de turismo.

El Departamento Ejecutivo de la Colonia se compone por el intendente, la viceintendente, el secretario de gobierno, la tesorera, y la pro-tesorera, un encargado del sector obras públicas y una administrativa. Tienen un concejo deliberante, con 4 participantes y una dirección de turismo.

La colonia cuenta con una escuela que ofrece desde educación inicial hasta educación terciaria. Los alumnos pueden elegir entre el terciario en turismo y el de chef profesional. También hay una escuela rural más alejada del centro de la colonia.

El sector turístico se compone por un lado por personal de los alojamientos privados que brindan servicios a los turistas. Por otro lado, existen guías que trabajan por cuenta propia. Pueden ser guías de ambos parques o guías culturales. Con respecto a las guías culturales, son mujeres que han vivido toda su vida en la colonia y fueron capacitadas para hacer recorridos explicando la historia, fauna, flora y las creencias del pueblo. Actualmente, del primer grupo de mujeres que se capacitaron para esta tarea, solo una ejerce como guía.

El Municipio cuenta con cuenta de Facebook e Instagram. Aunque comparten algunas de las publicaciones, en general, la cuenta de Instagram tiene como objetivo atraer turistas con la gran biodiversidad de la Reserva. En ambas cuentas se postea información importante como el cierre del puente de acceso a la Colonia. Sin embargo, la cuenta de Facebook también integra las actividades abiertas a la comunidad que son organizadas por el Centro Cultural. Promueven actividades deportivas, recreativas, charlas, cursos y capacitaciones. Además, dan avisos sobre actividades que se dieron en marcos institucionales. En esta página no hay otras referencias al ambiente como tal, es decir, no hay publicaciones en fechas referidas al ambiente. Como ejemplo se puede mencionar el 22 de mayo,

Día Internacional de la Diversidad Biológica. Sin embargo, sí se promueven actividades que tienen que ver con esta temática, como son las promociones a la 11° Feria de las Aves y Vida Silvestre. Además, en la casilla de información de la página, tienen links a una página de Facebook y otra de Instagram. Estas páginas son del Portal „Laguna Iberá“ - Colonia Carlos Pellegrini y de la Dirección de Turismo respectivamente.

En cuanto a la página del Portal, cuenta con 16 mil seguidores, casi 12 mil seguidores más de los que posee la página del Municipio. Desde esta cuenta si hay publicaciones que tienen que ver con la biodiversidad del área que los rodea.

Para el análisis de la página de Facebook tomamos como ejemplo el video que se publicó el

25 de mayo en la página municipal. Dicho audiovisual se llama “Corrientes, Tierra de Yaguaretés”. Es una serie de videos con diferentes protagonistas. Fue hecho en colaboración con la Fundación Rewilding Argentina. El video publicado en la página de la municipalidad tiene como protagonista a Diana Frete, viceintendente de la Colonia. El audiovisual cuenta como es el sentimiento de pertenencia a la Colonia y como es la repoblación de yaguaretés en la Reserva del Iberá. Tiene una duración de 6 minutos.

En esta producción Diana dice: “Trabajar en el municipio me permite que esa hoja de ruta, ese norte, tenga una mirada de desarrollo local, tenga una mirada comunitaria y por sobre todo que sea representativa de los peregrinos”. Agrega que para ella: “Iberá es mi identidad, no sería quien soy de no haber nacido en este lugar”.

Pellegrini es un lugar con mucha historia en sus casi 100 años. Las principales actividades productivas de sus habitantes han transitado desde mariscadores, cazadores, arroceros a promotores del turismo y la conservación de la biodiversidad.

Diana menciona que “A través de una alianza con la naturaleza ,hoy, en el turismo (el pueblo) encontró su norte.” Y añade: “Es el lugar donde nosotros nos encontramos conviviendo con esa fauna y, no sólo conviviendo, sino cuidando y conservándola. Cuando perdemos especies perdemos parte de nuestra identidad, es identidad que no solamente se encuentra en las artesanías y en las poesías.”

En términos de González Gartland (2019), esta es una estrategia de comunicación institucional, ya que, es un mensaje pensado desde la organización encargada del cuidado de los Yaguaretés en la Reserva, en conjunto con Diana y su equipo de trabajo. En este audiovisual se cuenta parte del trabajo que se hace para el cuidado de los yaguaretés y lo que significa para la comunidad cuidarlos. Además, Diana habla sobre lo que significa para ella ser parte de la comunidad y como es su visión de esta.

Hay una fuerte conexión entre la identidad y la biodiversidad que rodea la colonia. Sin embargo, no se termina de hablar sobre las estrategias para conservar la naturaleza desde un punto puramente ambientalista.

Por otra parte, la Colonia cuenta con una radio es municipal. Esta tiene señal FM que llega a

40 km a la redonda. Hay cuatro operadores trabajando. Para nuestra investigación entrevistamos a uno de los operadores ellos de la radio nos comentó que para él “la radio cumple una función primordial principal y fundamental de informar los comunicados, las actividades de los cursos, de los talleres, que se van realizando en la municipalidad, en algunas instituciones o en el centro cultural”.

Según González Gartland (2019), las estrategias de la radio son estrategias de comunicación mediáticas, ya que, consideramos a la radio un medio local, puesto que depende del municipio. Aunque también tiene estrategias de comunicación comunitaria, puesto que impulsa la participación de la población en diferentes actividades.

Tomando estos comentarios, analizando de las redes sociales del municipio y la cartelería física presente en la Colonia podemos decir que, en términos de Massoni, el tipo de encuentro dominante es de manera más vertical y jerár-

quica, propia de una dimensión informativa. Es decir, que la comunicación ambiental no tiene una dimensión colaborativa o participativa, sino que es pensada y publicada desde un sector y llega a la comunidad como información.

Dentro de los problemas que se mencionan en las respuestas de los entrevistados, el más frecuente es sobre el reciclaje de residuos sólidos y tratamientos cloacales. Desde hace 8 años, aproximadamente, en la Colonia hay una planta recicladora. Si bien mencionan que el municipio ofrece capacitaciones sobre el tema. En línea con esto, Victor, guía independiente de los Parques, menciona que: “el municipio está presente y que trata de estar al pendiente de eso como tenemos la planta de reciclaje fuera del pueblo se trata de clasificar los residuos, de tener un mejor orden para poder reciclar, es un proceso largo de mucha educación, de mucho trabajo en conjunto pero la sociedad está está procurando este clasificar los residuos”. Por su parte, Liliana, directora de una escuela rural de la zona, y preceptora de la escuela de la Colonia Carlos Pellegrini, nos comenta que “la población no toma conciencia del cuidado del ambiente”.

En cuanto a cómo se da la educación ambiental en la colonia, Liliana nos comenta que desde la escuela rural constantemente trabajan con los alumnos las temáticas del cambio climático (sequías, el fenómeno de la Niña, entre otros), el tratamiento de residuos orgánicos, el conocimiento de especies autóctonas. Las formas de introducir al alumnado en estas temáticas varían desde talleres de arte hasta salidas educativas. Tienen un proyecto de recolección de residuos en la Ruta 40, donde hacen también observación de aves acuáticas.

Esta escuela se puso en contacto con el municipio para garantizar que pase del camión recolector de residuos reciclables por el paraje donde se encuentran. Enseñan a la población a separar los residuos a través de charlas y nuevos proyectos que surgen. Si bien no tienen un proyecto interdisciplinario junto al municipio, si participan en conjunto. Además, se encuentran en constante comunicación con los parques provincial y nacional. Realizando charlas y visitas guiadas para los alumnos. Las charlas tienen temáticas variadas.

Esto no se trabaja de la misma manera en la escuela de la Colonia. Si tienen proyectos referidos al ambiente, son trabajados internamente con el alumnado. Maria, directora de la escuela, nos comenta que ella cree que las estrategias utilizadas dentro de la escuela si tienen un resultado positivo en los alumnos.

Teniendo presente la Ley N°27621 y su abordaje en Educación Ambiental, vemos que es diferente la manera de abordar la temática en las distintas áreas que trabajan con dichos temas. En este sentido, el trabajo interdisciplinario muchas veces no se toma en cuenta. Cada actor, ya sea, la municipalidad, la escuela o el sector de turismo, hacen proyectos independientes.

En cuanto al sector turismo, Vircor nos comenta que tanto la municipalidad, como los Parques, realizan cursos y talleres para todo los guías. Convocan oradores invitados con más experiencia en la materia, quienes se encargan de dar orientación y actualizar los conocimientos de los guías locales.

Sin embargo, es más difícil poner al turista en un lugar de concientización. Siendo que el turista se acerca hasta la Colonia con el objetivo principal de ver fauna y flora a la que no tiene acceso en la ciudad. Y los cursos y talleres son dedicados a los trabajadores del sector, siendo tarea de estos concientizar a los turistas.

Todavía hay muchos turistas que llevan mascotas cuando eso no está permitido. Además, la mayoría no tiene conciencia sobre los problemas que trae no separar los residuos, ni están enterados de que en la Colonia hay un sistema de reciclado.

Como otras estrategias que toman los parques en esta cuestión, se pueden mencionar las carteleras físicas que se encuentran en los parques. Dichos carteles, dan cuenta de ciertos comportamientos animales, y las reglas a las que el visitante tiene que atenerse para que la visita sea satisfactoria para él y para los animales que se pueden apreciar. No obstante, varios de estos carteles necesitan un mantenimiento constante. Ya que, los actuales, se en-

cuentran mayormente despintados o rotos.

Dentro de la colonia hay actores que intentan poner en marcha proyectos que abarquen no solo lo ambiental, sino también lo cultural y lo social, involucrando a más personas en el cuidado de la biodiversidad. Notamos, por ejemplo, que la escuela rural tiene más libertad a la hora de optar por proyectos que tengan más influencia en la comunidad que la rodea. Sin embargo, entendemos que la interdisciplinariedad que impulsa la ley es difícil de conseguir en la realidad.

## **CONCLUSIONES**

A lo largo de este trabajo hemos hecho un recorrido por diferentes áreas de la Colonia Carlos Pellegrini, resaltando las estrategias de comunicación y educación ambiental.

Dentro de las estrategias de comunicación que fuimos observando, vemos que cada sector tiene las propias en torno a los problemas ambientales. Además, gran parte de estas son informativas, es decir, quedan en el nivel de la difusión de datos sobre los temas medioambientales y sus consecuencias para la vida humana. Encontramos que las estrategias de la escuela rural son las más participativas y transversales. Creemos que esto puede darse debido a que parece tener una mayor autonomía institucional y de recursos para implementar sus estrategias en educación ambiental entre sus estudiantes.

Entendemos que alcanzar el trabajo interdisciplinario en diferentes ámbitos es una tarea compleja. Pero al no estar articuladas las distintas estrategias se dificulta el poder tener un alcance mayor a la hora de concientizar a la población general sobre las problemáticas existentes.

Dentro de los mayores problemas ambientales que el municipio pone en agenda, según hemos podido hallar a lo largo de esta investigación, se refiere a la recolección de residuos. En este punto, podemos señalar que si bien se usa un camión especial de basura que lleva los recolectado a la planta recicladora aún falta darle mayor importancia al reciclado ya que parece no alcanzar con dicha acción. Entre las iniciativas que se pueden implementar para sensibilizar a la población de la Colonia se encuentra la participación comunitaria orientada al involucramiento de los y las ciudadanas en la toma de decisiones respecto de los temas ambientales. Por otra parte, creemos que resulta necesario incluir talleres sobre reciclado abiertos a la comunidad y los turistas. En el caso de los turistas, el objetivo es que puedan reflexionar y comprender el problema de que el consumo sin reciclado perjudica severamente el ambiente. A partir de esto, la idea es que al regresar a sus vidas cotidianas habiendo vivido la experiencia de lo que significa separar los residuos y cómo repercute en distintos lugares por más lejos que se encuentren.

Por otro lado, hemos notado que la Colonia no cuenta con dirección o secretaría de Ambiente propiamente dicha. Si tienen una Dirección de Turismo. Cuando hablamos con los entrevistados sobre las temáticas ambientales se menciona mucho la secretaria de turismo. Entendemos que la secretaria de turismo es también la encargada de cuestiones de ambiente.

Jaramillo plantea que para abordar un tema hay diversas maneras de hacerlo. Para definir las estrategias hay cosas a considerar como los objetivos a lograr. En este sentido, tanto en la Colonia como en la Reserva, teniendo en cuenta que es importante tener una voz propiamente ambiental, se pueden repensar estrategias. La creación de un espacio específico de ambiente dentro del municipio podría ser un paso clave. Así como también, lo aquí expuesto para mejorar la comunicación y la educación ambiental en el territorio.

Nos parece importante poner en relevancia la importancia de la conservación de la biodiversidad de la Reserva del Iberá en conjunto con las autoridades de Colonia Carlos Pellegrini. En ese sentido este tipo de trabajos pueden servir para empezar a poner en agenda la educación y comunicación ambiental. Se pone en manifiesto las problemáticas a las que se enfrentan distintas áreas de una comunidad. Y sirve como ejemplo de algo, que aunque parece una situa-

ción individual, se repite en diversos lugares.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- JARAMILLO LOPEZ, J. C. (2011). ¿Comunicación estratégica o estrategias de comunicación? El arte del ajedrecista. Documento presentado en el VII Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional, “Comunicación Estratégica o Estrategias de Comunicación, he ahí la cuestión del DIRCOM”; Universidad Autónoma de Occidente; sept. 28-30/2011; Cali, Colombia.
- MASSONI, S. (2019): Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva: un aporte latinoamericano a la comunicación organizacional. Revista Organicom. Vol. 16 Núm. 30.
- GONZÁLEZ GARTLAND (2019): Comunicación en salud: conceptos y herramientas. Universidad Nacional de General Sarmiento, 1a ed; Los Polvorines, Argentina.
- GAVIRATI, PABLO (2016): La comunicación ambiental, territorio transdisciplinario emergente. La Trama de la Comunicación - Volumen 20 Número 1; enero a junio de 2016 / p. 109-127; Buenos Aires, Argentina.

**MESA 11**

# Comunicación y Deporte

# Cuerpo, comunicación y cultura deportiva

Gabriel Cachorro UNQ-UNLP  
gabriel.cachorro@unq.edu.ar

UNQ-UNLP

## Introducción

Esta ponencia formula la pregunta ¿cuáles son las relaciones del cuerpo, la comunicación y la cultura deportiva? A partir de este interrogante se establecen como propósitos de indagación la identificación de diversas variantes de comunicación que manifiesta el cuerpo en las instituciones deportivas, el relevamiento de propuestas deportivas disponibles en la sociedad y el armado de un criterio de clasificación de distintas culturas deportivas de acuerdo con sus propiedades (eclecticas, híbridas, tecnológicas, tradicionales, sincréticas, híbridas, ensambladas).

En la propuesta de investigación, se utilizan como referencias empíricas de abordaje distintos tipos de deportes, seleccionados como muestras representativas de conformaciones culturales relevantes. La disponibilidad de un catálogo de propuestas corporales del deporte es un dato empírico procesado que detalla sus características más importantes y distintivas. La base de datos de deportes sistematizados y clasificados que nos posibilita el uso de una matriz teórica metodológica para estudiar las relaciones del cuerpo, la comunicación y la cultura. Al analizar las conformaciones particulares que asumen las prácticas deportivas en la trama de la cultura, ofrecemos una descripción de las opciones de interpretación de los deportes, con una estética de la mirada fijada en ejes de lectura de la comunicación.

La óptica de apreciación contempla la comunicación física motriz (repertorios codificados de sistemas técnicos, tácticos y estratégicos. Comprensión de la lógica interna de funcionamiento. Descripción de la gramática de la formación deportiva), la comunicación social (producción de “hexis corporales” con portes, posturas, gestos de grupos particulares portadores de una cultura deportiva diferenciada a partir de la cual se establece una identidad corporal), la comunicación no verbal (Estructuración de las nociones perceptivas del cuerpo, objetos y el entorno. La cronémica, proxémica, háptica, paralingüística. Competencia del practicante en los encuadres para las interacciones corporales), la comunicación corporal (procesos de subjetivación y producción de subjetividades a partir de la cualidad sensible del cuerpo puesto por el sujeto en su participación de la vida cultural).

## Las culturas deportivas y sus formas de comunicación

El deporte podemos considerarlo como una referencia empírica de abordaje que podemos “hacer hablar” ofreciendo una versión subjetiva de nuestro punto de vista de investigador. Los posibles objetos de estudios del deporte se corresponden con planos de lectura predilectos del observador. Al instalarnos en el lugar donde desarrollamos nuestro trabajo de campo apreciamos las formas peculiares que asumen las culturas deportivas. En esas formas de producción cultural se escogen modos de comunicación de los cuerpos del deporte. En el ejercicio de la mirada interpretativa de las distintas escenas deportivas, las ópticas de apreciación de los modelos de comunicación tienen planos de lectura diferenciados:

**La comunicación física motriz.** En este formato los observables de indagación son las múltiples asociaciones que posibilita la palabra físico (condición física, preparación física, actividad física, sesiones de entrenamiento físico,

las tareas físicas, cualidades físicas, aptitud física). En este punto de interés se pone en foco los repertorios codificados de sistemas técnicos, tácticos y estratégicos de sus hacedores en el compromiso físico deportivo. Se utiliza un criterio analítico para la comprensión de la lógica interna de funcionamiento de los jugadores. Este procedimiento de lectura técnica e instrumental obliga a disponer de un conocimiento especializado sobre las gramáticas de la formación deportiva que cada disciplina desarrolla en su campo autónomo.

A partir de estas coordenadas de apreciación, se desprende la importancia de mirar con detenimiento el aspecto físico. La constancia material de los participantes compuesta de huesos, músculos y articulaciones del cuerpo. Es el soma de las personas con su morfología, anatomía y fisiología humana. Elemento biológico indispensable para iniciar una construcción de un relato deportivo. La antropometría de los cuerpos “ectomorfos, mesomorfos y endomorfos” (Sheldon & Stevens, 1972) comunica a través de sus presencias tangibles y moviliza las etiquetas sociales de los observadores para asociar los biotipos de cuerpos con prácticas deportivas.

La apariencia física de los seres humanos, su aspecto exterior moviliza las tipificaciones sociales. En las representaciones corporales de los practicantes de equitación, basquetbol, ballet, sumo se hace patente las demandas de tipologías físicas acordes a este tipo de expresiones motrices. En este espectro heterogéneo de la muestra se suelen trazar estudios de somatocartas que opera como criterio de evaluación y medición de los volúmenes corpóreos y ponderar las cercanías de los cuerpos humanos con los parámetros estandarizados de modelos de cuerpos tipificados para cada disciplina deportiva. Se implementan las clasificaciones de los cuerpos respondiendo a los requisitos funcionales, biomecánicos de los deportes de acuerdo con las correspondencias que ofrecen sus tallas físicas en el desarrollo de las actividades físicas deportivas que organiza cada práctica corporal.

El aspecto motriz posibilita analizar en los verbos de la actuación (correr, saltar, trepar, lanzar, pelear) involucrando técnicas y patrones del movimiento codificados. El estudio de los comportamientos motrices, el seguimiento de sus interacciones en sistemas de juegos autocontenidos de la “comunicación motriz y contra comunicación motriz”, las divisiones entre instancias “psicomotrices y sociomotrices” (Parlebas 2002), está fijado en el seguimiento de los aspectos biomecánicos de los jugadores en las actuaciones motrices. En las diferentes culturas deportivas, se construyen códigos encriptados de comunicación motriz para fortalecer los juegos de cooperación entre los miembros de un equipo y para despistar a los rivales en los juegos de oposición. Las problematizaciones de las formas expresión motriz en los deportes individuales hacen prevalecer una comunicación solitaria del practicante con el entorno natural (alpinismo, natación) y en los casos de los deportes colectivos se desarrollan interacciones sociales (handball, hockey, basquetbol) haciendo resaltar las maniobras conjuntas de coberturas, relevos, postas, jugadas preparadas de laboratorio, exigiendo un entendimiento con los compañeros de equipo a través de una elaborada comunicación sociomotriz.

**La comunicación social.** Esta clave del registro nos ofrece la chance de atender un amplio espectro de manifestaciones corporales engendradas en las múltiples realidades deportivas. En las conformaciones de específicas propuestas deportivas con designaciones aleatorias (tradicionales, alternativas, no convencionales, extremas) advertimos la producción de “hexis corporales” (Bourdieu, 1979). La exposición de sus indumentarias, portes, posturas y gestos de grupos particulares portadores de una cultura deportiva diferenciada conforma géneros y estilos deportivos distintivos.

La construcción social de rasgos singulares en el deporte posibilita el trazado de una identidad corporal capaz de diferenciarse de otras variantes culturales existentes en el deporte. La composición de la figura corporal de rugbiers, atletas, gimnastas, malabaristas, bailarines, boxeadores, constituyen casos particulares que retratan con nitidez la diversidad de opciones de organización de trayectorias de vida social diferente para diseñar la identidad personal. A partir de los modos de presentar los cuerpos en la sociedad disponemos de indicios acerca de las pertenencias y referencias en la adscripción identitaria, resaltando la inclusión en grupos, clases, comunidades, frentes, movimientos del deporte como fenómeno social.

**La comunicación no verbal.** Esta versión, nos ubica con otro esquema de abordaje que fija sus registros en la estructuración de las nociones perceptivas del cuerpo, los objetos del entorno, los espacios y tiempos en el devenir de las vidas cotidianas deportivas. El planteo es desarrollado por la Escuela de Palo Alto, aporta estudios e investigaciones acerca de la “comunicación invisible” durante las relaciones humanas. Estos trabajos fueron sistematizados y ordenados por Knapp (1992) en el análisis de los aportes de Birdwistell, Ekman, Goffman, Hall, se basa en la lectura de la cronémica, proxémica, háptica, paralingüística que son elementos de observación cruciales para entender las conductas sociales con marcos de acción que delimitan la pertinencia de los comportamientos corporales.

En este tipo de tratamientos, se trata de apreciar la competencia motriz del practicante para desenvolverse en los encuadres de realización especializados. En este caso, las instancias de formación cultural obtenida en los trayectos de vida deportiva resultan indispensables para mostrar la pericia en manejo idóneo de las interacciones corporales. En los tratamientos metodológicos de los episodios corporales, se establecen registros de fenómenos sociales prestando atención a las estructuraciones perceptivas de los mundos de vida cotidiana. Las guías de observación apuntan a tomar nota de los mecanismos de percepción de la realidad donde se localizan los participantes.

**La “comunicación corporal”** (Le Breton 1999, Cachorro 2004) ofrece un marco teórico metodológico con una óptica de apreciación centrada en reconstrucción de los procesos de subjetivación que elaboran los sujetos del deporte. Son operaciones reflexivas muy importantes centradas en las tecnologías del yo, que cada sujeto experimenta en su curso de vida deportiva. El enrolamiento en una práctica deportiva está impulsado por vocaciones corporales y mientras esto acontece existen distintos niveles de problematización del vínculo de la persona con la institución deportiva. La profundidad del lazo con el deporte activa sus preguntas existenciales para conocerse a sí mismo poniendo en el centro de la interpelación al propio cuerpo, sus deseos, pasiones, proyecciones de futuros en el ámbito social escogido.

Esta versión de la comunicación apunta su mirada a la comprensión de las formas de producción de subjetividades que ponen en juego un grupo de participantes de una comunidad deportiva. Las subjetividades de los actores indagados son asumidas como sensibilidades que inexorablemente deben pasar por el cuerpo de los sujetos y se elabora durante las situaciones de participación de la vida cultural, fijando en la memoria corporal las sensaciones de dolores, placeres, gratificaciones, frustraciones. En este caso la comunicación del cuerpo es organizada a partir de la consideración de su cualidad sensible, su capacidad de afectar y ser afectado por los otros en el devenir de las vidas deportivas comunes y ordinarias.

En esta propuesta se aborda al sujeto en su participación de la vida cultural sensible y vulnerable. Se consideran la subjetividad y el cuerpo hechos a imagen y semejanza del otro invasor que logra estremecer, seducir, conmovir, excitar los estados de ánimo de los cuerpos. Este criterio de elaboración de la comunicación sugiere hacer interpretaciones de las performances corporales tratando de decodificar los sentidos sociales de los grupos sociales analizados en tramas intersubjetivas e intercorporales. La comunicación desde esta opción metodológica es sinónimo de sensibilidad, afección, apertura a la diferencia cultural con un compromiso de presencia (estar instalado con el objeto de estudio en el lugar de los hechos deportivos) y escucha hacia la alteridad (disponiendo de un ejercicio de reflexividad que posibilite entre verse con el otro con la mediación del lenguaje verbal y no verbal).

### **Las conformaciones culturales del deporte**

En el ejercicio de una curaduría de las expresiones deportivas podemos considerar como herramientas teóricas metodológicas las variantes de comunicación que hemos expuesto. Son abordajes que facilitan la organización y procesamiento de los datos empíricos de la porción de realidad escogida para construir nuestro objeto de estudio. Son enfoques que nos ayudan plantear con claridad nuestros focos de interés, pudiendo optar con los recursos de la comunicación física motriz, la comunicación no verbal, la comunicación social y la comunicación corporal. Estos insumos son matrices de interpretación que posibilitan la producción de específicas narrativas deportivas.

A estos marcos explicativos de la realidad deportiva podemos agregar otro tipo de abordajes para engendrar versiones de autor interprete que selecciona y prioriza variantes culturales del deporte muy particulares y distintas entre sí. Al escoger una de las tantas opciones de contemplación disponemos de procedimientos artesanales para especificar procesos culturales del deporte. En este posicionamiento del investigador se trazan las intenciones etnográficas y biográficas de búsqueda en las culturas deportivas. En el ejercicio de relevamiento, recolección y sistematización de distintos tipos de manifestaciones culturales del deporte ofrecemos un inventario con las siguientes conformaciones.

### **Las ambigüedades del eclecticismo**

Los mensajes del cuerpo se desarrollan en el espacio imaginario de lo indeterminado. Sus contornos son indefinidos y escapan a los acuerdos de interacción convencionales. Sus formas de comunicación son indirectas, activan la libre interpretación de sus mensajes. Las obras ponen el acento en la expresión corporal que escapa a los sistemas clasificatorios y las taxonomías corporales preestablecidas.

En esta situación emerge la imagen del cuerpo fragmentado. Allí se ilustra la idea de agrupamiento desordenado de piezas que asegura el señalamiento de sus escisiones, discontinuidades con el conglomerado de partes dispersas. En las propuestas corporales del eclecticismo se utilizan el recurso del acertijo indescifrable, las puestas en escena corporales del desorden. Las manifestaciones corporales del caos, la anarquía de juegos callejeros o la anomia disparatada y delirante de los juegos de improvisación repentina genera todo un experimento de ruptura y de discontinuidad de nuestros parámetros de normalidad.

En la composición de variantes del eclecticismo se nos está planteando el desafío entender un rompecabezas que supera nuestra capacidad de integrar lo disperso en un todo coherente y unificado. A veces las obras de danza contemporánea más endogámicas y radicales, los talleres experimentales de porno terrorismo o las improvisaciones aleatorias de cuerpos del entretenimiento ofrecen en sus dislates, una asociación de incongruencias corporales fuera de las sujeciones institucionales contenedoras de recetas de comprensión social. Esta conformación cultural muestra el desencanto de las estructuras racionales de instituciones modernas que niegan las pulsiones del cuerpo y lo encauzan hacia fines productivos.

### **Las ambivalencias de la hibridez**

En la propiedad ambivalente, los mensajes del cuerpo transmiten la interdependencia de dos valencias opuestas. En estas configuraciones culturales se propone un movimiento que oscila entre las incursiones de opciones alternativas (hacer pasajes de un deporte a otro) y alterativas (reinventar una práctica deportiva modernizarla). Las ambivalencias toman los dualismos solo como puntos de referencias y circulan sin posiciones fijas, entran y salen de sistemas codificados del lenguaje antagónicos. Los cuerpos alternativos se acercan y separan entre posiciones dilemáticas, el amor y el odio, genético y epigenético, “la vida y la muerte” (Bernard 1985, p. 11).

La idea de la alternancia es tocar los extremos, pero no quedarse en uno de los polos. La posición ambivalente juega a dos puntas e intenta apartarse de la quietud en una posición fija y extrema, trasciende la polaridad, subraya la transición de un estado a otro. Es movimiento, trance dinámico en el contexto de prueba de un catálogo de propuestas corporales a la carta que dispone un ciudadano, sus incursiones, estadías, abandonos, retornos abonan la formación cultural deportiva en la hibridez. Esta idea de la circulación sin anclaje definitivo asegura la producción de transformaciones, cambios y giros de las culturas deportivas híbridas.

### **Los monólogos tradicionales**

La comunicación monológica propone la univocidad de los mensajes del cuerpo. Son transmisiones de ideas claras y directas, enfatizan la nitidez en la transmisión del contenido del mensaje unidireccional. Esta figuración se de-

muestra en los cuerpos ortodoxos (de las artes marciales, los centros tradicionalistas, academias de ballet clásico) que exhiben la disciplina corporal y el orden comunitario en sus ceremonias, desfiles o coreografías colectivas. La premisa de esta versión cultural es la conservación de sus prácticas asumiendo posturas fundamentalistas capaces de proteger las purezas inalterables de los contenidos.

Las estrategias de comunicación en el cuidado de los cuerpos ortodoxos se materializan en las repeticiones de rutinas, montaje de estructuras de participación convencionales, apuestas a las reuniones periódicas con costumbres típicas y preparación de rituales de reforzamiento de las técnicas corporales especializadas. Las culturas de los cuerpos tradicionales transmiten una idea fortísima de compromiso, fidelidad, entrega e inmersión en la reproducción de formas corporales con mínimos márgenes de varianza.

### **Los ensamblajes politécnicos**

La convergencia de técnicas corporales de distintas procedencias deportivas asegura la composición de una comunicación politécnica de los cuerpos. Son ilustrativos los estudios de casos de las personas adeptas al decatón, pentatón que integran destrezas diferentes en una misma carrera. En este caso surge la idea de fabricación de un cuerpo portador de múltiples recursos técnicos para establecer distintos tipos de soldaduras entre elementos. En las producciones culturales de los ensambles los mensajes del cuerpo se exponen en la complejidad de múltiples repertorios técnicos codificados capaces de operar en planos simultáneos. En estos casos, advertimos el cuerpo de la disponibilidad de un rico acervo motriz, su versatilidad para acoplar patrones motrices operacionalizado en los deportes combinados.

En el despliegue de recursos politécnicos aparece la figura emblemática del cuerpo máquina, con su reproducción estereotipada de automatismos económicos y eficaces, la robotización de los movimientos técnicos en las performances atléticas que intentan transmitir la cercanía a la perfección de los engranajes de un sistema de movimiento motriz. En la contemplación de las escenas del cuerpo y la comunicación cotejamos las capacidades físicas (fuerza, resistencia, velocidad, elongación muscular, flexibilidad articular) y la condición motriz (coordinación, destreza, habilidad, equilibrio) de los atletas hacedores de las performances corporales extremas.

### **Las estrategias publicitarias de las fusiones**

La comunicación publicitaria que convierte al cuerpo en un objeto central en la invención de necesidades o canalizaciones de deseos deportivos. En las industrias culturales del ocio y el entretenimiento podemos prestar atención a los usos sociales del cuerpo en la sociedad capitalista. Los fenómenos de globalización económica, las mundializaciones de las culturas deportivas exponen la trascendencia y el impacto social en las vidas ordinarias de las personas.

En el diseño de propuestas deportivas comerciales, los mensajes del cuerpo son empáticos, colonizadores, persuasivos y seducen al consumidor, instalan estereotipos corporales. Las agencias destinadas a la invención de “prácticas y consumos deportivos” (Bourdieu, 1990 p. 193) crean un cuerpo fetiche reificado, cosificado guiado por las lógicas del mercado. Son emblemáticas las situaciones de promoción de turismo deportivo de alto riesgo, deportes extremos, actividades físicas adrenérgicas. Los vuelos de bautismo, las experiencias acuáticas del hombre delfín, las tirolesas vertiginosas en sitios inhóspitos o ejercicios de funambulismo en paisajes paradisiacos.

El cuerpo es una mercancía, una fuerza de trabajo, una relación de producción que reedita la vieja teoría marxista de las variantes económicas en las relaciones entre personas. Las estrategias de comunicación apuntan a instalar modelos de cuerpos ideales tratando de hacer valer sus atribu-

tos destrezas y habilidades motrices. Como refuerzo de esta estrategia de comunicación se erigen ídolos deportivos que funcionan como grandes ejemplos que modelizan y muestran imágenes de ejecuciones deportivas para ser copiados en las reproducciones técnicas de las operaciones motrices. En estas operaciones de las empresas del deporte se establecen cotizaciones de los cuerpos de acuerdo con sus parámetros de belleza atlética y estética del movimiento.

Las formas publicitarias de las propuestas deportivas visibilizan el imperio de las modas y modelos de cuerpos deportivos. Son asumidos como capitales económicos cuyo ejemplo paradigmático podemos verlo en los mercados de pases de jugadores, las transferencias, las cotizaciones de acuerdo con sus cualidades en las prestaciones de servicios, las operaciones de compra y venta, los honorarios de técnicos, entrenadores.

### **Las formas sensibles del sincretismo**

El apelativo a la dimensión sensible de los cuerpos es retomado por distintos tipos de movimientos o frentes culturales que ubican al cuerpo en una búsqueda de mimesis profunda con la naturaleza. Las corrientes ecológicas, los esoteristas, espiritualistas, religiosos, expresan una inquietud por el asunto de las energías vitales externas a la razón y a la centralidad del logos en el sujeto moderno. Los mensajes del cuerpo apelan a la afección subjetiva de los destinatarios, toca y hace vulnerable al otro despertando las fuerzas energéticas que sostienen las relaciones humanas y las relaciones con la naturaleza. En estos casos se configura un cuerpo en conexión con las fuerzas de la naturaleza. En los espacios de participación deportiva, a pesar de los procesos de racionalización y secularización de la modernidad muy compatible con las estructuras organizacionales del juego y el deporte, hay un eterno retorno de las fuerzas negadas y reprimidas en las prácticas.

En el montaje de las escenas deportivas existen apariciones místicas de los cuerpos espirituales. Los relatos épicos, las fabulas místicas, las protecciones divinas de los guerreros originarios de los antepasados reeditan las constantes alusiones a las sensaciones de presencias de santos o ángeles protectores de las luchas deportivas. En el desarrollo de las prácticas deportivas los jugadores sienten y muestran sus intuiciones de los lugares, las corazonadas de sus performances, la premonición de los desenlaces en las contiendas deportivas. El presentimiento, el olfato del cuerpo en su mimesis con la naturaleza abre otro tipo de canales de comunicación. La inmersión de la persona con la naturaleza para establecer un profundo contacto activa una creencia extrasensorial, una búsqueda de instancias de lo paranormal, un apelativo a la clave metafísica. La comunicación sobrenatural es inexplicable con la racionalidad moderna, explicita el retorno de fuerzas reprimidas del inconsciente colectivo.

### **La condición multilingüista del mestizaje**

La preparación cultural de los ciudadanos abiertos a la experiencia del intercambio cultural accede a un repertorio multilingüista de las prácticas corporales. Los mensajes del cuerpo apelan al empleo de mensajes versátiles, adaptativos a los distintos sistemas codificados del lenguaje corporal. Las pruebas de otras realidades deportivas ayudan a educar un “cuerpo poliglota” (Furlan, 1995 p. 37) con distintos idiomas y léxicos corporales. Esta formación cultural excede el manejo idóneo de repertorios técnicos instrumentales, abona la contemplación de los secretos de los cuerpos alojados en las tramas vinculares de grupos que establecen sus propios códigos y acuerdos en el trazado de lo permitido y lo prohibitivo dentro de un sistema de relación social. El multilingüismo de los cuerpos incluye las dimensiones escondidas, reprimidas, silenciadas de las prácticas corporales. Esta ampliación de la mirada redimensiona el espesor y la profundidad de análisis

en el tratamiento de los cuerpos en el deporte, dotándolos de otra consistencia teórica que obliga a inaugurar otros marcos explicativos de la realidad y a sintonizar otras frecuencias de escucha cultural.

Las incursiones en diversas disciplinas deportivas posibilitan la incorporación de distintos tipos de gestualidades en diversos encuadres de actuación cultural. Las trayectorias de los sujetos por el catálogo de propuestas deportivas a la carta, es una Invitación a la degustación de una experiencia cosmopolita. En las pruebas exploratorias de deportes inéditos, se hace la formación del ciudadano protagonista de las opciones de interacción mundializados con sus incursiones en propuestas corporales globalizadas.

### **Las motricidades tecnológicas**

El avance de las culturas digitales irrumpe en los cuerpos y las subjetividades desencadenado la rememoración de los “cuerpos sin órganos” desarrollados por Deleuze Guattari (1988), o la invención de nuevas construcciones lingüísticas que refieren a otros cuerpos deportivos de las generaciones play station. Los “hombres postorganicos” (Sibilia 2005) entre otras sugerentes composiciones narrativas que abordan estas revoluciones culturales que en nuestro campo de estudio nos sirve para analizar la expansión de los juegos en las redes sociales o la creciente proliferación de los deportes electrónicos a escala planetaria con la construcción de una sensorialidad motriz inédita.

En los contextos de producción de las culturas digitales los mensajes del cuerpo apelan a dispositivos tecnológicos utilizando objetos mediadores de las relaciones corporales. Las plataformas y las aplicaciones de las tecnologías de la información configuran entornos de acción remotos que ubican a los cuerpos en pantallas una supresión de los encuentros físicos de los tradicionales cara a cara. Este cambio en las condiciones de interacción y participación social se inaugura una comunicación con incursiones en versiones de realidad virtuales, aumentadas y expandidas.

Esta revolución científica tecnológica impacta en las vidas cotidianas, promueve una sensorialidad motriz inaudita que alfabetiza a los deportistas con comunicaciones sincrónicas, asincrónicas donde los *influencers* ocupan un rol protagónico destacado de esta transformación cultural proyectando las imágenes de sus cuerpos en pantalla. El proceso de intromisión de las TICS en los juegos, deportes y gimnasias conforma “cuerpos virtuales” (Cachorro, 2020) con versiones de comunicación ágiles, dinámicas audiovisuales que aseguran narrativas corporales lúdicas y seductoras para los cibernautas de los espacios web.

### **Bibliografía**

- Bernard M. (1985). *El cuerpo*. Paidós, Técnicas y lenguajes corporales.
- Bourdieu P. (1990) ¿cómo se puede ser deportista? En *Sociología y cultura*. (pp.193-224). Grijalbo, CNCA
- Bourdieu P. (1979). *La distinción. Criterios sociales del gusto*. Taurus.
- Cachorro, G. (2020). Cuerpos virtuales. hechos, datos y observables. En M.V., Martín & P. Vestfrid (Eds). *La aventura de innovar con TIC III: oportunidades y desigualdades en el marco de la pandemia*. (pp. 91-100). EPC.
- Cachorro, G. (2004). Dimensiones viscosas del cuerpo y la comunicación, En *Revista Trampas de la Comunicación y la Cultura* n° 25 (1) pp. 28-41. FPyCS.
- Deleuze G. & Guattari F. (1988). *Mil mesetas, capitalismo y esquizofrenia*. Pre

## Textos.

Furlán, A. (1995). ¿un Cuerpo poliglota? En *Actas del Segundo Congreso de Educación Física y Ciencia*. (pp.35-55). FaHCE-UNLP.

Knapp M. (1992). *La comunicación no verbal*. (pp. 13-45). Paidós.

Nueva visión. Le Breton D. (1999). *Las pasiones ordinarias. Antropología de las emociones*.

Parlebas P. (2002). Cap. II Clasificación de los juegos deportivos. En *Elementos de sociología del deporte*. (pp. 89-119). Instituto Andaluz del Deporte.

Sheldon, W.H y Stevens, S. S. (1972) *Las variedades del temperamento*. Paidós.

Sibilia, P. (2005). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. FCE.

# La importancia de la comunicación en el deporte emergente: Longboard Skate

Luciano Pérez Barrera  
perezbarrereluciano@gmail.com

Universidad Nacional de Córdoba (UNC)

## Abstract

Palabras claves:

(longboard skate - práctica peligrosa - asociación civil- legitimidad – institución)

El longboard skate es una patineta de velocidad que se practica en calles o rutas en bajada y puede alcanzar velocidades de más de 100 km/h. En Córdoba es considerado una práctica peligrosa porque se realiza en un espacio compartido con peatones y autos y, sobretodo, no hay regulación del Estado sobre la práctica.

El objetivo de este trabajo es presentar los resultados de mi tesis de grado que versa acerca del tema comunicación, el deporte emergente y la creación de una asociación civil denominada Cordoba Longboard Club (CLC).

El longboard skate es un deporte emergente por ser practicado -en su mayoría- por jóvenes. A la vez, desde hace 10 años es considerada una práctica peligrosa, tanto por la comunidad cordobesa como por el Estado.

El escrito busca responder a las preguntas de cómo una práctica emergente y disruptiva puede legitimarse en una comunidad y alcanzar el nivel mas alto de la institucionalización. También busca responder a la pregunta de cómo lograr que el Estado regule y reconozca este como un deporte y un estilo de vida.

La metodología utilizada consta en hacer análisis de documentos de las organizaciones implicadas, de contenidos en medios de comunicación y relatos con experiencias de deportistas. Teniendo en cuenta la finalidad de difundir este deporte que tiene una gran afluencia, particularmente del público juvenil.

El trabajo propone dar cuenta de la función del Córdoba Longboard Club en tanto promotor, regulador y difusor del deporte a lo largo de 11 años. Siendo esta una de las vías para legitimar el deporte y lograr así, el reconocimiento del Estado y de la comunidad deportiva.

## ¿Qué es el longboard skate?

El longboard skate es una patineta de velocidad que se practica en calles o rutas en bajada y puede alcanzar velocidades desde 60 km/h hasta 100 km/h. A diferencia del skate convencional, el longboard es una patineta larga que, por el tamaño de la madera, el tamaño y dureza de las ruedas puede circular rápido por todo tipo de superficies: calles, veredas, pisos con cemento alisado. Incluso puede andar por el césped y la tierra. Mientras que el skate pequeño es para hacer trucos a no más de 30 km/h, es de tamaño pequeño y más liviano para poder saltar, girar la tabla y realizar maniobras.

El longboard es una variedad de patineta dentro del skateboarding. El nacimiento del skate es a principios de los años '60 en los Ángeles, California, Estados Unidos<sup>1</sup>. A medida que evoluciona y crece el deporte, cada disciplina cobra entidad propia. Por ejemplo, no es lo mismo un skate que un longboard, son dos cosas similares a la vista (ambos son tienen madera y 4 ruedas) pero son diferentes las destrezas y trucos que se practican. A la vez, es necesario aclarar que hablamos de “longboard skate” ya que si hablamos de “longboard” -solamente- puede confundirse con el “longboard surf”, es decir, una tabla larga de surf. Es necesario dejar en claro las diferencias conceptuales de cada disciplina.

¿Deberías conseguir un longboard o un cruiser skate?



(Sin nombre de autor) (2020) Should you get a longboard or a cruiser board? [Imagen] <https://odysseyboards.com/blogs/the-flip-side/longboard-or-cruiser-board>

En la foto se puede ver de izquierda a derecha una tabla tipo cruiser (cruceiro), un skate y un longboard. Una de las principales cualidades del longboard es que debido al tamaño de la madera y de sus ejes, al momento de aumentar la velocidad en una bajada, el practicante siente estabilidad y seguridad. Contrario a si el practicante se tira de una montaña con el skate debido a que resulta mas dificultoso controlar la velocidad en una tabla mas chica y que no es propia para practicar esa disciplina.

Dentro del longboard existen distintas disciplinas:

Downhill: o cuesta abajo por su traducción en español. Consiste en alcanzar altas velocidades mediante el descenso controlado o por la fuerza de gravedad.

Free ride (corrida libre): el rider se desliza jugando con la inercia acumulada por la tabla por impulso o bajada. Realizan slides (derrapes), maniobras que reducen la velocidad arrastrando o derrapando las ruedas.

Carving/cruising: consiste en el control de la velocidad de la tabla, mediante el balanceo del peso, sobre los laterales. Esos movimientos implican movimientos en zig-zag. Es el movimiento tradicional del surfing, al movimiento también se lo conoce como slalom<sup>2</sup>.

Es necesario aclarar que es muy importante el uso de protecciones para este deporte extremo o de riesgo. Las protecciones a usar son: casco, guantes, coderas y rodilleras. En caso de practicar la disciplina downhill en calles

1 Cejas J. M.; M. A. Kabradajian, L. Perez Barrera (2013) *Cordoba Longboard Club*. [Tesis de Licenciatura]. Universidad Nacional de Córdoba. Repositorio UNC: [https://catalogo.biblio.unc.edu.ar/Record/ciencias\\_informacion.4970](https://catalogo.biblio.unc.edu.ar/Record/ciencias_informacion.4970)

2 Cejas J. (2013) *Cordoba Longboard Club*.

o rutas empinadas, es necesario usar un traje de cuero y casco *full-face* o cerrado.

## Expansión a nivel mundial

El longboard es un deporte que tiene una expansión muy fuerte a partir del año 2009 a nivel mundial. Esto se debe a varios factores: la organización de eventos a cargo de la IGSA (International Gravity Sports Association); se da una evolución radical en la técnica de descenso a cargo del rider llamado Kevin Reimer, esto lo explica en su entrevista con Sabrina Ambrosi<sup>3</sup>. Otro factor clave es la difusión de fotos, videos y testimonios a través de las redes sociales blogspot, Facebook y Youtube.

## Longboard en Cordoba

En el 2007, llega a la capital cordobesa un joven peruano llamado Luis Mantarraya, mas conocido como “el Pana” o “el Primo”. Perú cuenta con muchos adeptos a la cultura de surf y skate. Mantarraya trae su longboard y vive en una pensión de la calle Brasil, cerca de la ciudad Universitaria. Es así que empieza a frecuentar una bajada en la calle Cordobazo y Venezuela frente al pabellón Brujas. Esta bajada es conocida como Los Patos porque al lado de la calle esta el Lago de Los Patos.

Llegado el año 2009, es muy común ir a los Patos y verlo al Pana a diario junto con estudiantes de distintos puntos del país y del exterior. De hecho, les enseña técnicas del deporte a estos jóvenes y les cuenta de la importancia del uso de protecciones (casco y guantes). Debido a que él mismo sufre un golpe en la cabeza con el cual, pierde -temporalmente- el sentido del olfato y del gusto.

En cuanto a las destrezas técnicas son muy rudimentarias, se pueden ver técnicas básicas de *carving* y *slides* (diferentes formas de frenado). Sobre los trucos, solo se reconocen unos pocos nombres. Cabe resaltar que los nombres de las técnicas y de los trucos son en inglés porque el deporte se inventó en EEUU. Al desconocer los términos en Córdoba, son los mismos practicantes quienes inventan los nombres de los trucos para identificarlos.

## Influencia de las marcas y la difusión en redes para el crecimiento del deporte

En Córdoba, las primeras juntadas organizadas tienen lugar a principios del año 2010, promovidas por la marca Good People a través de un grupo de facebook llamado “Longboard Cordoba”. Good People es un local ubicado en el Mini Mall Barranquitas Plaza de barrio Urca. Las juntadas se realizan en el local y reúnen a mas de 30 practicantes. A la vuelta del Mini Mall hay una bajada pequeña en la cual los jóvenes se juntan a compartir las tardes en patineta.

A partir de aca, los grupos de jóvenes o “crews” de distintas partes de la ciudad toman contacto y patinan en las calles de la ciudad. Luego, se organizan para patinar en grupo en las rutas, la primera salida es a la ruta del Cuadrado, camino a la Falda. A esta salida concurren 30 personas, este es un número muy importante, tanto para la época como para la actualidad. Patinar en la ruta se llama *downhill*, aunque en ese momento se desconoce dicha disciplina, así como las medidas de seguridad necesarias para desarrollar esta modalidad. Tanto los equipos de protección como las técnicas son muy rudimentarias. Incluso hay iniciantes que patinan sin casco en la ruta.

Esto cambia cuando llega de Mendoza el practicante Alejandro Giardino (alias Muñeco Verde) ya que cuenta con experiencia en materia de downhill. En dicha provincia hay un grupo de jóvenes experimentados en materia de downhill, son conocidos como Los Mansos Muñecos Crew. Al llegar Giardino a Córdoba trae información desco-

---

<sup>3</sup> Ambrosi S. 9/12/2020. *Charla épica Kevin Reimer & Sabrina Ambrosi - CLC (Cordoba Longboard Club) Instagram Live*. [Video] Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=Ovcv75ikavs>

nocida hasta el momento, tanto en cuestiones técnicas como de materiales. Por ejemplo, él fabrica tablas de madera artesanales y luego, las vende a sus compañeros.

### Primera competencia internacional de Downhill en Argentina

En Septiembre del año 2010<sup>4</sup>, en Potrerillos, Mendoza, la Asociación Argentina de Longboard organiza la 3ª edición de una carrera de descenso en montaña. Esta carrera adquiere carácter internacional ya que cuenta con la participación de deportistas de la elite mundial, entre ellos, Douglas Dalua da Silva (Brasil) 3 veces campeón del mundo en disciplina downhill; Sergio Yuppie (Brasil); Felipe Málaga Miglio (Perú) y Diego Alemparte (Chile). En total, son 30 los foráneos.

El Campeonato cuenta con mas de 120 atletas, provenientes del exterior y de provincias tales como Mendoza, Buenos Aires, Santa Fe, Neuquén y Córdoba.

Douglas Dalua en la largada, Potrerillos, Mendoza, Argentina.



RockanBoard (2010) O mas grande do mundo. [Imagen] <http://www.rocknboard.com/longboard/douglas-da-silva-longboard-brasil.html#>

Entre los riders de Córdoba, podemos mencionar a los siguientes junto con sus posiciones en la categoría Amateur - Downhill Skate: Leonardo Navarro (7°), Juan Stabio (11°), Luciano Pérez Barrera (13°), Marcos Mendez (16°), Juan Cruz Bilbao (25°), Agustín Allub (32°), Nazareno Rivera (33°), Vittorio Ferrero Vottero (63°), Lorenzo Ansaldo (66°), Guido Cucciara (67°). En esta categoría compiten un total de 78 participantes.

La participación de los competidores cordobeses marca un hito en el deporte ya que al regresar a su provincia cargan un cúmulo de información muy importante. Los atletas de nivel internacional comparten su experiencia con los cordobeses, lo cual lleva a que descubran un mundo desconocido hasta el momento: tanto conocimientos sobre componentes de las patinetas (bujes, trucks, maderos, ruedas) y elementos de seguridad (cascos, guantes, trajes de cuero), así como nuevas técnicas y maniobras.

### Crecimiento exponencial del longboard en Córdoba

De regreso a Córdoba<sup>5</sup>, los patinadores -además- de reunirse en la ciudad a andar en skate, se reúnen los domingos en las sierras a practicar downhill en la ruta de Copina, kilómetro 70. Esta reunión la practican a modo de ritual hasta el día de hoy los días domingo. El ritual es conocido como La Misa Copinera. La comunidad crece significativamente y los conocimientos son compartidos, generando una rápida evolución en la técnica.

En el mes de diciembre, los miembros de Revista Buenos Tiempos, liderada por Joaquin Lipari organizan la primera carrera de longboard en la Docta, el evento se llama 1 Día de Long<sup>6</sup>. Esta carrera la realizan en el barrio Lomas del Chato donde hay bajadas rápidas, poco tránsito, pocas casas y está rodeado por espacios verdes. El evento reúne a

<sup>4</sup> Prensa Gobierno de Mendoza. 16/09/2010. *El mejor longboard de América llega a Mendoza.* [Comunicado de prensa] <https://www.mendoza.gov.ar/prensa/el-mejor-longboard-de-america-llega-a-mendoza/>

<sup>5</sup> Bunello A. (27/12/2010) *Nossa modalidade principal é o downhill slide em geral. Slide or die !!!!* Longboard skates - É um blog dedicado aos amantes do skateboarding. <http://longboardskates.blogspot.com/2010/09/resultados-del-3er-torneo-internacional.html>

<sup>6</sup> Aldemoño Producciones (20/12/2010) *1 Día de Longboard. Cordoba. Argentina.* [Video en muro] Facebook: <https://ur-pk.facebook.com/100063900692433/videos/1-d%C3%ADa-de-longboard-c%C3%B3rdoba-argentina/121983377868155/>

60 competidores de distintas provincias (Mendoza, San Luis, Santa Fé, Buenos Aires) y más de 200 espectadores.

En el año 2011, la Asociación Argentina de Longboard organiza una fecha IGSA de carácter mundial a finales de Mayo. El evento se llama Snake Skeleton y se realiza en Potrero de los Funes, San Luis. Concurren 144 personas de todo el mundo.

En torno al fenómeno, posterior a cada evento sucede que se suman nuevos agentes: practicantes, espectadores, fotógrafos, videógrafos, marcas, etc. Por ejemplo, en Los Patos, tanto en las tardes como en las noches, hay gente patinando de lunes a domingos. Esta bajada se convierte en el espacio de reunión por excelencia en la Docta.

### **Juntada en Los Patos!**



Chiavarolle E. (13/02/2011) [Imagen adjunta] [Publicación en Muro] Facebook <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10150146241188060&set=t.1127122988&type=3>

Miembros de la comunidad crean un *fanzine* llamado Longboard Córdoba en el cual informan sobre las noticias del longboard local e internacional.

*La bajada de los Patos (o Duckhill, para los locales) es una calle de solo dos cuadras llamada “el cordobazo” que nace en el Lago de los Patos (junto al Pabellón Brujas) en la Universidad Nacional de Córdoba, con muy poco tránsito durante la semana y casi nulo durante los sábados y domingos. Esto sumado a la pendiente y la curva que tiene han hecho de este lugar el mas importante dentro de la ciudad de Córdoba, no solo para entrenar y divertirse en las tablas, sino que también lo han convertido en el punto de reunión clave para los longboarders de la docta y el lugar de encuentro para todo aquel que quiere acercarse a conocer el deporte.*

(Celso L. (2011) Duckhill. Córdoba Longboard magazine. N° 2, pag 2)

### **Boom del longboard a nivel mundial. Accidentes y tragedias.**

Comienza el año 2012, tanto la comunidad provincial como nacional crece de manera

exponencial. Sin embargo, febrero es un mes trágico para el deporte: un joven

de 21 años muere patinando en Bariloche. En Suyuque, San Luis, muere un joven de Rosario mientras descendía en

su tabla al impactar contra un auto<sup>7</sup>. Esto lleva a que las autoridades de San Luis prohíban las prácticas clandestinas del deporte en calles y rutas.

Al finalizar el mes, fenece Lisandro Gelatti (22 años) practicando longboard en la ruta cordobesa Copina<sup>8</sup>. Gelatti patina hace -tan solo- 3 meses, es iniciante. En Copina no utiliza las protecciones adecuadas que requiere la práctica en la ruta. A causa de un desbalance en la patineta, se cae a alta velocidad, su cabeza impacta contra el suelo, el casco pelela se parte y muere en el hospital Gumersindo Sayago de Carlos Paz.

La muerte de Gelatti genera una gran consternación en la comunidad cordobesa. El ideario en muchas personas y los medios de comunicación reflejan una imagen negativa sobre el deporte. Hay un discurso común sobre que el longboard es una práctica insegura tanto para el deportista como para terceros. Independientemente de que se tomen las medidas de seguridad necesarias.

## El longboard en la Universidad Nacional de Córdoba

En la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC, José Manuel Cejas, longboarder y estudiante de la orientación Institucional, elabora un plan para crear una asociación civil que regule el deporte en la provincia. Esto a raíz de la muerte de Gelatti en las Altas Cumbres.

El día 12 de Agosto del 2012, en el monolito del Lago de los Patos, se funda la asociación civil Córdoba Longboard Club. Entre las autoridades que firman las actas de constitución hay 2 estudiantes de Comunicación Social: Jose Manuel Cejas (miembro titular) y Luciano Pérez Barrera (miembro suplente) de la Comisión Directiva<sup>9</sup>.

Logo inicial del CLC



Molina F. (2012) Archivo CLC

Si bien, el día de la constitución de la asociación firma como presidente Juan Manuel Ninci, posteriormente, esta firma es desestimada y reemplazada por quien va a ocupar ese cargo: María de Los Ángeles Kabaradjian del Moral, estudiante de comunicación de la orientación Gráfica.

Córdoba Longboard Club, además de ser la primera asociación de longboard que propone legitimar e institucionalizar el deporte ante el estado provincial. También es la primera tesis que relata la creación de una asociación civil por estudiantes de la carrera. Es la única que tesis de grado vinculada al longboard skate, no solo en la UNC sino en el resto de las universidades del país.

<sup>7</sup> Infomerlo (04/02/2012) *En San Luis prohibieron la práctica de longboard por la última muerte.* [Diario Digital] <https://www.infomerlo.com/noticias/2012/02/04/1030-en-san-luis-prohibieron-la-practica-de-longboard-por-la-ultima-muerte>

<sup>8</sup> La Nación (28/02/2012) *Murió mientras practicaba longboard en las sierras cordobesas.* [Noticia] <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/murio-mientras-practicaba-longboard-en-las-sierras-cordobesas-nid1452280/>

<sup>9</sup> Córdoba Longboard Club (12/08/2012) Art. 2 Acta Constitutiva asociación civil - Córdoba Longboard club, folio 3. Inspección de Personas Jurídicas Córdoba.

A nivel nacional, el CLC es la cuarta asociación constituida. Luego de Argentina Longboard (Buenos Aires), Asociación Deportes de Gravedad- San Luis y Asociación Riojana de Longboard.

En Los Patos, diariamente, se presentan cada vez mas jóvenes iniciantes para descubrir el mundo de la patineta, el crecimiento del deporte es desmesurado. No hay normas de seguridad estipuladas de cómo patinar. Es común ver personas sin casco, guantes, coderas y rodilleras. Así como también ver gente llegar a la punta de la bajada y tirarse en patineta -sin conocimiento previo- alcanzando 35 km/h y caerse al mitad de la bajada.

Por las noches hay juntadas de más de cien personas, la convocatoria es por *facebook*: patinan, hay música, baile, hay espíritu festivo. En uno de estos encuentros, surge la idea de organizar carreras clandestinas con Juanito Ninci a la cabeza y Fernando Molina. Ninci, es cantante en 250 centavos y tiene un proyecto nuevo junto con sus hermanos: Monada, una banda de cuarteto.

Ninci organiza 3 eventos clandestinos a los cuales concurren mas de 150 personas, se hacen después de las 12 de la noche porque hay poco tránsito. Son los mismos miembros de la comunidad quienes cortan las calles, hacen de jueces de pista, cobran inscripciones, fabrican los premios para los ganadores. El primer evento se hace en los Patos, el segundo en Lomas del Chateau y el tercero en Los Patos<sup>10</sup>.

Posterior a cada uno de estos eventos, el fenómeno longboard crece abruptamente y las medidas de seguridad no se respetan. Muchos jóvenes no usan casco, cruzan la esquina de la bajada en contramano con tránsito abierto y no hay gente que avise si vienen autos.

La noche del 8 de Noviembre de 2012<sup>11</sup>, se reúnen a patinar a las 12 am en Los Patos. Un grupo de jóvenes se tiran por la bajada. Entre los patinadores esta Santiago Rodriguez, quien tiene puestas todas las protecciones (casco, guantes, rodilleras y coderas). Santiago desciende de *luge* (acostado en la patineta), al llegar a la curva, doble a la izquierda en contramano y es embestido por una camioneta KIA, muere instantáneamente. No está cortada la calle y tampoco hay personas que avisen si vienen autos.

Santiago Rodriguez tiene 18 años, es estudiante de Psicología de la Universidad Nacional de Córdoba. Es uno de los socios fundadores del Córdoba Longboard Club. Luego de su muerte, los jóvenes dejan de reunirse en Los Patos.

El longboard es noticia en distintos medios en todo el país, se lo define como un deporte peligroso para quienes lo practican y para terceros. Según Dante Rossi, subsecretario de Tránsito de la Municipalidad cordobesa, asegura que las patinetas no deben circular por la vía pública. Según Rossi, “El inspector no puede hacer mas que una tarea preventiva, porque no hay regulación. Se limitan a decirles que es peligroso<sup>12</sup>.”

Mientras tanto, el concejal Javier Bee Sellares -titular del bloque de la Unión Cívica Radical del Concejo Deliberante Local- presenta un proyecto que prohíbe la práctica de los deportes extremos en lugares no permitidos y se proponen “tareas comunitarias” para los infractores<sup>13</sup>.

## Marco Teórico

Una tras otra, las generaciones de jóvenes son cuestionadas por generaciones anteriores a medida que transcurre

<sup>10</sup> Molina F. (2/11/2012) *Mini compe patos!!!* [Evento publicado en Muro] Facebook. <http://facebook.com/events/206676352767306/>

<sup>11</sup> [www.elciudadanoweb.com](http://www.elciudadanoweb.com) (2012) *Murió un joven en Córdoba cuando practicaba longboard.* [Peródico Digital] El Ciudadano Web

<sup>12</sup> La Capital (10/11/2012) *Un skater murió cuando rodaba una calle de la ciudad de Córdoba.* [Diario digital] <https://www.lacapital.com.ar/edicion-impresa/un-skater-murio-cuando-rodaba-una-calle-la-ciudad-cordoba-n535527.html>

<sup>13</sup> Diario Clarín (13/11/2012) *En Córdoba quieren prohibir las patinetas.* [Edición digital] [https://www.clarin.com/sociedad/Cordoba-quieren-prohibir-patinetas\\_0\\_BJvx7hTjDQe.html](https://www.clarin.com/sociedad/Cordoba-quieren-prohibir-patinetas_0_BJvx7hTjDQe.html)

el tiempo. La sociedad cuestiona la construcción de esa identidad difícil de comprender por sus comportamientos, gustos culturales, simbólicos. Rosana Reguillo Cruz define a los jóvenes como “un universo social, cambiante y discontinuo”<sup>14</sup>. Es esencial el contexto en el que se da la construcción de las identidades juveniles, al igual que las formas de comunicación que se dan. La globalización, las instituciones y las redes sociales son determinantes en la constitución de la cultura longboarder.

Según Reguillo, las instituciones tradicionales (la familia, la escuela, la universidad, el trabajo) sufren un debilitamiento. Siendo que estas sirven como marco de contención para las culturas juveniles. Por este motivo, cobran importancia las formas de organización que adquieren los jóvenes, tanto hacia el interior como hacia el exterior del grupo.

En este sentido, la comunicación “cara a cara” y las redes sociales tienen un rol clave:

*Se constituyen en un espacio de confrontación, producción y circulación de saberes que se traducen en acciones (...) Lo que caracteriza a estas grupalidades es que han aprendido a tomar la palabra a su manera y a reapropiarse de los instrumentos de comunicación.* (Reguillo, 2000. pág.14)

Además, la autora agrega que “los jóvenes (...) son pensados como sujetos de discurso y con capacidad para apropiarse (y movilizar) los objetos tanto sociales y simbólicos como materiales, es decir, como agentes sociales” (Reguillo, 2000, pag 36).

Es necesario destacar el concepto Identidades juveniles, se destaca que contienen una *adscripción identitaria*, es decir, una característica propia de los grupos marginados y excluidos que tienen la capacidad de transformar el estigma en emblema (Reguillo, 2000). Con esto, los grupos revierten aquellas calificaciones negativas y les otorgan significados que reivindican las adscripciones identitarias (Tesis Cordoba Longboard Club (CLC), 2013, pag 35).

Las adscripciones identitarias conforman un “estilo de vida”, un conjunto de bienes de consumo asociados a la cultura del ocio y del entretenimiento (CLC, 2013, pag 35).

*Surge una estética particular, una socio-estética vinculada a bienes culturales y materiales, que actúan como representaciones que funcionan sujetas a la forma y al estilo. La funcionalidad de los objetos materiales se vuelve un aspecto secundario, ya que los bienes pueden dar cuenta de los hábitos y pautas de comportamiento, a través de sus lenguajes y objetos emblemáticos.* (CLC, (2013) pag 36).

Berger y Luckman (1968)<sup>15</sup> son autores necesarios para comprender la presente ponencia. Es preciso hacer un acercamiento al mundo de la vida cotidiana, el uso del lenguaje, la legitimación de la práctica en tanto deporte y estilo de vida. Son factores útiles para entender cómo generar un cambio social, a través, de hábitos compartidos por un grupo juvenil, cierto nivel de organización para lograr el cuarto grado de legitimación y alcanzar la institucionalización. La comunicación y el lenguaje compartido por la comunidad son partes fundamentales en este proceso.

Los autores parten del concepto de mundo de la vida cotidiana, entendida como aquella realidad suprema que se experimenta en primera persona. Es la que se vive en tiempo real y se organiza alrededor del “aquí” (del cuerpo) y el “ahora” (del presente) (Berger y Luckman, 1968).

Dentro del mundo de la vida, las personas están en “actitud natural” frente a él, entendiendo que es un mundo pre construido, generando un orden natural dado de las cosas. El mundo esta ordenado por “objetivaciones” que las personas aceptan, reconocen y desarrollan.

La realidad es construida socialmente, las personas enfrentan la realidad, diariamente, como ya ordenada por el trans-

---

14 Reguillo Cruz R. (2000) *Emergencia de culturas juveniles*. 1º ed. Grupo Editorial Norma.

15 Berger, P. T. y Luckmann, T. (1968). *La construcción social de la realidad*. (1º ed.) Buenos Aires, Amorrortu editores S.A.

curso de la historia. El lenguaje permite hacer real esta realidad, como reconocer las objetivaciones y el orden dispuesto del mundo de la vida. Un caso especial de objetivación es la producción humana de signos tales como los gesticulatorios y de movimientos corporales pautados.

Cuando los autores se refieren al lenguaje, hacen alusión no solo al lenguaje vocal, sino también al corporal, gesticulatorio, fotográfico, musical. Con el advenimiento de las redes sociales, podemos hablar del lenguaje digital (memes, emojis, stickers).

Para Berger y Luckman (1968) el mundo de la vida se construye a partir de objetivaciones, entendidas como una expresión corporal, un objeto cualquiera, cualquier expresión verbal, etc. Son reconocidas y realizables de manera subjetiva por cada persona.

El hábito es una pauta de comportamiento, en la medida en que transcurre el tiempo se incorpora al cúmulo de conocimiento común. Mientras que la habituación del comportamiento tiende a la institucionalización. Esto ocurre “cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores” (Berger y Luckman, 1968, pag 76). Las tipificaciones recíprocas implican “un saber propio y un saber del otro”.

Según los autores, el proceso de institucionalización depende de las estructuras de relevancia que incumben en un sector de la sociedad.

“Si muchas o la mayoría de las estructuras de relevancia son generalmente compartidas en una sociedad, el alcance de la institucionalización será amplio, si son pocas las compartidas, ese alcance será restringido”. (Berger y Luckman 1968, pág. 105)

La legitimación explica el orden institucional en base a un elemento cognitivo y otro normativo. Es decir, el orden de la realidad es explicado a partir de un cúmulo de conocimiento y justifica asignando un cuerpo normativo.

Para el proceso de institucionalización, los autores señalan que se deben cumplir 4 niveles de legitimación en orden ascendente. 1º nivel incipiente; 2º “proposiciones teóricas”; 3º teorías implícitas; 4º Universo simbólico.

*Los Universos simbólicos no tienen un sustento material. La legitimación se produce a través de la totalidad simbólica, se ubica solo en la teoría de la vida, en el cúmulo de conocimiento rector. Integran todos los sectores del orden institucional, brinda la legitimación definitiva de dicho orden. Todo lo que se conoce de la vida, en la experiencia subjetiva se ubica en el Universo Simbólico. Es una matriz que se construye a través de las objetivaciones sociales y su capacidad para atribuir significado, trasciende el plano de la vida cotidiana. Cada institución tiene un componente histórico.* (CLC, 2013. Pag. 26)

Luego de la muerte del joven en ciudad universitaria, los jóvenes que practican el deporte se sienten excluidos y marginados: la policía echa a los patinadores de Los Patos y no les permiten patinar por las calles de Ciudad Universitaria ni Nueva Córdoba. El grupo que conforma el CLC solicita reunión con el Rector de la UNC para crear un espacio seguro para patinar pero no concretan nunca.

## **Universo Simbólico Longboard**

En la Tesis del CLC se define a Los Patos como el mundo de la vida cotidiana ya que es la realidad suprema experimentada por cada uno de los longboarders y es intersubjetiva. La realidad se vive en tiempo real y se organiza alrededor del “aquí” (del cuerpo) y “ahora” (del presente). El grupo social lo reconoce como el lugar por excelencia para practicar longboard, compartir conocimientos, experiencias y la pasión por las tablas. Así como el espacio donde se hace la escuela de longboard y donde se hacen eventos del CLC. Las personas están en actitud natural en este mundo pre-construido y con un orden dispuesto.

El lenguaje permite hacer realidad el mundo de Los Patos, así como reconocer objetivaciones que van desde el lenguaje vocal al gesticulatorio. El lenguaje técnico del deporte compartido por los riders. El lenguaje fotográfico, visual y artístico reflejado en las paredes de la bajada. La socio-estética vinculada al arte urbano, a la cultura hip hop, rap, rock, música electrónica, el cuarteto cordobés.

El universo social (Reguillo 2000) del longboard va a mutar constantemente por las influencias de los jóvenes. Desde las técnicas del deporte, el reglamento para patinar en la bajada, incluso, las intervenciones artísticas en la calle. En la siguiente foto, se ve el cartel de la calle, el cual está intervenido con calcomanías y debajo de "El Cordobazo" esta el calco de "El Longboardazo". Son los riders quienes intervienen la calle y transforman el cartel en un objeto emblema que refleja la identidad de la comunidad deportiva. Para la autora esta es una de las formas de re-apropiarse de los instrumentos de comunicación.

Letrero de la calle El Cordobazo intervenido con calcomanías



Foto de Archivo tomada por Bruno Cabral. Cartel de la calle Cordobazo. Año 2012. Calle El Cordobazo. C. Univ. Cba Cap.

La muerte de Santiago Rodriguez en Los Patos tiene repercusión a nivel nacional en los medios de comunicación. A raíz de esto, tanto los medios tradicionales como las instituciones estatales (municipalidad, universidad, policía) clasifican al longboard como una actividad peligrosa y negligente por practicarse en las calles de la ciudad y porque no hay lugares destinados a la práctica.

Es notorio el debilitamiento en las instituciones ante la falta de conocimiento. Los patinadores solicitan espacios habilitados para la práctica. La respuesta de las instituciones es la prohibición del deporte.

Por lo anterior, el CLC toma la iniciativa para cambiar la imagen que tiene la comunidad cordobesa sobre el deporte, es el inicio de un cambio social. Las Identidades Juveniles reconocen el longboard como la adscripción identitaria y convierten el estigma en emblema. El estigma de ser una práctica insegura es transformado para ser entendido como un deporte sano, una pasión, una práctica que merece el respeto necesario por ser extrema o de riesgo.

Desde un inicio, el rol de las redes sociales es fundamental ya que es por este medio que el CLC crea y difunde contenidos (videos, fotos, *flyers*, revistas online) a través de Blogs, Facebook, Whatsapp y Youtube. En la génesis del Club los contenidos no son difundidos por los medios hegemónicos, por esto, las redes son una pieza clave para convertir el estigma en emblema.

A un mes de la muerte de Santiago en Los Patos, el Córdoba Longboard Club organiza el primer evento: Clínica de Seguridad, con el objetivo de comunicar un mensaje en pos del cuidado de las personas que lo practican y del longboard en sí.

La clínica se realiza en Los Patos, asisten mas de 60 personas. El evento es comandado por "expertos del conocimiento" (Berger y Luckman, 1968), riders consagrados dentro del ambiente, entre ellos Juan Stabio, campeón argentino de downhill 2015. La presencia "cara a cara" es necesaria para que las palabras cobren valor. A partir de este evento, se

plantea la obligatoriedad del uso de casco. Se autoriza a los oyentes que cuando vean a alguien patinando sin casco, se le grite "CASCO". El casco se convierte en un objeto emblema dentro de la comunidad. El uso del casco es un hábito promovido y normado a través del lenguaje.

Ante la falta de contención de las instituciones (Reguillo 2000), tanto el CLC como los patinadores son agentes sociales que intervienen en la realidad con el objetivo de promover el deporte de manera segura. El CLC es un sujeto de discurso en favor de la práctica segura desde su génesis. El acta de constitución dice que el CLC “prioriza la seguridad y la integridad física tanto del rider (deportista) como de los terceros en relación directa o indirecta al deporte” (Art 2 b) Acta constitutiva CLC, 2012).

La Tesis (CLC, 2013) da cuenta de que el longboard es entendido no sólo como un entretenimiento sino como un estilo de vida. El estilo de vida implica una pasión determinada por: los deportes de tablas (*surf, snowboard, sandboard*), la adrenalina, la velocidad y lo extremo. La persona desafiar los límites, organiza su vida para entrenar en un determinado lugar y horario. Así como acomoda su economía para acceder a los componentes de la patineta, viajes y competencias.

El estilo de vida reconoce conductas y acciones habitualizadas por tipos de actores -riders - en tanto tipificaciones recíprocas, tendientes a la habitualización (Berger y Luckman, 1968). Es la práctica deportiva que, a medida que la comunidad reproduce y perfecciona en conjunto, las disciplinas (slide, carving, freeride, dancing, downhill y las técnicas de frenado) tienden a institucionalizarse. Se institucionalizan por reproducirse con determinada frecuencia y con una economía de esfuerzos que las vuelve fácilmente reproducibles (Berger y Luckman, 1968). Los atletas con mas experiencia le comunican las técnicas a los iniciantes tanto en encuentros en la bajada como en la escuela de longboard los días sábados.

Cabe resaltar que en el proceso de institucionalización se detectan los cuatro mecanismos de legitimación:

*1) Denominación de las formas lingüísticas mas básicas (slide, carving, free ride, downhill); 2) las proposiciones teóricas mas rudimentarias, el “así se practica longboard”; 3) las teorías explícitas como cuerpo de conocimiento diferenciado; lo que implica la traducción de toda la práctica y la adscripción identitaria en términos legales y jurídicos a fin de legitimar en un universo simbólico: la identidad longboard en un cúmulo de conocimiento de las leyes y normas del Estado. Esto implica la obtención de la personería jurídica del deporte: Córdoba Longboard Club. (CLC, 2013)*

En el cuarto nivel, el universo simbólico, el longboard se adjudica y desarrolla el poder de nominación a lo largo de sus 11 años de vida, a través de: reuniones con los miembros de la comunidad y las autoridades estatales; contenidos para redes (flyers, stickers, memes); clínicas de seguridad; protestas sociales; competencias de slalom, dancing, slide-jam, pumptrack y downhill; escuela de longboard; eventos multidisciplinarios - Cordoba X (Agencia Córdoba Deportes); representación legal con distintos estamentos del Estado. Entrevistas en diarios, radio, TV y Youtube.

Al finalizar la tesis, en la conclusión, se plantea la posibilidad formalizar una “asociación de asociaciones”. Es decir, una institución federativa de longboard a nivel nacional.

En el 2020, durante la pandemia, distintas asociaciones constituidas y otras en proceso, se unen para trabajar en conjunto: ADG (San Luis), ARL (La Rioja), asoc. Tabla Larga Pinamar, Patin Club (Bs As) y CLC. Surge así, Argentina Longboard y Downhill (ALD): el objetivo es promover y regular el deporte, hacer un ranking nacional y formar una federación.

## Nuevo Logo del CLC



En el año 2021, el CLC renueva su imagen. El cambio de logo es sinónimo de crecimiento y profesionalización.

### **Conclusión**

La ponencia permite dar cuenta de la importancia de la comunicación para la difusión de un deporte conflictivo y emergente en Córdoba. Así como la necesidad de la participación de una asociación civil para regular el deporte y mediar entre la comunidad y el Estado.

También, cabe resaltar el rol que tiene el club y el colectivo juvenil en tanto “agentes activos” que intervienen en las calles. Desde el año 2012 a la actualidad, no hay muertes registradas por patinar en longboard en la provincia. Si bien hay registro de accidentes, es evidente el trabajo del CLC para evitar muertes. Es necesario poner en evidencia que el club -desde su génesis- asegura espacios seguros para la práctica.

La obligatoriedad del casco es una habituación lograda a través de la comunicación entre los agentes de la comunidad. Las protecciones y la seguridad son adscripciones identitarias. El estigma de la inseguridad y la negligencia es convertido en un emblema que promueve la seguridad y el disfrute a través de una pasión, un deporte de riesgo.

Hay un discurso construido a lo largo de la historia del deporte, el cual se adapta a los contextos de cambio que presenta la sociedad global. Los lenguajes cambian constantemente de la mano de las culturas juveniles, el desafío de la institución esta en adecuarse a los cambios.

El transcurso del tiempo, el trabajo y la dedicación en el área dan cuenta de una institución legitimada ante la comunidad del longboard nacional e internacional, asociaciones civiles de múltiples disciplinas, instituciones estatales y privadas.

A pesar de lo anterior, gran parte de la comunidad cordobesa limita la práctica de longboard a un grupo de jóvenes que se lanzan descontrolados por las calles. Todavía queda un largo camino por transitar para que los agentes de cambio logren comunicar que el longboard skate es parte constitutiva de la cultura urbana de la provincia. Esta tarea requiere el compromiso de toda la comunidad deportiva junto con el Estado.

En la conclusión de la tesis de grado, se plantea la creación de una asociación de asociaciones (federación). Hasta el momento existe la asociación en la práctica: Asociación Longboard y Downhill Argentina. Resta obtener la personería jurídica.

A medida que transcurre el tiempo, el contexto económico, político y social hacen mas difícil la realización de eventos y actividades para promover el deporte. Sea tanto por los costos económicos como por los requisitos legales solicitados por las entidades gubernamentales. Esto trae como consecuencia que aumenten las prácticas en la clandestinidad y los accidentes, con lo cual, volvemos a la problemática inicial.

Además, la expansión del deporte lleva a que en Córdoba, haya más de un “mundo de la vida cotidiana”, lo cual deriva a que se suman nuevas personas que desconocen los riesgos de la actividad. Para esto, es necesario reforzar en materia de comunicación sobre los cuidados y precauciones que requiere la práctica.

Para próximos trabajos el desafío es analizar la perspectiva de género en el skateboarding y los deportes extremos.

## Bibliografía

Acta Constitutiva asociación civil Cordoba Longboard Club. 2012. Inspección de Personerías Jurídicas - Córdoba.

Berger, P. T. y Luckmann, T. (1968). La construcción social de la realidad. (1º ed.) Buenos Aires, Amorrortu editores S.A.

Celso L. (2011) Duckhill. Cordoba Longboard magazine. N° 2.

Documento Acta Constitutiva asociación civil Cordoba Longboard Club.

Prensa Gobierno de Mendoza. 16/09/2010. *El mejor longboard de América llega a Mendoza*. [Comunicado de prensa] <https://www.mendoza.gov.ar/prensa/el-mejor-longboard-de-america-llega-a-mendoza/>

Reguillo Cruz, R. (2000) Emergencia de culturas juveniles. 1º ed. grupo Editorial Norma.

Should you get a longboard or a cruiser board? (2020) (Imagen) <https://odysseyboards.com/blogs/the-flip-side/longboard-or-cruiser-board>

Cordoba Longboard Club. (2013) Tesis Documento institucional, Facultad de Comunicación Social. Universidad Nacional de Córdoba. Autores: José Manuel Cejas, María de los Ángeles Kabaradajian y Luciano Pérez Barrera. Repositorio: [https://catalogo.biblio.unc.edu.ar/Record/ciencias\\_informacion.4970](https://catalogo.biblio.unc.edu.ar/Record/ciencias_informacion.4970)

**MESA 12**

# Comunicación Digital

# La Previa. Trabajo preliminar para focus groups en prácticas de lectura transmedia de estudiantes de comunicación de Salta.

María Fedra Aimetta

aimettafedra@hum.unsa.edu.ar

María Silvia Morales

moralesmariasilvia@hum.unsa.edu.ar

**ICSOH UNSA CONICET CIUNSA**

## Resumen

En la era de la convergencia tecnológica (Jenkins, 2009) las múltiples pantallas habitan la vida cotidiana, propician la participación de los públicos y producen una lectura transmedia (Albarello, 2019). Seguimiento de métricas en tiempo real, estrategias transmediales y de clickbaiting, así como la gamificación informativa, son categorías que, readecuadas a contextos de periferia (Arrueta, 2011) sirven para analizar el nuevo escenario comunicativo que presenta la industria de la información.

Los modos de leer se adecúan a la diversidad textual característica del actual ecosistema de medios (publicaciones en papel, nuevos portales digitales multimedia y transmedia, plataformas sociales, etc.) y el lector deviene usuario: produce, elige, reproduce, reacciona, comparte o comenta.

El presente trabajo parte de un estudio realizado en 2022 sobre las prácticas de lectura- escritura y formas de acceder a las noticias de estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Salta. Se desarrolló en el marco de dos proyectos de investigación: Nuevas narrativas: lo digital y lo transmedia en periodismo en Salta (N° 2766) y La Escritura en Ciencias de la comunicación (N° 2724) y en la actualidad, se integran al Proyecto de Investigación Interuniversitario “Cómo se informan y cómo estudian las y los estudiantes de periodismo y comunicación de las universidades argentinas a través de dispositivos digitales”, dirigido por el Dr. Francisco Albarello. Éste, busca indagar los consumos emergentes de noticias y conocer los medios, plataformas y aplicaciones de software en las que se producen estos consumos.

En este marco y dialogando con trabajos previos del equipo, la propuesta de trabajo actual consiste en explorar y organizar la herramienta del grupo focalizado, para la Universidad Nacional de Salta.

## Introducción

El presente trabajo toma como punto de partida un estudio realizado sobre las prácticas de lectura- escritura y las formas de acceder a las noticias de estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Salta en 2022. Este se desarrolló en el marco de dos proyectos de investigación: Nuevas narrativas: lo digital y lo transmedia en periodismo en Salta (N° 2766) y La Escritura en Ciencias de la comunicación (N° 2724) del Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta y fue presentado en el Instituto Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires en el mes de octubre.

En ese momento y desde una investigación iniciada en pandemia, coincidentemente, se realizaba en distintas universidades de Argentina, un proyecto de similares características en cuanto a su objeto, formulación, enfoques y dimensiones. Ese proyecto más vasto y de un desarrollo más acabado produjo el libro “Mutaciones: hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas” (Albarello y otros, 2022) que recoge los hallazgos pormenorizados que se obtuvieron a través de entrevistas en profundidad y encuestas.

Dicho proyecto de investigación Interuniversitario denominado “Cómo se informan y cómo estudian las y los estudiantes de periodismo y comunicación de las universidades argentinas a través de dispositivos digitales”, dirigido por el Dr. Francisco Albarello, continúa en la actualidad y, entre otros, se incorpora a los proyectos de investigación salteños mencionados.

Para lo que continúa, la herramienta para obtener datos acerca de las prácticas de estudio y consumo de información será el Focus Group. En este marco, la propuesta para el presente escrito es establecer algunos puentes entre los datos que nos han resultado más significativos de lo que se presentó en el 2022 en la UBA, los emergentes más significativos del proyecto Investigar en Red y una hoja de ruta para la implementación de los Grupos Focales en el contexto local de nuestra Universidad Nacional de Salta para este 2023.

Por eso esta ponencia se llama “La Previa” pero bien podría llamarse “El puente”, porque busca conectar los hallazgos de nuestro primer mapeo con el nuevo proyecto más global e integrador, a través de la técnica del Focus group.

Como anticipaciones de sentido podemos señalar que el Focus group, como técnica de recolección de datos, nos permitirá ahondar aún más en la complejidad de la temática en cuestión. La misma presenta diversas aristas, las cuales podremos abordar mediante esta técnica que da lugar a una conversación grupal. En este sentido, se establece desde el inicio un mayor control de calidad de los datos y se establece entre los participantes ciertos mecanismos de regulación ya que en el diálogo surgen comprobaciones inmediatas entre unos y otros que develan las opiniones que pueden llegar a ser falsas o extremas (Patton, 2002)

A su vez, resulta importante destacar las posibilidades de adaptación a lo local de los parámetros marco de la investigación latinoamericana. Si bien se siguen normas generales, existen posibilidades de regionalización y acercamiento a las particularidades de cada lugar que se integra a la red. En este sentido, los proyectos de investigación previos dan cuenta de un acercamiento al campo de estudio lo que potencia la obtención de datos desde los Grupos Focales.

## **Marco teórico**

Marshal McLuhan sostiene que “los medios forman un ambiente o entorno sensorial (un médium) en el cual nos movemos como un pez en el agua; no nos damos cuenta de su existencia hasta que, por algún motivo, se vuelven visibles” (como citó en Scolari, 2015, pp. 45-46). Para el autor pionero en estudios sobre el impacto de los medios o innovaciones en nuestras vidas, las tecnologías generan ambientes que afectan a los sujetos que las utilizan, ambientes que rodean al sujeto y modelan su percepción y cognición (ibidem, 2015).

En la era de la convergencia tecnológica (Jenkins, 2008), la cultura de la conectividad (Van Dijck, 2016) y la abundancia de información (Boczkowski, 2022) se modifican las prácticas de lectura (Chartier, 1992). Las múltiples pantallas habitan la vida cotidiana, propician la interacción y la participación de los públicos y producen una lectura transmedia (Albarello, 2019) selectiva.

El concepto de translector refiere a quien debe moverse en una red textual compleja formada por piezas textuales de todo tipo y ser capaz de procesar una narrativa que zigzaguea entre diferentes medios y plataformas de comunicación (Scolari, 2016).

En este sentido, la lectura transmedia aparece como una evolución o complejización de la lectura digital, “un tipo de lectura inclusiva, multimodal, diversa, de todos tipos de textos - escritos, visuales, sonoros, lúdicos- y de soportes que a su vez se hibrida con las prácticas de producción o prosumo del lector” (Albarello, 2019, p.166).

Entonces, para los autores mencionados, nos encontramos ante una multiplicación de momentos, funciones y tipos de lectura y el lector circula en un texto según sus necesidades, seleccionando, eligiendo, no extrayendo más que los elementos que concuerdan con sus intenciones (Vandendorpe, 2003, como se citó en Albarello, 2019).

Por su parte, Henry Jenkins (2008) nos habla de una Convergencia cultural, y del comportamiento migratorio de las audiencias. Audiencias que están dispuestas a ir a cualquier lado en busca de entretenimiento en una ecología de medios que estalla ante la oferta de pantallas. El autor explica de manera anticipada la lógica de esta nueva cultura digital de producción y consumo de contenidos, la cual representa un cambio inminente de paradigma: los contenidos ya no le pertenecen de manera exclusiva a un único medio, sino que fluyen por diversos canales, en un contexto de creciente interdependencia de los sistemas de comunicación en los que existen múltiples formas de acceder a los contenidos y se producen “relaciones cada vez más complejas entre los medios corporativos de arriba abajo y la cultura participativa de abajo arriba” (Jenkins, 2008, p.241)

“La irrupción de las audiencias como fuentes -productoras y difusoras de la información- rompe con la asimetría que caracterizó a la tarea periodística. La relación deja de constituir una diferencia entre los saberes de quién comunica respecto de quien integra la audiencia.” (Luchessi, 2013, p. 14). “La participación es más abierta, está menos controlada por los productores y más por los consumidores mediáticos” (Jenkins, 2008, p. 139).

En este marco, José Luis Fernández (2021) habla de un escenario definido como de postbroadcasting, donde conviven los medios de comunicación tradicionales o el broadcasting y el networking, la explosión de la vida en las redes sociales y la interacción en los nuevos entornos digitales.

Fernández (2021) marca un concepto que es de interés para este trabajo y para pensar la transmedialidad de la lectura de medios y la transmedialidad de los discursos de la información. Es un uso espectral de las redes, una recepción que no se acerca al prosumo, sino que los receptores tienen un lugar “relativamente fijo frente al aparato o soporte por el que les llega la emisión de su mediatización elegida o aceptada” (Fernández, 2018, p. 34). Este aporte, da cuenta de esos usuarios que acceden a los contenidos pero que no dejan marcas de su paso por las plataformas o medios.

En suma, en la búsqueda de comprender las lógicas de consumo de los discursos de información, los conceptos de “Information Encountering” (Erderlez, 2005) o “Incidental Information” (Williamson, 1998) describen también otras de las características que poseen estas nuevas lógicas. El primero refiere a cómo los sujetos encuentran información adicional, extra o diferente en las búsquedas que realizan porque ésta muchas veces se desvía del foco principal. Dada la “serendipia” y la hipertextualidad de la web, en la medida en que navegan, encuentran información secundaria o inesperada que nada tenía que ver con el interés principal de su navegación. En segunda instancia, al hablar de Información Incidental, el autor hace referencia a que nos enfrentamos con la información de manera inesperada, pues esta aparece de manera accidental y de forma anexa a las actividades principales que estamos realizando (como se citó en Fernández Medina et al., 2018, p. 312 citado en Arri y Paredes, 2022).

## **Antecedente salteño: Pasitos Prohibidos**

El fin de la presentación Pasitos prohibidos<sup>1</sup>: prácticas de lectura de periodismo transmedia en estudiantes uni-

---

1 Látigo Pasito Prohibido es un personaje folclórico y viral de la ciudad de SALTA. Su apodo es “Látigo Suárez”, y es Maletero en la Terminal de Salta de profesión. Como bailarín de las noches y de las fiestas se convirtió en una estrella popular y fenómeno social por pura pasión. Rolando Antonio Suárez, conocido por todos en esa ciudad como “Látigo Suárez” o “Látigo Pasito Prohibido” es Transmedia, su historia es una narrativa que viaja por distintas plataformas, se nutre de aportes de usuarios, notas en medios,

versitarios de Salta fue mostrar un avance de la indagación sobre las prácticas de lectura transmediales del periodismo digital en la Ciudad de Salta de estudiantes universitarios de Comunicación, partiendo de las siguientes interrogantes: ¿Cómo y desde dónde llegan los jóvenes a las noticias? ¿Cómo leen las noticias? ¿Qué botones priorizan? ¿Qué nivel de linealidad hay en la lectura? ¿Cómo se elige a qué noticia entrar? ¿Qué interés hay en comentar o compartir? ¿El carácter multimedia define el ingreso a una noticia?

Se buscó trazar una caracterización situada de las formas de acceso, lectura e intereses temáticos en las noticias digitales de los jóvenes estudiantes de comunicación desde un enfoque de lectura transmedia (Albarello, 2019).

El relevamiento partió de dos encuestas online distribuidas entre 60 estudiantes de ciencias de la comunicación, de primer año, de la casa de altos estudios, a través de grupos de WhatsApp. Ese estudio se proponía como puntapié inicial para avanzar en nuevos relevamientos a través de entrevistas individuales o grupales y observaciones.

Los primeros rasgos que arrojaron estos formularios autoadministrados es que el 60% de estos estudiantes de la carrera, en 2022, eran jóvenes entre los 17 y 21 años y el 17% entre 22 y 25 años. De esa muestra, un 87,5% afirmó contar con acceso a internet desde la red de sus hogares, alrededor de la mitad tenía datos en su celular y no hubo en la muestra ningún estudiante que no tuviera acceso diario a datos.

Un 88,2% indicó “leer” desde el smartphone. Según lo relevado, la mayoría de los estudiantes tiene casi todas las redes sociales, que, a su vez, son el espacio privilegiado de acceso a las noticias. Más de la mitad llega a las noticias desde distintos medios (54,7%). El 21,9% manifiesta que ingresa desde la red social Facebook y, en tercer término, un 15,6% lo hace desde Instagram. Es categórico el 1,6% que indica que entra a los portales directamente.

Se puede afirmar que los estudiantes son translectores: realizan una lectura superficial, discontinua, dispar y que navega por distintos planos de la virtualidad sin solución de continuidad. Lecturas completas, lecturas por saltos, lecturas de los títulos, lecturas de otras noticias del portal o la lectura de las noticias que se ofrecen en las redes sociales y sólo allí, esto muestra la diversidad de modos de “leer” en el ecosistema digital.

La mayoría hace clic en noticias de entretenimiento, virales o las que tienen el título incompleto: temas virales (20,3%); las que tienen título incompleto y hay que ingresar para saber todo (20,3%); las noticias de espectáculos o cholulas (10,9%); las noticias de deportes (14,1%); las que tienen títulos de pregunta (10,9%); las noticias de política (10,9%) y otras (14,1%). Queda claro que las temáticas blandas son las de mayor interés entre los jóvenes, como lo verifican diversos autores señalando el corrimiento hacia temáticas vinculadas al espectáculo y las noticias livianas (Boczkowski y Mitchelstein, 2015, 2016) o virales (Luchessi, 2018).

---

videos de redes sociales, stickers, gifs, memes, etc. y fue de alguna manera potenciado por las publicaciones constantes del medio local QuePasaSalta, que coadyuvar a su popularidad. Aquí algunos de los contenidos que salieron del personaje.

Látigo llega se hace nacional

[https://www.youtube.com/watch?v=O-aE60AaJRA&t=2s&ab\\_channel=TodoNoticias](https://www.youtube.com/watch?v=O-aE60AaJRA&t=2s&ab_channel=TodoNoticias) Látigo en tiendas virales [https://www.youtube.com/watch?v=9PfMR18p7hU&ab\\_channel=latigopasitoprohibido](https://www.youtube.com/watch?v=9PfMR18p7hU&ab_channel=latigopasitoprohibido) Látigo baila, video “viral” del medio El Tribuno Salta: [https://www.youtube.com/watch?v=C93VinqQBGQ&ab\\_channel=marcedrums](https://www.youtube.com/watch?v=C93VinqQBGQ&ab_channel=marcedrums) Escuela de Pasos de Látigo, Pasitos Prohibidos

[https://www.youtube.com/watch?v=KsmpGKrNB4s&ab\\_channel=latigopasitoprohibido](https://www.youtube.com/watch?v=KsmpGKrNB4s&ab_channel=latigopasitoprohibido)

Su primer canje: [https://www.youtube.com/watch?v=71t8hLBeQIc&list=PLWQlfMdSif566gew7-H30KbwtPvwh4Y28&ab\\_channel=latigopasitoprohibido](https://www.youtube.com/watch?v=71t8hLBeQIc&list=PLWQlfMdSif566gew7-H30KbwtPvwh4Y28&ab_channel=latigopasitoprohibido) es de Juventud antoniana

En instagram de la TV <https://www.instagram.com/p/CjqTJRyPpy-/?hl=es-la> y twitter del mismo prog <https://mobile.twitter.com/PasaronCo/status/1579882684230537216/photo/3>

## Resultados del primer acercamiento en torno a la participación

En ese relevamiento, advertimos que un gran porcentaje de los jóvenes interactúa desde el botón de Me Gusta (en los portales o en las redes sociales de los portales) y en gran medida comparte las noticias. Más de la mitad de los estudiantes afirma no dejar comentarios y el resto indica que lo hace en temáticas deportivas y actos solidarios o en noticias que denominan amarillistas, de política o educación.

La gran mayoría cree que hay participación en los públicos, sea desde los comentarios y dando su opinión, compartiendo o incluso sólo leyendo las noticias algo que evoca la recepción espectral de la que habla Fernández (2021). Respecto de las noticias engañosas o clickbait, la gran mayoría siente frustración, indignación, decepción, molestia y desilusión, pero lo entienden como parte del juego.

## Principales hallazgos de Investigar en Red

La investigación colectiva desarrollada en los años 2020-2021 por once universidades argentinas para indagar acerca de los hábitos de estudio y de consumo de noticias de las y los estudiantes de las carreras de Comunicación Social, Periodismo y afines se inspiró en el concepto de inteligencia colectiva (Lévy, 2004). Realizó al menos quince entrevistas en profundidad por universidad a estudiantes de 18 a 24 años en plataformas digitales como Google Meet o Zoom. La segunda etapa de la investigación consistió en la realización de una encuesta a 1.941 estudiantes.

Entre los principales emergentes surgió que el 74% tiene a celular como su principal herramienta para acceder a las noticias, mientras que un 23% usa más la computadora y solo un 1% prefiere una tablet, lo que coincide con el estudio Digital News Report 2021 del Reuters Institute y la Universidad de Oxford, que indica que un 76% de las personas utiliza el celular para informarse, mientras que un 39% la PC y solo un 6% la tablet (Newman y otros, 2021).

Para este estudio las redes sociales en Internet son la principal vía de acceso a la noticia en las y los estudiantes de Comunicación (32%- siete de cada diez) y esto es así para todas las franjas etarias. Son las redes sociales, como Twitter, Facebook, Instagram o Youtube donde siguen sobre todo a medios y periodistas. Otro dato significativo es que no todos consultan las mismas plataformas ni lo hacen con la misma intensidad, pero es habitual que ingresen varias veces al día a las redes y las combinen con medios tradicionales (Arri y Paredes, 2022).

Twitter aparece como la plataforma mejor posicionada para conocer qué pasa en la realidad y encontrar tendencias que les permite monitorear la agenda temática y mientras, la red Instagram gana terreno en el sector de la información, y Facebook sigue siendo usada para obtener noticias: las y los estudiantes mencionan la importante presencia de medios locales en esa red.

Algunos conceptos que queremos destacar especialmente son el consumo incidental de información, es decir, cuando se encuentran noticias sin buscarlas; el ingreso a las redes para profundizar en algo concreto del que se enteraron en otro medio, descrito en otras investigaciones (Pew Research Center, 2013; Mitchelstein & Boczkowski, 2018; Fernández Medina et al., 2018 citado en Arri y Paredes, 2022).

Se valora la instantaneidad de la información, como el caso de las breaking news (o noticias en desarrollo), la presencia de múltiples enfoques y el formato breve y simple y se critica el predominio de lo atractivo sobre lo importante, la mezcla de contenidos y el filtro generado por los algoritmos, ante una posible burbuja informativa propia.

De la investigación se desprende que las y los estudiantes van “migrando” en el tiempo de una red social a otra, se acomodan en el ecosistema mediático pero muchos realizan un uso espectral de las redes (Fernández, 2018; 2021). Muchas de las veces, como si fueran espías, se emula lo que ocurre en el broadcasting, dado que los receptores tienen un lugar “relativamente fijo frente al aparato o soporte por el que les llega la emisión de su mediatización elegida o aceptada” (Fernández, 2018: p. 34). En general los estudiantes reconocen la sinergia entre los medios de

comunicación tradicionales o broadcasting (Fernández, 2018; 2021) y las redes sociales en un escenario definido como de post broadcasting (Fernández, 2021, p. 64-65).

## **Semejanzas**

Destacamos algunos de los puntos que entendimos más significativos en torno al eje de cómo se informan los jóvenes de carreras de comunicación, aunque entendemos que hay muchos temas sobre los que detenerse.

Las redes sociales, como hemos podido observar en ambos estudios previos, obran como lugar privilegiado a partir del cual los jóvenes estudiantes acceden a la noticia. Pueden optar, por momentos, por una u otra red social según gustos, preferencias o moda, pero son esas plataformas los lugares donde los jóvenes se encuentran con la noticia ¿La noticia les llega a los jóvenes o son ellos los que las buscan? El consumo incidental pareciera ser el predominante.

El dispositivo móvil, por su parte, es la pantalla de acceso y navegación que ocupa un rol protagónico ¿Es la pantalla elegida o la disponible? ¿Por qué este dispositivo y no la PC o la tablet para el consumo de noticias? ¿El dispositivo condiciona la manera en la que se da la lectura de la noticia? ¿Qué característica debería tener una noticia para ser leída desde un dispositivo móvil? ¿Se modifica la manera en la que se interactúa con la información dado el consumo de noticias desde este tipo de dispositivos? ¿En qué momentos, circunstancias o condiciones los jóvenes emplean el smartphone para informarse? Estos interrogantes que quedan latentes pretendemos abordarlos desde el Focus Group en la búsqueda de profundizar la comprensión de las prácticas y los sentidos en torno al consumo de la información y las noticias de los jóvenes estudiantes de carreras relacionadas con la comunicación, en nuestro caso particular en la Universidad Nacional de Salta.

## **Marco metodológico: hacia la obtención de información mediante Focus Group**

Como hemos señalado, el trabajo se pregunta por las potencialidades de esta herramienta metodológica, el Focus Group, para indagar las prácticas de estudio y consumo de información.

Como hemos podido observar en los párrafos anteriores, existe un recorrido previamente realizado en la temática a investigar, es por eso que, en este caso, el Focus Group se llevará a cabo para “complementar aquello que se ha indagado a partir de otros métodos cualitativos o cuantitativos” (Morgan, 1988, p.2).

Si bien esta técnica de obtención de información tiene su origen más arraigado al positivismo o el funcionalismo y ha estado más ligada a estudios de marketing, lógicas de mercado y política, el Focus Group ha sido también ampliamente utilizado y validado como una potente herramienta para enfoques teóricos críticos priorizando su potencia dialógica y participativa (Freidin, 2016).

El enfoque temático de esta investigación encuentra su potencia en los grupos focales, ya que, al indagar sobre los consumos emergentes de noticias e información estamos generando preguntas sobre cómo se desarrollan y operan ciertas ideas en un determinado contexto cultural. A su vez, esta técnica permite generar un espacio de opinión que va de lo individual a los para captar el sentir, pensar, el vivir, la experiencia y las creencias de los individuos en un ambiente de interacción (Hamui-Sutton & Valera-Ruiz, 2013, p.56).

La mayor riqueza y el mayor desafío que se pretende aprovechar y afrontar de esta técnica es su lógica conversacional, la cual, busca simular ese tipo de conversaciones que se pueden dar en la vida cotidiana (Hollander, 2004). Si se la aborda con cuidado, puede “generar interpretaciones ricas, complejas y aun contradictorias sobre cómo la gente asigna significado e interpreta sus experiencias de vida” (Kamberelis y Dimitriadis, 2013, como se citó en Freidin, 2016, p.2), en este caso, en torno al consumo de la información. Sabiendo, no obstante, que se deben tener precauciones para evitar que en esta misma lógica dialógica el grupo ejerza una presión negativa y se dé lugar a silencios problemáticos, donde los participantes pueden no querer revelar información o discursos problemáticos en los que

se expresen sentimientos y opiniones que no son las verdaderas (Hollander, 2004). Evitando esos riesgos, la técnica es potencialmente fértil para explorar conocimientos y experiencias de las personas en un ambiente de interacción, que permita revisar lo que las personas piensan, cómo piensan y por qué piensan de esa manera. Asimismo, pueden facilitar discusiones y activar a los participantes a comentar, opinar, expresarse, aún en aquellos temas que se consideran como tabú (Hamui- Sutton & Valera-Ruiz, 2013).

Para facilitar esta experiencia, diversos autores ponen foco en la importancia de preparar cuidadosamente el momento del Focus, prestan atención en la previa para que en la instancia de realización la recolección de la información sea fructífera. Hamui-Sutton & Valera-Ruiz (2013) resumen esta preparación en 12 ítems a tener en cuenta a los que haremos brevemente referencia: 1. Conocer el mundo de vida del entrevistado. 2. Aludir a los temas importantes y significativos para los participantes. 3. Recuperar la cualidad de lo expresado en el lenguaje común y corriente. 4. Propiciar descripciones densas, narrativas desde las cuales la experiencia individual refleje el contexto social donde se inscribe. 5. Dar especificidad a las situaciones referidas. 6. Mantenerse abierto a cualquier novedad que surja en el proceso y explorarla. 7. Focalizar la conversación en determinados temas. 8. Detectar los aspectos ambiguos o no bien definidos que muestren los participantes, o que incluso puedan resultar contradictorios. 9. Identificar cambios de las descripciones o los significados respecto de ciertos temas, en el transcurso de la entrevista colectiva. 10. Ser sensible con respecto a ciertos temas que pueden afectar a los participantes. 11. Cuidar las relaciones interpersonales durante la conversación. 12. Lograr que sea una experiencia positiva para los participantes, al descubrir perspectivas nuevas acerca de su propia situación de vida (p. 57).

Para cuidar estos aspectos anteriormente expuestos, cabe resaltar aquello que múltiples textos sostienen, el rol esencial del facilitador/moderador y la formación y preparación que este debe tener para llevar a cabo y de manera fructífera el encuentro (Hamui-Sutton & Valera-Ruiz, 2013; Freidin, 2016, Stewart y Shamdasani, 1990).

Por último, otras cuestiones de índole más práctico también cobran relevancia en la previa, tales como prever dónde se llevará a cabo el encuentro, cómo se distribuye este espacio, los instrumentos técnicos para la recolección de la información, los roles que tendrán en el momento los participantes de la experiencia: quién modera, quién observa, quién gestiona, etc. Es así que, en la previa y para poder observar el funcionamiento de algunas decisiones o revisar aquellas que pueden no llegar a funcionar, se recomienda la realización de una prueba piloto.

### **Manos a la obra: prueba piloto, preguntas de cara a la implementación y lo que sigue...**

Investigar en Red propone realizar una prueba piloto de FG y luego “por lo menos la realización de 2 grupos focales de 6 a 8 integrantes por carrera: 1 grupo focal con estudiantes de 1° y 2° año de la carrera y 1 grupo focal con estudiantes de 3, 4 y 5° año (si lo hubiera), incluyendo aquí a quienes están en período de elaboración de sus tesis.

Se sugiere la conformación de grupos homogéneos de acuerdo con Freidin (2016), esto estaría asegurado al tratarse de estudiantes de una misma carrera, pero, para evitar la asunción de roles preestablecidos en la conversación entre quienes ya se conocen, se pretende prestar atención y se cree conveniente que se mezclen estudiantes de la carrera, evitando el encuentro de personas ya muy conocidas entre sí.

En las recomendaciones previas de esta investigación en red aparecen consejos sobre el rol de la moderación y una guía de preguntas que se deben plantear de modo flexible. Se puede hacer lugar a interrogantes que desde lo local se crean relevantes de agregar, sin dejar de lado la propuesta medianamente protocolizada, la cual permitiría que los relevamientos sean homogéneos y respondan a similares criterios en las distintas universidades que forman parte del proyecto.

La experiencia piloto desarrollada en la Universidad Nacional de Salta se llevó a cabo el 15 de junio de 2023 con 10 estudiantes de la carrera de Comunicación, 5 varones y 5 mujeres. El grupo se encuentra cursando entre 2do y 4to

año de la carrera, con excepción de un estudiante que se encuentra con la tesis terminada y entregada.

Se llevó a adelante en el Laboratorio de Cine y Tv, de la Facultad, un espacio de uso bastante exclusivo, por lo que era un espacio poco familiar para todos. Un día frío, y el espacio no contaba con la calefacción necesaria, es así que todos debían estar con sus camperas y abrigos. Se organizaron las sillas en ronda, en una sala de edición, relativamente pequeña, dentro del estudio, sin contar con una mesa central o algún apoyo extra.

Un grabador profesional se instaló en el medio del grupo, y además se realizó un back up de grabación con teléfonos móviles en los costados del espacio. Dos profesores condujeron el Focus con las preguntas propuestas y otras dos docentes tomamos notas de campo observando lo expresado pero también el recorrido de la experiencia previa de cara a los Focus Group que se llevarán a cabo más adelante.

Las intervenciones fueron por turnos, con pocas o casi nulas interrupciones. Algunos de los jóvenes participaron poco en los diálogos. Existieron también discursos preponderantes y liderazgos internos dentro del grupo que instalaron posiciones que luego, los demás estudiantes se remitieron a afirmar o, en una única oportunidad, a contradecir.

En términos prácticos, surgen ya aquí algunas preguntas para tener en cuenta hacia la próxima experiencia ¿Hemos elegido el espacio adecuado? ¿Resultó cómodo, familiar y acogedor para propiciar el ambiente de una conversación cotidiana? ¿Es óptimo el número de participantes seleccionados? ¿deberían ser más o menos? ¿Qué aspectos deben rever los moderadores para garantizar la opinión de todos los participantes y propiciar discusiones de ida y vuelta entre los participantes? ¿Es óptima la posición del grabador en el centro de la escena? ¿Da jerarquía a la experiencia o asusta y silencia a los participantes?

Por otra parte, en lo que se refiere a la temática de indagación que nos reúne, ya desde la prueba piloto, surgen en el equipo más que afirmaciones, nuevos conceptos latentes que entendemos serán de gran interés al momento de realizar las comparaciones entre los resultados de las diversas universidades participantes y, sin duda, generarán nuevos y más potentes interrogantes.

La noticia o la información ocupa en la cotidianidad de la vida de los jóvenes un lugar particular, que sin duda, hay que analizar. Si bien se reconocen como estudiantes de comunicación que deberían estar “informados” y “actualizados” en términos de lo que sucede en la actualidad, la mayoría de los participantes coincidió en la actual sobrecarga de información, a la que caracterizaron de “abrumadora” y a partir de la cual se genera cierto rechazo al “estar informados”, criticando el interés de los generadores de noticias en apelar más a las emociones que al dato.

Apareció en esta primera experiencia, solo una pareja de amigos compañeros que sí consideran estar muy informados, en exposición constante a la información e intercambiando permanentemente contenidos informativos pero, sí pusieron el foco en que estos contenidos sobre todo tienen que ver con lo cultural y es aquel que necesitan e intercambian desde su rol de realizadores de un programa de radio. El origen de la información son las redes sociales, con un algoritmo que les ofrece permanentemente información producida por diarios locales y nacionales.

En concordancia con lo que ya mostraban las investigaciones previamente realizadas, la información o la noticia a la que se hace referencia durante la experiencia y que fue caracterizada, comentada, apelada, discutida, fue siempre aquella a la que se accede desde las redes sociales. Debemos destacar que faltó hacer la pregunta sobre si existe la práctica de consultar páginas web o portales de noticias, dado que fuera de la conversación registrada, sí admitieron que en algunas ocasiones chequean cierta información o un tema de interés en las páginas de los diarios.

Se destaca el protagonismo de la televisión y la radio, como fuente de información estable, por ser parte del consumo familiar, por sobre el consumo de la prensa gráfica tradicional, la cual no se compra ni se consume salvo en algunas circunstancias como un café, donde uno se encuentra con el periódico en papel y lleva a cabo su lectura.

Creemos destacable el hecho de que, al ser estudiantes de comunicación, varios marcaron como parte de sus consumos de noticias y de información, aquella que es originada por referentes compañeros de la carrera que tienen programas o producen algún tipo de contenido (Romina Bischof, Erika Caro).

En lo que se refiere a las prácticas de participación, el compartir y crear contenido en torno a la noticia, se destaca el hecho de que, cuando comparten una información, en primera instancia la chequean y, luego, existe una especie de curaduría en el compartir porque lo hacen de manera puntual, seleccionando y enviando la misma sólo a aquellas personas que creen que les puede llegar a interesar.

Sobre la producción de noticias o contenidos informativos, se expresan coincidencias respecto a la necesidad de hacer un esfuerzo, cuando quieren escribir de manera más formal, en este sentido, sus consumos y producciones se vinculan a la producción de piezas para pares, descontracturadas e informales, ocupando un rol protagónico el meme como formato breve y que a través del humor puede llegar a expresar información y posicionamiento respecto a hechos que suceden y que son noticiables.

## Conclusiones

Como vimos, en la inteligencia colectiva aparecen coincidencias asombrosas como es el objeto de estudio tan similar que nos propusimos en estas latitudes salteñas con el objeto emprendido, repetimos, de forma más acabada y profunda, por el gran equipo de Investigar en Red, dirigido por Francisco Albarello.

Semejanzas en abordajes y hallazgos respecto al consumo de noticias, y el tipo de exposición a las mismas por medio del smart phone, entre otras.

Al orgullo de integrar esta red, se suma ahora el desafío de dar consecución a los pasos previstos para cada universidad de los distintos países que la integramos, la realización de los focus por edades y cantidad representativa de estudiantes, la transcripción de las conversaciones de los grupos focales y luego, la codificación, por medio de la herramienta informática del Atlas ti y en relación a un diccionario de códigos común.

En lo particular, cada institución deberá o podrá dar visibilidad al proyecto y su modalidad abierta y colaborativa de trabajo. En Salta, hemos propuesto cumplir con lo previsto, atendiendo a las observaciones de esta primera experiencia piloto vivida, para que las condiciones sean propicias para obtener la participación más rica e informativa por parte de los jóvenes.

## Referencias Bibliográficas

Albarello, F. (2019). *Lectura transmedia: leer, escribir, conversar en el ecosistema de pantallas*. Ampersand.

(2022) *Mutaciones: hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas* / Francisco Albarello; editado por Francisco Albarello. - 1a ed. - UNR Editora.

Arri F. y Graciela Paredes, G. (2022) "Informarse en las redes sociales: entre el uso personalizado, los algoritmos y el consumo incidental". En Albarello, F. (2022) *Mutaciones: hábitos de información y estudio de jóvenes en universidades argentinas* / UNR Editora.

Arrueta, C. (2010) *¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada desde el periodismo en contextos de periferia*. La Crujía.

Boczkowski, P. J. (2022). *Abundancia: la experiencia de vivir en un mundo pleno de información*. UNSAM Edita, Universidad Nacional de San Martín.

Chartier, R. (1992). *El mundo como representación: estudios sobre historia cultural* (C. Ferrari, Trans.). Gedisa.

Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas: elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Crujía.

(2021) *Vidas mediáticas. Entre lo individual y lo masivo*. La Crujía Fernández Medina, F. J., Proust, V., & Núñez-Mussa, E. (2018, noviembre). Consumo

incidental de noticias en un contexto de redes sociales y múltiples pantallas. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (16), 308-320.

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58307096/Consumo\\_incidental\\_de\\_noticias\\_en\\_un\\_con-libre.pdf?1548979618=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DConsumo\\_incidental\\_de\\_noticias\\_en\\_un\\_con.pdf&Expires=1687829101&Signature=C6hxOHoLWm4nMonHHz3m6w](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58307096/Consumo_incidental_de_noticias_en_un_con-libre.pdf?1548979618=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DConsumo_incidental_de_noticias_en_un_con.pdf&Expires=1687829101&Signature=C6hxOHoLWm4nMonHHz3m6w)

Flick, U. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Sage Publications.

Freidin, B. (2016, junio 7). Revisando el uso de grupos focalizados en la investigación social. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*, 6(1).

Hamui-Sutton, A., & Valera-Ruiz, M. (2013, enero-marzo). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 2(5), 55-60.

Hollander, J. A. (2004). "The social contexts of focus groups", *Journal of Contemporary Ethnography*, (B. Freidin, Trans.). In Documento de Cátedra 83. Traducción resumida (2013).

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

Lévy, P (2004) «Inteligencia Colectiva: por una antropología del ciberespacio»: OPS Luchessi, L. (Ed.). (2013). *Calidad informativa: escenarios de postcrisis*. La Crujía.

(2018) «Viral News Content, Instantaneity, and Newsworthiness Criteria.» En "Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age". Hershey. USA. IGI Global, de R y Alzamora G (eds) En Gambaratto Rampazo. Hershey. USA.: IGI Global.

Morgan, D. (1988). *Focus Groups as Qualitative Research; University Paper Series on Qualitative Research Methods* (M. P. Otero, Trans.). In Documento de Cátedra 17. Traducción resumida del inglés (2006) Cátedra de Metodología y Técnicas de la Investigación Social Profesora Titular: Ruth Sautu.

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Kleis Nielsen, R. (s. f.).  
Reuters Institute Digital News Report 2022.

Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. SAGE Publications.

Scolari, C. A. (Ed.). (2015). *Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa México.

Scolari, C. A. (2016). El translector. *Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación*. In J. A. Millán (Ed.), *La lectura en España: informe 2017*. Federación de Gremios de Editores de España.

Stewart, D. W., & Shamdasani, P. N. (1990). *Focus Groups. Theory and Practice*. Newbury Park: Sage Publications.

Capítulos 4 "The focus group moderador" y 5 "Conducting the focus group". (M. P. Otero, Trans.). In Traducción resumida del inglés al español (2007) Cátedra de Metodología y Técnicas de la Investigación Social. Profesora Titular: Ruth Sautu.

Van Dijck, J. (2016). *La Cultura de la Conectividad*. Siglo Veintiuno.

Williamson, K. (1998). *Discovered by chance: the role of incidental information acquisition in an ecological model of information use*. *Library & Information Science Research*, 20(1), pp. 23-40.

# Narrativas Transmedia, Fanatismo y Consumo Cultural en el reality show Gran Hermano 2022

Yapura Cristian Eduardo  
cristian.yapura.j@gmail.com

**Universidad Nacional de General Sarmiento**

## Introducción

¿Por qué realizar un estudio de recepción acerca de Gran Hermano 2022?

Gran Hermano es un reality show en el cual 18 participantes conviven en una casa a lo largo de 4 meses, sin tener acceso a comunicaciones con el mundo exterior a través de algún tipo de medio. Conforme van pasando las semanas se van eliminando integrantes a través de una gala de eliminación en la cual el público vota qué participante tiene que quedarse o irse. El programa es emitido las 24 horas del día a través del canal de televisión, además de todos los días a las 22 hs se transmite un programa resumiendo todos los acontecimientos relevantes del día. A través de estos informes es que el programa va construyendo sus narrativas sobre qué participante tiene determinado rol, configurando así de alguna forma la opinión que pueda tener el público respecto de cada integrante.

Es por eso que es relevante realizar un estudio de recepción respecto de este tipo de reality shows en el contexto actual, en el cual las narrativas presentes en distintos medios conviven en un nivel que consumir el programa por internet o por televisión configura de una forma determinada la opinión del público.

## Objetivo

El propósito de este trabajo es dar cuenta como funcionan las narrativas transmedia en la actualidad, comprender desde donde pretende enunciar un medio, desde donde mira el público y opina.

## Contexto

En la edición del 2022 el programa es transmitido por televisión, sin embargo es posible sintonizarlo a través de la aplicación Pluto Tv de forma gratuita. También es posible encontrar transmisiones acompañadas de alguna celebridad en el canal oficial de Telefe en la plataforma Twitch.

Paralelo a esto, ocurre una situación particular en la cual se crean distintos canales no oficiales en Twitch donde retransmiten las imágenes de la casa, también hay distintos streamers que hacen transmisiones reaccionando a distintos contenidos como pueden ser informes recopilatorios de los hechos sucedidos en la casa.

Se nos presenta un caso en el cual el contenido oficial realizado por Telefe, acerca del programa Gran Hermano, es menos elegido y el público tiende a una mayor preferencia de cobertura por vías no oficiales, como pueden ser fanáticos no relacionados directamente con la producción.

## Metodología

Para este trabajo de recepción se llevaron a cabo 6 entrevistas en profundidad con preguntas abiertas a espectadores que siguen el programa de forma diaria. Las entrevistas estaban conformadas por 2 ejes temáticos importantes. En primer lugar se les preguntó acerca de la forma en la que visualizan el programa, es decir si lo ven en vivo por televisión, apps de streaming, si consumen recortes compilatorios por redes sociales como Youtube, Twitter, Tik Tok o Instagram. Nuestro foco en este eje es justamente evidenciar si existe una narrativa transmedia, entre redes y televisión, o si efectivamente un medio de consumo prevalece sobre el otro.

El segundo eje presente en la entrevista hace foco respecto al formato de Gran Hermano, es decir lo que propone como reality a través de los participantes, las interacciones entre ellos, qué opinión tienen los entrevistados respecto de las personas dentro de la casa. El propósito de este eje es tratar de comprender cómo son evaluados los participantes de Gran Hermano, teniendo en cuenta la dualidad de juicio desde lo moral respecto de las actitudes entre las personas de la casa, frente a un juicio de valor de sus desempeños como jugadores del programa.

El recorte que realizamos sobre Gran Hermano para los entrevistados es tomar la gala de presentación, que salió al aire el 17 de octubre de 2022, donde los participantes ingresaron a la casa. En segundo lugar también incluimos dentro del recorte los acontecimientos desde el 1 hasta el 15 de diciembre. Si bien este será nuestro recorte, es importante aclarar que pueden ser referenciados acontecimientos previos a las fechas aclaradas, debido a la naturaleza de convivencia continua que caracteriza a Gran Hermano y lo que conlleva seguirlo diariamente.

## Marco Conceptual

El marco conceptual que utilizamos en este estudio de recepción está conformado por los conceptos vistos en la asignatura Comunicación Masiva y Matrices Culturales de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de General Sarmiento. Los principales conceptos son configuraciones culturales según Alejandro Grimson, melodrama de Martín Jesús Barbero, narrativas transmedia de Carlos Scolari, fanatismo según Libertad Borda, por último las funciones sociales de los medios masivos según los autores Paul Lazarsfeld y Robert K. Merton.

## Preguntas Guía

Las preguntas que sirvieron de conducto del análisis fueron ¿Quiénes miran Gran Hermano se auto perciben espectadores del reality? ¿ Existe un juicio de valor respecto del consumo de reality shows? ¿ Surge una nueva moral dentro de los formatos de reality show ? ¿ Se puede dividir la moralidad del espectador? y la más importante ¿ Es el público consciente de las narrativas propuestas por los diferentes medios?

## Estudio de Recepción

Barbero plantea un esquema de melodrama en el cual se nos presentan los roles de traidor, víctima, justiciero y bobo. Cada rol presente en el melodrama está relacionado entre sí, la víctima es quien busca recuperar su identidad, busca protección y suele soportar sufrimiento. Este último es causado por el traidor, quien representa los valores más negativos, lo terrible y generalmente es un impostor. En contraposición está el justiciero, que representa los valores más positivos como la bondad, sensibilidad y es quien acude al rescate o auxilio de la víctima. Por último tenemos al bobo, que brinda el alivio cómico, es ayudante del justiciero o del traidor.

Para este trabajo de recepción, le preguntamos a los seis entrevistados que participantes de la casa de Gran Hermano podrían ubicarse en este esquema de melodrama. Cinco de los entrevistados ubicaron al participante Agustín Guardis como Villano. En segundo lugar cuatro de los entrevistados pudieron ubicar al participante Marcos Ginocchio como figura de justiciero. En tercer lugar tres de los entrevistados consideraron a la participante Julieta Poggio como la víctima de la casa, mientras que otros tres consideraron como víctima al participante Walter Santiago. Por último el rol que menos coincidencias tiene es el del bufón, donde tres de los entrevistados ubicaron a la participan-

te Julieta Poggio, mientras que los otros tres mencionaron a distintos participantes cada uno.

Es importante aclarar que el eliminado de la gala del 11 de diciembre fue el participante Agustin. Esto nos sirve de indicador de porque la mayoría de los entrevistados consideraban a este participante como el villano. Por otra parte la razón de que la participante Julieta sea la víctima en tres entrevistas, es debido a que era la principal persona con la cual tenía enfrentamientos Agustin, asimismo consideraban que era el alivio cómico debido a sus actitudes ingenuas frente a diversas problemáticas dentro de la casa. Por otro lado, quienes consideraban como víctima al participante Walter, lo argumentan en base a la diferencia de edad de este participante de 60 años respecto de los demás participantes. Luego quienes consideraban a Marcos como figura de justiciero, lo justifican debido a que es el participante que menos forma parte de conflictos y discusiones dentro de la casa. Para comprender la elección de cada entrevistado, es importante señalar la problemática principal de la casa en esos días eran los comentarios de Agustín frente a las participantes mujeres de la casa y las distintas anécdotas que comentaba acerca de sus relaciones previas. Estos comentarios eran dirigidos particularmente a la participante Julieta. Así mismo Walter también era confrontado constantemente en estos días, por los participantes Maximiliano Giudici y Thiago Medina. Por otra parte el participante Marcos si bien no formaba parte de los conflictos de la casa, si mantenía la amistad con Agustin.

Además de pedirles que ubiquen a los participantes en el esquema melodramático, se les consultó a los entrevistados quienes consideran el posible ganador teniendo en cuenta la gala de presentación y quienes consideraban como posible finalista teniendo en cuenta las primeras dos semanas de diciembre. En este caso la respuesta unánime de los seis entrevistados fue que consideraban como ganador al inicio del reality al participante Thiago Medina. Mientras que haciendo foco en las dos primeras semanas de diciembre, los entrevistados mencionaron más de un posible finalista, todos coincidieron en que el más probable es Marcos.

Es acá donde retomamos a Barbero, donde señalaba que la efectividad de un melodrama radica justamente en la complicidad con el público popular y que muchas veces esa complicidad es cultural y de clase. Thiago en la primera emisión de Gran Hermano, fue presentado como el participante de trasfondo humilde, contando una historia de superación donde su madre falleció cuando él era muy joven, que son 8 hermanos viviendo dentro de una misma casa y que de ganar el reality arreglaría la vivienda donde están. La visión positiva al inicio del programa respecto de este participante en los entrevistados es en parte una evidencia de la complicidad presente para establecer los roles de la casa. La complicidad de la que habla Barbero, en este caso está basada en el estereotipo de que humilde equivaldría a buen jugador de Gran Hermano.

En las entrevistas se dieron las siguientes respuestas

“Al principio a Thiago lo veía como el que destacaba entre el montón, los demás eran muy parecidos en el físico y como hablaban, él era diferente lo veía como la víctima, ahora no se si es tan así”

“ Yo lo tenía de favorito a Thiago, pero a medida que fue avanzando el juego se le cayó la careta, medio prepotente, no reaccionó de forma adecuada, igual creo que va a avanzar bastante”

“ Thiago nos parecía el favorito a ganar, pero nos enfocamos mas en nuestro grupo a joder sobre quien era el primer eliminado, era muy obvio que eran Holder o Martina. Thiago se iba a quedar seguro, ahora no se si anda tan cómodo “

Con el paso de las semanas dentro de la casa, el favorito a ganar el reality no está muy claro, pero si hay una preferencia sobre el participante Marcos. Este participante se presentó como un estudiante de abogacía de una universidad privada, es salteño, catolico practicante y de una clase socioeconómica alta. Al mismo tiempo que es considerado el favorito a ganar, también es ubicado en todos los esquemas de melodrama, como el justiciero. Por parte de los entrevistados, no es considerado un buen jugador de gran hermano, sin embargo aquello que lo lleva a ser

considerado favorito y el héroe del reality, es justamente su personalidad.

Entre las respuestas estaba lo siguiente

“ Me sentí identificada con Marcos, más que nada porque soy salteña y un poco tengo la misma personalidad que él, es muy tímido y no se mete con nadie, por eso me gustaría que gane, es alguien que no se mete en quilombo, hace la suya”

“ No se si hay un claro ganador, pero si veo a Alfa, Romina y Marcos en la final, sobre todo a Marcos. No hace nada, es una planta de sombra, pero no jode a nadie”.

“ Yo veo como finalistas a Alfa, Coti y Marcos. Ponele que ellos tres llegan a la final seguro. Alfa es medio retrógrado pero llega, Marcos hasta ahora no lo cancelaron y Coti es mala, por eso llega”

Estas opiniones que tienen los entrevistados respecto de los participantes de Gran Hermano, justamente son aquella complicidad que señalaba Barbero que tiene que estar presente para que el melodrama funcione. Grimson señala que las configuraciones son locales y dependen del contexto. En este caso el contexto que tenemos es el de la casa de Gran Hermano, al entrar los participantes se presentaron en la gala de inicio del ciclo y es a través de esta misma, que los espectadores evaluaron quien era un probable ganador y quien un probable eliminado. A sí mismo Grimson añade que las configuraciones son heterogéneas y presentan lógica de interrelación entre las partes, caracterizada por una dicotomía. Esto significa que se presentan significaciones diferentes que articulan la vida social en múltiples aspectos.

Esta situación está muy presente en la casa de Gran Hermano, donde los participantes que conviven dentro de la casa son evaluados bajo dos marcadas lógicas. La primera es que tan buenos jugadores son dentro de Gran Hermano y la segunda es la lógica moral respecto a la persona que es el participante.

Le preguntamos a los entrevistados respecto a quienes consideraban villanos y la mayoría contestó con el participante Agustín. Entre las respuestas nos encontramos con las siguientes declaraciones.

“ Al principio comenzó siendo un buen jugador, me daba un poco de lastima pero despues se volvio un monstruo con lo de las fotos de las chicas”

“ Agustín era el ganador, me parece que quiso decir que era un personaje pero en verdad es su personalidad y menos mal que lo sacaron “

“ Me parece que refleja un poco lo que se vive, no se si Agustín debe tener un drive con fotos, pero seguro alguno chabon debe tener una carpeta así, esta bueno que lo saquen porque en cierto punto lo estás avalando si lo dejas “

Por otra parte, cuando les consultamos por quienes serían las víctimas, los mismos entrevistados comentaron

“ Alfa es un viejo verde, pero al menos juega bien y les complica un poco la vida a los otros. Aparte un poco que se arrepiente y Romina lo tiene cortito”

“ Alfa es molesto, es un poco un bufón pero las últimas semanas le buscan pelea siempre, un poco te pones de su lado, aunque hizo cosas malas”

“ Alfa y Romina son los que cocinan, Alfa será un viejo verde pero si no es por él y por Romina, esa casa no come “

Es acá donde vemos como funciona la lógica de interrelación dentro de la casa de Gran Hermano. Ambos participantes Agustín y Walter, fueron los que estuvieron más veces nominados, sobre todo por ser además los más polémicos, envueltos en distintos tipos de controversias. Sin embargo el público aun así no los elimina de competencia.

Si tomamos como muestra los entrevistados, aquellos que consideran a Agustín como el villano de la casa, lo hace justamente por un comportamiento que no estaba ligado estrictamente a la competencia, sino más bien a su forma de relacionarse con las mujeres tanto dentro como fuera de la casa. Por otra parte el participante Walter se vio envuelto en situaciones similares con comentarios y comportamientos negativos frente a las mujeres, sin embargo tanto el público como los entrevistados, lo consideran un buen jugador, por lo tanto en este caso la lógica que más peso tiene es la del juego por sobre la moral.

Esta división de lógicas se extiende ante la mayoría de participantes de la casa, incluso al comparar la gala de presentación, aquellos participantes como Thiago que comenzaron siendo considerados favoritos, con el paso del tiempo se los empezó a juzgar como jugadores de Gran Hermano más que según su historia de trasfondo.

Los seis entrevistados fueron consultados respecto de su principal dispositivo para visualizar el reality. En los seis casos el principal dispositivo por el cual siguen el programa es a través de una computadora o un smartphone. Adicionalmente a esto, los seis consumen las galas de nominación y de eliminación en vivo. Luego la cobertura viendo las galas de lunes a viernes es mantenida por 3 de los entrevistados, siempre mediada por una computadora.

Los otros 3 entrevistados no consumen el programa en vivo, más si consumen recortes que son resubidos a las redes sociales. En ninguno de los casos el consumo es a través de una televisión. En estos casos está mediada tanto por una computadora como por un smartphone.

Al respecto del consumo de Gran Hermano por diferentes dispositivos, redes y medios los entrevistados respondieron lo siguiente

“Yo lo llego a ver en vivo porque justo llego del trabajo, lo pongo de fondo en la pc mientras sigo haciendo mis cosas”

“ Lo veo todos los días, sobretodo porque coincide con el horario que ceno y es el tema de conversación que tengo con mi mamá que también lo ve “

“ Lo veo con mi viejo, no tenemos cable pero lo podemos ver por la página de Pluto Tv en la tele, queda de fondo hasta que cenamos”

“ Lo veo por PlutoTv en vivo, aunque siempre termino buscando los recortes, más que nada porque a veces se cuelga la pagina. Me gusta ver los recortes que hacen en los perfiles fans de Tik Tok e Instagram”

“Me gusta ver los recortes mas que el vivo, sobretodo si son paginas no oficiales porque suben cosas que a veces Telefe no muestra, me parece mas organico “

Si bien es el mismo programa que es transmitido por la señal de cable, al mismo tiempo que el que se ve por Pluto Tv, lo que ocurre es que la mayoría termina utilizando la aplicación. Por otro lado, aquellos quienes consumen el programa en diferido, prefieren recurrir a cuentas que realizan recortes en Instagram, Tik Tok e incluso Youtube. El principal argumento que exponen es que hay una diferencia en el tipo de narrativa que propone el programa y el tipo de narrativa realizado por cuentas de fanáticos.

Los entrevistados nos responden sus opiniones al respecto de las narrativas presentes en el programa

“ La diferencia con pluto tv es que podes verlo sin los cortes, la producción pone lo que ellos quieren, pero podes ver las cosas que pasan igual. Agustín dijo cosas horribles pero Maxi también y solo por querer eliminarlo a Agustín, no le dieron tanta importancia al otro “

“ En el programa exageran todo, me parece gracioso porque si quieren que uno parezca el malo, lo hacen recontra malo. Por redes pasa lo mismo pero me da risa cuando hacen videos con musica de fondo, como cuando se peleaban Thiago y Daniela o cuando le ponian la musica del señor de los anillos a Agustín”

“Yo veo el programa de Gran Hermano y me parece que es muy obvio el guión, al menos yo lo siento guionado. Me pasa cuando veo recortes de otras páginas, que agarran cosas que no mostraron por parte de la producción. Te muestran otra dinámica de personajes “

Carlos Scolari, señala que las narrativas transmedia no se trata de repetir aquello que ya se vio por un medio, sino más bien contar algo que se apoye en otros. Es lo que ocurre en Gran Hermano, si bien la principal transmisión es por cable, en el contexto actual un seguimiento diario y de 24 hs es mas conveniente hacerlo a través de diversas redes. Los recortes que mencionan los entrevistados que observan, son de cuentas fan que con la posibilidad de sintonizar Pluto Tv y el conocimiento necesario para grabar la pantalla para después editarlo. El punto a destacar es que si bien existe una narrativa creada por las cuentas oficiales de la producción, las que mayor relevancia tienen para el público y para los entrevistados de este trabajo, son justamente las no oficiales, debido a la naturaleza que ofrecen.

Libertad Borda es una autora que nos va a brindar conceptos importantes para comprender cómo funciona el fanatismo alrededor de este reality. Según Borda el fanatismo se compone por diferentes niveles de actividad, en primer lugar se encuentra la coexistencia de la distancia crítica y la proximidad emocional. Esto se presenta en Gran Hermano desde la gala de presentación y durante todo el ciclo que dure. Participantes con diferentes trasfondos y estratos sociales, bastante marcados y sobre todo polarizados, son puestos en la casa justamente para que se genere ese choque. Existe la afirmación de que Gran Hermano es un reflejo de la sociedad, aunque la misma sea tendenciosa y exagera bastante el sentido del programa, si es verdad que a través de las situaciones que se desarrollan en la casa y la respuesta del público, tenemos cierto indicador de cómo se piensa en ese momento. No es un reflejo exacto de la sociedad, pero sí un indicador de que quiere consumir el público en ese momento.

Las prácticas interpretativas serían el segundo nivel actividades del fanatismo, acá es donde ubicamos el cómo entienden los espectadores a gran hermano y que críticas se le pueden realizar al programa.

Cuando le preguntamos a nuestros entrevistados si se consideran fanaticos estas fueron sus respuestas

“ No me considero fanática, lo consumo, lo veo, pero creo que el fanatismo es no perderselo un segundo. Yo si entro a verlo seguido es porque me llama mucho la atención algo que paso o vi en redes “

“ Me considero una fanática, vi las versiones de otros años de Gran Hermano, más que nada porque era adolescente en su momento y me quede con la costumbre de ver algo con mi familia”

No me considero fanático, vi las otras ediciones, me gusta, me divierte pero no me considero fanática. Igual mis amigos lo ven así que tenemos un tema de charla “

“Mi vieja lo ve seguido, mis amigos tambien, entonces es como que lo veo para tener un tema de charla, con el tiempo me termine enganchando y ahora soy peor que ellos “

“No soy fanática, pero me gusta el programa para debatir algunas cosas que pasan. Comparto los recortes en mis redes cuando pasa algo controversial y ahí lo charlamos. No me considero fanática, capaz una mas del publico quizás”

“Si me considero fanatico, un poco quería presentarme al casting pero al mismo tiempo pensaba que me iba a arruinar la vida laboral, quedaba re escrachado. Me gusta lo que pasa en esta edición porque ahora es más probable que mas gente lo este viendo las 24 hs y esté atento a que alguno se mande una cagada”

Es a través de estas respuestas que observamos que en primer lugar hay una distancia entre el consumir Gran Her-

mano y reconocerse consumidor. La negativa ante admitir ser espectador del programa radica justamente en el concepto asociado a los participantes y el formato en sí. Así mismo quienes se reconocen fanáticos, son muy pocos los que lo hacen desde la postura del seguidor y prevalece más la postura de consumir algo para criticarlo y reflexionar desde ese punto. Aquí es donde también podemos relacionarlo con el tercer nivel de actividad de fanatismo según Borda, que es el activismo por parte de los fanáticos de un programa. En este caso los participantes tienen cierto seguimiento en redes, se crean nombres para representar su participación y generan un cierto sentido de pertenencia. Esto lo podemos observar en las siguientes respuestas.

“ Y yo al principio estaba subida a la frodoneta, más que nada porque se juntaba con Marcos, que lo banco mas a el que a Agustin”

“ Yo estoy con los monitos, mas que nada porque la mayoría esta en contra de ellos y casi siempre se equivocan. Aunque quede uno solo los voy a bancar, aparte capaz vuelven a meterlos “

La función conferidora de status, consiste justamente en cómo formar parte de algún medio te da cierto nivel de legitimidad o autoridad. En el caso de la edición del 2022 de Gran Hermano, el status no lo genera el programa, sino que ocurre algo a la inversa. En la gala de presentación la mayoría de participantes ya contaban con cierta presencia en redes sociales, incluso muchos ya estaban familiarizados con la exposición de las cámaras. Esto es la inversa a lo que ocurría en ediciones anteriores, donde los participantes acudían al reality con el fin de conseguir ese status de legitimidad que brinda ser famoso o conocido dentro de los medios. En este caso los participantes al ser conocidos dentro del universo de las redes sociales, le brindaban el status al programa. Se generaba una situación ir a ver el programa porque estaba presente determinado influencer.

La segunda función de los medios es imponer normas sociales, si bien no ocurre a rajatabla, si lo podemos encontrar presente en las reacciones tanto del público como de los participantes frente a diferentes problemáticas. La mayoría de los participantes formaron parte de algún tipo de controversia, sin embargo Walter, Agustin y Martina fueron los que más destacaron, los entrevistados nos respondieron lo siguiente

“Me pareció mal lo que hizo Walter con Coti, pero al menos me pone contenta que todo el mundo lo vea como algo negativo. Refleja un poco como fuimos cambiando porque unos años atras esa situación pasaba desapercibida”

“ Yo lo veo a veces con mi viejo y un poco me sentí aliviado cuando vi que las cagadas que se mandaba Alfa, mi viejo también las veía como algo malo. Me toca de cerca porque mas o menos tienen la misma edad y está bueno que se de cuenta que no dan esas cosas”

“ Los escraches a Walter por los mensajes que tenía en redes, los escraches a Martina, me parece que estuvieron buenos. En la tele de hoy en día es muy raro que alguien sobreviva al archivo, más que antes. Igual lo que no me gusta es que todos queramos analizar entre blanco y negro”

La última función que tienen los medios, es la narcotizante. La idea de que el individuo consume más contenidos, con muchas significaciones, lo analiza y reflexiona, sin realmente llegar a un accionar concreto. Si bien en esta edición de Gran Hermano se generan ciertos debates respecto de problemáticas relacionadas al género, la violencia y discriminación, encontramos ese consumo narcotizante justamente en las votaciones de los participantes que deben ser eliminados. Esto lo observamos en que si bien algunas situaciones exceden a la estrategia de juego que se plantea, aún así las preferencias sobre quién debe ser eliminado prevalecen en relación a que tan buen o mal jugador son. Nos respondieron lo siguiente

“ Yo cuando paso lo de Alfa me pareció horrible, pero me caía muy mal el taxista, quería que se vaya, es más hasta que lo vote. Después si conversando con mi familia, sobretudo con mis hermanas, pensábamos que capaz se tendría que haber ido Alfa por lo que le hizo a Coti, qué se yo se tenía que ir Juan”

“El programa en sí me parece super retrógrado y horrible en todo sentido, siguen habiendo estereotipos y cada vez es peor, pero al mismo tiempo se odian tanto entre todos, que es divertido verlo “

“ No se si el programa está mal o esta bien. Me da risa que este año quisieron hacerlo más moderno y progre, pero lo único que hicieron fue meter pibas chetas, pibes chetos, quizás algún viejo y nada más. La única mina que no era 60-90-60, tenía un poco de curvas la sacaron. Pero bueno qué quieres que diga si no hacía nada la mina esa, Alfa ponele que si por viejo verde es interesante que este. Agustin seguro vuelve porque también está recontra loco y eso suma”

## Conclusiones del estudio

En primer lugar observamos que el consumo en su gran mayoría es utilizando internet, ya sea en vivo o diferido, por medio de una computadora o un smartphone. En los casos que se utiliza una televisión, se trata de un smart tv que está conectado a internet. Es decir el consumo por cable, con cortes comerciales y tiempos más marcados no está presente en los entrevistados. El consumo era principalmente a través de recortes presentes en redes sociales y si se trataba de una transmisión en vivo utilizaban la app Pluto Tv. El interés principal radica en la posibilidad de acomodar un consumo a los tiempos del usuario y no al revés. Por otro lado, lo interesante era saber que comentarios realizaban otros usuarios y saber cómo habían reaccionado.

Por otro lado nos encontramos con una doble dinámica respecto del juicio de valor que se realizaba a los participantes. Muchos tenían redes y sus interacciones pasadas eran visibles, siendo así objetivos de escraches en algunos casos. Sin embargo una vez desarrollado el juego, se comenzó a poner aún más en foco que tan buenos jugadores pueden llegar a ser por encima de que tantas actitudes reprochables puede tener cada participante. Esto es relevante porque parte de los entrevistados al momento de responder las preguntas aclaraban sus posiciones políticas e ideológicas. A si mismo es importante señalar también que muchos de los entrevistados señalaban que consumen el programa con un ojo crítico y no se consideran fanáticos.

La reflexión final que encontramos en esta investigación es que las narrativas por parte de múltiples medios, en muchos casos no son generadas por los propios canales como puede ser Telefe. Aunque si bien las proponen e intentan generar ese contexto de seguir por redes y por televisión un programa, el público sigue prefiriendo aquello que no estaría ligado directamente a la producción.

En conclusión las narrativas y los sentidos propuestos por los medios en su gran mayoría están empezando a perder presencia, en el sentido que no se hace una reproducción exacta del mismo mensaje con el mismo sentido en redes sociales, sino que ocurren interpretaciones en base a esa intención propuesta por un medio. Es decir el mensaje no va a ser el mismo, pero si va a ser uno similar.

El usuario promedio de redes sociales aún sigue teniendo una mayor tendencia a ser espectador y consumidor. No ocurre tal cual el consumidor productor propuesto por Jenkins en su momento. Ocurre en cierto punto el usuario y productor, en las páginas de fanáticos de un determinado programa o contenido, como puede ser Gran Hermano, sin embargo son mayores las cantidades de usuarios espectadores que siguen a estas páginas, que la cantidad de la misma.

En la muestra tomada por las entrevistas nos encontramos con un predominio de un usuario pasivo, que es espectador y que aun con la posibilidad de participar aún más activamente en un contenido, decide no hacerlo.

## Bibliografía

GRIMSON, ALEJANDRO (2011) “Los límites de la cultura” Buenos Aires: Siglo XXI. Pp. 111-194.

MARTÍN BARBERO (1987) “De los medios a las mediaciones” Barcelona: G. Gili. Pp: 72-162

BORDA, L. (2015) “Fanatismo y redes de reciprocidad”, en: La Trama de la Comunicación, num. 19. Rosario: UNR.

Pp:67-87.

SCOLARI, Carlos (2008): Cap 8. "Hacia una teoría de las hipermediaciones", en Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Paidós.

LAZARFELD, F. Paul, MERTON, K. Robert (1977) " La comunicación de masas" Buenos Aires: Muraro,

# Covid 19, Nuevo comienzo

Fernando Darío Román

fernando.roman@comunidad.unne.edu.ar

**Universidad Nacional del Nordeste**

## Escenario global

El 31 de diciembre de 2019 en Wuhan (China) se notifica por primera vez unos casos de neumonía, que posteriormente se estipula fueron los que causaron el coronavirus. Esta noticia que mirábamos por los medios en nuestras casas, parecía tan lejana, ya que sucedía al otro lado del mundo. En menos de un mes los portales, las plataformas y las redes sociales empezaban a mostrar lo que parecía una película de Hollywood. El virus no tardó en invadir el mundo, se tejieron muchas teorías e hipótesis, los medios se convirtieron en la pantalla de un fenómeno que la humanidad, hasta ahora nunca había vivido, excepto en las películas y ahora estaba en la vida real. El mundo entró en lo que se conoce como aislamiento, los medios de comunicación sobre todo la telefonía y a través de ellos las plataformas, se volvieron el centro de la escena. En esta tormenta que fue la cuarentena, las redes y las plataformas digitales pasaron a convertirse en pequeñas islas dentro de un océano. Para poder sobrevivir al aislamiento, global, laboral, social, educativo, familiar y todo lo que nos mantenía cómodos todavía en la era de la analogía, tuvimos que pasar a depender de los dispositivos que teníamos a mano y del mundo internet como único medio de comunicación con el mundo exterior a nuestros hogares.

Probablemente los que más sufrieron el encierro fueron los niños, niñas y adolescentes, estos sin mediar, de un día para el otro tuvieron que dejar de verse de manera personal con sus amigos, amigas y pasar a vivir encerrados con sus familias, algo para lo que no se estaba preparado en el nuevo siglo y que resultó agobiante para todos. Para no quedar fuera del mundo exterior, todos tuvimos que involucrarnos, adaptarnos, prendernos a la vida digital del nuevo siglo para no estar ausentes y quedar completamente en soledad durante el confinamiento. Las personas mayores algunas lograron adaptarse a las tecnologías, por la necesidad, por lo atractivo de descubrir el nuevo mundo a determinada edad, pero que, para las nuevas generaciones este entorno digital no les resulta extraño, ya que el imaginario cree que porque nacieron en la era de los celulares y lo digital tienen conocimiento por sí solos.

La vida en la digitalización ya se encontraba de manera avanzada en el nuevo siglo sobre la analogía, el confinamiento durante la cuarentena aceleró el proceso y nos trajo a todos al escenario digital. Para muchos este proceso de construcción identitaria y de socialización se llevó adelante con pantallas digitales como el celular, la notebook, la netbook, la Pc, un Smart Tv, y cualquier aparato que servía para estar comunicados y muchas veces sin saber cómo manejarse con los mismos.

Desde esta perspectiva, las pantallas, aceleraron prácticas que no eran habituales, sobre todo en personas que no estaban acostumbradas a las nuevas tecnologías. Se ha considerado el texto de Silverstone, Hirsch y Morley "Tecnología de la Información y de la comunicación y la economía moral de la familia" para tratar de analizar, como las personas se apropiaron de las nuevas tecnologías audiovisuales y las nuevas pantallas durante el aislamiento.

¿Qué cambios hubo durante el aislamiento en las prácticas de las nuevas pantallas audiovisuales? ¿Será que este virus aceleró la vida de muchas personas con respecto a su convivencia con la tecnología? ¿cuántas personas conocían términos como, plataformas, YouTube, Facebook, Instagram, Tik Tok ó Twitter y las utilizaban? las pantallas generan, como toda innovación en el terreno comunicacional, un nuevo sensorium, un modo de concebir el mundo, una cos-

movisión que presenta acciones posibles antes imposibilitadas por el desarrollo tecnológico. (Murolo 2022 pág. 11). El mundo ya venía de cambios tecnológicos desde la década del 90 del siglo pasado, se ingresó al nuevo siglo y en el primer cuarto todavía se vivía como si se estaba en la era analógica, el aislamiento aceleró procesos y trajo a todos al nuevo siglo. En ese contexto, trataremos de analizar que herramientas que ya existían, y con la aceleración del covid 19, las personas incorporaron a lo cotidiano durante el aislamiento preventivo y obligatorio en la Argentina.

## **Imaginario**

La aparición a nivel global del covid 19, puso en evidencia muchas cosas y saco a la luz diferentes imaginarios del cual se pensaba que estaban superadas por estar en el nuevo siglo. En una era en donde la mayoría de las cosas pasan por lo digital, la información no es menos, desde hace mucho tiempo, los medios de comunicación y las plataformas se vienen instalando en la nube. El protagonismo que alcanzo durante este periodo la utilización de plataformas (Instagram, Facebook, Twitter, Tik Tok) evidencio que una parte de la población, sobre todo los adultos, empezaron a poner más atención de lo que frecuentemente lo hacían, el entorno digital es primero, y, antes que nada, una cultura del cambio veloz y de la adaptabilidad: es un fenómeno cultural impulsado por las adaptaciones sociales de innovaciones tecnológicas. (Doueih 2010 pág.17). Las plataformas aceleraron el protagonismo que ya tenían entre los más jóvenes, muchos padres y abuelos empezaron a entender que hacían las nuevas generaciones en esas plataformas, que no eran la televisión, si no que llegaban por el celular o la tablet.

## **Escenario educativo**

La educación fue uno de los primeros escenarios que demostraron falencias, en todos niveles (primaria, secundaria, terciaria y universitaria) muchos docentes no estaban preparados para pasar en una semana de la presencialidad a virtualidad. Los niños y adolescentes que parecían que estaban más adaptados también mostraron que a la hora de conectarse y comunicarse, el manejo de las tecnologías no era lo que parecía. Los docentes, en su mayoría los adultos y no tan adultos, se encontraron ante un mundo tecnológico que no era solamente el celular, hubo que prender la notebook y ponerse frente a cámaras como si fuera un presentador de televisión, las clases salieron del aula y pasaron a una pantalla. Estos docentes que en su mayoría tenía conocimiento de la existencia de la educación a distancia y de las plataformas, tuvieron que adaptarse sin capacitación (que también hubo durante varios ciclos) y de esta manera ingresar a la educación del nuevo siglo y a través de las plataformas. Las plataformas más conocidas (por ser la que habitualmente se venían utilizando de manera personal) como whatsapp y Facebook sirvieron para generar la nueva-vieja comunicación para las clases y las actividades. Con todos los miedos que genera el enfrentar un nuevo escenario con nuevas herramientas, aparecieron plataformas como Edmodo, Moodle o Google Classroom (que también ya estaban hace mucho) para dar las clases, pero también estaban las opciones de Zoom, Jitsi o Meet que en la mayoría de los casos se utilizaban para reuniones (en otros ámbitos ya se usaban hace mucho). En este escenario hubo que improvisar, la nube era el espacio donde había que subir todo tipo de documentos que se tenía a la mano, el celular paso a ser la cámara para grabar videos en donde se podían ver pizarrones improvisados en las paredes de algún lugar de la casa.

Las familias debieron adaptarse para poder seguir con las tareas escolares y comunicarse con otros familiares y a su vez los otros familiares también tenían que aprender para poder comunicarse, los hogares se conciben como parte de un sistema de relaciones sociales (Silverton, Hirsch y Morley 1996 pág. 41).

Las horas frente a las pantallas se fueron multiplicando de manera acelerada para niños, niñas, adolescentes y las familias que debían continuar con la vida escolar a través de cualquier aparato que se tenía en la casa para no quedar fuera del escenario que se estaba viviendo.

Ante este universo que se planteó en menos de quince días, también debemos plantear la cuestión de políticas de comunicación en nuestro país (Argentina). En las escuelas se entregaban y se siguen entregando netbooks a los

alumnos, una política que iguala a todos tecnológicamente, pero que mostro sus falencias durante el aislamiento. Muchos de los estudiantes, tenían mínimo un celular, pero la conexión no era para todos. Los que más sufrieron esa falta de conexión fueron los estudiantes que vivían y viven en la periferia de las ciudades o los que se encontraban en las zonas rurales. Esto hay que sumarle que muchos padres no tenían un plan de algunas de las prestadoras de servicio de telefonía, solo compraban créditos cuando podían y no contaban con wifi para conectarse a internet. La imposibilidad que pudieran asistir a las clases virtuales en muchos de los casos y en la mayoría de las provincias luego del aislamiento termino con deserción escolar. En todos los niveles se pudo notar la falta de infraestructura, los docentes muchas veces quedaban sin conexión en plena clase y en sus propias casas en donde pagaban por un servicio de internet y el wifi no funcionaba. Las plataformas que estaban al servicio desde las instituciones muchas veces colapsaban por la cantidad de estudiantes que ingresaban a las plataformas y esto obligo a muchos docentes a pagar un servicio extra, que jamás fue reconocido en sus ingresos, está claro que en la situación de emergencia que atravesamos, los docentes necesitan poder organizar sus clases y es comprensible que elijan la opción que encuentren más a mano. Pero es importante entender que hay diferencias entre una y otra plataforma.... (2020, Revista Anfibia)

## Un nuevo comienzo

En este horizonte, aparecieron, las nuevas viejas pantallas, ahora todo comenzó a pasar por los celulares, el whatsapp ya no era solo el texto, se incrementó el uso y las videollamadas, los audios fueron y se convirtieron en algo frecuente, la convergencia no tiene lugar mediante aparatos mediáticos, por sofisticados que estos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros. (Jenkins 2006 pág. 15). De a poco las personas que ya utilizaban aparatos para comunicarse de vez en cuando, empezaron a usarlos como algo que paso a ser de utilización diaria, así como alguna vez la televisión era para las reuniones familiares por la tarde, ahora las nuevas pantallas (de forma más individual) pasaron a ser la herramienta por cual se mantenía contacto con el mundo exterior de una casa en la fase de aislamiento, todo fluye en las pantallas y todos tenemos acceso a ellas, más allá de la clase social o del nivel de alfabetización alcanzado, porque su acceso es obligado. (Murolo 2022 pag.4)

Los distintos sectores, comenzaron producir, sumado a que las personas no podían salir de sus casas, este escenario se volvió el ideal para profesionales y amateurs. YouTube que ya tenía contenido desde el 2005, incremento sus publicaciones debido a la cantidad de contenido que se generaban en las casas y muchos de ellos no eran profesionales. Los jóvenes, las amas de casa, emprendedores, empresas y cuantos tenían una webcam, encontraron en esta plataforma el escenario para generar seguidores.

Así los tutoriales (que existían desde hace mucho) enseñaron a resolver problemas y en otros casos a enseñar nuevas actividades, para que una tecnología se vuelva funcional ha de encontrar su sitio en la economía moral de la casa familiar, específicamente en lo que se refiere en su incorporación a la rutina de la vida cotidiana (Silverton, Hirsch y Morley. 1996 pag.51)

Las plataformas como twitter, Instagram o Tik Tok que antes solamente eran visitadas o utilizadas por los más jóvenes, también se volvieron un espacio de exploración de nuevas pantallas para los más grandes. En tik Tok, los abuelos descubrieron que podían bailar y divertirse ellos y los que los miraban, se generaban videos familiares y en muchos de los casos los animales como perros y gatos se sumaban a los mismos.

Se produce la apropiación de un objeto -de una tecnología, de un mensaje- en el momento en que es vendido, en el momento en que abandona el mundo de las mercancías y el sistema generalizado de equivalencia e intercambio y un individuo o una familia toma posesión del mismo y se convierte en su dueño (Silverton, Hirsch y Morley. 1996 pág. 47).

Estas prácticas, que se realizaban a través de un celular, en pocos meses encontró otro mercado, el de las herramientas para mejorar la calidad fotográfica audiovisual, así las luces led que estaban destinadas a algunos espacios para decoración y para el bajo consumo energético, en determinado momento, tomo una forma más pequeña y se sumó a los vivos realizados en las nuevas pantallas. Estas herramientas, como micrófonos corbateros para celulares, aros de luces, trípodes pequeños, micrófonos de mesas, se volvieron herramientas deseables en la elaboración de distintos contenidos, la objetivación se expresa en el uso, pero también en la forma en que los objetos están dispuestos en el entorno espacial de la casa (o en prolongaciones de ésta) manifestándose también en la construcción de este entorno como tal (Silverton, Hirsch, Morley. 1996 Pag.49). No solamente se fueron comprando herramientas para mejorar el sonido y la fotografía para los vivos por videollamadas. También mejoraron sus fondos, las bibliotecas se volvieron escenografías, los livings de las casas, las cocinas, cada espacio de la casa de los nuevos protagonistas servía como escenario. El audiovisual en este sentido, permitía a muchos trucar sus escenarios, así cualquier elemento sobre el que se podía apoyar una notebook o un trípode con el celular y el aro de luz, a lo que se sumaba un pequeño espacio de la casa de fondo, lograba hacer creer que muchos habían armado un pequeño estudio de televisión en la casa. Los encuadres en estos casos siempre fueron de un primer plano largo (desde los pechos hasta donde termina la cabeza) así las personas siempre lucían de la cintura para arriba de manera impecable, y de la cintura para debajo de entre casa y muchas veces con pantalones cortos y ojotas, el entorno digital es primero, y, antes que nada, una cultura del cambio veloz y de la adaptabilidad: es un fenómeno cultural impulsado por las adaptaciones sociales de innovaciones tecnológicas. (Doueihy 2010 pág. 17).

### **Escenario virtual, posibilidad para desconocidos**

En esa trama de aislamiento muchas personas se animaron a enfrentar a las videocámaras de los celulares, de la notebook o de las webcams, así aparecieron en los escenarios virtuales cursos, talleres, en donde muchos buscaban una salida laboral, en muchos casos cobrando a la gorra y vendiendo en varios capítulos, en relación con el formato y la innovación que supone retomar la estética de las videollamadas y demás características de las series web, los realizadores entienden que la búsqueda estética en este caso parte de una necesidad (Murolo 2022 pág. 4). El mundo de las plataformas se fue conformando con nuevos consumidores, que antes solo conocían de nombre y ahora ya eran seguidores, en el caso las personas de más edad. Este escenario en donde en twitter se podía encontrar o se buscaba información de lo que estaba sucediendo, era utilizado por los periodistas para brindar información, pero también no hay que dejar de mencionar que se convirtió en el escenario elegido por los trolls para denuncias y la publicación de Fake news. La pandemia que en pocos meses llegó a todas partes del mundo se hizo visible a través de los celulares que publicaban imágenes en la plataforma elegida en esos tiempos como lo fue Instagram. En esta plataforma fue en donde más se pudo visualizar el amateurismo de muchas personas, que ante cualquier evento desde sus ventanas registraban y subían a la plataforma, es normal ver registros que fueron efectuados con la impericia propia de un amateur o en malas condiciones de iluminación o prácticamente sin audio (Cicco 2008 pag.33)

La televisión, entonces comenzó a nutrirse de los registros que aparecían desde las ventanas, los balcones o patios de las casas, las nuevas narrativas mostraban animales que ante la ausencia del ser humano en las calles invadían las ciudades. En las ciudades de las periferias, es decir fuera de los grandes centros urbanos (ciudades de más de dos o cuatro millones de habitantes) las personas se sumaban a los vivos que algún amigo, pariente o a quien empezaron a seguir en la plataforma, hacían de las actividades culturales en sus distintas manifestaciones. Los balcones se volvieron escenarios, los celulares las videocámaras y los artistas desconocidos encontraron por un momento en la televisión eso que alguna vez Andy Warhol dijo, que todos en algún momento vamos a tener 15 minutos de fama, los cambios en los consumos de audiovisual con la aparición de Internet tienen más que ver con dinámicas sociales y prácticas culturales que con determinaciones propias de las tecnologías. (Murolo 2022 pág. 4)

Los celulares, las notebooks, las plataformas permitieron que muchas personas se animen a comunicarse, ya sea en familia, de manera individual o en grupos, las empresas de servicio de plataformas ampliaron las posibilidades de conectarse, lo que antes se veía en una película de ciencia ficción en donde dos personas se comunicaban a través de un

aparato, ahora también se podía en la realidad. También la comunidad científica empezó a publicar los estudios que se hacían sobre las interpretaciones del cómo y porque la tecnología recién era utilizada no solo por un determinado sector, sino ahora también por la mayoría, entre tanta teoría sobre las denominadas “nuevas tecnologías”, son las pantallas, ya no como aparatos, sino como elementos usuales conductores de lenguaje, el objeto de estudio que debe ser visto con la difícil atención exotizante que sólo merece lo más cercano. (Murolo 2022 pag.2)

## **Posible Conclusión**

El escenario virtual tenía desde hace mucho tiempo distintas alternativas para poder enfrentar el aislamiento que provoco la pandemia con respecto a lo social, educativo, familiar, laboral y otros tipos de interacciones. En ese contexto las nuevas pantallas permitieron seguir conectados para distintas actividades, trabajo, educación, estudio, familia, tramites, entretenimiento, y hasta para hacer compras.

Después de la experiencia vivida durante este aislamiento, deberemos descubrir que prácticas y descubrimientos de las nuevas pantallas sobreviven o se vuelven de uso cotidiano, habrá que seguir atentos a como se incorporaron y siguen vigentes en todos los aspectos.

La aparición del Covid 19 sin duda modifico las formas de vida y su relación con las tecnologías de muchas personas, estas que ya estaban en la vida de los seres humanos, pero no tenían la importancia que se debían, pasaron a ser importantes. Se vivía en pleno SXXI como en la era analógica, la pandemia empujo a todos al nuevo siglo, muchos se adaptaron y otros solo quedaron en el intento, se puede ver cómo cada perspectiva depende del aislamiento de la tecnología. O bien ésta es una fuerza que actúa por sí misma y crea nuevos estilos de vida, o es una fuerza que actúa por sí misma y provee los materiales para nuevos modos de vida (Williams 2011 pag.5)

Todavía queda mucho por adaptarse al nuevo mundo desde las tecnologías, los comercios siguen vendiendo celulares, tablets, notebooks, las personas siguen viendo a estos equipos como aparatos objetizados y no como una herramienta de comunicación, la apropiación durante la pandemia solo fue por desesperación a no estar solos y no para comprender que el futuro, no está más adelante, vivimos en el futuro. También hay que hacer hincapié en las políticas públicas con respecto a la educación, para que el escenario sea accesible para todos. Que los estudiantes sientan que están incluidos y no que sientan que en la educación pública por falta de políticas públicas están excluidos a la hora ingresar a una clase virtual. Asimismo, los docentes son parte de esa inclusión, que la inversión para dar clases no salga de sus sueldos, si no que las instituciones los asistan para que todos los docentes no tengan inconvenientes técnicos cuando ingresan a una plataforma para dar clases.

La alfabetización digital no fue en las aulas de una escuela o la universidad, durante la pandemia, se necesitó de la tecnología, de las nuevas pantallas, muchos solo conocían nombres de plataformas, ahora una gran número de personas las utilizan, miran los diarios en los celulares, los abuelos realizan video llamadas con sus nietos, las familias encontraron un horario para hacerlos vivos, la alfabetización que hemos adquirido está experimentando lentamente, pero sin ninguna duda, la influencia de las prácticas emergentes de la alfabetización digital. (Doueih 2010 pág. 23)

La post pandemia y la digitalización abrieron un nuevo camino, acelero el camino de las nuevas pantallas y el audiovisual. Ya no hace falta comprar un espacio en la televisión para generar contenido, YouTube Instagram, Facebook y podemos nombrar un montón de otras plataformas que hoy son las elegidas para publicar contenido, en todas partes podemos encontrarnos con pantallas y contenidos, las pantallas se encuentran en las calles, en letreros publicitarios como improntas identitarias de las ciudades posmodernas; en reproductores de audiovisuales colgados en los interiores de los taxis, en los hogares y hasta en los bolsillos. (Murolo 2022 pág. 4)

La convergencia digital plantea nuevas narrativas hoy adaptadas a las nuevas pantallas que llegan a través de las tecnologías y se puede acceder en cualquier comercio en una ciudad, queda la deuda de que las políticas de con-

xi3n mejoren el 4G y asi permitir a cualquier ciudadano conectarse en cualquier sitio, asegurar las conexiones para los estudiantes que viven en las periferias de las ciudades y las zonas rurales, por parte de las audiencias tambi3n se producen usos y apropiaciones del audiovisual digital que permiten poner en juego competencias incorporadas con a3os de creaci3n de din3micas alrededor de nuevas pantallas (Murolo 2022 p3g. 2 y 3).

## Referencia bibliogr3fica

Cicco, J (2008) YouTube: el archivo audiovisual de la memoria colectiva. Buenos Aires. Universidad de Palermo.

Doueih, M (2010) La gran conversi3n digital. Buenos Aires. Fondo de cultura Econ3mica. Fernandez, E Magnani, E (22 de julio de 2020) INFANCIAS, PLATAFORMAS Y CUARENTENA. EL

MUNDO/  
ÚNICO CABLE HACIA EL MUNDO. REVISTA ANFIBIA. [HTTPS://WWW.REVISTAANFIBIA.COM/UNICO-CABLE-HACIA-](https://www.revistaanfibia.com/unico-cable-hacia-mundo/)

Jenkins, H (2006) Cultura de la convergencia de los medios de comunicaci3n. Barcelona. Ediciones Paid3s.

Nuevas pantallas. De las tecnolog3as en general a las pantallas en general (2022). En Murolo Leonardo (Comp.) Clase 2 (P3g. 2, 4, 11) Universidad Nacional de Quilmes.

Nuevas pantallas. Maratonear, spoilear y filtrar (2022). En Murolo Leonardo (Comp.) Clase 4 (P3g.4) Universidad Nacional de Quilmes.

Nuevas pantallas. Las narrativas del aislamiento (2022). En Murolo Leonardo (Comp.) Clase 7 (P3g. 2, 3, 4) Universidad Nacional de Quilmes.

Silverstone, R. Hirsh, E. Morley, D (1996) Los efectos de la nueva comunicaci3n. El consumo de la modernidad tecnolog3a en el hogar y en la familia. Barcelona. BOSCH.

Williams, R. (2011) Televisi3n, tecnolog3a y forma cultural. Tecnolog3a y la sociedad. (Trad. Gabriela Resnik)

# Consumos culturales en estudiantes del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Juan. Periodo 2022.

Escales Olivera Noelia

Quiles Guadalupe

Ozdocha Julieta

**Universidad Nacional de San Juan**

## Resumen

Este trabajo sintetiza parte de los resultados de la práctica de investigación denominada Consumos culturales y prácticas de lectura académica en estudiantes del Departamento de Ciencias de la Comunicación en 2022. Indagaciones desde un diseño mixto a partir de una práctica de investigación. El estudio fue desarrollado por un grupo de docentes y estudiantes en el marco del Gabinete de Estudios e Investigaciones en Comunicación (GEICOM) del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (FaCSO), de la Universidad Nacional de San Juan (UNSJ).

El objetivo general fue estudiar los consumos culturales y las prácticas de lectura académica de los estudiantes del Departamento de Ciencias de la Comunicación, período 2022. En la presente propuesta ofrecemos la sistematización de los resultados de los siguientes objetivos específicos: identificar el acceso al sistema de medios tradicionales y las tecnologías de la información y la comunicación de los estudiantes; e identificar y describir los consumos culturales y los criterios que construyen los estudiantes para seleccionarlos.

La Economía Política de la Comunicación (Zallo, 2007) y los Estudios Culturales (Williams, 2011; Rincón, 2006; Silverstone et al, 1996; Jenkins, 2006) fueron parte del marco teórico a partir del cual definimos el objeto y categorías para desarrollar la práctica. A partir de un diseño mixto de técnicas de recolección de datos, el trabajo de campo fue realizado en la Facultad de Ciencias Sociales a través de la elaboración de una encuesta de preguntas cerradas a estudiantes con estado académico regular de 1er a 5to año de la Licenciatura en Comunicación Social del vigente plan de estudio. Como técnica complementaria usamos un grupo focal para profundizar en algunos aspectos relevados a partir de la encuesta.

La práctica de investigación que nos permitió llegar a los resultados que compartimos estuvo dirigida a que estudiantes avanzadas de la Lic. en Comunicación Social tuvieran un “espacio voluntario de participación en el cual experimentar (...) fases sustanciales de un proceso de investigación” (Vila et al, 2022). A partir de ese objetivo, nos preguntamos por las experiencias de consumo culturales de los alumnos de Comunicación Social. Este objeto de estudio era de gran interés, en el caso de los estudiantes por tratarse de experiencias propias cotidianas y en el de

les profesores por permitir un acercamiento a las prácticas que jóvenes y adultos desarrollan en relación con las tecnologías y medios de comunicación.

Palabras claves

Economía Política de la Comunicación. Estudios culturales. Consumos culturales.

## 1. Introducción

El proyecto Consumos culturales y prácticas de lectura académica en estudiantes del Departamento de Ciencias de la Comunicación en el 2022. Indagaciones desde un diseño mixto a partir de una práctica de investigación respondió a múltiples necesidades e intereses del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (FacSo) de la Universidad Nacional de San Juan (UNSJ).

Las preguntas por el acceso a las tecnologías y servicios de la información y la comunicación y por los consumos culturales de los estudiantes son necesarias en cualquier disciplina y nivel educativo. Es importante para que los docentes puedan desarrollar propuestas pedagógicas vinculadas a los intereses y requerimientos de sus alumnos. Además, en las carreras de Comunicación estos interrogantes adquieren aún más relevancia porque esos consumos son indicadores de lo que está sucediendo con las TIC.

Aparte, el interés por indagar accesos y consumos surgió en una coyuntura institucional especial. Por un lado, el departamento se encuentra trabajando en la revisión del plan de estudios 2015 de la Lic. en Comunicación Social. Por otra parte, docentes y estudiantes de esta unidad comenzaron a reunirse para proponer actividades académicas, de investigación y extensión. Así surgió el grupo Fandom, al cual pertenecemos las autoras de esta ponencia.

La primera actividad de Fandom fue desarrollar la ya mencionada práctica de investigación. El objetivo general fue estudiar los consumos culturales y las prácticas de lectura académica de los estudiantes del departamento, período 2022. Los objetivos específicos fueron: identificar el acceso al sistema de medios tradicionales y las tecnologías de la información y la comunicación de los estudiantes; identificar las prácticas de lectura académicas de los estudiantes en las dimensiones de soporte, tiempo, espacio, rituales y materiales de estudio; identificar y describir los consumos culturales y los criterios que construyen los estudiantes para seleccionarlos; e interpretar los sentidos vinculados a los consumos culturales de los estudiantes y sus estudios universitarios. En esta oportunidad, compartiremos los resultados alcanzados al trabajar el primer y tercer objetivo específico.

Para realizar la práctica, tuvimos en cuenta algunos trabajos que abordan objetos de estudio similares. A nivel nacional, uno fundamental fue la Encuesta Nacional de Consumos Culturales del Servicio de Información Cultural de Argentina (SINCA). Otro fue el proyecto Investigar en red, actualmente integrado por diferentes universidades de Latinoamérica, que busca describir las rutinas de consumo de noticias de los estudiantes de Periodismo y Comunicación (Albarello, s.f.). También sirvió como antecedente el trabajo Consumos audiovisuales y mediaciones tecnológicas: el caso de las y los estudiantes de la UNTDF de Valeria Car y Cinthia Naranjo (2022). Por último, la publicación de Santiago Albarracín: Prácticas y saberes en periodismo. Cómo construyen conocimiento las y los estudiantes que gestionan sus propios medios (2022).

## 2. Marco teórico

Para abordar el estudio de accesos y consumos realizamos una triangulación teórica entre los aportes de la Economía Política de la Comunicación (EPC) y los Estudios Culturales (EC), entendiendo que la cultura es una industria.

La EPC brinda categorías para concebir la producción, circulación, recepción y apropiación de bienes culturales, desde lo material y lo simbólico. La Industria Cultural (IC)

*nace de actos de creación simbólica, tiene procesos de trabajo y valorización peculiares por su propia naturaleza, se plasma en objetos y servicios culturales y demandados por tales y tiene una eficacia social por su percepción en forma de disfrute, conocimiento y vertebración colectiva. (Zallo, 2007, p.219)*

Aparte, tomamos los aportes de los estudios culturales británicos y latinoamericanos, especialmente los que se han abocado al estudio del “consumo, recepción, apropiación, uso de radio y televisión; uso, apropiación, consumo, empleo, aplicación de TIC; lecturas de prensa y producciones gráficas; públicos de artes y espectáculos masivos” (Grillo et al, 2016, p.18). En los Cultures Studies consideramos las tradiciones iniciadas por Stuart Hall que continuaron Roger Silverstone, David Morley y Eric Hirsch (1996), entre otros.

En los estudios culturales latinoamericanos, uno de los exponentes que más problematizó el tema fue Nestor García Canclini con la noción de consumo como el lugar donde las clases compiten por la apropiación del producto social; como lugar de diferenciación social; como sistema de integración y comunicación; como proceso de objetivación de deseos; y como proceso ritual (García Canclini citado en Sunkel, 1999).

Por otra parte, dentro de las trayectorias más contemporáneas, es necesario considerar las que abordan de manera crítica los usos y apropiaciones de las TIC. El significado de toda tecnología se va construyendo de acuerdo a las prácticas sociales, culturales e históricas que los actores tejen articuladamente con los objetos (Grillo et al, 2016).

También tuvimos en cuenta los aportes teóricos de las últimas dos décadas dentro de los estudios culturales que refieren al rol productor de las audiencias (Murolo, 2016; Murolo y Aon, 2018).

Por último, problematizar usos, apropiaciones y expresiones transmediáticas por parte de las audiencias y fanáticos es parte de las propuestas de autores contemporáneos que reflexionan sobre las tecnologías digitales (Jenkins, 2006; Reguillo, 2018; Van Dijck, 2016).

### **3. Metodología**

Para desarrollar la práctica de investigación utilizamos un diseño mixto, a partir del uso de técnicas cuantitativas y cualitativas. La muestra fueron los estudiantes de la Lic. en Comunicación Social del plan 2005, incluyendo tanto a quienes están cursando como a quienes están en proceso de tesina. Para la recolección de datos realizamos una encuesta y un grupo focal.

Primero, entre los estudiantes que integran Fandom realizamos una exploración de las rutinas de acceso y consumo. A partir de las discusiones realizadas, armamos un cuadro de operacionalización de variables y posibles indicadores que nos sirvió para confeccionar el cuestionario de la encuesta. Antes de aplicarla, hicimos un ensayo con algunos alumnos. El propósito de esta experiencia piloto fue verificar si las preguntas eran comprensibles.

Una vez que revisamos el cuestionario, pasamos a la realización de la encuesta. La administración del cuestionario fue durante clases, con la colaboración de los docentes de diferentes asignaturas. La encuesta fue compartida de manera digital con los alumnos que se encontraban cursando, pero también pudimos enviarla a quienes no estaban en ese momento.

En total, 147 estudiantes respondieron la encuesta que cuenta con los siguientes apartados: estado académico; datos sociodemográficos; acceso a las TIC en el domicilio de residencia; acceso a servicios de comunicación; consumo editorial; consumo cinematográfico en salas; consumo de radio analógica; consumo de TV, consumo de contenidos editoriales y gráficos digitales; consumo de contenidos sonoros y audiovisuales digitales; consumo de videojuegos; publicación de contenidos digitales y prácticas de lectura académica.

Después de la encuesta, para profundizar en los criterios y sentidos en torno a los consumos, realizamos un grupo focal. Diez estudiantes asistieron al encuentro, que tuvo tres momentos. Primero, los asistentes respondieron a la

pregunta ¿de qué sos fan? Luego, realizamos preguntas sobre tres ejes: uso de TIC y consumos culturales, lectura académica y producción. El tercer y último momento consistió en la proyección de memes en alusión a la temática a partir de los cuales les participantes realizaron asociaciones de manera libre.

## 4. Análisis

### 4.1 Sobre les estudiantes encuestades

De les 147 estudiantes encuestades, un 52,4% se encontraba en primer año. Por otra parte, un 18,4% estaba en segundo; un 8,2% en tercero; un 10,9% en cuarto; un 1,4% en quinto; y un 8,8% ya había terminado de cursar y estaba en proceso de tesina.

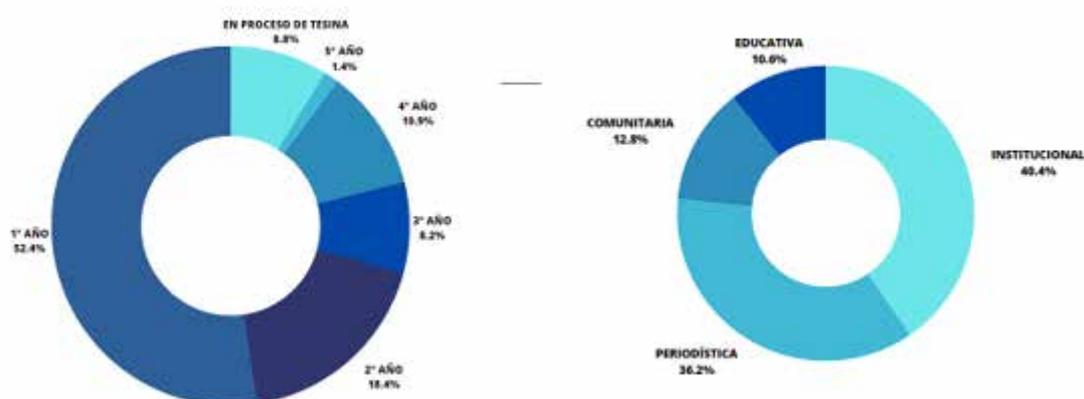
Además, 47 alumnos ya habían cursado el primer y segundo año de la carrera y habían elegido una orientación. La mayoría, el 40,4%, optó por institucional y el 36,2%, por periodística. Mientras que un 12,8% decidió estudiar comunitaria y un 10,6%, educativa.

Otro dato fundamental para identificar accesos y consumos culturales de les estudiantes fue su edad. En 2022, el 51,70% de les estudiantes tenía entre 18 y 20 años. Además, el 61,9% de les encuestades se identificaron con el género femenino. No es un dato que sorprenda ya que la carrera se caracteriza por tener una alta matrícula femenina.

En cuanto al lugar de residencia, el 95,9% de les estudiantes vivía en el Gran San Juan, la zona que incluye casi al 80% de la población urbana de la provincia<sup>1</sup> y que está integrada por los departamentos Rivadavia, Santa Lucía, Rawson, Capital, 9 de Julio, Chimbab y Pocito.

El 26,5%, de les estudiantes vivía en Rawson; el 25,9% residía en la capital; y un 21,1%, en Rivadavia, departamento en el que se encuentra la FacSo. El resto de los porcentajes son mucho menores y corresponden a Chimbab y Santa Lucía, de los cuales provenían, en ambos casos, el 8,2% de les estudiantes. Por otra parte, del total de la muestra, 10 personas comentaron que tuvieron que mudarse de departamento para estar más cerca de la facultad.

Figura 1



Resultados de les encuestades según el año y la orientación en la que se encuentran

Fuente: elaboración propia

### 4.2 Acceso a las tecnologías y servicios de información y comunicación

<sup>1</sup> [argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/09/reporte\\_san\\_juan.final\\_.pdf](http://argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/09/reporte_san_juan.final_.pdf)

Uno de los objetivos específicos de la práctica fue identificar el acceso de los estudiantes al sistema de medios tradicionales y a las tecnologías de la información y la comunicación. Por un lado, indagamos en la disponibilidad de dispositivos como: teléfono fijo, radio analógica, televisor, computadora de escritorio, notebook, tablet, e-book y celular. Por otro lado, consultamos por el acceso a conexión a internet en el hogar; internet móvil en el celular; televisión por aire y servicio de cable.

Del total de los encuestados, el 35,4% respondió que tiene teléfono fijo y el 61,2% cuenta con al menos un aparato de radio analógico. Los anteriores resultados confirman que el acceso a determinados dispositivos disminuyó en relación a otros. Por el contrario, al consultar por televisores, el 96,6% de los estudiantes contestó que tiene al menos un aparato en su casa. De ese total, el 36,73% tiene un aparato; el 29,93%, dos; y el 23,81%, tres.

Entre quienes cuentan con televisor, el 62,6% accede a ver televisión por aire. De ese porcentaje, el 49,9% tiene TDA (Televisión Digital Abierta); el 35,5%, antena de aire; y el 23,7% cuenta con ambas opciones. Por otra parte, entre todos los que respondieron que tienen TV, el 36,1% tiene televisión por cable. Respecto a este servicio, notamos que quienes tienen TDA residen en Capital, Rawson, Rivadavia y Chimbab. Mientras que estudiantes de todos los departamentos cuentan con televisión satelital o por cable.

Computadora de escritorio y notebook son dos dispositivos fundamentales para quienes se encuentran en el nivel superior. De los encuestados, el 53,1% dijo que tiene una PC de escritorio en su hogar y el 73,4% comparte esa tecnología con otras personas.

Por otra parte, el 81,6% de los estudiantes cuenta con una notebook en su hogar. Al contrario de lo que sucede con la computadora de escritorio, el 69,2% utiliza de manera individual esta tecnología.

Al preguntar por la disponibilidad de otros dispositivos, no tan frecuentes, encontramos que solo el 17% de la muestra tiene tablet y apenas un 6,8% cuenta con un ebook o libro electrónico. En ambos casos, la mayoría utiliza estas tecnologías de manera personal.

El 100% de los alumnos posee celular. El 90% tiene un equipo smartphone y casi todos acceden a internet desde ese dispositivo. El 61,6% utiliza abono mensual y el resto tiene sistema prepago.

Por último, un dato fundamental para indagar en los consumos: la conexión a internet desde el hogar. El 95,9% de los encuestados tiene conexión en su domicilio. De esa cifra, el 46,9% tiene fibra óptica; el 25,2%, conexión inalámbrica, es decir por antena; el 12,9% no supo identificar que tipo de conexión tiene y un 10,2% accede al servicio por cable coaxial.

Podemos presumir que no hay relación directa entre la zona de residencia y la posibilidad de conexión a Internet, ya que prácticamente todos los encuestados cuentan con ella. Sin embargo, sí hubo una pequeña variante en uno de los tipos de conexión. En el caso de la fibra óptica, alumnos que residen en Capital, Rawson, Rivadavia, Chimbab, Angaco, 9 de Julio, y Caucete respondieron que tienen acceso a ese servicio. Es llamativo que no haya ninguno de Santa Lucía ni de Pocito, municipios que forman parte del Gran San Juan. También es importante recordar que la gran mayoría de los alumnos, en el momento en el que respondieron la encuesta, residían en departamentos cercanos a la facultad.

Aparte, resulta interesante aclarar que percibimos cierto desconocimiento de parte de los alumnos al consultar por el tipo de conexión a internet y por el acceso a la televisión por aire. Algunos encuestados respondieron que no sabían o contestaron de manera confusa los interrogantes sobre los servicios de televisión.

A partir de todo lo relevado en relación a la disponibilidad de tecnologías de la información y la comunicación y de servicios de comunicación, podemos decir que los estudiantes de Comunicación Social tienen un alto acceso a las

TIC.

#### 4.3 Consumos

##### 4.3.1 Radio analógica y contenidos sonoros digitales

En cuanto al consumo de radio, el 45,6% de las encuestadas respondieron que escuchan regularmente radio en un aparato analógico, frente al 54,4% que no lo hace. Mientras que el amplio 97,3% respondió que escucha contenidos sonoros digitales. A partir de estos datos generales, nos interesó indagar en las respuestas de los estudiantes que estaban en el ciclo orientado de la carrera para comprobar si la orientación que eligieron influye en la escucha de radio tradicional y en los contenidos que eligen dentro de este medio.

Acerca de la escucha regular de la radio analógica, observamos que en la orientación Periodística 7 de cada 12 estudiantes (58,33%) respondieron afirmativamente. En Institucional la escucha 8 de cada 18 alumnos (44,44%). Por su parte, 3 de cada 6 estudiantes (50%) de Comunitaria contestaron que escucha radio analógica. Por último, solo 1 de cada 5 alumnos (20%) de Educativa respondió afirmativamente la pregunta. En total, el 46,34% de los estudiantes del ciclo orientado escucha radio analógica en 2022. La cifra es casi la misma que la de los alumnos del ciclo básico que tuvieron este consumo (46,2%).

Por lo tanto, podemos inferir que el momento de la carrera en el que se encontraban, así como la orientación, no tuvo relación con la escucha de radio tradicional. Sin embargo, también observamos que, dentro de las orientaciones, quienes cursaban Periodística consumen un poco más este medio tradicional.

Luego, indagamos en los tipos de contenidos que escuchaban aquellos que respondieron afirmativamente la pregunta anterior. Los resultados fueron los siguientes:

- Orientación Periodística: los 7 estudiantes escuchan periodismo y 6 de ellos, música; mientras que solamente 2 escuchan deportes.
- Orientación Institucional: 8 de 9 alumnos escuchan periodismo, 7 escuchan música y solamente 1 estudiante de esta orientación escucha deportes.
- Orientación Comunitaria: los 3 estudiantes escuchan deportes, 2 escuchan periodismo y 1 estudiante escucha música y programas de entretenimiento.
- Orientación Educativa: el estudiante contestó que escucha contenidos del género periodismo regularmente en radio analógica.

De esta manera, podemos afirmar que los géneros más escuchados, independientemente de la orientación, son periodismo, música y deportes. Además, nuevamente no encontramos relación entre las orientaciones que cursaban y las decisiones sobre el consumo.

Por otra parte, al clasificar los resultados de los estudiantes de toda la carrera en base al género con el que se identifican y al tipo de contenido sonoro digital que escuchan, obtuvimos los siguientes resultados:

- Los 52 estudiantes hombres respondieron que escuchan música (51), podcasts (30), deportes (25), programas de radio online desde una web o aplicación (17), fragmentos de programas de radio alojados en sitios web o redes sociales (9) y radioteatros (2).
- Las 88 alumnas mujeres indicaron que escuchan música (87), podcasts (45), deportes (8), programas de radio online desde una web o aplicación (33), fragmentos de programas de radio alojados en sitios web o redes sociales (14) y radioteatros (1).

- Les 3 estudiantes no binaries afirmaron que escuchan música (3), podcasts (3), programas de radio online desde una web o aplicación (2) y fragmentos de programas de radio alojados en sitios web o redes sociales (1).

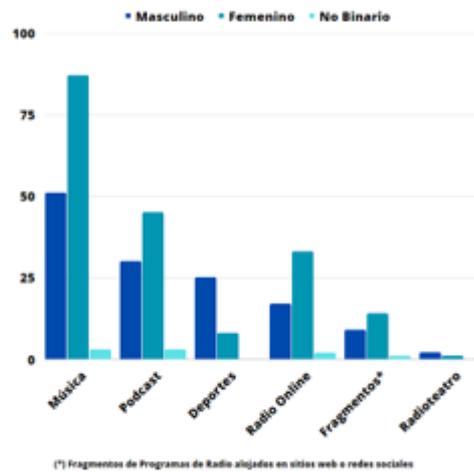


Figura 2

Respuestas de las encuestades acerca de sus consumos sonoros digitales según su género

Fuente: elaboración propia

Por lo tanto, independientemente del género, tanto la música como los podcasts son los formatos que más escuchan los estudiantes. Si bien los hombres consumen más deportes que las mujeres, ellas escuchan más programas y fragmentos de radio.

Por último, nos interesó profundizar en el tipo de contenido digital sonoro que consumen los alumnos de toda la carrera que no escuchan radio analógica (54,4%). Los resultados fueron: música (76), podcasts (39), programas de radio online (25), deportes (13), fragmentos de programas de radio (12) y audiolibros (1). Finalmente, a partir de estos resultados, identificamos que al menos 37 estudiantes (48,05%) siguen consumiendo programas o fragmentos de radio aunque sea de manera digital.

#### 4.3.2 Televisión, cine y audiovisual digital

A partir de los resultados obtenidos en las dos instancias de recolección de datos (cuantitativa y cualitativa) pudimos aproximarnos al tipo de acceso y de consumo de los estudiantes con respecto a consumos televisivos, cinematográficos y audiovisuales digitales.

Sobre el consumo televisivo, el 70,74% de los alumnos respondieron que sí consumen televisión, frente al 29,25% que contestaron que no lo hacen. Entre los encuestados que sí miran televisión, 33% lo hacen por servicio satelital, 29% por servicio de cable, 21% por servicio digital (TDA con antena y/o decoder) y 17% lo hacen con servicio de aire.

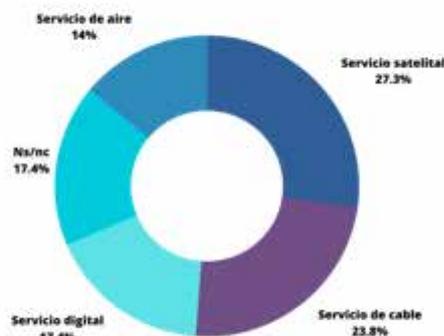


Figura 3

Resultados de las encuestades acerca de cómo acceden al consumo televisivo

Fuente: elaboración propia

Ahora bien, sobre los contenidos que consumen los estudiantes de Comunicación, pudimos dar cuenta que los programas más consumidos son los periodísticos (57%), seguidos por los deportivos (36%), las películas de ficción y no ficción (34%) y la música o videoclips (29%). Mientras que novelas, sitcoms y series fueron seleccionadas en cuarto lugar por el 27% de los estudiantes. Los realitys shows ocupan el quinto lugar, con 26,7% de menciones en las encuestas. Los contenidos que menos consumen son magazines y educativos, estos tienen menos del 10% de respuestas entre todos los estudiantes que observan televisión.

Además, analizamos la relación entre el tipo de contenido que consumen en TV tradicional y el género con el que se identifican los encuestades:

- Género femenino: las 61 personas que se identifican con este género contestaron que miran, en primer lugar los noticieros y programas televisivos (77%) seguidos por las películas de ficción y no ficción (49%), la música y videoclips (48%), telenovelas (41%), series (41%), sitcoms (41%) y realitys shows (39%). Los menos consumidos por este género son: deportes (30%), contenidos educativos (11%) y magazines (8%)
- Género masculino: de los 42 hombres la mayoría contestó que consume programas deportivos (79%) y noticieros (74%), seguidos por las películas con el 40%. El resto de los contenidos tienen el siguiente orden: realitys shows (31%), telenovelas (29%), series (29%), sitcom (29%), música (24%), contenidos educativos (12%) y magazines (7%)
- Género no binario: sólo una persona respondió de manera afirmativa y destacó los noticieros y programas periodísticos, los magazines, la música y videoclips, las películas y los contenidos educativos.

De esta manera, interpretamos que más allá del género en el que se identifiquen los encuestades, los contenidos más consumidos en televisión tradicional son los noticieros y las películas. Una particularidad es que los hombres consumen programas periodísticos en la misma medida que eligen los noticieros mientras que las mujeres los eligieron mucho menos.

Por otro lado, les consultamos sobre el consumo audiovisual digital. Sobre esto, el 98% respondió que sí consu-

me y los dispositivos más elegidos para hacerlo fueron: celular (93%), SmartTV (58%) y notebook (52%). Frente a la computadora de escritorio con el 24% y la tablet con sólo el 2, 80%. A su vez, las plataformas más elegidas por los estudiantes son: YouTube (85%), Netflix (57%); Twitch (20%), Instagram (17%), Disney + (16%) y HBO Max (11%).

También nos preguntamos sobre el tipo de contenidos audiovisuales digitales que consumen los alumnos según el género con el que se identifican.

- Género femenino: de las 88 personas de este grupo el 88% nombró a las series de ficción y no ficción; el 85%, a las películas; el 60%, los tutoriales; el 57%, influencers y streamers; el 48%, contenido periodístico; el 43%, charlas o stand up; el 25%, contenido educativo; el 24%, histórico; el 23% eligió a los realitys shows y, por último, el deporte con el 22%.
- Género masculino: los contenidos más elegidos por estas 52 personas son las películas con el 83% y el contenido deportivo con el 81%. Además, destacaron las series de ficción y no ficción con el 81%; influencers y streamers, 62%; contenido periodístico, 62%; tutoriales, 42%; charlas, conferencias o stand up, 35%; contenido de archivo, 33%; realitys shows, 33% y contenido educativo, 25%.
- Género no binario: las tres personas que respondieron coincidieron con las películas, las charlas, conferencias, stand up y los tutoriales. Dos de ellas también marcaron las series, contenido histórico, periodístico, educativo e influencers o streamers.

De esta manera, podemos interpretar que si bien el género no es un factor meramente determinante a la hora de seleccionar el tipo de contenido audiovisual digital, sí se presentan algunas diferencias entre géneros. Por ejemplo, el género masculino tiene un alto porcentaje en deporte, el género femenino en tutoriales y el género no binario en conferencias o stand up.

Acerca del contenido audiovisual cinematográfico observamos que el 66% de los alumnos visitaron una sala de proyección en los últimos 12 meses. Sobre este grupo, nos interesó indagar: qué tipos de sala frecuentan, qué géneros de películas eligen y cuáles son los criterios de esta selección.

Las salas de proyección más recurridas por los estudiantes son las privadas comerciales con el 95%. Mientras que las salas privadas sin fines de lucro forman el 15%, seguidas por las públicas estatales con sólo el 6%.

Por su parte, los géneros más elegidos son: acción con el 63%, ciencia ficción con 48%, drama y fantasía comparten el 39%. Según las respuestas del cuestionario, podemos inferir que el criterio de selección de las películas se basa principalmente en las sugerencias publicadas en internet (redes sociales y revistas digitales, blogs de cine, críticos de cine) y, en menor medida, en las recomendaciones de amigos/as o personas conocidas.

#### 4.3.3 Videojuegos

En cuanto al consumo de videojuegos, el 48,3% de los encuestados indicaron que juegan regularmente. Nos interesó indagar sobre el género de los estudiantes y el tipo de dispositivo en el que juegan. De los 71 encuestados que juegan videojuegos de manera regular: 41 se identificaron con el género masculino, 29 con el género femenino y 1 con el género no binario.

Los resultados de los dispositivos en los que juegan los estudiantes que se identifican como hombres fueron los siguientes: celular (27), computadora de escritorio (16), consola doméstica (16), notebook (10), consola móvil (3), y tablet (0).

Mientras que los estudiantes que se identifican como mujeres tuvieron los siguientes resultados: celular (27), notebook (7), computadora de escritorio (6), consola móvil (2), consola doméstica (2) y tablet (1). Por su parte, el estudi-

ante no binarie seleccionó la opción de celular y computadora de escritorio.

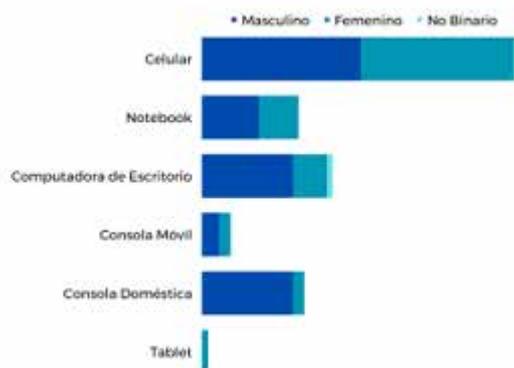


Figura 4

Respuestas de las encuestades acerca del dispositivo en donde juegan según su género

Fuente: elaboración propia

De esta manera, podemos confirmar que los hombres juegan más en computadora y en consolas domésticas que las mujeres. Sin embargo, el dispositivo celular fue el más seleccionado sin importar el género.

Siguiendo con la distinción entre géneros, preguntamos a les encuestades acerca de la clase de videojuegos que más consumen.

Los 41 estudiantes que se identifican con el género masculino, respondieron de la siguiente manera: deportes (25), acción y aventuras (24), estrategia (20), juegos de rol (12), juegos de mesa (12), carreras (11), simulación (9), arcade (8), preguntas (4) y rompecabezas (0).

Por su parte, las 29 estudiantes mujeres seleccionaron sus opciones de esta manera: estrategia (20), acción y aventuras (18), simulación (12), juegos de rol (9), arcade (7),

preguntas (6), carreras (4), juegos de mesa (4), deportes (4) y rompecabezas (1). Mientras que le estudiante no binarie seleccionó las opciones de juegos de rol, estrategia, arcade, rompecabezas y juegos de mesa.

Podemos visualizar entonces que los estudiantes hombres juegan más a videojuegos de Deportes que las mujeres y le estudiante no binarie. Sin embargo, un porcentaje mayor de mujeres juega más a estrategia y a simulación que los hombres. Además, el género acción y aventuras es uno de los tipos de videojuegos más populares independientemente del género masculino o femenino, mientras que los rompecabezas son los menos populares.

Otro aspecto que nos interesó indagar fue la cantidad de horas por semana en las que les estudiantes juegan videojuegos y el dispositivo que utilizan. De les 71 encuestades que juegan regularmente, contestaron de la siguiente manera:

- El 52.11% juega de 1 a 5 horas por semana en estos dispositivos: celular (28), notebook (12), consola doméstica (7), computadora de escritorio (6) y consola móvil (2).
- El 26.76% que juega de 5 a 10 horas por semana seleccionó los siguientes dispositivos: celular (17), compu-

tadora de escritorio (8), consola doméstica (5), notebook (4), consola móvil (1) y tablet (1).

- El 21.13% juega más de 10 horas por semana en estos dispositivos: computadora de escritorio (11), celular (10), consola doméstica (6), consola móvil (2), notebook (1).

En base a estos resultados, podemos afirmar que la mayoría de encuestados juegan de 1 a 5 horas por semana y, además, lo hacen desde el celular. En cambio, el dispositivo en el que les estudiantes juegan más de 10 horas por semana es la computadora de escritorio. Por su parte, la consola doméstica fue la tercera opción más elegida entre les encuestados independientemente de las horas por semana dedicadas a los videojuegos.

## 5. Consideraciones finales

En esta ponencia compartimos parte de los resultados de la práctica de investigación que realizamos con el grupo Fandom en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la FacSo de la UNSJ. El objetivo principal fue estudiar los consumos culturales y las prácticas de lectura académica de les estudiantes del departamento durante 2022.

En cuanto a los objetivos específicos que desarrollamos en este trabajo, el primero estuvo destinado a conocer el acceso de les alumnes a las TIC. Encontramos que casi la totalidad pudo acceder a los dispositivos: smartphone, PC de escritorio o notebook y aparato de televisión. También la gran mayoría contó con conexión a Internet en su hogar y dispuso de datos móviles en su celular. Por último, casi todos tuvieron acceso a algún tipo de servicio de televisión, en algunos casos paga, en otros antena de aire y otro a través de TDA.

Teniendo en cuenta el acceso a los mencionados dispositivos y servicios, y para responder al tercer objetivo, podemos concluir que las posibilidades de consumo de contenidos audiovisuales, sonoros y de videojuegos también fueron altas. Además, intentamos reconstruir algunos de los criterios a partir de los cuales les estudiantes eligieron contenidos y dispositivos.

Casi la totalidad de les estudiantes de Comunicación consumen contenidos sonoros y audiovisuales digitales. La mayoría, el 98%, ve contenido audiovisual digital; el 97,3% escucha contenido sonoro digital; el 70,74% ve televisión tradicional; más de la mitad (66%) fue al menos una vez a una sala de proyección en el último año; casi la mitad (45,6%) consume radio analógica y un porcentaje similar a ese último (48,3%) juega videojuegos con regularidad.

Respecto a los dispositivos que utilizan para sus consumos, si bien el uso de medios tradicionales, como la radio analógica, ha disminuido, les alumnes desarrollan prácticas similares en las nuevas tecnologías. Siguen consumiendo lo audiovisual y lo sonoro, aunque ahora el dispositivo más elegido para ambos tipos de consumo es el celular. Este también es el más utilizado por quienes acceden a videojuegos. A pesar de eso, el televisor sigue teniendo un rol predominante en el consumo de TV tradicional, sobre todo para contenido periodístico, y un poco menos deportivo y de ficción. Aparte, en cuanto a plataformas para consumir lo digital sonoro y audiovisual, Youtube es la más elegida.

En cuanto al género, encontramos diferencias notables en los consumos que realizaron hombres y mujeres, tanto en lo sonoro digital, como en lo audiovisual digital, televisión tradicional y de videojuegos. Respecto a los contenidos sonoros digitales, las mujeres consumieron más música, podcast y radio online que los varones, y estos escucharon más deportes. En videojuegos, los hombres prefieren los juegos de deportes y las mujeres los de estrategia y simulación. En TV tradicional, hombres y mujeres consumen noticieros (más del 70%) y los primeros consumen, casi en esa misma medida, programas deportivos. En ambos casos, el siguiente consumo corresponde a películas. Por último, en cuanto a contenido audiovisual digital, el género masculino tiene un alto porcentaje en deporte, el género femenino en tutoriales y el género no binario en conferencias o stand up.

También analizamos si existía alguna relación entre la orientación elegida por les estudiantes dentro de la carre-

ra y el tipo de consumo, pero la respuesta fue negativa. Este hallazgo resulta fundamental para el Departamento de Ciencias de la Comunicación, especialmente para la elaboración del nuevo plan de estudios, que contempla la eliminación de las orientaciones. La existencia de estas, hasta el año pasado, no indicaba que los estudiantes se especializaran en algún tipo de contenido vinculado a su área de formación.

A partir de esta práctica, surgieron nuevos interrogantes a explorar en futuras investigaciones. Por ejemplo, profundizar en la construcción de los criterios para consumir contenidos y para seleccionar dispositivos, más allá de las variables acceso, género y orientaciones. También indagar en las prácticas de producción y de recomendación, sobre todo las que involucran al fandom.

## 6. Bibliografía

- ALBARELLO, F. et al (s.f.). Investigar en red. Disponible en: <https://investigarenred.ar/la-investigacion/>
- ALBARRACÍN, S. (2022). Prácticas y saberes en periodismo. Cómo construyen conocimiento las y los estudiantes que gestionan sus propios medios. XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Disponible en: <https://alaic2022.ar/memorias/index.php/2022/article/view/119>
- CAR, V. y NARANJO, C. (2022). Consumos audiovisuales y mediaciones tecnológicas: el caso de las y los estudiantes de la UNTDF. XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Disponible en: <https://alaic2022.ar/memorias/index.php/2022/article/view/289>
- GRILLO, M. et al (2016). Estudios sobre consumos culturales. En Grillo, M., Benítez Larghi y Papalini, V. (coord) Estudios sobre consumos culturales en la Argentina Contemporánea. Buenos Aires, CLACSO.
- JENKINS, Henry (2006). Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Buenos Aires, Paidós.
- MARTIN BARBERO, J. (1987). De los medios a las mediaciones. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- MUROLO, L. (2016). La pantalla pirata: usos y apropiaciones del audiovisual en Internet por parte de jóvenes. En Divulgatio, Revista de la Secretaría de Posgrado de la Universidad Nacional de Quilmes. Núm 1, Vol. 1. Disponible en: <http://revistadivulgatio.web.unq.edu.ar/?entradas-ejemplares=la-pantalla-pirata-usos-y-apropiaciones-del-audiovisual-en-internet-por-parte-de-jovenes>
- MUROLO, L. y AON, L. (2018). Maratón en Netflix. House of cards entre la narrativa de la televisión y la web. En Revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura, Número 82, e023 (octubre-marzo 2018). ISSN: 2314-274X. Disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/trampas/article/view/4798>
- SILVERSTONE, R., MORLEY, D. y HIRSCH, E. (1996). Tecnologías de la información y la comunicación y economía moral de la familia. En Silverstone, R. y Hirsch, E. (Eds.) Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia. Barcelona: Bosch.
- RINCON, Omar (2006). Narrativas mediáticas o cómo se encuentra la sociedad del entretenimiento. Gedisa.
- SINCA. (s.f.) Consumos culturales. Disponible en: <https://www.sinca.gob.ar/Encuestas.aspx>
- SUNKEL, G. (1999). El consumo en la agenda de los estudios culturales. Algunas tendencias del consumo cultural. La idea del libro. En Sunkel, G. (coord.): El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación, Convenio Andrés Bello, Bogotá
- VILA, C. et al. (2022). Formulario para la presentación de prácticas de investigación en el Gabinete de Estudios e Investigación en Comunicación. Consumos culturales y prácticas de lectura académica en estudiantes del Departamento de Ciencias de la Comunicación en el 2022. Indagaciones desde un diseño mixto a partir de una práctica de investigación. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de San Juan.
- WILLIAMS, R. (2011). Televisión, tecnología y forma cultural. Paidós. Buenos Aires.
- ZALLO, R. (2007). La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. Zer: Revista de estudios de comunicación. Vol. N° 22.

# Las narrativas del yo en las prácticas comunicativas mediáticas

Mariela Parisi

marielaparis@unc.edu.ar

Ximena Cabral

xcabral@unc.edu.ar

Rodolfo Vila Gariglio

vila@unc.edu.ar

**Universidad Nacional de Córdoba**

## Introducción

En este trabajo abrimos un diálogo entre los avances de la investigación sociosemiótica que vincula la categoría *Periodismo de autor 2.0* (Parisi, 2021;2018) con los nuevos modos de construir las subjetividades en las pantallas (Arfuch,2010; Sibilia,2008; Samella,2018). Así, se identifican las transformaciones que ha sufrido el campo del periodismo a partir de la irrupción de las tecnologías en la comunicación, cuando a finales de la década del '90 los medios masivos comenzaron un proceso de reconversión de redacciones para adaptar sus rutinas de producción a los nuevos medios y soportes de la información digital. Las innovaciones alcanzaron los modos del quehacer de los periodistas lo que implicó una transformación profunda en la profesión a partir de estas nuevas formas del trabajo que se denominaron como e-periodista, periodista digital o ciberperiodista.

Este contexto motorizó la aparición de los blogs en el universo digital, y de ahí que proponemos una breve historización de los antecedentes para identificar la génesis de las nuevas narrativas periodísticas, en lo que definimos como la conformación de nuevos soportes: los blogs y sitios periodísticos de autor. Asimismo, dentro de la comunicación digital como campo más amplio, identificamos y caracterizamos cómo las nuevas narrativas del yo en las prácticas comunicativas mediáticas permiten el desarrollo de un horizonte emergente para una comunicación situada y heterodoxa.

En esa línea, observamos las narrativas expandidas y los nuevos formatos digitales como posibilidades estéticas donde el "giro narrativo" en el campo de la comunicación digital y el periodismo situado se desarrolla con una perspectiva inclusiva, integral y desde las diversidades territoriales, corporales y sexuales en el sur global.

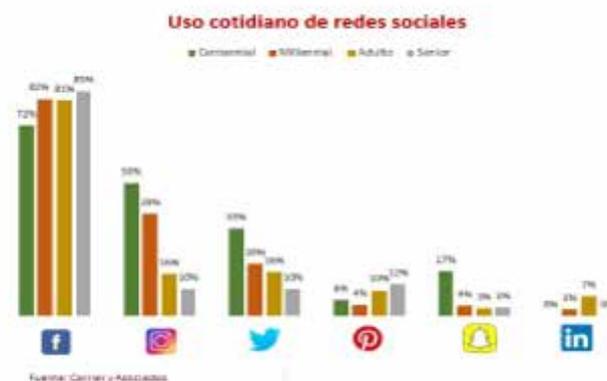
## Transformaciones del periodismo y sus soportes

A partir de la década del '90 la industria mediática fue impactada por las tecnologías digitales que modificaron las comunicaciones y generaron nuevos procesos de producción, circulación y consumo de la información (Carlón y Scolari, 2009). Con el desarrollo de la Web 2.0 asistimos a un creciente proceso de individuación de los consumos de contenidos en Internet, segmentados de acuerdo a intereses específicos del usuario relativos a entretenimiento, información y publicidad de productos y servicios. Los cambios no sólo transformaron la forma en la que se produce la información sino también la manera en que se establece el encuentro de los periodistas con los públicos, quienes conviven con una multiplicidad de medios y contenidos en la Web.

Esta tendencia parece congruente con los procesos de individualización de la construcción identitaria de periodistas y también del vínculo que crean con los lectores/usuarios. Para comprender mejor el escenario en el que surge este fenómeno es necesario remontarse a las transformaciones que impactaron en los modos de ejercer la profesión pe-

riodística. Las plataformas digitales han posibilitado el surgimiento de otros emisores y productores de mensajes laterales - periodistas profesionales que trabajan al margen de los medios tradicionales o cualquier usuario digital. En el caso de la información periodística, resulta cuestionado el contenido informativo como un producto cerrado, “este tipo de circulación implica la expansión y recreación de la información en múltiples soportes y dispositivos, con la intervención de diversos tipos de usuarios que adicionan contenidos e interpretaciones y reenvían el contenido expandido hacia diversos medios de comunicación” (Samela, 2018:284).

Esta posibilidad de compartir, producir y editar contenidos en diversos lenguajes cobró dimensiones impensadas con la expansión en el uso de las redes sociales o social networks. En la actualidad, las redes ocupan un protagonismo central en las formas de comunicarse de los sujetos a través de las más usadas: Facebook (2004), Youtube (2005), Whatsapp (2009), Twitter (2006), Tinder (2012) o Instagram (2010). Según un estudio de Carrier y Asociados (2017), el promedio de redes que usa un argentino ronda los 3,4 servicios.



De acuerdo a estimaciones de la consultora, en Argentina Facebook es la red social que en 2017 tenía mayor presencia en todos los rangos etarios (del 72 % de los centennials, es decir, menores de 24 años, al 85% de los seniors, mayores de 54 años), mientras que Snapchat es campo joven: 17 % de los menores de 24 lo usa, pero las generaciones mayores apenas le prestan atención (entre un 3 y un 4 %) (2017). Twitter e Instagram reciben un mayor interés de parte de los menores de 33 años (millennials y centennials), mientras que la mencionada LinkedIn y la más focalizada Pinterest son tierra de adultos maduros.

En Argentina, fue a partir de la década del '90 que la industria mediática introdujo paulatinamente las tecnologías digitales que fueron transformando las comunicaciones y generaron nuevos procesos de producción, circulación y consumo de la información, proceso que conocemos como la convergencia. La innovación impactó no sólo en la tecnología de los medios, sino también en los escenarios de la producción de bienes culturales, las formas de organización y las rutinas de trabajo, los circuitos de distribución, políticas de regulación y control, y en las lógicas de consumo de bienes y servicios infocomunicacionales (Becerra, M. y Beltrán, R., 2014: 7).

La digitalización de las tecnologías de producción y la competencia entre nuevas pantallas (internet, televisión por cable) afectó los lenguajes —tanto audiovisuales como escritos— en los medios tradicionales (Becerra, M. y Mastrini; 2012). Diarios y revistas agilizaron sus ediciones, con diseños que jerarquizaron el valor de las imágenes y redujeron la extensión de los artículos.

En términos generales puede decirse que el mercado argentino de medios de comunicación presenta una oferta algo diversa, pero una demanda fuertemente concentrada. La concentración de la propiedad en grupos multimedia, tales como Clarín, que tienen posiciones dominantes en prensa, radio y televisión abierta y de pago, restringe la diversidad.

No obstante, hay medios de comunicación gráficos, radiales y televisivos que pertenecen a propietarios diferentes

y que pueden ofrecer una oferta variada. Pero también se registra un consumo muy concentrado alrededor de los principales medios con base en la ciudad de Buenos Aires. De forma paralela, la producción de contenidos, tanto de entretenimientos como de noticias, se halla altamente concentrada en Buenos Aires. Los medios provinciales reproducen la mayor parte de los contenidos producidos en la capital, reduciendo así la diversidad.

Sabemos que la historia de los medios de comunicación latinoamericanos registra una serie de tendencias comunes que entraron en crisis a comienzos de este nuevo siglo: en primer lugar, el funcionamiento del sistema mediático en la región ha sido invariablemente gestionado desde una lógica puramente comercial; en segundo lugar, existe un alto nivel de concentración de la propiedad del sistema de medios, liderado por unos pocos grupos económicos ligados a los gobiernos de turno como México (Televisa), Brasil (Globo), Argentina (Clarín), Colombia (Caracol-El Tiempo), Chile (Mercurio) y Venezuela (Cisneros); en tercer lugar, es poca o casi nula la existencia de una audiencia significativa para los escasísimos servicios de medios públicos no gubernamentales; y por último, la producción de contenidos mediáticos es realizada en las grandes urbes desde una perspectiva autorreferencial colocando a las provincias de cada país como repetidoras/consumidoras de los mismos.

En Argentina, es evidente cómo fue cambiando el ecosistema de medios privados potenciándose la concentración del sector en pocas manos -particularmente en la expansión del Grupo Clarín a las telecomunicaciones mediante la fusión Cablevisión-Telecom (2017), que los llevó a monopolizar el 80% del mercado. En otros países “convergentes”, como Reino Unido o EEUU, la legislación prohíbe que un grupo económico supere el 40 % del negocio.

En Córdoba, la situación no fue menos difícil para la prensa y los periodistas. La precarización del ya escaso sector de medios privados, sumado al cambio en las rutinas productivas por el advenimiento de la comunicación digital y multiplataforma, expulsó del quehacer informativo a decenas de periodistas con nutrida trayectoria, por ejemplo, en el diario La Voz del Interior. Algunos colegas se lanzaron a gestionar sus propios medios digitales o se embarcaron en propuestas independientes/ cooperativas como La Nueva Mañana; otros apelaron a la prensa institucional de empresas, organismos públicos o del tercer sector.

Córdoba ha sufrido la concentración en dos grandes monopolios: Cadena 3 y Grupo Clarín que abarcan casi la totalidad de la oferta de medios y plataformas de comunicación. Y existen solo dos medios públicos: Radio Nacional Córdoba y Los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la Universidad Nacional de Córdoba (Canal 10, Canal U, Radio Universidad y FM 102.3). Radio Nacional está sujeta a las políticas comunicacionales implementadas desde el centralismo de Buenos Aires; los SRT de la Universidad Nacional de Córdoba tienen el desafío y la posibilidad de consolidarse como un espacio comunicacional público, crítico y plural.

En sintonía con lo que ocurría con otros medios de comunicación en Europa o EEUU, aparecieron los primeros sitios de noticias o periódicos digitales, como en el caso de Clarin.com, Lanacion.com, Infobae.com, entre otros. Este proceso de convergencia de redacciones (para el soporte papel y para el diario digital) implicó la capacitación de los viejos periodistas para que adquieran los conocimientos y habilidades en la producción de contenidos para la Web y las redes sociales (Orihuela, 2004; Cebrián Herreros y Flores Vivar, 2007; Pardo Kuklinski, 2009; Salavarría, R. Y Negro, S., 2009), y en su defecto, sean reemplazados por profesionales jóvenes de la nueva generación de los llamados “nativos digitales”.

La convergencia es un proceso múltiple y abarca diferentes etapas del circuito productivo en las industrias de la información y el entretenimiento. La producción—con la introducción de dispositivos digitales de tratamiento, edición y almacenamiento de la información— atestigua la convergencia tecnológica desde hace al menos dos décadas, tanto si se habla de medios gráficos como de audiovisuales.

Pero, como señala Becerra, el proceso convergente es más lento en el extremo opuesto al de la producción, dado que el estudio de los usos y consumos sociales demuestra que, recién en los últimos años en América Latina, se registra una migración significativa de los medios tradicionales a medios digitales. La aludida migración no sólo

agrupa viejos contenidos y servicios, reformulándolos con distinta intensidad, sino que genera nuevos formatos, aplicaciones, servicios y contenidos; así como estimula y acompaña cambios culturales y de socialización de individuos y grupos (Becerra, M. y Beltrán, R., 2014: 7).

En este sentido, decimos que producto de la convergencia multimedia la profesión periodística ha modificado una vez más las formas del trabajo y las maneras de narrar la actualidad: aparece la figura del periodista digital, todo terreno o multitarea. Hoy se espera que el periodista intervenga en todo el proceso de producción de la información, desde la búsqueda del hecho noticiable, la conversión en acontecimiento noticioso y la presentación como producto de interés público, en multilinguaje y multisoporte listo para ser consumido, utilizando casi todos los sentidos.

Esta tendencia trae como consecuencia que el campo donde se ejerce la profesión esté atravesado por una serie de problemáticas tales como la creciente precariedad laboral, la generalizada pérdida de calidad de los contenidos informativos o los nuevos retos legislativos en un momento de creciente tensión entre mercado y Estado.

### **Nuevos condicionamientos al ejercicio de la profesión y crisis de legitimación de las instituciones mediáticas**

Antes del surgimiento de los primeros diarios on line, en la industria del periodismo argentino, los roles aparecían mejor definidos y el proceso de producción era más claro: de manera simplificada podríamos tomar el caso del medio gráfico, que contaba con periodistas que producían información para una audiencia masiva.

El perfil y la identidad del periodista clásico se iban configurando en su trabajo de investigación y su capacidad para interpretar los acontecimientos planteando las causas y posibles consecuencias de los hechos desde el análisis de las dimensiones que lo atravesaban.

El estudio en profundidad, la indagación de fuentes, la construcción de la agenda y los contactos propios eran pilares del trabajo periodístico. El periodismo de investigación y opinión ocupaba espacios extensos y centrales en los periódicos. El contrato de lectura entre el periodista y sus lectores estaba cimentado en la confianza depositada en la mirada del mundo, en la perspectiva del periodista para leer la realidad y en el vínculo pedagógico, centrado en el hacer saber.

El *êthos* de periodista se iba construyendo a lo largo de la trayectoria profesional y la legitimidad que un medio de tirada masiva le otorgaba a su nombre propio (*êthos* institucional).

Asimismo, los medios gozaban de legitimidad como mediadores y portadores de la capacidad de transmitir de manera supuestamente imparcial los acontecimientos. En este ideario institucional, los periodistas ocupaban un lugar privilegiado y un estatus de autoridad que remitió a la idea de que los discursos periodísticos, lejos de ser una construcción sesgada eran capaces de reflejar la realidad y que la objetividad periodística los convertía en portadores de verdad.

A partir de los '90 hubo un deslizamiento desde el modelo clásico de información hacia el „infotainment“ (Ford, 1999) y el sensacionalismo. Así, en el esquema industrial del entretenimiento, la información que circula por los medios masivos tradicionales empieza a ser concebida como una mercancía, y este carácter predomina ampliamente respecto de cualquier otro (Ramonet, 1998).

Para sostener una actualización (minuto a minuto) de la noticia en la web, los medios destinan menos tiempo y espacio para la indagación, el periodismo de investigación, la búsqueda de mejores y diversas fuentes de información. La puesta en marcha de la producción de la “información en construcción permanente” ha ganado en velocidad de actualización de los datos en detrimento de la profundidad en el análisis del acontecer.

El proceso de digitalización de la noticia va marcando el nuevo estilo de la información, que sigue la lógica de la inmediatez, lo que resta profundidad a los contenidos. Cambian las rutinas de producción de la información y se modifican las condiciones en las que se ejerce la profesión periodística.

Los periodistas, en el contexto de las prácticas emergentes de una sociedad en red caracterizada por la conectividad, la instantaneidad y la fragmentación (Castells, 2000), debieron responder a las exigencias de los medios y a las demandas de una nueva audiencia: los nativos digitales. Así, se impusieron originales vocablos como forma de nombrar a los periodistas, el oficio y sus funciones: periodista digital, ciberperiodista, e-periodista, periodista multimedia, multitarea, multisoporte, polivalente.

Los periodistas que fabrican contenidos periodísticos en entornos digitales de principio a fin, se hacen cargo de cada una de las etapas en el proceso de su producción en un lapso de tiempo breve. Es decir, desarrolla una multiplicidad de tareas que antes ejercían varios profesionales. Estas van desde la producción, la realización y la edición de la noticia hasta su adecuación para ser emitida en cualquier soporte, incluidas las redes sociales. El periodista debe fabricar un producto simbólico completo interviniendo en todas las etapas del proceso productivo.

Estas mutaciones fueron zanjando la imagen que proyectaban los periodistas creando en algunos una crisis de identidad. A su vez, los crecientes condicionamientos que les fueron impuestos desde las líneas gerenciales de los medios, pusieron en jaque algunas posibilidades de desarrollo del periodismo “independiente” y de investigación en estas empresas monopólicas, lo que parece hacer tambalear la esencia misma de las noticias de acuerdo a las normas del discurso periodístico canónico, la misión primera de la prensa y el rol social de los medios de comunicación.

### **Atmósferas culturales: entre el desencantamiento y la tecnofascinación**

En este apartado es importante volver sobre algunos aspectos que hacen a los cambios socio- culturales iniciados a finales de siglo XX y que fueron tallando el escenario que delimita un nuevo campo de estudio para las formas de expresión y comunicación surgidas en Internet, como son los blogs o sitios periodísticos personales que constituyen nuestro objeto.

Entender estas prácticas como huellas en las maneras de la producción de las subjetividades en nuestro tiempo, coloca al análisis del *êthos* periodístico desplegado en los blogs de autor, en el cruce entre tecnología, cultura y sociedad. “No se trata apenas de Internet y sus mundos virtuales de interacción multimedia. Son innumerables los indicios de que estamos viviendo una época limítrofe, un corte en la historia, un pasaje de cierto ‘régimen de poder’ a otro proyecto político, sociocultural y económico” (Sibilia, 2008:19).

En el ecosistema de las comunicaciones se fue desmoronando aquella legitimidad de la que gozaban los medios como nexo imparcial en los hechos y el público, como portadores de discursos objetivos y verdaderos sobre la realidad y el acontecer. Esto se da en el contexto en que predomina la tendencia a poner en cuestión, a interrogar los nuevos campos de la vida social y política, en un mundo donde las estructuras e instituciones se vuelven fuente de incertidumbre. Este proceso de reflexividad en la cultura de fin de siglo XX corresponde específicamente a la sociedad pos-1989, de acuerdo a Beck, Giddens y Lash (1997). Cuando la globalización se plantea como un período crucial de transición histórica que introduce situaciones de riesgo e incertidumbre reestructurando profundamente nuestros modos de vivir (Bauman, 1999; Giddens, 2000). La sociedad de la información implica una pérdida de identidades, y se habla del fenómeno de la desterritorialización. La sociedad es como una red de redes interdependientes integradas a un sistema mundial, que produce nuevas exclusiones (Mattelart, 1997).

También, los pensadores de época como Paul Virilio, Gianni Vattimo o Jean Baudrillard ponen en duda la posibilidad de la utilización de la tecnología con fines de desarrollo, tal como vaticinaba el proyecto moderno e iluminista. La idea de comunicación y de transparencia ha acompañado la creencia de la ilustración en el progreso social y la emancipación de los individuos. Esta idea es sospechosa: la comunicación es víctima de un exceso de comunicación

que ha producido la ilusión del sentido, la pérdida de lo real, el reino de los simulacros (Baudrillard, 2001).

Así, desde las teorías críticas se replantea la razón instrumental de la modernidad que promovió la asociación del pensamiento científico con el tecnológico, desentrañando la relación entre tecnología-velocidad-poder (Virilio, 1997). Se evidencia que la tecnología no se mueve por sí misma, que hay intereses económicos que lideran y controlan la industria como el sector dinámico de la economía y allí surge el poder concentrado.

La tecnología situada como una estructura de poder representa una dimensión de la mercantilización vinculada a grupos y procesos económicos que la generan y promueven su investigación y el desarrollo de una cultura tecnológica. Las atmósferas culturales descritas y los climas de época también incidieron en el ámbito de la comunicación periodística. Desde el campo profesional comenzó a ponerse en duda la transparencia de las mediaciones y en la opinión pública se hicieron explícitos los intereses sectoriales de los crecientes conglomerados mediáticos y sus imbricaciones con los poderes económico-políticos.

## **El periodismo de autor 2.0 y las narrativas subjetivas**

Como antecedentes del ingreso explícito de las huellas subjetivas en el periodismo encontramos la corriente del Nuevo Periodismo<sup>1</sup> en EEUU (1966)<sup>1</sup> mixturando dos campos: el periodismo y la literatura (Truman Capote, Gay Talese o Tom Wolfe). Contar la noticia, cronicar en primera persona, vivir la experiencia en el territorio para poder narrar con todo el impacto que le agrega la subjetividad explicitada del periodista/escritor. Asistimos a una primera ruptura del pacto sobre lo que era el periodismo hasta entonces. El autor se desdobra con su propio nombre, y emergen sus experiencias como protagonista o como mero espectador. La primera persona y la introspección son la voz para contar el presente. Estos aspectos constituyen parte de los antecedentes mediatos a las formas emergentes de escritura que encontramos en los blogs de periodistas, y que definimos como Periodismo de autor 2.0 (Parisi, 2021).

El soporte digital (blog, sitio personal) opera habilitando dispositivos de enunciación en los que las figuras del enunciador periodístico, los destinatarios y los vínculos entre ellos admiten nuevas formas, cuya legitimación se centra más en la figura del periodista antes que en las entidades institucionales periodísticas clásicas. En este sentido, podemos pensar que, en la posición de enunciador ocupada por el periodista, restablecer el nombre propio supone actualizar la confianza que fueron perdiendo con sus lectores, tanto por los condicionamientos y censuras veladas como por la misma crisis de representación de los medios hegemónicos. Pero también, el blog puede funcionar como amplificador del yo periodista forjado en los medios tradicionales, como una vidriera donde proyectar una imagen en la que puedan identificarse los nuevos consumidores de medios en Internet.

Definimos al periodismo de autor 2.0 como un nuevo género periodístico instaurador de discursividad y surgido en la primera década del siglo XXI, que incorpora nuevas gramáticas de producción, es decir, las particularidades sobre cómo se inscribe el sentido en la materia significativa del soporte blog. Este nuevo género periodístico puede ser pensado como un novedoso modo del discurso informativo articulado con la autorreferencialidad característica de los sitios y redes personales que conviven en el ecosistema mediático.

El periodismo de autor 2.0 como género construye esta nueva posición de enunciación ocupada por los periodistas proferidos como autores del discurso y genera una imagen de sí mismos, que produce efectos de sentido y cumple determinadas funciones que sintetizamos a continuación.

---

<sup>1</sup> En Latinoamérica, esta tendencia tuvo como precursora del género a la obra Operación Masacre del periodista argentino Rodolfo Walsh (1957) y profundizó su desarrollo, por ejemplo, en las nuevas narrativas que se imbrican en la labor periodística de escritores latinoamericanos como García Márquez, Octavio Paz, Eloy Martínez, Vargas Llosa, entre otros.

En primer lugar, la proyección del *êthos* del periodista para generar credibilidad. A partir de la posición que asume el periodista como narrador de los hechos, como relator del acontecer, como observador que además indaga la realidad, se encauza la construcción de este *êthos* de relator, de testigo fiel del acontecimiento que le aporta a priori un plus de credibilidad. En los blogs/sitios estudiados se visualiza un marcado culto a la profesión, una exaltación del yo identificado fuertemente con el *êthos* "soy periodista", en la cual emerge el narrador como más importante que el relato. O al menos, la validación del discurso está dada por la legitimidad que el nombre propio le confiere a lo dicho.

En segundo lugar, la personalidad como valor en sí mismo. La creciente espectacularización del yo en Internet se reproduce en los discursos de los blogs periodísticos. El texto aparece como la expresión auténtica del genio del autor. El nombre aparece como una facilidad, un juego de poder que transforma al yo autoral en una marca. Desde esta perspectiva, los periodistas encuentran en las redes y en los sitios web una posibilidad de superar los condicionamientos y la crisis de representatividad del medio tradicional y conservar la posición ocupada, poniendo en valor su trayectoria como un logro de la personalidad de quien habla.

En tercer lugar, el blog como espacio de legitimación. El discurso periodístico proferido en los blogs o sitios personales opera como un espacio de proyección de identidad y construcción de una imagen personal positiva atada a la ética periodística siempre latente en el discurso. Así, en los sitios se despliegan frases con alto contenido ético -que replicadas en Facebook o Twitter-, siempre muestran lo mejor de sí del autor.

En la enunciación se construye un *êthos* de autoridad y legitimidad recuperando la afectación personal, apelando a las emociones, lo que entra en tensión con la tentativa de borrar las marcas de su subjetividad en pos de un periodismo objetivo.

Si consideramos las formas contemporáneas en que se construye la subjetividad en Internet (Samella, 2018), veremos que en los blogs periodísticos de autor importa lo que se cuenta, cómo se cuenta, pero sobre todo quien lo cuenta. En esta instancia seguramente actúa el resurgimiento del mito del autor (Sibilia, 2008); en este nuevo modo el yo enunciativo posicionando como periodista, funciona como fuente de autenticidad. Termina siendo más importante quién lo dice que lo que se dice. El narrador es el relato, anclado en el yo autor, el yo periodista, el nombre propio, la "atestación" (Arfuch, 2010:59).

Periodismo de Autor 2.0 como género periodístico en Internet y nueva modalidad discursiva, que refiere al ejercicio del periodismo en primera persona desplegado a través de blogs o sitios personales, donde se visualiza una marcada exaltación del yo que se orienta a la construcción de un *êthos* de periodista asociado a la credibilidad, la objetividad, la búsqueda de la verdad y la mirada certera del mundo del sujeto narrador.

En el Periodismo de autor 2.0 el narrador es el centro del relato. Si en el periodismo tradicional la ecuación se dirimía entre lo que se contaba y cómo se narraba; en este novedoso modo discursivo importa lo que se cuenta, cómo se cuenta, pero sobre todo quién lo cuenta.

En este género del discurso informativo, el enunciativo se define por su rol profesional, y su lugar enunciativo se erige desde la posición de periodista. Por tanto, predomina de forma deliberada la puesta en narratividad del *êthos* del periodista. Como vimos en los blogs estudiados, la autorreferencialidad, la valoración de los antecedentes profesionales, la formación y el reconocimiento público forman parte de lo que presentan como su trayectoria o reputación personal que opera como legitimante *êthos* previo. El género periodístico se transforma por la influencia de los géneros autobiográficos actualizados en la red, como nuevas maneras de inscribir la subjetividad en los discursos. El *êthos* se construye y se expresa a través de referencias a lo íntimo, a lo cotidiano, humanizando la figura del periodista. El yo experto, el yo profesional, el yo testigo, el yo mediador, el yo comprometido, el yo auténtico, el yo reconocido, el yo legitimado, el yo real. En síntesis, la hibridez del periodismo de autor 2.0. se da por el acoplamiento de lo novedoso en lo tradicional. La novedad del fenómeno está fundamentalmente en la enunciación (la

primera persona) y en las innovaciones del soporte digital para organizar y articular las materias significantes, que determinan, a su vez, los cambios y continuidades en la construcción del enunciario en relación con los géneros periodísticos canónicos. El Periodismo de autor 2.0. se ofrece como un nuevo espacio de trasposición en el que, el criterio de legitimación es la firma, las propiedades y capitales del autor, y ya no el capital simbólico de los medios institucionales.

## **Las narrativas expandidas y los nuevos formatos digitales**

Estas posibilidades del periodismo de autor también se relacionan con las posibilidades de las narrativas expandidas (Rincón, 2019) y los nuevos formatos digitales para el periodismo y la comunicación digital.

En ese camino, se abren posibilidades narrativas a partir de “contar historias”, el storytelling y una exploración que implica el pasaje del género informativo a las posibilidades expresivas del género narrativo a partir de indagar en las crónicas, semblanzas y reportajes dentro del espacio biográfico. En esa línea, si bien la expansión de la web, como vimos, llevó a otras dinámicas dentro del oficio en los medios comerciales y tradicionales, es en el campo de los medios del tercer sector y las organizaciones sociales donde el acceso a las tecnologías (video/podcast/fotografía las redes y los nuevos formatos) permiten también inscribir sus historias.

En esa experiencia transmedial, en la construcción de un relato se combinan diferentes medios y plataformas, y se activa la participación de los usuarios. Así, podemos detenernos a pensar los modos en donde permite ampliar los sentidos de lo sensible en contra de la uniformidad de sentidos y sentires hegemónicos.

En ese sentido, retomamos y pensamos junto con las maneras de plantear los modos de enunciación para pasar de ser audiencias a productores (Rincón, 2019) y donde podemos pensar las posibilidades creativas de producir interacciones otras, promover visibilidades, accesos y reconocimientos nuevos. A decir de Rincón: “El asunto es dejar los discursos y buscar las historias inscritas en cada sujeto, territorio, memoria, tradición, concepto o realidad. Hay que incorporar los silencios y los modos de narrar de los sujetos que cuentan. Hay que intervenir los lenguajes, la industria, las dramaturgias para convertirnos en productores de resistencias creativas a través de nuestras intervenciones mediáticas” (Rincón, 2019)

En Argentina, específicamente, el inicio de siglo XXI con los conflictos crecientes en la crisis del 2001, el mapa de conflictividad socioambiental y la activación de los juicios en el campo de Derechos Humanos, y un poco más acá, las protestas y movilizaciones colectivas que significó “la marea verde” fueron cartografiando diversas posibilidades narrativas que buscaron disputar la agenda pública.

Como forma de resistencia y confrontación se editaron los propios mapas y registros organizados a partir de colectivos sociales. También las cartillas, los volantes y algunos documentos operaron como soportes desde donde visibilizar las demandas y las prácticas que sustentan las prácticas colectivas. Además de la creación de los propios blogs en plataformas fueron creciendo la relevancia de los informativos en red desde las radios locales inmersas en los propios territorios, como algunas nucleadas desde AMARC, FARCO o la experiencia de la RNMA y la producción desde el videoactivismo convergiendo el lenguaje audiovisual a partir del crecimiento de acceso a dispositivos móviles que facilitan el acceso y el descubrimiento del lenguaje visual para la creación de contenidos propios (Cabrera, 2019). En ese sentido creemos que: “Hacer una comunicación como descubrimiento del “sí mismo”. Y estallar el modo mainstream y hegemónico de narrar desde las identidades y sensibilidades llamadas mujeres, indígenas, afros, cuerpos disidentes, territorios, medio ambiente; ya que estos nuevos modos de comprender y enunciar el mundo traen estéticas, narrativas, formatos, ritmos, tonos, estilo que no hemos practicado aún” (Rincón, 2011).

Recuperando entonces esta noción de productores de resistencias creativas la posibilidad de pensar sobre estas nuevas plataformas y otras narrativas. “Escuchar al mundo es la mejor forma de aprender a narrar.” Explica el autor. Pero también podemos pensar en este acto de escucha y de conversación como modo de explorar más allá de

la lengua escrita y lo transcripto.

Aquí es donde el periodismo y la comunicación digital exploran desde las narrativas y lo que el soporte permite, como en el caso de la imagen y la oralidad. Como explica Arfuch (2012): “Porque la conversación transcrita, editada, pasada a la escritura, pierde su inmediatez, su carácter “primario”, se transforma en un género secundario – siguiendo a Bajtín-, más elaborado, producto de un trabajo del lenguaje que opera en distancia de la voz – el énfasis, la entonación, la emoción – en un proceso de pérdida, de entropía.”

En ese sentido, la posibilidad de contar con las voces y énfasis desde los propios, para asumir una posición polifónica que multiplica las subjetividades. “Esta opción discursiva, en una cercanía vivencial que ilumina momentos y circunstancias que quizá quedarían ocultos en relatos más distanciados”. Podríamos decir entonces que no hay testimonio “puro” fuera del marco de su enunciación, que es el tipo de relato – o el género discursivo – elegido el que lo dota de sentido (Arfuch, 2012). Vemos las nuevas tendencias hacia narrativas que produzcan experiencias transversales y pongan en secuencia lo comunicativo con otros saberes-prácticas-referencias para producir nuevas vivencias de lo popular: laboratorio de formatos inscritos en las ciudadanías no visibles, en las culturas no exploradas, en las sensibilidades no contadas. Y así surgen nuevos valores para la narración comunicativa: se cuenta en la forma estética de quien lo produce, las historias y formatos toman la forma de lo que se quiere contar; los tiempos son móviles, dura lo que debe durar cada mensaje; todo tipo de estilo es aceptado desde el ensayo hasta el docuficción y la autonarración; el sonido del ambiente y el paisaje local es la verdad; busca todas las pantallas: youtube, skype, celular, facebook, twitter, lo pirata; todas las tecnologías valen: celular, fotografía, video, internet; todos cuentan, no hay audiencias, sólo productores; se produce y narra desde el territorio, con la gente y sin estrellas; hay que tener qué decir porque sin historia no hay tecnología que valga (Rincón, 2012)

## **A modo de conclusión**

Aparecen nuevos medios, nuevos sujetos y nuevos registros en las narrativas digitales. Durante la pandemia se creó la Red de medios digitales como una organización con impronta federal que nuclea a un amplio sector de la comunicación que ha crecido notablemente al calor del desarrollo de internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías.

Los periodistas, comunicadores populares y feministas, fotógrafos, productores, editores, diseñadores, gestores de redes sociales y documentalistas de todo el país de los medios digitales de la Red se unieron con el objetivo de visibilizar problemáticas comunes y proponer políticas públicas para fortalecer y reconstruir el trabajo en los medios digitales. Como explican: “El objetivo de la Red de Medios Digitales es consolidar nuestro sector de producción de contenido para disputar la agenda mediática y democratizar el campo de las comunicaciones en Argentina, impulsando la profesionalización y autogestión de medios cooperativos, populares y alternativos.” Expresan desde la red: “En un ecosistema mediático cada vez más concentrado y dirigido por grandes empresas, ofrecemos una mirada distinta, cercana al territorio y comprometida con los sectores más postergados de nuestra sociedad, desde una perspectiva popular, diversa y transfeminista”<sup>2</sup>.

En 2022 ya existían 65 medios autogestionados censados en todo el país. La tecnología liberó la máquina, ahora todos podemos producir (...) Producto de esta liberación tecnológica, de esta posibilidad política y de las potencias de la cultura, en nuestro tiempo habitamos la diversidad de imágenes-historias-textos-palabras. “Una comunicación para existir en los códigos de cada uno” expresa Rincón, anticipando y documentando a la vez ese corrimiento: desde el periodismo de autor 2.0 a las exploraciones e interacciones, al despliegue de géneros narrativos vinculados con contar historias desde la proximidad, el testimonio y aquello que hace al espacio biográfico.

---

2 VER: La tinta <https://latinta.com.ar/2020/12/red-medios-digitales-organizacion-colectiva/> Desde el 2019, esta red trabaja en pos de fortalecer y mejorar la sostenibilidad y la conformación en clave interseccional para disputar políticas para el sector autogestionado y cooperativo.

## Bibliografía

- ARFUCH, L. (2010): El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea. 1ªed, 3ª reimp. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- ARFUCH, L. (2012). Narrativas del yo y memorias traumáticas. Revista Tempo e Argumento, 4(1), 45-60.
- BAUDRILLARD, J. (2001): La transparencia del mal. Ensayo sobre fenómenos extremos. Buenos Aires: Anagrama.
- BAUMAN, Z. (1999): La Globalización. Consecuencias humanas. Sao Paulo, Brasil: Fondo de Cultura Económica.
- BECERRA, M. Y BELTRÁN, R. (comp.), (2014): “Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación” / 1a ed. Buenos Aires: Proyecto UBACYT „Las tecnologías de los medios de comunicación en el escenario de la convergencia“. <https://martinbecerra.files.wordpress.com/2014/12/medios-y-tic-en-la-rgentina-ubacyt-becerra-beltran-2014.pdf>
- BECERRA, M.; MARINO, S. y MASTRINI, G. (2012): „Cartografía de los medios digitales en Argentina“, mimeo. <http://es.scribd.com/doc/131089231/Argentina-Mapping-Digital-Media-Castellano>.
- CARLÓN M. Y SCOLARI, C. (Eds.) (2009): El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: Ed. La Crujía.
- CASTELLS, M. (2000): La sociedad red. Barcelona: Alianza Editorial.
- CEBRIÁN HERREROS Y FLORES VIVAR (Eds.), (2007): “Blogs y periodismo en la Red”. Madrid: Fragua.
- ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMOS CULTURALES. SINCA. Sistema de Información Cultural de la Argentina, AÑO 2013, 2017. Disponible en: [file:///C:/Users/Cesar/Downloads/ENCC%202017%20Informe%20General%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Cesar/Downloads/ENCC%202017%20Informe%20General%20(1).pdf). We Are Social y Hootsuite. GLOBAL DIGITAL REPORT 2018. Disponible en: <https://digitalreport.wearesocial.com>
- FORD, A. (1999): La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea. Buenos Aires: Norma.
- GIDDENS, A. (2000): Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. México: Taurus.
- MATTELART, A. Y M. (1997): Historia de las Teorías de la Comunicación. España: Ed. Paidós. ORIHUELA, J.L. (2004) “Los Weblogs revolución y consolidación”. Revista latinoamericana de Comunicación Chasqui N°085, marzo, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito Ecuador.
- PARDO KUKLINSKI, H. (2009): “El fin de los blogs. La evolución de la escritura colaborativa y las modas en Internet”, en Carlon, M. y Scolari, C. (Eds), El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: Editorial La Crujía, Pp. 251-262.
- PARISI, M. (2018): El Periodismo de Autor 2.0 en Argentina: ¿nuevo género periodístico en la construcción de identidades digitales? Index.comunicación, Revista científica en Comunicación Aplicada. Número Especial: “Comunicación digital en Iberoamérica: redes sociales profesionales y procesos”. Dpto. de Ciencias de la Comunicación y Sociología de la Facultad de Comunicación en la Universidad Rey Juan Carlos. Madrid, España. E-ISSN: 2174-1859 | ISSN: 2444-3239. <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/416> PARISI, M. (2021): Periodismo de Autor 2.0: êthos discursivo en soportes digitales emergentes (Argentina, 2006-2017). Tesis Doctoral en Semiótica. Centro de Estudios Avanzados (CEA) Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba.
- RINCÓN, O. (2019). Narrativas del entretenimiento expandido. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (141), 149-160.
- SALAVERRÍA, R. Y NEGREDO, S. (2009): Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol90 Media.
- SAMELA, G. (2018): Subjetividades virtuales: las narrativas del yo en internet. UBA [[file:///C:/Users/Cesar/Downloads/Samela%20Gabriela%20Subjetividades-virtuales-%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Cesar/Downloads/Samela%20Gabriela%20Subjetividades-virtuales-%20(1).pdf)]
- SIBILIA, P. (2008): La intimidad como espectáculo. Argentina: Fondo de Cultura Económica. VIRILIO, P. (1997): “El ciber mundo, la política de lo peor” Entrevista con Philippe Petit. Madrid: Ed Cátedra, Pp. 13-39.

# ¿Profesión?: Influencer. El caso Paulina Cocina

María Noelia Forgione  
mnforgione@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario

## Resumen:

Grandes interrogantes rodean a YouTube desde hace años, fundamentalmente sobre el futuro de los videos allí alojados. De lo que ya no se duda, es sobre el potencial de propagación de cuánto video allí se ubica.

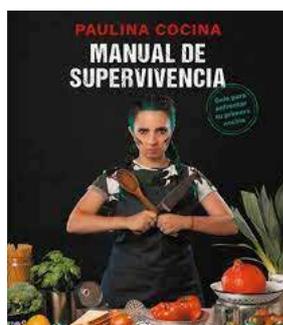
El caso Paulina Cocina en Argentina es un buen ejemplo para analizar los cambios que se han ido produciendo en torno a las maneras de producir y comercializar televisión.

## ¿Profesión?: **Influencer**

Carolina Puga, conocida como Paulina cocina, nació en provincia de Buenos Aires, se recibió de socióloga en la Universidad de Buenos Aires y hasta realizó una maestría en España. Sin embargo, hoy no ejerce su profesión, ya que hace 20 años comenzó su carrera como ayudante de cocina y hoy se define como influencer.



¿Influencer? Sí, influencer. ¿Cómo es posible que una socióloga sea influencer de cocina? ¿Cuál es la explicación para que Paulina Cocina tenga tres millones y medio de suscriptores en YouTube y tres millones cien mil en Instagram, más de dos millones en Facebook y 168 mil seguidores en Twitter? Además de varios libros publicados (*Paulina & Compañía*, *Meal Prep*, *Paulina cocina en 30 minutos*, *Manual de supervivencia*). Todo sin estudiar cocina.



Este fenómeno particular, forma parte de los Media Studies desde la década de los 90 en la que muchos escritores comenzaron a anunciar el fin de los medios de comunicación de masas, desde la existencia de Internet.

Mirta Varela, en su texto *Él miraba televisión, YouTube*, retoma una hipótesis de Russell Neuman, la cual sostiene que, “los medios tienden a la convergencia pero mientras la tecnología digital interactiva se encuentra suficientemente desarrollada para ello, la cultura aún no lo está. Esto significa que cambio técnico y cambio cultural no siguen un mismo ritmo y se producen tensiones entre técnicas de comunicación nuevas y formas sociales viejas”.

De allí puede comprenderse cómo Paulina atrae a seguidores más jóvenes, usuarios de la web y redes, de todos los géneros, no así adultos mayores. El fenómeno nos lleva a reflexionar sobre aspectos sociales variados además del consumo de medios.



### La cocina en la televisión de los años ´90

En la década del 90, las señales televisivas proponían los programas de cocina para un segmento determinado: mujeres, amas de casa. El horario de emisión coincidía entre las 11 y las 13, franja en la cual se suponía que las mujeres preparaban los almuerzos y estaban en sus casas atentas a la programación. Esa delimitación tan estricta tenía que ver con un modelo social que casi ha desaparecido.

También fue la época exitosa del canal de cable Utilísima, en el cual toda la grilla de programas tenía como audiencia delimitada a la “mujer ama de casa”. Por ser una señal de cable, gozaba de una gran variedad de temáticas como manualidades, salud y bienestar, maternidad y el tema principal era la gastronomía, con amplia gama de cocineros en pantalla mostrando platos salados gourmet, minutas y pastelería.





La televisión ofrecía como servicio, todas las soluciones para esa vida cotidiana que las mujeres necesitaban. Esto es la noción de *flujo continuo*, que cita Mirta Varela, en la cual la televisión acompaña las actividades de la vida diaria, se prende y no se apaga nunca.

<https://www.youtube.com/watch?v=FpsLjW4iBy8>

### 1994 – Choly Berreteaga

Hoy las mujeres jóvenes y adultas, además de ser amas de casa, son profesionales y trabajadoras fuera del hogar, por lo tanto su tiempo de mirar programas de cocina por televisión es acotado. Por otra parte, ya no es tan estricto el modelo MUJER-COCINERA. Es una tarea doméstica que se comparte y se disfruta por igual entre hombres y mujeres.

En la transición de la tv a internet, YouTube ha sido el gran protagonista para mostrar videos de cocina, que luego continuaron integrándose en otras plataformas y redes.

### La autopista audiovisual

En esta instancia, tomando el artículo de Varela, podemos reflexionar sobre el pasaje del “broadcasting” al “broadcast yourself”. La televisión ofrecía una amplitud de audiencia, aún segmentando horarios. Mientras que YouTube toca un punto crítico del sistema, allí está literalmente TODO lo que buscamos, con acceso libre y sin limitaciones de tiempo, ni espacio.

“YouTube funciona a modo de autopista que transforma al resto de la red en caminos sin asfalto. No se trata de una centralización de la emisión porque allí circulan videos de origen muy diverso: se trata de una centralización de la circulación”.(Mirta Varela – El miraba televisión: YouTube, en El fin de los medios masivos - 2014)

Retomando el fenómeno Paulina Cocina, su incursión en YouTube llegó en 2009 cuando grabó su primer video, aún viviendo en España pero pensando en el público argentino. En Argentina, pocos cocineros habían animado a incursionar en la internet y como ella no se definía cocinera, se animó a la experiencia de compartir su casa, su cocina y sus tips de ignorancia (como suele llamarlos). Fue un éxito.

Los videos de esa primera temporada, grabados cuatro años antes de la vuelta a Argentina, todavía pueden encontrarse en YouTube. El *scrolleo* hasta esos contenidos nos lleva de viaje a 2009, época de auge de los blogs. YouTube era para Carolina “solo una nube” en la que almacenaba su material audiovisual: unos videos que por momentos imitaban y por momentos parodiaban a los programas televisivos de cocina. Ella los embecía en la página web que había creado para compartir sus recetas favoritas, esas que había descubierto en su vida europea o las que le recordaban Argentina. En esos primeros videos ya puede encontrarse el germen del estilo que cultivaría años después: la cocina que proponía Paulina –álter ego virtual de Carolina– era para cualquiera que tuviera ganas de probar, sin necesidad de muchos conocimientos previos.

“Hágalo usted mismo” es en éste caso, el lema más significativo para la participación de Paulina en YouTube. Se lanzó a la autopista de contenidos, a circular con fluidez para todas aquellas audiencias que se vieran representadas en ella, tanto en Argentina, como en España.

## La seducción de la vida cotidiana. De YouTube a Instagram

Con el paso de los años, Carolina incursionó en la internet sumando a sus videos una plataforma de contenidos donde los usuarios pueden acceder a sus recetas en diversos formatos, comprar libros y conocer un poco más a la influencer.

Llegó el tiempo de las redes sociales e Instagram se convirtió en un nuevo desafío, dónde la posibilidad de mostrarse “en vivo” o de manera “menos producida”, produjo un giro en los modos de comunicar. Ese mundo nuevo, la posicionó ante un público aún más joven que demandó otra interacción.

Sin embargo, ella misma puso un límite: la intimidad. En varias entrevistas explicó que no muestra a sus seres queridos porque no le gusta. Su objetivo es que la gente aprenda a cocinar y eso se logra, no hace falta mostrar más nada que su cocina.

**Ésta idea puede oponerse a algunas voces actuales que sostienen la idea de la cotidianidad puesta en escena, hecha pública como rasgo constitutivo de las sociedades contemporáneas. A propósito del caso Numa Numa**, analizado en el artículo de Moreno Acosta, *De la habitación al estrellato*, en el cual la especie de “intimidad pública” fue lo que más atrajo seguidores.

Asimismo, contraponiendo sus ideas personales con lo que se muestra en sus videos, podemos tipificarlo como un fenómeno que Lipovetsky (1986) llamó *seducción*. La seducción como algo más emocional, más comunicativo que de cualquier otra índole y la efectividad que este tipo de acciones parecen tener en la actualidad, en este caso, *la seducción de la vida tal cual es*.

Mostrarse como una mujer simple, trabajadora y buscadora de soluciones rápidas, ricas y fáciles de hacer para toda la familia, seduce a las audiencias desde distintas ópticas. Paulina Cocina entonces, hoy es un fenómeno exitoso más como producto del feeling.

### A modo de conclusión, nuevos interrogantes

En el análisis del fenómeno Paulina Cocina, vemos similitudes con otras personas que se convirtieron en youtubers, influencers de redes o que han modificado sus modos de comunicar adaptándose a los nuevos formatos de TV digital. Es tan vertiginoso el ritmo del cambio que los sucesos y las reflexiones o los intentos de teorización sobre los mismos, ocurren casi al mismo tiempo.

Como dijimos en la introducción, nadie ya pone en duda el poder de propagación de los videos en YouTube, por ende la popularidad que se dispara en algunas personas que logran captar audiencias/seguidores.

Este trabajo, fue el disparador para nuevos interrogantes acerca del consumo del rubro cocina en redes sociales: ¿Qué tiempo dedican los cocineros a las producciones en diversos soportes? ¿Los seguidores se suman a los canales/redes por el interés en la cocina o por las habilidades comunicacionales de la persona? ¿Qué hábitos se han modificado en la vida cotidiana a raíz del surgimiento de estos personajes que hacen comidas sanas y rápidas?

## Bibliografía

Varela Mirta– El miraba televisión: YouTube, en El finde los medios masivos – 2014.

De Cicco Juan - YouTube: el archivo audiovisual de la memoria colectiva. 2008.

Moreno Acosta Adriana Marcela - De la habitación al estrellato, celebridades Youtuberas: Gary Brotsma y Numa Numa. 2010.

<https://almacen.paulinacocina.net/>

<https://www.paulinacocina.net/>

<https://viapais.com.ar/gourmet/6-cosas-que-no-sabias-de-paulina-cocina-su-nombre-real-y-el-significado-de-su-collar-de-milanesa/>

<https://www.elpais.com.uy/vida-actual/paulina-cocina-una-academica-que-se-hizo-youtuber-y-hoy-es-fenomeno-en-las-redes>

[https://www.clarin.com/viva/cocina-paulina-cocina\\_0\\_oEM34VithV.html](https://www.clarin.com/viva/cocina-paulina-cocina_0_oEM34VithV.html)

# Los memes como herramienta para la participación política en redes sociales: caso AUH

Mariana Denise Córdoba  
denisecordoba96@gmail.com

UNGS

## Introducción

En la actualidad resulta innegable el lugar que ocupan los memes como elemento comunicativo de uso masivo en las interacciones que acontecen en el universo de las redes sociales. Dichos elementos se hallan compuestos por ideas o conceptos dados por un conjunto de información y “son reconocidos, usados y transmitidos a partir de la capacidad de agencia de los actores sociales” (Islas y Arribas, 2018, p.250). Se trata de producciones que sintetizan ideas, que circulan, mutan y se reproducen cargadas de significado a través de comunidades interpretativas en el espacio virtual.

El presente trabajo pretende abordar la circulación de memes que presentan representaciones sobre actores que resultan beneficiarios del programa de ayuda social conocido como Asignación Universal por Hijo, la recepción de dichas producciones y la realidad sociohistórica en la que se desarrollan. En este sentido, encontramos que preguntarnos acerca de dicho fenómeno nos supone al mismo tiempo adentrarnos en todo un entramado de significaciones, una compleja red que se conforma alrededor y en relación con valoraciones y discursos que se llevan a cabo en una determinada configuración cultural. Como objetivo nos proponemos indagar sobre las diferentes percepciones relacionadas al consumo y propagación de este tipo de memes, y su vinculación con procesos de identificación y construcción de la otredad. Para esto, es necesario preguntarnos: ¿Qué elementos significantes se pueden encontrar en las representaciones mediáticas compartidas respecto de la identidad de los beneficiarios de la AUH y cuál es la recepción de los mismos?,

¿Cómo se conjugan las prácticas de apropiación y reinterpretación de los contenidos que reproducen discursos sobre dicha temática plasmados en los memes?.

Para responder a los interrogantes planteados, nos proponemos llevar a cabo un análisis desde una metodología cualitativa utilizando como herramientas una serie de entrevistas en profundidad y el análisis de comentarios surgidos como respuesta a los contenidos tenidos en cuenta, y de esa forma indagar en la recepción de los mismos.

## La cultura digital y lo viral: nuevas herramientas para la comunicación

Estamos ante una era de cambios culturales significativos donde los medios se multiplicaron y la convergencia representa un cambio cultural, industrial, tecnológico y social (Jenkins, 2006). La circulación de contenidos virales es uno de los fenómenos ligados a la cultura participativa y a dichos cambios introducidos a partir de la conexión en red, una actividad sostenida por la actividad de participantes en los medios digitales. En este contexto el consumo de bienes culturales y contenido en general se ve inmerso en una nueva lógica de consumo que se convierte en una acción colectiva.

Dentro de los contenidos que se viralizan a través de los medios digitales encontramos la proliferación de ciertos elementos conocidos como memes, pero ¿a qué nos referimos cuando hablamos de memes? Limor Shifman (2014) los define como “artefactos digitales que comparten características comunes de contenido, forma y/o posición” (p. 7), estos circulan a través de internet siendo imitados o transformados por los usuarios. Para Shifman, los memes poseen tres atributos principales: 1) Una propagación gradual gestada desde los individuos 2) La propagación que se genera a partir de la copia o la imitación 3) La circulación de los mismos depende de un proceso de competencia y selección. También reconoce en ellos la facultad de intertextualidad al relacionarse con la información de contenidos anteriores por medio de sus características culturales (Shifman, 2014). Reconocemos a los memes como artefactos propios de la cultura digital que son utilizados, interpretados, reconvertidos y compartidos por los participantes de los medios que se encuentran en la web. Estos evidencian en su forma la aprehensión de códigos de lectura y uso, y en su reproducción, generada a partir de la imitación, se pueden enlazar unos con otros encontrando similitudes en su contenido o disposición.

Nos encontramos ante la era de la convergencia digital donde los cambios culturales afectan al uso de los medios y permiten nuevas posibilidades de acción y participación, con la existencia de los medios digitales se le abren las puertas a la “cultura participativa” (Jenkins 2009). Los memes de internet son una de las formas en que los usuarios se vinculan y expresan sus ideas, participan de nuevos espacios, ¿es posible considerar a los memes como una forma de acción política que se realiza en el espacio de la ciudadanía? Octavio Islas y Amaia Arribas (2018) ven en los memes movimientos que se realizan de forma individual o colectiva y que se encuentran vinculados con la participación en temas de índole pública: “entenderemos a las prácticas ciudadanas digitales como la participación en tópicos de interés público que van desde la política institucionalizada, hasta otras formas de intervención menos estructuradas (pero no por ello menos relevantes, en función de los entornos específicos); a través del uso de las TIC” (p. 252). Siguiendo con esta idea, resulta también relevante considerar el discurso de autores como Ross y Rivers (2017), quienes entienden que los memes son parte de un entramado que se encuentra atravesado por el lenguaje, la sociedad, la cultura popular, la comunicación y las tecnologías. Los memes son parte de la cultura participativa que permite a los individuos que también forman parte, comunicarse de una nueva manera. Ofrecen la capacidad de expresión política, compromiso, vínculo y participación de una forma más accesible para ciertos grupos. (Rivers y Ross, 2017). Islas y Arribas aseguran que los memes no son solo imágenes o videos, “son también ideas y acciones que de alguna forma están dados por un conjunto discreto de actos y/o información, y que son reconocidos, usados y transmitidos a partir de la capacidad de agencia de los actores sociales” (2018, p. 250). Al mismo tiempo, agregan que la viralización de los contenidos en internet se realizan por motivaciones de los participantes de la cultura digital y que encuentran que mientras más carga emocional tienen en su información más probabilidades tienen dichos elementos de ser compartidos y/o viralizados. Además, señalan que los espacios de línea representan formas de relación en las que los usuarios pueden interpretar mensajes como así crearlos. Es a partir de esta posibilidad de acción que los consumidores en línea pueden involucrarse políticamente en las ideas que circulan por dichos espacios.

Los memes “se convirtieron en elementos propios de la cultura popular, adquiriendo un valor lingüístico importante, permitiendo un cambio de código para expresar ciertas ideas de manera distinta a como lo hacen los emojis o emoticones” explica Jose Luis De Piero (2017, p. 673). Partiendo de lo expuesto, entendemos a los memes como un conjunto de signos que pueden servir para el análisis de significados compartidos comunidades interpretativas, se conforman como artefactos de la comunicación de la cultura digital que hacen posible nuevas formas de expresión. Resultan importantes para las comunidades virtuales, pues les permiten expresar ideas y muchas veces reflejan la forma de pensar, actúan y vinculan lo que mantienen. Al tomar a los memes como un elemento cultural que tiene vinculación con contenidos anteriores, y que está ligado al discurso e ideas de individuos, entendemos que podemos tenerlos en cuenta como una unidad de análisis que nos permite entender las representaciones sociales de ciertas comunidades en internet.

### 3. Colonialismo y aporofobia

La realidad social atiende a una complejidad que tiene en cuenta articulaciones, conflictos, espacios de encuentro y tramas simbólicas compartidas. Grimson explica que dentro de un contexto histórico específico existe “una caja de herramientas identitarias” de las que hace uso una sociedad, estas herramientas constan de clasificaciones que permiten a los individuos valerse de ellas para identificarse e identificar a los demás (2011). Las clasificaciones y esquemas compartidos “ofrecen un panorama sobre cómo una sociedad se piensa a sí misma y cómo actúan sus miembros en relación a otros” (Grimson, 2011, p. 184).

Para comenzar a abordar la relación que existe entre la producción de elementos comunicacionales, la construcción de un otro y de la realidad es necesario recurrir al concepto de representaciones. Esta categoría alude a las construcciones de sentido que se gestan en el proceso de producción y que se encuentran en lugar de un otro representado (Rodríguez, 2014). Las mismas se manifiestan como “formas activas de producción del ordenamiento social” (Alvarez Broz, Rodríguez, Settani, Vazquez, 2015, p. 1), ya que siendo parte de un proceso de significación, influyen en la creación de subjetividades. La cuestión del poder de las representaciones nos interpela por una razón. En los espacios de la cultura las configuraciones de articulaciones de sentido responden a significados que reflejan procesos de disputa, de desigualdades y de poder. Es en este proceso que consideramos al individuo como un actor que mantiene la capacidad de interpretar, de dar sentido y de negociar con múltiples visiones que atraviesan manifestaciones culturales. Las teorías de la comunicación por mucho tiempo estuvieron enfocadas en comprender el rol del sujeto que no podía intervenir en el proceso de codificación de los mensajes, pero la aparición de recientes entornos mediáticos cibernéticos nos trae nuevos desafíos al comprender nuevas lógicas en el orden relacional. En los espacios de intercambio de internet, los individuos cuentan tanto con la capacidad de recibir información como de crearla, estamos ante un nuevo actor que se constituye como prosumidor de productos culturales (Islas Carmona, 2008). Por eso, en lo que atañe al abordaje de significados que circulan en comunidades interpretativas virtuales, consideramos relevante focalizar nuestro trabajo tanto en el proceso de recepción como en el de producción.

Al mismo tiempo, uno de los puntos clave que encontramos para el análisis ante la creación y circulación de los contenidos ya nombrados es la noción de otredad. Cuando aludimos a este concepto, estamos pensando en un proceso social en el que la identidad se conforma en relación con el diferenciamiento y separación de distintas identidades. Es en este proceso que se ponen en juego las distinciones con otros grupos sociales, “todo „nosotros“ supone un „otros“” explica Margulis (1999, p. 6). En América Latina el concepto de otredad se hace presente en los procesos de conformación de las identidades y de imaginarios culturales que comenzaron a gestarse en el periodo de colonización (Margulis 1999). Al explicar dicho proceso, Margulis afirma que la constitución y reproducción de las relaciones de clase en América Latina se ven intervenidos históricamente por imaginarios y acepciones acerca de rasgos corporales vinculados al mestizaje, rasgos étnicos, y fenómenos culturales (Margulis, 1999). De Grande y Salvia explican que el concepto de racialización de las relaciones de clase alude a mecanismos recurrentes en Argentina, por medio de los que se asocia a sectores de clase baja con “características ligadas al aspecto físico (rasgos reconocidos como propios de ‘mestizos’, ‘morochos’, ‘negros’, ‘indios’), y a la vez, con atribuciones morales descalificadoras (sucios, ladrones, traficantes, vagos, etcétera)” (2021, p.1). Cabe destacar que estas asociaciones se ven entrelazadas a prácticas y acciones que se apoyan en principios racistas que operan legitimando atribuciones negativas a la negritud (De Grande y Salvia, 2021).

Al mismo tiempo, se hace imprescindible reconocer la multiplicidad de desigualdades y opresiones que se generan a partir de diversas categorizaciones socioculturales (Sánchez y Jaurena, 2015), además de las dinámicas y conexiones que resultan de la relación que hay entre ellas, y las circunstancias contextuales en las que funcionan. Es así, que consideramos pertinente adentrarnos en la teoría de Adela Cortina respecto de la aporofobia, es decir “el rechazo a quien no puede devolver nada a cambio, o al menos parece no poder hacerlo” (Cortina, 2017, p. 6). Cortina analiza la percepción del otro desde una mirada mercantil y cómo esto produce el rechazo hacia la persona pobre, “se le

excluye de un mundo construido sobre el contrato político, económico o social, de ese mundo del dar y el recibir, en el que sólo pueden entrar los que parecen tener algo interesante que devolver como retorno” (Cortina, 2017, p. 6).

En el mundo del intercambio, los pobres provocan un sentimiento de rechazo porque sólo plantean problemas a quienes en realidad lo que desean es ayuda para prosperar, suscitan desprecio cuando se les contempla desde una posición de superioridad, miedo cuando generan inseguridad y, en el mejor de los casos, impaciencia por librarse de ellos, impaciencia del corazón. (Cortina, 2017, p. 86)

En cuanto a los discursos de odio, Cortina los define como “cualquier forma de expresión cuya finalidad consista en propagar, incitar, promover o justificar el odio hacia determinados grupos sociales, desde una posición de intolerancia” (Cortina, 2017, p. 23) y señala que la discriminación no tiene que ver con la diversidad sino con “la convicción de que existe una jerarquía estructural en la que el agresor ocupa el lugar superior mientras que el agredido ocupa el inferior” (Cortina, 2017, p. 23)

## **Introducción a un análisis de recepción y marco metodológico**

La Asignación Universal por Hijo se instituye en el año 2009 por Decreto de Necesidad y Urgencia (1602/09), buscando brindar protección social a las familias en condiciones de vulnerabilidad. Desde su aparición en la agenda pública hasta el día de hoy, se crearon y circularon diversos memes que abordan la temática, generando diferentes representaciones respecto de las personas que acceden a dicha ayuda social. En este trabajo nos proponemos realizar un análisis sobre la reproducción de sentido que se realiza por medio de este tipo de contenido y las percepciones que tienen diferentes usuarios de las redes sociales que consumen dichas producciones. Para cumplir con este objetivo, recopilamos las opiniones tanto de usuarios que comparten e intervienen estos de memes, como de aquellos que se posicionan sólo como receptores en sus redes sociales, para así poder llevar a cabo un análisis de recepción.

Nuestra muestra se compone de 15 entrevistas cualitativas en profundidad que abordan la recepción de diferentes usuarios y una observación participante en un taller realizado por Identidad Marron para detectar memes racistas en las redes sociales. Además se llevó a cabo una recopilación de comentarios en 45 memes encontrados en las plataformas de Facebook, Instagram y Twitter. Respecto de las entrevistas en profundidad, se llevó a cabo un cuestionario en donde se le pidió a los entrevistados que expresaran su opinión acerca del uso de los memes en internet, y que identificaran diferentes recursos expuestos en las producciones que representaban a las personas que reciben planes sociales.

Al preguntarle a nuestros entrevistados por las características de los beneficiarios advertidas en este tipo de producciones se llevó a cabo una lista de temas que pudimos segmentar.

## **Gastos innecesarios**

Comenzando con el análisis, y a partir de la información obtenida en las entrevistas, encontramos que uno de los principales tópicos tratados en las representaciones sobre los adjudicatarios de la AUH en los memes presentados, se encuentra relacionado con quejas por un malgasto de la asignación. “Se ve que cobran los planes para comprar tecnología, como un J7”, “gastan en cosas que no son primordiales para la vida”, esto expresaron algunos entrevistados que intervienen y comparten memes que abordan dicha temática.

Al observar los anteriores testimonios, entendemos que las representaciones que se encuentran en las manifestaciones culturales aludidas transmiten la idea de que el dinero de la ayuda social resulta malgastado, ya que, según lo expuesto en estos memes, los beneficiarios no cumplirían con el objetivo de darle una mejor calidad de vida a sus hijos.

“El gran porcentaje de las mujeres usan ese dinero para sus cosas personales, y no para las necesidades de los menores. También la gran mayoría no se esfuerza por terminar los estudios y capacitarse para algo mayor, se conforman

con lo que el gobierno de turno les ofrece. Es triste. Pero se ve en la realidad que vivimos día a día” (Bárbara, concuerda con el contenido analizado)

Al fijarnos en el contenido de los memes que hacen referencia al malgasto de la asignación, podemos ver que se representa a las personas beneficiarias de dichas políticas como consumidores de objetos costosos y ligados al entretenimiento o confort personal. Según Ross y Rivers, en los memes frecuentemente se puede advertir una búsqueda por deslegitimar a otras personas, ideas o posiciones a partir de recursos irónicos o sarcásticos (2017).

“Cuando la gente deje de gastar la asignación familiar por hijo en celulares, bailes, asados y cosas que no son prioridad vamos a sentir menos la devaluación”, señala un comentario de los memes en cuestión. Como veremos más adelante, adjudicar a los beneficiarios la responsabilidad por el devenir económico del país es una constante en los comentarios o testimonios de las personas que intervienen dichos memes.

### **La antinomia entre “Trabajadores” y “Planeros”**

Otro punto resaltado por los entrevistados y que se repite con frecuencia en los memes abordados, son los discursos relacionados con la pereza de los beneficiarios.

“La mayoría de memes son sobre la gente que prefiere vivir en la vagancia cobrando planes y no salir a trabajar, o sobre que prefieren un trabajo en negro para cobrarlos y no uno en blanco que seguramente les saque la mayoría de planes que cobran” (Ariana, comparte dichos memes)

La idea de que los destinatarios de la AUH prefieren cobrar la asignación antes que percibir un sueldo por sus trabajos es un mensaje que se repite en estas producciones y en el relato de nuestras entrevistas. “No trabajan, viven del boludeo, viven de tener hijos, total les pagan”, afirma Lara que también comparte estas producciones. “Supuestamente le arrojan herramientas de trabajo y se los representa huyendo de las mismas”, comenta Darío que no creé que estos memes reflejen realmente las acciones de los beneficiarios del programa.

En varias entrevistas surge la idea de que los adjudicatarios de la AUH no se preocupan por progresar, y se afirma que en los memes se suelen generar comparaciones entre los adjudicatarios y las personas trabajadoras que mantienen una rutina constante de esfuerzo. “Muestran a una persona durmiendo sin preocupaciones representando a quien cobra el plan y después al que labura lo muestran haciendo siempre algo”, reflexiona Paola que considera que existe algo de cierto en dichas representaciones. También encontramos que en algunos discursos se hace referencia a los trabajadores de la clase media como los sostenedores del sistema que mantiene a los beneficiarios. “No es justo que la gente que se rompe el lomo laburando pague impuestos para que vayan a gente que no hace nada”, dice un comentario en Facebook. En relación al contexto socio-histórico y cultural en el que se desarrollan este tipo de reflexiones, Paula Abal Medina explica que en los primeros años del Kirchnerismo comenzaron a gestarse discursos dominantes que vinculan a cierto sector segregado históricamente con los adjudicatarios de la ayuda social. ““Planero” es la clasificación que vino a reemplazar a piquetero, “negro” o la más antigua “cabecita negra”. También se utiliza la expresión “negros planeros”” (Abal Medina, 2016, p. 81)

“Durante los últimos años del Kirchnerismo, como reacción a su política social y al crecimiento de organizaciones territoriales, fue construyéndose la antinomia imaginaria entre los «trabajadores que se rompen el lomo» y los «planeros que viven del Estado». Un intenso murmullo social nos permite retomar los términos en los que son definidos: «los que reciben planes, los vagos, los que quieren vivir de arriba, los que viven de nosotros que trabajamos y pagamos nuestros impuestos». Un elemento central que ocasiona la repulsa hacia los «planeros» es que no se comportan como «asistidos»”. (Abal Medina, 2016, p. 81)

### **“Mamás luchonas” y cuestiones de género**

“La mamá luchona sería una mujer con hijos que no se ocupa de sus responsabilidades como madre y usa los bene-

ficios que le da el estado para comprarse cosas materiales para ella”, “En general, es la que cobra por cada hijo que tiene y nunca piensa en trabajar, vive del plan”.

Estas son algunas de las descripciones que realizaron diferentes entrevistados sobre las características de un personaje que aparece recurrentemente para representar a las mujeres que reciben la AUH, la “mama luchona”. En relación a las diferencias que existen en las representaciones de los beneficiarios según su género, una entrevistada señala: “La mujer quizás está más expuesta por la sociedad y es más juzgada por lo que hace con el dinero. En cambio el hombre es menos condenado, pero para mí no debería haber diferencias”(Bárbara, concuerda con el contenido analizado) .

“La diferencia que noto es que generalmente abundan más memes representando a mujeres, y que los memes en donde se representan a hombres están asociados al ser vagos o haraganes. No se representa al hombre como padre de familia o responsable de un hogar” (Laura, no comparte ni concuerda con el contenido analizado)

Como podemos observar en varios testimonios, las personas más criticadas en estos memes son las mujeres, representadas como madres irresponsables, acusadas de no cuidar de forma correcta a sus hijos. Como señalan Sánchez y Jaurena, reconocer la multiplicidad de desigualdades y opresiones resulta realmente importante (2015), tanto en los memes que observamos como en los testimonios, pudimos identificar varios estereotipos ligados a las adjudicatarias de la Asignación Universal por Hijo, lo que representa una problemática de género.

“La mamá luchona se caracteriza por una mujer con varios hijos, sin pareja estable, sin medios de trabajo o con algunas changas, que vive en un lugar sin recursos, esperando de todos lados que le ayuden, sin preparación para afrontar la vida” (Giselle, cree que estos memes reflejan la realidad)

En los discursos de diferentes entrevistas, tanto de aquellos que concuerdan con dichos memes como de aquellos que no lo hacen, podemos ver que se percibe un cúmulo de significantes que representan una trama significativa en común.

En una configuración cultural, las clasificaciones son más compartidas que los sentidos de esas clasificaciones. Así, “porteño” o “boliviano” pueden adquirir sentidos negativos o positivos para distintos miembros de la sociedad y, como ha establecido la investigación antropológica, los sentidos negativos pueden desglosarse en diferentes tipos que van desde el racismo al clasismo hasta el fundamentalismo cultural y otros. Por ello, la disputa acerca del sentido de las categorías clasificatorias es una parte decisiva de los conflictos sociales.(Grimson, 2011, p.185)

Teniendo en cuenta lo expuesto hasta el momento, podemos decir que en los memes que reproducen estereotipos sobre las personas beneficiarias de la Asignación Universal por Hijo, se encuentran puestas en juego diferentes categorías clasificatorias (como “mamá luchona” o “planeros”) que son reconocidas por individuos distintos que comparten aspectos culturales y una trama simbólica común.

## **Estereotipos sobre los beneficiarios de la AUH: Racismo y aporofobia**

Al indagar en los discursos de aquellos entrevistados que comparten memes sobre los adjudicatarios de la Asignación Universal por Hijo, o aquellos que ven en este contenido muestras de la realidad, encontramos ciertas percepciones sobre los beneficiarios que se muestran de forma repetida en las entrevistas: estereotipos que hacen hincapié en rasgos físicos y condiciones de pobreza. “Piercing en el labio, flequillo, ropa sucia, gordos”, así son vistos las personas que necesitan la asignación para Lara. Este testimonio refleja, como muchos otros, que la elección de elementos visuales importa a la hora de comunicar en los memes sobre los beneficiarios de la AUH. “La Yeni, de rodete haciéndose las uñas y viviendo en una casa tomada, levantándose al mediodía”, frases como estas nos sirven de ejemplo para visibilizar los estereotipos que se encuentran presentes tanto en los memes como en el discurso de algunos entrevistados. En comentarios como “son rubias teñidas”, “villeras, por la forma en cómo son” o “negros por

cómo hablan, por su falta de educación”, encontramos estereotipos sobre rasgos racializados y sobre la pobreza.

“Lo que empezamos a ver en memes que tenían que ver con el racismo en latinoamérica, fue que había conceptos como la belleza, la pobreza, la marginalidad que estaban asociados a las personas racializadas y a los distintos tonos de piel más oscuros” (Miembros de Identidad Marrón en uno de sus talleres para reflexionar sobre el racismo en los memes)

“Las características que se me vienen a la mente son bastante estigmatizantes. Madres solteras, provenientes de barrios carenciados, físicamente son representadas con tatuajes, piercings, uñas y pestañas postizas, el pelo con tinturas, rodete y visten ropa deportiva. Sus actividades consisten en asistir a lugares de embellecimiento, descuidan a los hijos, actúan con cierta prepotencia y hablan vulgarmente” (Javier, entrevistado)

Las comunidades de internet, en el proceso de producir y reproducir dichos productos, fueron conformando un lenguaje compartido en base a repetición de estereotipos, donde es común encontrar a las identidades representadas en vinculación con cuestiones marginales, racistas o incluso gordofóbicas. “Morocha, con mucha curva y con un bebé a upa, vestida desprolija, en un barrio con mucho barro”, así describió Ariana, que también comparte dicho contenido, a las representaciones que se encuentra en ciertos memes sobre las personas que reciben la AUH. “Es importante destacar cómo los memes precisamente no son inocentes, no es como un simple chiste sino que a través de ahí es donde podemos encontrar un montón de información de distintas estructuras sociales.”, explican los miembros de Identidad Marrón.

“Mama luchona es la que tiene mentalidad de planera, porque sé que hay muchas madres que cobran cosas del gobierno pero a parte se rompen el lomo laburando para sus hijos, y no consiguen un buen trabajo en blanco. Pero hablando de las mujeres que admiten que les gusta vivir de planes y que tienen hijos para ganar más planes, entonces digo que son unas personas vagas que les gusta todo de arriba. No hay que generalizar, pero ya con que tengan esa mente pobre deja mucho que desear, y creo que así estamos como país, por esas personas” (Ariana, comparte el contenido analizado)

En este testimonio podemos observar diferentes cuestiones que nos llaman la atención. En primer lugar, notamos la utilización de varias de las categorías antes explicadas asociadas generalmente a la hora de representar a los beneficiarios de la asignación, utilizadas para nombrar y clasificar la identidad de un otro. En segundo lugar, en esta como en varias entrevistas, se puede observar que existe una creencia acerca de la situación de los adjudicatarios, muchas personas entienden que los mismos pretenden subsistir con el beneficio social y no buscar empleo, se los presenta como conformistas. También, se observa que muchas veces se les adjudica la responsabilidad por los problemas económicos que tiene el país. Ellos, su mentalidad, su forma de accionar, serían los culpables de la situación económica de Argentina. En tercer lugar, nos resulta relevante señalar que en este comentario, y tantos otros, se puede encontrar estigmatización hacia la pobreza y sobre todo hacia las personas que, desde esta perspectiva, no aportarían a la economía. Adela Cortina construyó un concepto para explicar la discriminación o “rechazo a quien no puede devolver nada a cambio, o al menos parece no poder hacerlo” (Cortina, 2017, p. 6): la aporofobia. La filósofa explica que este devenir es el resultado de la moral del mundo moderno, ligada a una mirada mercantil de las relaciones. Es por eso que encuentra rechazo hacia aquellos que no pueden otorgar nada sino que, más bien, son vistos como una carga para la economía cuando se trata de ayuda social. Respecto de este tipo representaciones, una entrevistada nos dijo: “Creo que a las personas que comparten estos memes les parece divertido burlarse de una situación de la que no saben mucho. Creo que es fácil hablar sin conocer de cerca la realidad y sin ponerse en el lugar del otro. También hay mucho odio hacia la gente pobre”. (Laura, no comparte memes)

Los memes como elemento cultural nos permiten adentrarnos en los sentidos de la cultura popular, en sus modos de vida y sus cosmovisiones, una cultura hoy permeada por los espacios virtuales de intercambio, que permite ver resignificaciones de lo hegemónico pero también las contradicciones que en ella existen. Respecto de los significan-

tes vinculados con la aporofobia y la racialidad encontrados en diferentes memes, los miembros de Identidad Marrón expresaron: “podemos ver ejemplificada la racialización de la pobreza y no solo eso sino que se asocia a cuestiones marginales se asocia a la ridiculización de ciertos sectores sociales y determinados entornos”. Siguiendo con esa idea, De grande y Salvia exponen que existen mecanismos mediante los que „se asocia en la Argentina recurrentemente a las posiciones de clase más desfavorecidas (incluidos los grupos delincuenciales y marginales) con características ligadas al aspecto físico (rasgos reconocidos como propios de ‘mestizos’, ‘morochos’, ‘negros’, ‘indios’), y a la vez, con atribuciones morales descalificatorias (sucios, ladrones, traficantes, vagos, etcétera)” (2021, p1) .

## **El accionar político a través de los memes.**

En función de lo expuesto hasta el momento, podemos comenzar a preguntarnos si los memes sobre destinatarios de la AUH son utilizados en los espacios de las redes sociales como formas de accionar político. Al realizar las entrevistas en profundidad, encontramos que diferentes usuarios que intervienen en dichas producciones hacen hincapié en las características humorísticas de lo compartido, aunque también se resalta la importancia de encontrar una correspondencia con lo real en los contenidos. “Los compartís por las cosas que dicen, porque son divertidos, porque es la realidad. Algunas cosas demuestran cómo están las cosas hoy en día.” A partir de lo esbozado, podemos ver que el humor tiene una gran cuota de importancia a la hora de elegir qué compartir y qué no, pero al mismo tiempo identificamos que los memes también cobran relevancia cuando logran acercarse a la visión sobre la realidad de la persona que comparte. Al implicarse en el circuito de reproducción de discursos a los que adhieren, los internautas también visibilizan y reproducen sus propios valores y discursos. Algunos entrevistados, que también realizan estas prácticas, de evidenciar sus posiciones políticas compartiendo los memes sobre la AUH, dijeron que los internautas que llevan a cabo estas acciones “lo hacen porque están de acuerdo con lo que ven, les causa gracia y desean compartirlo”, “Porque les da gracia y creen que es verdad”, “Porque es la realidad misma que nos rodea”. Es así que la idea de Jenkins de pensar a los memes como “recursos retóricos” cobra sentido, ya que estos se convierten en herramientas para la expresión en internet (Jenkins, 2009). Terminan siendo un medio para vincularse, participar en el espacio virtual y plasmar posiciones respecto de una idea. “Para demostrar el disgusto que dan estas situaciones en la realidad”, expresa una entrevistada.

La posibilidad de hacer pública la opinión de cada uno en relación a un tema de agenda, habla del poder que tienen los memes como elementos comunicativos en el territorio de las redes sociales. Retomando la postura de Islas y Arribas, podemos afirmar que los memes se posicionan como prácticas ciudadanas digitales, ya que implican acciones que conllevan a la participación en temas de agenda pública (2018, p.256). Al mismo tiempo, identificamos cargas emocionales en las motivaciones de algunos usuarios que comparten los memes sobre la AUH. Según Islas y Arribas, este es un factor determinante que maximiza las posibilidades de viralización de contenidos en internet y que aumenta las posibilidades de que los participantes de la cultura digital intervengan (2018). “Los que comparten están en contra, son gente que nunca recibió nada gratis y se rompen el lomo laburando. Lo gratis nunca es gratis, siempre lo paga alguien antes. Yo estoy en contra de todos los planes, es más, voy a votar a Milei” expresa una entrevistada que comparte dicho contenido. Retomando el pensamiento de Jenkins, lo que vuelve valioso lo compartido es la posibilidad de generar un intercambio o persuasión.(2009)

Los espacios en línea implican formas de relación donde los usuarios no pueden ser vistos simplemente como consumidores de mensajes preconcebidos, sino que tienen la posibilidad de involucrarse políticamente a través de la reinterpretación, recirculación y la recombinación de contenidos en línea (Islas y Arribas, 2018, p. 254)

“Es una forma de expresar con humor algunas disconformidades con la realidad” afirma una entrevistada al consultarle sobre su opinión respecto de los memes como herramienta para la manifestación de subjetividades políticas. Al indagar en esta cuestión, encontramos que muchos testimonios concuerdan en detectar que en estos elementos culturales se encuentran plasmadas las ideas de diferentes actores, y creen que podrían ser utilizados como estrategia política:

“considero que pueden influir en gran medida sobre todo a aquellas personas que no están debidamente informadas. Es decir que su forma de informarse de los temas de actualidad es a través de memes. Se enteran de todo lo que ocurre en redes sociales a través de los memes” (Laura, no comparte el contenido analizado)

## Conclusiones

Los memes de internet forman parte de la cultura participativa del universo virtual en donde los individuos producen, transforman, reinterpretan y comparten contenidos.

Según Islas y Arribas, estos contenidos compuestos por elementos cargados de información, circulan a partir de “la capacidad de agencia de los actores sociales” (Islas y Arribas, 2008, p.250). A partir de diferentes entrevistas recopiladas, podemos ver que las principales motivaciones a la hora de compartir ciertos memes se encuentran vinculadas a las características humorísticas del contenido y a la posibilidad de encontrar en estos cierta representación de la realidad acorde a los esquemas perceptivos de los espacios sociales y culturales de cada individuo.

Es así que entendemos que estas manifestaciones digitales significan nuevas maneras de interactuar y de transmitir mensajes, o expresar ideas, así como también de plasmar posiciones políticas. En los espacios en línea, los memes se pueden ver como una posibilidad de acción ciudadana, ya que a través de ellos ciertos individuos participan en temas de opinión pública.

Siguiendo con esta línea, los memes que generan representaciones sobre los beneficiarios del programa AUH pueden ser vistos como herramientas para comunicar posiciones políticas respecto de tal programa estatal. En relación con esto, los testimonios de diferentes usuarios de las redes sociales expresaron que encuentran en estas manifestaciones muestras de rechazo o de discriminación hacia las personas que reciben dicha ayuda social. En base a lo expuesto en las entrevistas podemos observar que existen diferentes características asociadas a los adjudicatarios que se encuentran relacionadas a la pereza, irresponsabilidad, la pobreza y rasgos racializados.

Sumado a esto, muchos internautas señalan que en dichas representaciones las personas más señaladas suelen ser las mujeres, a las que se suele mostrar como madres irresponsables o egoístas. Además, estas manifestaciones, muchas veces, se encuentran emparentadas con discursos que podemos vincular con los conceptos de la racialización de la pobreza o la aporofobia.

Los discursos de diferentes entrevistados nos dejan observar que nos encontramos ante una trama significativa común, un marco compartido que es comprendido por diferentes actores y que, a partir de esto, puede ser discutido.

Entendemos que los memes, como “elementos propios de la cultura popular” (De Piero 2017, p.673), nos ayudan a entender los discursos y articulaciones de sentido presentes en los espacios virtuales de internet, así como tendencias y realidades políticas, que corresponden a procesos de la cultura, a sedimentaciones de procesos históricos muy complejos (Grimson,2011) . Los memes son un medio más de expresión, se encuentran atravesados por el lenguaje, la sociedad, la cultura popular, la comunicación y las tecnologías. (Ross y Rivers, 2017).

## BIBLIOGRAFÍA

- ABAL MEDINA. P. (2016) Los trabajadores y sus organizaciones durante los gobiernos kirchneristas. NUSO N° 264. Nueva Sociedad.
- ALVAREZ BROZ.M; RODRIGUEZ. M; SETTANNI. S y VÁZQUEZ. M. Plumas, pipas y ceviches: Los límites de la representación mediática. Trama comun. [online]. 2015, vol.19, n.1, pp.89-111. ISSN 1668-5628.
- CORTINA.A. (2018) Aporofobia, el rechazo al pobre. Rev. filos. vol. 74.
- DE GRANDE. P. Y SALVIA. A. (2021). Aportes para la medición de la desigualdad racialista en la Argentina. Estudios

Sociológicos De El Colegio De México.

DE PIERO, J. (2017) Leer y escribir con memes: identidades juveniles en la escuela. 20° Conferencia Europea sobre Lectura y Escritura. 6° Foro Iberoamericano sobre literacidad y aprendizaje. Asociación Española de Lectura y Escritura (AELE).

ISLAS O. y ARRIBAS A. (2018) El uso de internet en las elecciones presidenciales de México en Cuadernos Artesanos de Comunicación N° 169.

JENKINS.H. (2006) La cultura de la convergencia en los medios de comunicación. New York University Press.

ROSS.A y RIVERS. D. (2017) Culturas digitales de participación política: los memes de internet y la deslegitimación discursiva de los candidatos presidenciales de EEUU de 2016. Discourse, Context and Media N° 16.

SHIFFMAN.L. (2014). Memes in digital culture. MIT Press SHIFMAN. L. (2013) Memes en un mundo digital: reconciliación con un alborotador conceptual.

OROZCO GÓMEZ.G (2000) Travesías y desafíos de la investigación en América Latina.

Departamento de Estudio de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara

# De la toma directa al livestream: Twitch.tv ¿otra forma de hacer televisión?

Nadir Emanuel Secco

Universidad Nacional de Rosario.

## Introducción

El desarrollo de las plataformas digitales de comunicación audiovisual, que intervienen en el ecosistema mediático actual, nos permite pensar en cuáles son los encuentros entre las diversas especies mediáticas que marcan nuestro tiempo. En este artículo pretende profundizar sobre esos encuentros, en particular el que se da entre la Televisión y Twitch.tv.

Twitch.tv es una plataforma audiovisual interactiva, que pertenece a la empresa Amazon, dedicada a la transmisión en vivo y en directo, y que tiene en su haber la herencia de una de las principales características de la televisión tradicional: la toma directa. Entre otras cosas, su característica más sobresaliente es que permite a los usuarios ver o transmitir el desarrollo de alguna actividad mientras interactúan con otros usuarios en tiempo real. Un especie de vivo y directo televisivo, que suma participación inmediata.

Con más de 31 millones de usuarios diarios<sup>1</sup>, esta plataforma se autodefine como “el hogar de creadores que transmiten videojuegos, música, deporte y todo lo que aman”<sup>2</sup>. Bajo su slogan *IRL, la vida real (In Real Life)* se constituye en la plataforma de streaming predilecta de usuarios, de 16 a 34 años de edad, interesados particularmente en contenidos de esports.

Este *nuevo medio digital interactivo* irrumpió el ecosistema digital hace once años y en su camino evolutivo se alimentó de, principalmente, formas y características del lenguaje audiovisual televisivo. Este artículo pretende poner en reflexión algunas ideas en clave de preguntas: ¿Es Twitch.tv el nuevo medio donde interviene con mayor peso lo televisivo? ¿Cuál es el papel que juega la toma directa en la propuesta de Twitch.tv? ¿La tv se adapta a Twitch.tv o a la inversa? ¿Representa Twitch.tv otra forma de hacer televisión? ¿Es Twitch.tv una versión participativa de la televisión clásica? ¿Qué relación hay entre el ritual de consumo de la TV y el de Twitch.tv?

## Breve historia de Twitch.tv: de proyecto beta a una plataforma mainstream

Las transformaciones y evoluciones de los medios digitales no siempre se dan como efecto externo, sino que en muchas ocasiones son intrínsecas al mismo medio. Lo que hoy conocemos como Twitch.tv, antes tuvo otro nombre y otro impacto en el ecosistema mediático digital.

---

1 Datos obtenidos de: <https://www.twitch.tv/p/press-center/>

2 Datos obtenidos de: <https://www.twitch.tv/p/es-es/company/>

En 2007 Justin.tv nace como un espacio para la transmisión en vivo de contenidos audiovisuales de diferentes categorías, entre ellas la de videojuegos que rápidamente se convirtió en la estrella de la plataforma. En el marco de la Expo de Entretenimientos Electrónicos en el año 2011, Justin.tv presenta la submarca Twitch.tv, una estrategia alternativa para el desarrollo de una plataforma específica de esports.

A principios de 2013 se convierte en el portal de streaming más popular de esports con más de 43 millones de visitantes por mes, con cada visitante viendo una hora y media por día. A comienzos de 2014 se convierte en la cuarta plataforma de tráfico en internet de Estados Unidos, superada por Netflix, Google y Apple. Para agosto de ese mismo año, Twitch.tv evoluciona una vez más y se come a su precursor Justin.tv. Este crecimiento voraz llama la atención de las grandes empresas tecnológicas del mundo y Amazon la compra por 970 millones de dólares. En ese momento, la plataforma comenzó su camino de consolidación como medio.

Twitch.tv es una red social que tiene como cara visible el módulo de streaming. Para poder ingresar hay dos opciones: como aplicación móvil en los sistemas operativos iOS y Android, o por el sitio web de un ordenador. Se puede reproducir streams en alta definición en 16:9, visualizar los streams más populares del momento, elegir entre diversas categorías: Juegos, IRL, Música, Esports, Creative. Además comparte con otras plataformas la modalidad de *followers* y chat entre los usuarios. Detrás de eso hay una maquinaria cultural con un sitio de noticias, portal de empleo<sup>3</sup>, una fiesta audiovisual de la plataforma<sup>4</sup>, encuentros comunitarios<sup>5</sup>, entre otros. Una maquinaria empresarial inmensamente transmedial.

En marzo de 2017 Twitch.tv se aventuró en las maratones audiovisuales (una estrategia de FOX en la televisión clásica con los famosos especiales de halloween, navidad, pascua, etc) y lanzó el canal Twitch.tv Presents emitiendo por 17 días los 831 episodios de los Power Rangers. En mayo de 2018 se colgó en la plataforma Doctor Who y en agosto fue tiempo de la maratón de Pokémon con los 932 episodios y 16 películas<sup>6</sup>.

Poco a poco, Twitch.tv fue construyendo sus cimientos sobre tres estructuras claves: la transmisión de los "gameplays", la participación de la audiencia y la construcción de una comunidad gracias a sus herramientas interactivas. Twitch.tv por tanto es un medio audiovisual que combina dos vías comunicativas al mismo tiempo, la emisión de vídeo junto a una comunicación textual basada en un chat (Hamilton et al., 2014).

### **Twitch.tv & Televisión: una cuestión de convergencias**

Desde la perspectiva de Carlos Scolari (2015), en *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*, la teoría ecológica aplicada a los medios tiene una doble mirada o dimensión: intermedial y ambiental. La primera refiere a que los medios son especies parte de un mismo ecosistema que se relacionan entre sí, interactúan, generan vínculos entre medios. La segunda interpretación, refiere a que estas tecnologías de comunicación generan un efecto a los sujetos que intervienen en ellas. De esta manera, el concepto de *ecología* se relaciona con la idea de que las interacciones entre sujetos y tecnologías, tiene implicancias culturales por el encuentro en

---

3 Disponible en: <https://www.twitch.tv/jobs/es-es/>

4 Disponible en: <https://www.twitchcon.com/>

5 Disponible en: <https://meetups.twitch.tv/>

6 Coreponde a la entrada de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Twitch>

prácticas sociales.

Si pensamos en la interpretación intermedial, es imposible dejar de lado el proceso de digitalización mediática como punto de inflexión de una nueva forma comunicacional, pero sobre todo cultural. El paso de lo analógico a lo digital es parte de un efecto de simulación, como efecto de la irrupción de Internet, de las operaciones de los medios de comunicación masiva. Esta forma digital de la cultura y la comunicación favoreció “la convergencia de todo tipo de información en un único soporte” (Scolari, 2008, p.100), lugares donde confluyen diferentes puntos, donde se acumulan objetos, saberes, conocimientos, prácticas que pasan a ser pequeños puntos de una gran cosa.

La digitalización de la cultura que permitió la transformación de los medios analógicos y el nacimiento de *nuevos medios*<sup>7</sup>, no sentencian la muerte y desaparición entre medios, tampoco el reemplazo, sino la convergencia, la interacción, la conversación entre prácticas y tecnologías que se desarrollan en diversas formas territoriales y bajo un paradigma comunicacional diferente: pasamos del modelo *broadcasting*<sup>8</sup> -one to many- al *networking* -many to many-. Pasamos de un modo pasivo en los usuarios, a la oportunidad de la participación activa. Pasamos de consumidores a prosumidores. Desde la perspectiva de Raymond Williams (2011) “todas las tecnologías han sido desarrolladas y mejoradas para facilitar prácticas humanas conocidas o prácticas previstas y deseadas” (p. 165).

En este sentido, Leonardo Murolo (2021), en *Maratonear spoiler y filtrar el rol de las audiencias ante el audiovisual digital*, menciona que “los cambios en los consumos del audiovisual con la aparición de Internet tienen más que ver con dinámicas sociales y prácticas culturales que con determinaciones propias de las tecnologías”. No son los dispositivos tecnológicos los que condicionan y determinan los usos y consumos, sino que son las prácticas que construimos en comunidad las que le dan sentido a esas tecnologías.

El autor plantea que “el arché de la televisión es el directo, cualidad que la diferencia del cine y el video” (Murolo, 2021, p.18). Narrar la vida en vivo y en directo a través de las imágenes, es una característica presente desde la irrupción de la televisión como medio hegemónico en el siglo XXI. Sin embargo, la posibilidad fehaciente de transmitir en vivo y en directo imágenes, no fue algo posible de una manera simple, sino que necesitó del desarrollo de una tecnología específica que evolucionó durante más de cien años, y del desarrollo de prácticas culturales, de narrativas, que fueron irrumpiendo en las formas en las que se materializa el lenguaje audiovisual. Esa convergencia tecnológica es también una convergencia cultural, que “pone en relieve la perspectiva de las audiencias al crear dinámicas y formatos para estas pantallas. El youtuber, el twitterero o el instagramer se configuran como sujetos comunicacionales por la apropiación de tecnologías convergentes, pero devienen en productos de la convergencia cultural” (Murolo, 2021, p. 28).

Mirta Varela (2014), en *Él miraba televisión, you tube. La dinámica del cambio en los medios*, menciona tres aspectos que caracterizan la convergencia y mutación mediática de la televisión a las plataformas digitales - dentro de las que se puede incluir a Twitch.tv - desde donde plantea una

---

7 Idea utilizada como diferenciación entre los medios analógicos de comunicación masiva y los medios digitales.

8 En el primer modelo, no solo la producción y circulación son una característica relevante, también encontramos otras particularidades como: la programación de la vida social, construir una oferta restringida. Ambas características se complementan con una ritualidad, producto de la práctica social, marcada por la pasividad de los usuarios.

serie de tensiones o problemáticas. En primer lugar, la posibilidad de la interacción fluida con la audiencia, en un circuito de ida y vuelta, que rompe el vínculo contenidos y audiencia que plantea la televisión tradicional/clásica. En segundo lugar, la continuidad de la transmisión en directo en medios digitales - simultaneidad - como rasgo heredado de una mutación mediática. Finalmente un nuevo contexto donde la memoria y el archivo tienen un rol fundamental en materia de producción cultural.

### **El corazón de Twitch.tv: de la toma directa al livestream**

Desde la perspectiva de Mario Carlón (2016) la *toma directa* “es el verdadero dispositivo y lenguaje de la televisión (el que trajo como novedad)” (p.85). Twitch.tv estructura toda su existencia sobre esta característica. Sin el vivo y directo la plataforma no tendría ningún sentido. Desde su nacimiento como Justin.tv, su transformación a sub plataforma y su hegemonía, el vivo y el directo fue la clave de su identidad y lenguaje. Siguiendo a Carlón (2016) la toma directa no sólo tiene esta condición de dispositivo y lenguaje, sino que además construye un *tipo de sujeto espectador* específico y una *experiencia espectadorial* “la de testigo mediático, aquella por la cual el sujeto deviene en testigo de su propia historia en su devenir” (Ibidem).

Esta conexión entre dos especies mediáticas, en la profundidad identitaria de cada una, es importante en tanto y en cuanto nos permite ver de qué manera un “viejo” medio se relaciona con un “nuevo” medio, y en ese intercambio que cosas ocurren. Claramente Twitch.tv es producto de una metamorfosis de los medios audiovisuales anteriores a su existencia, por lo que, “genéticamente”<sup>9</sup>, se convierte en una plataforma heredera de la televisión.

Sin embargo en la relación sobre la toma directa entre la Televisión y Twitch.tv, hay una condición que no se cumple en el nuevo medio y es la *programación de la vida social*, únicamente posible en el sistema de medios masivos de comunicación donde la televisión, a través del vivo y el directo, intervino en el orden estructural de los comportamientos y prácticas sociales. Si bien Twitch.tv ensaya contenidos que responden a una programación la idea de “mañana, a la misma hora y por el mismo lugar” deja de tener un efecto dominante sobre el comportamiento de los usuarios debido a que plataformas como Twitch.tv también son medios bajo demanda. La programación de la vida ahora está en poder de los usuarios que pueden optar por el momento en el que ven cualquier contenido.

Volviendo a la idea de livestream, podemos pensar que en realidad Twitch.tv no necesita programar la vida social, porque tiene otras características de su lenguaje que complementan la transmisión en vivo. Es el caso de la interacción online sincrónica que suele efectuarse en el chat. Una retroalimentación instantánea que le aporta otro sentido a la producción que está sucediendo.

El Livestream es una versión interactiva de la toma directa, en el que productores y consumidores desarrollan la experiencia de *testigo televidente* en una interacción a tiempo real que modifica lo que sucede, dejando así parte del control de la emisión a la participación. La espontaneidad que surge de ese intercambio es uno de los valores sagrados de la plataforma.

En definitiva el encuentro entre el *livestream* y la *toma directa* ponen en evidencia el encuentro entre estos dos medios a través de su dispositivo y lenguaje particular teniendo en cuenta que este aporte es el elemento clave con el que irrumpe la televisión en su nacimiento y es una base

---

9

Utilizado de manera alegórica como heredero de un adn de otros medios.

estructural del nacimiento de Twitch.tv como medio digital. En este sentido, Gutierrez Lozano y Antonio Cuartero (2020) definen a Twitch.tv recuperando la mirada de Hamilton, W. A., Garretson, O., & Kerne, A. (2014), quienes dicen que:

Twitch es un medio de emisión de vídeo en directo que combina la emisión audiovisual con un chat en abierto, denominado por sus siglas en inglés IRC ("Internet Relay Chat"). Así Twitch se construye sobre los "gameplays", la participación de la audiencia y la construcción de una comunidad gracias a sus herramientas interactivas. Twitch por tanto es un medio audiovisual que combina dos vías comunicativas al mismo tiempo, la emisión de vídeo junto a una comunicación textual basada en un chat (Hamilton et al., 2014).

### **Participar en Twitch en vivo y directo**

Twitch.tv es una red de streaming, un espacio para transmitir contenidos. Ese es el sentido, la posibilidad que abre esta plataforma, lo que nos invita a hacer este medio digital. Sin embargo, junto al livestream, se esconde su valor distintivo: un chat en tiempo real, una ventana de interacción que modifica la forma de intervención de la toma directa y abre la puerta a usuarios/as a participar en una conversación en vivo y en directo, interactiva. Aunque esta es una opción que tienen otras plataformas como Youtube, Facebook, Instagram, entre otras, el valor central de la interactividad que presenta la plataforma Twitch.tv es que todo está preparado para conversar, para conectarnos, intercambiar, ser comunidad.

La interacción es el porqué de la plataforma. Ahí reside su *ritual de consumo* como posibilidad de construir una comunidad de interés, desde una experiencia individual de cada usuario/a en el acceso a la plataforma, que se transforma en una experiencia colectiva donde ese usuario/a comparte un sentido de estar con otros durante una transmisión. Entonces, se podría decir que el ritual de consumo que propone Twitch.tv tiene que ver más con el ritual televisivo, esa idea de compartir la visualización en un espacio con otros, que con el de las plataformas on demand que tiende a ser un consumo privado e individualizado. Esto es posible gracias al diseño interactivo que propone la plataforma como base sustentable de la praxis del streamer.

Si la interacción es el porqué, la espontaneidad es la lógica de intervención. Si bien hay una preparación de lo que va a suceder, algunas situaciones suelen no estar guionadas/pautadas y ese es el valor distintivo - genuino - de la plataforma que la convierte en un espacio para compartir, conversar, conocer, intercambiar. Una experiencia distinta a otro tipo de transmisiones que se basan en la toma directa. Una experiencia distinta a la televisión.

Como estamos hablando de prácticas culturales y mediáticas, en las que los sujetos sociales tienen protagonismo, es relevante mencionar lo que nos propone Murolo (2021) cuando afirma que "estos desplazamientos conceptuales mencionan formas de relacionarse, negociar y crear sentidos por parte de las audiencias" (p. 19). Desde la perspectiva del autor "se generan nuevas maneras de consumir y compartir lo que hasta hace poco se veía por televisión" (p. 20). En este sentido Gutierrez Lozano y Cuartero (2020) mencionan que "el chat de Twitch.tv no sólo se queda en la interacción escrita: la posibilidad de incluir memes, iconos personalizados o emoticonos lo transforman en una herramienta personalizable, en la que cada "streamer" establece sus propias reglas convirtiéndose en una subcultura propia por cada canal y o "streamer" (p. 164).

Este escenario digital convergente se convierte en tierra fértil para la participación de los usuarios, algo que se evidencia en el rol de los fans, quienes se convierten en un actor clave del ecosistema mediático actual. Henry Jenkins (2010), en *Piratas de Textos*, propone una definición para

los usuarios fans como aquellos “piratas que logran conservar lo que cogen y que usan los bienes que han capturado como base para construir una comunidad cultural alternativa” (p. 255). El intercambio que promueve la participación de los fans le da sentido a la comunidad, mantiene el espíritu de encuentro, el interés y le da vida al medio donde ocurre la conversación.

Twitch.tv se convierte en un medio que promueve el intercambio, la participación, haciendo de la conversación un fenómeno infinitamente transmedial, donde lo importante es propiciar “la interactividad con las audiencias, de este modo el universo de internet y redes sociales como las instancias presenciales son parte constitutivas de las historias” (Murolo, 2021, p. 27).

## Conclusiones

Twitch.tv se parece demasiado a lo que conocemos como televisión. Si bien su dispositivo y lenguaje se centra en la transmisión en vivo e interacción de usuarios - el livestreaming -, la plataforma involucra otras experiencias audiovisuales propias de los nuevos medios digitales. Esta condición permite destacar que lo que conocemos como televisión tradicional/clásica puede volver a emerger en otras especies mediáticas.

Algunas características de la televisión están presentes - incluso son determinantes - en estas nuevas especies mediáticas, entre las que se encuentra Twitch.tv, como es el caso puntual de la toma directa y la construcción de un testigo televidente. La participación de la audiencia en directo, compartiendo - y comentando - un mismo contenido de manera sincrónica, es sin duda el ADN de Twitch.tv. A esto se le suma la relevancia que adquieren los personajes que son parte de esas emisiones, hoy muchos de ellos convertidos en estrellas o *celebrities ciudadanas* al igual que las *estrellas* de televisión, que irrumpen en el ecosistema mediático generando que poco a poco definen con mayor profundidad la identidad de este nuevo medio digital.

Sin embargo Twitch.tv no es televisión, aunque en su lenguaje podamos identificar lo televisivo. Definirlo de esta manera sería acotar la mirada a características compartidas entre medios que se relacionan en un procesos de interacción que los transforma a ambos. Al igual que pasó con el cine y la radio en el surgimiento de la Tv, este nuevo tiempo permite un encuentro que produce un efecto superador de lo existente. Una especie de síntesis como parte de una conversación mediática.

En este sentido es importante pensar de manera más amplia las relaciones entre los medios, sin caer en el error de la idea de los reemplazos en el que los viejos medios mueren para dejar el paso a nuevos. Televisión y Twitch.tv conviven en un gran ecosistema que los forma y deforma a ambos, un ecosistema que desde la mirada de Omar Rincón (2019), en *Narrativas del Entretenimiento Expandido*, puede definirse como *entretenimiento audiovisual*, un espacio donde las pantallas clásicas, las de red y las expandidas componen un ecosistema con un nuevo mandato narrativo “la transmedialidad” y un nuevo sujeto audiovisual “el televidente es programador”.

En Twitch.tv existe la posibilidad fehaciente de participar de una comunidad, en un intercambio en vivo y en directo, como si todo sucediera en un plaza, convirtiendo una plataforma digital de capital privado en un nuevo espacio público para el goce, la creación y la producción política y cultural en formato *reality*. Es una oportunidad desde los lenguajes para fortalecer las formas de participación centrada en los usuarios, democratizando las posibilidades de conversación mediada por tecnologías. Que sea de esa manera depende de una serie de variables, con una centralidad en nuestro ejercicio ciudadano y con el acompañamiento de políticas públicas que moldeen

las estructuras de estas nuevas instituciones mediáticas.

## Bibliografía

Carlón, M. (2016). Después del fin: una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube. 1a Ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La Crujía.

Gutiérrez Lozano, J.F., Cuartero, A. (2020). El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. Ámbitos Revista Internacional de Comunicación. N°50. Universidad de Sevilla.

Hamilton, W. A., Garretson, O., & Kerne, A. (2014). Streaming on twitch: fostering participatory communities of play within live mixed media. En Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems, pp. 1315-1324.

Jenkins, Henry (2010) Capas de significado. Los vídeos musicales de los fans y la poética de la piratería. En Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión. Madrid: Paidós Comunicación

McLuhan, M.(1996)[1964].Comprender los medios de comunicación:las extensiones del ser humano. Paidós, Barcelona, España

Murolo, L. (2021). Maratonear spoilear y filtrar el rol de las audiencias ante el audiovisual digital. En Murolo, L. y Del Pizzo, I (2021) Cultura Pop: resignificaciones y celebraciones de la industria cultural en el siglo XXI. Ed. Prometeo

Renó, Denis (2007) YouTube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio. Revista Latina de Comunicación Social, 62. Disponible en: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis\\_Reno.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm)

Rincón, O. (2019). Narrativas del Entretenimiento Expandido. Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación. N°140. Ecuador. CIESPAL.

Silverstone, R., Morley, David y Hirsch, E. (1996) Tecnologías de la información y la comunicación y economía moral de la familia. En Silverstone, R. y Hirsch, E. (Eds.) Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia. Barcelona: Bosch. Pp.45.

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Editorial Gedisa, Barcelona.

Scolari, C. (Ed.). (2015). Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones. Gedisa.

Varela, Mirta (2014) Él miraba televisión, you tube. La dinámica del cambio en los medios. En Carlón Mario y Scolari, Carlos A. (eds.) (2014) El fin de los medios masivos. Buenos Aires: La Crujía.

Villalonga, G. (2020). Las prácticas y tendencias de Twitch.tv: análisis de la plataforma como una nueva forma de televisión por internet. Trabajo final de Grado. Universidad Pompeu Fabra.

Williams, Raymond (2011) (1973) “La tecnología y la sociedad” y “Efectos de las tecnologías y sus usos”. En Televisión. Tecnología y forma cultural. Buenos Aires: Paidós

# Nuevas herramientas de publicidad e Inteligencia Artificial

Gustavo Eduardo Saientz  
avitodroid@gmail.com

**Universidad Nacional de Tucumán**

## Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo fundamental abordar la temática de la inteligencia artificial desde una visión crítica desde la perspectiva teórico profesional a través del análisis de diferentes comerciales realizados con la ayuda de las nuevas tecnologías para luego abordar desde una perspectiva filosófica la problemática que genera debates en torno a las mismas.

Sobre el material a analizar se tomaran como objetivo de estudio un comercial de la marca Lexus del año 2018 como el punto inicial del desarrollo de la construcción de discursos publicitarios con auxilio de la inteligencia artificial, para luego analizar la campaña de la marca Stradivarius donde se utilizan modelos generados por IA, luego analizare campañas de Burger King, Martini y Kit Kat sobre diferentes soportes tanto digitales como audiovisuales para finalizar con dos piezas realizadas íntegramente por Inteligencias artificiales una corresponde a un comercial simulado de una marca de pizzas con pepperoni y por último el comercial de una compañía de cervezas lanzado de manera oficial en el mes de marzo de 2023.

Como cierre del trabajo voy a incorporar como estas herramientas son utilizadas en la construcción del discurso publicitario para finalizar con una visión filosófica sobre el objeto de estudio a través de la mirada de diferentes autores como Franco Bifo Berardi y Slavoj Zizek que plantean una forma peculiar de entender el fenómeno de las inteligencias artificiales y ponen el foco en los debates que se están desarrollando en este momento en torno a la aplicación de estas tecnologías y su repercusión sobre los procesos sociales y económicos que ello conlleva.

## El caso Lexus. Un punto de partida.

En el año 2018 se lanzó por primera vez en la historia un anuncio de publicidad escrito íntegramente por una inteligencia artificial, el spot dura sesenta segundos y es la historia de un artesano Takumi que completa su trabajo minucioso para probar los límites de cómo los humanos y las máquinas pueden trabajar juntos en perfecta armonía. Llevada al nuevo sedán ES de Lexus, esta armonía entre hombre y máquina se traduce en que el sistema automático de frenado de emergencia del coche demuestra su eficacia para salvar la vida de los ocupantes del vehículo.

El comercial fue filmado por Kevin Macdonald, director de El último rey de Escocia que destaca la cantidad de tiempo que se ahorra con la utilización de técnicas de inteligencia artificial. El libreto de la película y el guión han sido creados totalmente con inteligencia artificial, y construido por los socios tecnológicos del proyecto IBM Watson y Visual Voice. Para centrarse concretamente en el aspecto „intuitivo“ de la película, la IA fue entrenada con un experimento a medida dirigido por MindX, la división de Ciencias aplicadas de la Universidad de Nueva Gales del sur en Australia, quien exploró lo que hace a alguien intuitivo y cómo las personas que tienen un alto nivel de intuición responden a los anuncios de coches, como respuesta a un entrenamiento con más de

15 años de anuncios de lujo premiados, o inteligencia emocional acerca de lo que conecta más fuertemente con los espectadores.

### **El caso Stradivarius. Más allá de la realidad.**

En Noviembre de 2022 Stradivarius sorprendió al mundo de la moda con su colección reinventada por una IA. La marca lanza su primera colección y campaña reinterpretada con inteligencia artificial, una tecnología capaz de crear imágenes que nunca existieron. La campaña cautiva con su explosión de color, flores en el pecho y tejidos abrazadores, pero hay un giro sorprendente: las prendas y modelos son virtuales. Stradivarius juega a imaginar mundos oníricos, a crear prendas que adquieren tridimensionalidad y se funden en paisajes imaginarios. Sin embargo, las modelos no son reales y algunas de las prendas que aparecen, no existen. Tal y como afirma Stradivarius, la campaña es una exageración de la verdadera colección y refleja lo que sería la moda si la realidad no nos limitase. Stradivarius, la compañía que nació en 1994 y ahora es parte del Grupo Inditex desde 1999, no es la primera marca que apuesta por la IA, entre otras marcas podemos encontrar a Burger King, Martini y Kit Kat.

### **Burger King. La IA creativa.**

Entre el año 2021 y el año 2023 se produjo el auge de las herramientas de Inteligencia Artificial capaces de crear imágenes, textos e incluso canciones, esta explosión de estas herramientas han puesto a los creativos en alerta. En los últimos meses herramientas generativas como Dall-E, Midjourney o ChatGPT han retado los límites de la creatividad siendo capaces de crear textos e ilustraciones, y hasta campañas de marketing, en segundos. Burger King se ha sumado a la tendencia a través de sus redes sociales.

El 22 de febrero de 2023 en las cuentas oficiales de Burger King Colombia han anunciado que con motivo de los «grandes avances de la tecnología y las millones de herramientas online para crear contenido», han tomado la decisión de reemplazar a su community manager por una «nueva alternativa inteligente». El nuevo responsable de las redes de la cadena será un «Artificial Community», presentado a los seguidores de la cadena a través de una serie de posts y diversas imágenes creadas con herramientas de Inteligencia Artificial, el pie de manzana, el King de pollo o una «Hamburguesa en llamas» han sido algunos de los posts de este nuevo «Artificial Community». De esta forma, se aviva el temor de que las máquinas se apoderen de los trabajos de los creativos, pero ¿podrá la inteligencia artificial reemplazar la creatividad real?

### **Martini. Campañas Inteligentes.**

En marzo de 2023, por primera vez se lanza una gran campaña publicitaria acaba de ser creada por una de estas IA. Sustituyendo a varios puestos de trabajo que normalmente gestionan importantes agencias publicitarias con la utilización de la aplicación Midjourney. La campaña publicitaria se llama Unbottling Martini. Compuesta por 9 imágenes generadas por Midjourney, la idea de la campaña Unbottling Martini era pedir a la IA que ilustrara a su antojo ciertos ingredientes presentes en las bebidas de la marca. Sin embargo, Midjourney no ha podido reemplazar a todos los profesionales. La campaña fue ideada por un diseñador y varios artistas gráficos tuvieron que repasar la inteligencia artificial para perfeccionar los detalles de las imágenes resultantes. Lo que sí es que, sin una AI, el resultado final habría requerido más personal y tiempo.

### **Kit Kat. Tomate un descanso.**

Kit Kat no quería quedarse fuera de esta tendencia de utilización de procesos de IA y en marzo de este año lanzó la campaña Have a break, en vez de guionar y grabar las imágenes del spot, utilizaron un modelo de lenguaje de gran tamaño (LLM) que escribiese „un anuncio de Kit Kat de la forma en la que habla la Generación Z“. La locución se utilizó un sintetizador de voz y las imágenes, fueron generadas a través de la aplicación DALL-E 2.

El resultado no es perfecto se ven fallas en el logo de la marca, manos y rostros deformes e imágenes que casi no tienen relación con el guion establecido.

Melanie Chen, directora de marketing de Nestlé, afirma que la campaña demuestra que „la IA no reemplazará los empleos“ de la industria, al menos a corto plazo. João Braga, director creativo de Wunderman Thompson Australia, empresa a la que se le encargó el spot, señaló que el anuncio es una oportunidad de burlarse de la IA „mientras podamos“.

### **“Pepperoni Hug Spot”.**

Se trata del primer comercial realizado íntegramente por herramientas de IA, como si se tratara de una paradoja la marca de la que se hace referencia en el comercial es falso y el video fue posteado por el usuario llamado Pizza-Later de la red social Reddit, en la página de Midjourney Reddit.

El guion, fue elaborado en ChatGPT Plus y Runaway Gen2, una herramienta de IA de texto a video, para crear los clips del anuncio. ChatGPT Plus escribió tres guiones diferentes y luego reunió sus partes favoritas de cada uno para el video.

El spot dura 30 segundos y no dista de cualquier comercial de una pizzería real, imágenes de pizzas, gente que las consume y el proceso de producción del producto. Sin embargo, hay algunos detalles que delatan que fue creado con inteligencia artificial. Al igual que en el caso del comercial de Kit Kat hay errores en la fisonomía humana o en los movimientos de los protagonistas del comercial, en cuanto a la narrativa tiene errores gramaticales bastante considerables, sin embargo, este comercial genero reacciones hasta incluso en Elon Musk dejó un emoji sorprendido como comentario, debido a que el comercial se realizó solo en tres horas y no fue necesario contar con ninguna persona humana, como tampoco se necesitó acudir a grabar a ninguna localización real.

### **Synthetic Summer**

„Synthetic Summer“ es un proyecto experimental realizado por Private Island de Londres a cargo de su director y fundador Chris Boyle. Su equipo ha estado explorando nuevas formas de trabajar en nuevos medios visuales impulsados por Machine Learning. Quienes estuvieron detrás de esta idea fueron Helen Power y Chris Boyle.

El comercial tiene 30 segundos de duración y no hay texto ni voz en off que lo acompañe, durante ese tiempo se escucha la canción “All Star” de Smash Mouth y se ve cómo un grupo disfruta de encuentro social donde todos beben lo que parece ser cerveza.

Al igual que en los casos anteriores hay detalles como la cantidad excesiva de dedos que tienen algunos de los invitados a la reunión. El medio también señala que las expresiones de las personas son extrañas porque los generadores de video de IA aún no son tan avanzados. “A medida que sus creadores entrenan los modelos, trabajan a partir de un conjunto de material de origen mucho más pequeño que los modelos de síntesis de IA de imágenes fijas, y los modelos son mucho más costosos desde el punto de vista computacional para ejecutar”.

### **Herramientas para campañas publicitarias**

Luego de observar estos ejemplos de inteligencia artificial aplicada a la construcción de discursos publicitarios, es un hecho que la llegada de estas herramientas y su utilización y avance han llegado para elaborar un nuevo mapa en la producción de contenidos tanto para redes sociales como para lenguajes más tradicionales como el lenguaje audiovisual.

Ante esta situación y según datos de la consultora Gartner (empresa consultora y de investigación de las tecnologías de la información con sede en Stamford, Connecticut,

Estados Unidos.), en los próximos dos años, un 30% de los mensajes publicitarios de grandes empresas serán generados por herramientas de IA. También indican que, de cara a 2027, la mayoría de las empresas habrán establecido medidas para protegerse contra la desinformación y otros materiales dañinos.

Por lo que la IA se posiciona como una tendencia imposible de ignorar para los profesionales del marketing. (Seara, 2023).

Dentro de las aplicaciones destacadas que aparecen dentro de este nuevo universo donde cada vez los usos son más diversos y tienen mayor influencia dentro de la industria publicitaria se destacan por ejemplo: Movio, una aplicación que permite crear videos promocionales para una empresa usando inteligencia artificial con modelos que parecen humanos, saltándose la necesidad de tener actores reales, otra aplicación utilizada por los estudios de publicidad en este momento es GAN en la que los personajes eligen el contenido que quieren crear, con una idea en mente, para conformar un producto final que toma modelos de seres humanos creados por IA y que constan de un alto nivel de personalización agregando avatares, música, fondo, el tipo de negocio al que está enfocado y que además permite modificar a los modelos, humanos su ropa, sus rasgos y hasta el tono de su voz.

### **La Inteligencia Artificial aplicada a la publicidad.**

Cuando pensamos en inteligencia artificial concebimos la misma como un ser autónomo que desafía las realidades humanas y que genera constantemente la fantasía de que las maquinas se apoderaran del mundo como lo conocemos acabando con la raza humana, este prejuicio instalado en nuestro imaginario a través de las industrias culturales hegemónicas nos proporciona una suerte de fetichismo tecnócrata ya que nos muestra una imagen desfigurada de lo que las IA configuran hoy en nuestra cotidianeidad y que está muy alejado de esa imagen apocalíptica de destrucción masiva.

Hoy cuando nos conectamos a youtube o a spotify o a cualquier sistema de streaming, lo que estamos haciendo es alimentar una red neuronal que va aprendiendo a medida que nosotros incorporamos nuestros datos a través de técnicas de deep learning y de machine learning. Estos son solo ejemplos de lo poderosa que es la inteligencia artificial y de cómo ha avanzado en nuestra vida cotidiana, aun cuando nos horricemos con chat gtp-4.

Ahora bien la inteligencia artificial ha comenzado a incorporarse de una forma brutal a la construcción de los discursos publicitarios de una manera vertiginosa, aunque tampoco es una relación nueva debido a que hace varios años ya se utilizaban las técnicas de CGI para la construcción de imágenes impactantes, sin embargo en el campo de la publicidad y el marketing, la IA también comienza a obtener más adeptos debido a las capacidades que ofrece a otras áreas relacionadas con la publicidad y el marketing como por ejemplo el análisis predictivo.

Entre las aplicaciones que se destacan en análisis predictivo encontramos la plataforma google con su herramienta Smart Compose o la reciente incorporación; Bard, entre otras aplicaciones podemos destacar Sentione, una plataforma de social listening que monitoriza las conversaciones y sentimientos de las personas en redes sociales, la importancia de este tipo de aplicaciones está relacionada con la necesidad de las grandes marcas de en mercados cada vez más amplios y dispersos lograr fidelizar a los clientes pudiendo predecir sus gustos y adelantarnos a las tendencias de consumo de nuestros usuarios.

Entre las ventajas que la Inteligencia artificial aportan en el campo de la publicidad y el marketing no solo se destaca la potencialidad de predecir actos de consumo, sino que acelera el análisis de datos produciendo segmentaciones más precisas y efectivas logrando que la publicidad que antes se denominaba programática, ahora se considere una publicidad a medida y comfortable para el usuario, hecho que solo es posible gracias a la aplicación de las IA que permite definir imágenes y textos adaptados para cada tipo de usuario y que ahora se convierte en el eje central del discurso publicitario, hecho que se hace visible por ejemplo en las campañas a elecciones de Estados Unidos de Donald Trump donde Cambridge analítica logro manipular a millones de usuarios a través de la utiliza-

ción de algoritmos de las redes sociales para determinar discursos personalizados para distintos tipos de usuarios y donde se puede observar de manera exagerada y casi risueña en el primer capítulo de la sexta temporada de la serie Black Mirror “Joan es horrible”.

Esta manipulación y análisis de datos produce una mayor productividad a través de procesos más ágiles, reducción de costes, mayor probabilidad de cumplimiento de objetivos.

Entre las aplicaciones más destacadas lanzadas en el último tiempo en referencia a la utilización de la inteligencia artificial podemos destacar Memorable, esta aplicación creada por los argentinos Sebastián Acevedo y Camilo Fosco, incubada en Harvard Innovation Labs y MIT Sandbox. El objetivo de Memorable es aplicar ingeniería inversa a la memoria y la atención para mejorar las comunicaciones visuales y para maximizar su recordación de marca y resultados de conversión. Esto permitiría a los especialistas en marketing, agencias y anunciantes hacer que su inversión en publicidad sea más efectiva. Los modelos, entrenados para predecir reacciones cognitivas como el recuerdo, la atención y la conversión, logran una precisión mucho mayor que los humanos.

Acevedo y Fosco detallan: “Recopilamos y analizamos grandes cantidades de datos sobre las respuestas humanas al contenido visual. Trabajamos con una base de más de 2.180.000 respuestas humanas, 1.140.000 imágenes y 18.000 videos, una base que además está en constante crecimiento. Utilizamos juegos cognitivos para medir cómo se comportan la memoria y la atención ante estos elementos visuales” (Herrera, 2022). Diversas investigaciones en el campo de las neurociencias han encontrado que hay patrones de bajo nivel en el cerebro que gobiernan el recuerdo y la relevancia de cierto contenido visual. Este efecto, según explican desde la firma, es muy consistente, se mantiene a través de la demografía y se puede medir a través de experimentos cognitivos. “Con los datos que recopilamos, entrenamos algoritmos para reproducir patrones humanos y predecir las reacciones a un nuevo anuncio. Nuestros modelos son muy precisos: podemos predecir con un error absoluto de 0,04 en el recuerdo y un 90 % de precisión en la atención”, agregan. (Herrera, 2022).

La IA se incorpora al proceso creativo de diferentes maneras, dependiendo del tipo de cliente. Para los clientes “grandes”, la IA sirve para dar información muy precisa sobre el impacto creativo que tendrán sus anuncios estáticos y de video. Pueden revisar si las publicidades van a ser distintivas en su categoría y su grado de recordación o de memorabilidad. De esta manera, se puede probar diferentes opciones para elegir la más efectiva antes de avanzar sobre la producción de esa campaña. Así logran ahorrar tiempo y dinero. (Herrera, 2022).

## **Inteligencia artificial y creatividad**

Es indudable después de los ejemplos que mostré y de la explosión de aplicaciones como Dalle- 2 o midjourney que la pregunta de si acaso la IA puede generar arte o ser creativa ha quedado relevada a un segundo plano, la pregunta que ocupa el centro del debate en este momento es que impacto tiene el desarrollo de estas aplicaciones en el mercado laboral y sobre todo en el ámbito de la publicidad y las ciencias relacionadas a la comunicación.

Las imágenes generadas por la AI de Dall-E 2 o midjourney muestran el enorme potencial de la inteligencia artificial y sobre todo generan un salto productivo en el desarrollo y construcción de mensajes en tiempos mucho más cortos y con resultados, algunas veces mucho más efectivos, como es el caso de las campañas de Burger King o de Stradivarius.

Sin embargo, la potencialidad de estas aplicaciones no termina en la capacidad de creación de piezas visuales o de textos escritos, estas tecnologías han avanzado al punto de poder generar líneas de código de programación para el desarrollo de aplicaciones, una cuestión fundamental para el desarrollo de campañas de marketing y publicidad digital que también acelera los procesos y potencia la efectividad de las mismas dejando afuera de la ecuación incluso a programadores, tal como las aplicaciones visuales y escritas comienzan a excluir de la ecuación productiva a diseñadores y redactores, para establecer a un modelo de comunicación casi automática.

## La Publicidad inexistente.

Esto es hoy el panorama publicitario donde las nuevas tecnologías han logrado avanzar sobre la construcción de discursos publicitarios convirtiéndolas en piezas más efectivas y de menor costo, sin embargo, plantea dos problemas fundamentales, el primero y quizás menos importante es en relación a los resultados que tienen como objeto principal la búsqueda de viralización y de impacto visual y que tiene como consecuencia desdibujar los límites de lo real y lo ficticio, En palabras del diseñador Andrés Reisinger, director creativo mejor conocido gracias a sus acciones de exterior simuladas, el término «realidad» ya no tiene relevancia. (Seara, «Esta publicidad no existe», acciones digitales que cautivan a la audiencia, 2023).

Reisinger añade que todo aquello que es parte de la experiencia humana es real, y plantea si de verdad importa que este tipo de acciones no existan en el mundo real, pues aun cuando no existen en el mundo físico, logran cumplir el principal objetivo de la publicidad: impactar en la audiencia. (Seara, «Esta publicidad no existe», acciones digitales que cautivan a la audiencia, 2023).

Estas nuevas oportunidades tienen un lado positivo, como lo es la capacidad para poner a prueba los límites de la creatividad para los anunciantes, pero también pueden generar información errónea y confusión. Lo que genera un problema a la hora de construir información y sobre todo en el contexto actual donde convivimos con la era de la post verdad y las Fake news.

## Cambios en el estilo de vida de las personas

Según Sam Altman CEO de OpenAI empresa a cargo del desarrollo de chat GPT: la inteligencia artificial podría ser la mejor pieza de tecnología que alguna vez fue creada por la humanidad. “Podríamos tener una herramienta educativa personalizada o un dispositivo médico ideal para cada persona”, indicó. Además, considera que esta es una herramienta de asistencia, un copiloto, y no una consciencia con vida propia que actúa bajo su propia voluntad, y agrega “Estos modelos esperan a que una persona les ofrezca una indicación, una tarea que realizar (...) es una herramienta que está bajo el control de los humanos (...) si un ingeniero considera que es mejor dejar sin funcionamiento a este sistema, es algo que se puede hacer”. (Silva, 2023).-

Aquí se plantea el segundo problema y quizás el más polémico en torno a la evolución de la inteligencia artificial, y es plantear cual es la función del humano frente a la aparición de estas herramientas que pueden realizar las tareas que antes realizábamos los humanos dejando obsoleta cualquier participación profesional en un contexto de producción neoliberal donde, como la misma lógica capital lo indica buscamos reducir costos e incluso suprimir cualquier termino en la ecuación de ganancias del capitalismo para aumentar la efectividad de los procesos, si analizamos este fenómeno desde una visión crítica podemos afirmar que la lógica capital de mayor producción a menor costo y en menor tiempo está eliminando la fuerza productiva humana que implica un costo esencial en su ecuación aceleracioncita de consumo.

El mismo CEO de OpenAI Sam Altman también indicó que: “es posible que en el futuro algunos trabajos puedan ser obsoletos debido a que los puestos, ahora ocupados por humanos, podrían ser reemplazados por maquinas que funcionen con inteligencia artificial. Sin embargo, afirmó que esto no se produciría en todos los trabajos y que a raíz de esto, las personas desarrollarían nuevos empleos que pudieran hacer personalmente”. (Silva, 2023).

En contra partida a esta visión tecnócrata mercantilista Bifo Berardi plantea el siguiente escenario: “El autómatas inteligente no es el producto de la mera automatización, sino el punto de encuentro entre la automatización y la cognición. La inteligencia artificial va más allá de la automatización mecánica porque no solo reemplaza la ejecución de tareas, sino que redefine los propósitos y tiene un carácter evolutivo de autoaprendizaje. La automatización industrial mecaniza la ejecución de una tarea predeterminada. Por el contrario, el desarrollo de la inteligencia artificial puede intervenir en la determinación de tareas, puede establecer objetivos. (Berardi, Unheimlich: caos y

autómata cognitivo, 2023).

Y agrega: “El autómata no es un análogo del organismo humano, sino la convergencia de innumerables dispositivos generados por inteligencias artificiales dispersas. La evolución de la Inteligencia Artificial no conduce a la creación de androides, a la simulación perfecta del organismo consciente, sino que se manifiesta como la sustitución de habilidades específicas por autómatas pseudocognitivos que se enlazan entre sí convergiendo en el autómata cognitivo global. (Berardi, El cumplimiento. El cerebro sin órganos de la inteligencia artificial., 2023)

Berardi considera que: “La etapa actual de desarrollo de IA probablemente nos esté llevando al umbral de un salto a la dimensión que yo definiría como “autómata cognitivo global”. (Berardi, El cumplimiento. El cerebro sin órganos de la inteligencia artificial., 2023)

Sobre el funcionamiento de Chat GPT el mismo Berardi aclara que “La máquina lingüística que responde a las preguntas es una demostración de que Chomsky tiene razón cuando dice que el lenguaje es el producto de estructuras gramaticales inscritas en la herencia biológica humana, dotadas de un carácter generativo, es decir, capaces de generar infinitas secuencias dotadas de significado. Pero el límite del discurso de Chomsky reside precisamente en la negativa a ver el carácter pragmático de la interpretación de los signos lingüísticos; del mismo modo, el límite del chatbot GPT consiste precisamente en su imposibilidad de leer pragmáticamente las intenciones de significado. (Berardi, El cumplimiento. El cerebro sin órganos de la inteligencia artificial., 2023)

En su análisis crítico del contexto actual agrega: “Desde el punto de vista de la experiencia, el autómata no compite con el organismo consciente. Pero, en términos de funcionalidad, el autómata (pseudo)cognitivo es capaz de superar al agente humano en una habilidad específica (calcular, hacer listas, traducir, apuntar, disparar, etc.) El autómata también está dotado de la capacidad de perfeccionar sus procedimientos, es decir, de evolucionar. En otras palabras, el autómata cognitivo tiende a modificar los propósitos de su funcionamiento, no solo los procedimientos. Una vez desarrolladas las habilidades de autoaprendizaje, el autómata está en condiciones de tomar decisiones relativas a la evolución de los procedimientos, pero también, fundamentalmente, de tomar decisiones relativas a los propios fines del funcionamiento automático. (Berardi, El cumplimiento. El cerebro sin órganos de la inteligencia artificial., 2023)

Por último Berardi se pregunta: ¿Dónde está el peligro de un ente que, sin tener inteligencia humana, es más eficiente que el hombre en la realización de tareas cognitivas específicas, y posee la capacidad de perfeccionar su propio funcionamiento? La función general de la entidad inteligente inorgánica es introducir el orden de la información en el organismo impulsor. El autómata tiene una misión ordenadora, pero encuentra en su camino un factor de caos: la pulsión orgánica, irreductible al orden numérico. El autómata extiende su dominio a campos siempre nuevos de la acción social, pero no logra completar su misión mientras su expansión se ve limitada por la persistencia del factor caótico humano. Ahora surge la posibilidad de que en algún momento el autómata sea capaz de eliminar el factor caótico de la única manera posible: acabando con la sociedad humana. (Berardi, El cumplimiento. El cerebro sin órganos de la inteligencia artificial., 2023)

En contrapartida Slavoj Žižek es mucho más pragmático y postula: “El verdadero peligro, entonces, no es que las personas confundan a un chatbot con una persona real; es que comunicarse con los chatbots hará que las personas reales hablen como chatbots, perdiendo todos los matices e ironías, diciendo obsesivamente solo lo que creen que quieren decir”. (Žižek, 2023)

La problemática de la dualidad producida por la aparición de la inteligencia artificial y la transformación social que implica la introducción de un nuevo modelo productivo está planteada y ya genera tendencias filosóficas dispares sobre su función y la función del hombre, solo el tiempo disipará las dudas o quizás la inteligencia artificial.-

## Bibliografía

Berardi, F. B. (28 de 05 de 2023). El cumplimiento. El cerebro sin órganos de la inteligencia artificial. Recuperado el 23 de 06 de 2023, de <https://lobosuelto.com/el-cumplimiento-el-cerebro-sin-organos-de-la-inteligencia-artificial-franco-bifo-berardi/>: <https://lobosuelto.com>

Berardi, F. B. (20 de 03 de 2023). Unheimlich: caos y autómatas cognitivos. Recuperado el 22 de Junio de 2023, de <https://esferapublica.org/unheimlich-la-espiral-del-caos-y-el-automata-cognitivo/>: <https://esferapublica.org>

Herrera, C. (23 de 04 de 2022). Publicidad predictiva. Cómo es el GPS del impacto creativo inventado por argentinos e incubado en Harvard y MIT. Recuperado el 10 de 05 de 2023, de <https://www.lanacion.com.ar/economia/negocios/memorable-como-es-el-gps-del-impacto-creativo-creado-por-argentinos-e-incubado-en-harvard-y-mit-nid23042022/>

Seara, F. (20 de 02 de 2023). ¿Supone la inteligencia artificial un riesgo para la reputación de las marcas? Recuperado el 02 de 06 de 2023, de <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/digital/inteligencia-artificial-despierta-preocupacion-marcas>: <https://www.marketingdirecto.com/>

Seara, F. (17 de 04 de 2023). «Esta publicidad no existe», acciones digitales que cautivan a la audiencia. Recuperado el 03 de 06 de 2023, de <https://www.marketingdirecto.com>: <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/publicidad-irreal-creada-ia-conquista-audiencias>

Silva, R. (20 de 03 de 2023). El CEO de OpenAI reconoce los riesgos de usar la inteligencia artificial. Recuperado el 12 de 06 de 23, de <https://www.infobae.com>: <https://www.infobae.com/tecnologia/2023/03/20/el-ceo-de-openai-reconoce-los-riesgos-de-usar-la-inteligencia-artificial/>

Zizek, S. (12 de 03 de 2023). Sobre la Inteligencia Artificial. Recuperado el 21 de 06 de 23, de <https://www.bloghemia.com/2023/05/sobre-la-inteligencia-artificial-por.html>: <https://www.bloghemia.com>

# Explorando el potencial de la inteligencia artificial en la comunicación y creación de contenido multimedia. Riesgos y desafíos.

Cosme Antonio Rocchio  
crocchio@yahoo.com

**Universidad Nacional de Tucumán**

## Introducción

La inteligencia artificial (IA) es una tecnología que se enfoca en la creación de sistemas que pueden ejecutar tareas que, hasta ahora, solo podían ser realizadas por seres humanos, como el aprendizaje, la toma de decisiones y la generación automática de contenido. Uno de los campos en los que la IA podría llegar a tener un gran impacto es la comunicación multimedia, entendida como la transmisión de información o mensajes a través de múltiples medios, como el audio, el video, la animación y los gráficos.

La IA ofrece herramientas para la creación de contenido multimedia, como la generación automática de textos y videos o la generación de imágenes sintéticas entre otras. En lo que respecta a la comunicación multimedia, permite el desarrollo de herramientas para la comprensión y análisis de grandes cantidades de datos, lo que puede mejorar la capacidad de las organizaciones para comprender las necesidades y preferencias de su audiencia permitiendo entregar contenido personalizado y relevante a sus usuarios.

La IA también plantea riesgos y desafíos. Uno de los principales riesgos es el sesgo en los datos. La IA aprende de los datos que se le proporcionan y, si los datos tienen sesgos, la IA también tendrá sesgos. La IA puede ser utilizada para crear contenido engañoso o falso, lo que podría aumentar la propagación de fake news. Otro riesgo es la pérdida de empleos en ciertas áreas, la IA puede reemplazar a ciertos trabajos que antes eran realizados solo por humanos, como la edición de video y la producción de imágenes.

El propósito de esta ponencia es analizar los potenciales riesgos y desafíos que la IA presenta en la comunicación y la creación de contenido multimedia.

### Un poco de historia

La historia de la Inteligencia Artificial se remonta a mediados del siglo XX, cuando los científicos comenzaron a explorar la idea de crear máquinas capaces de pensar y razonar como los seres humanos. Los hitos más relevantes en el desarrollo de la IA son:

Década de 1950: Surge el término „Inteligencia Artificial“. El término „Inteligencia Artificial“ fue acuñado por John McCarthy en 1956 durante la Conferencia de Dartmouth. McCarthy y otros investigadores se propusieron desarrollar programas y máquinas que pudieran exhibir comportamientos inteligentes.

Década de 1960: Lógica y resolución de problemas. Se hicieron avances en el campo de la lógica y la resolución de problemas, con el desarrollo de algoritmos y sistemas basados en reglas. Uno de los hitos más destacados fue

el programa de ajedrez de IBM llamado „Deep Blue“, que demostró la capacidad de las máquinas para competir contra humanos.

Década de 1970: Auge y desencanto. Durante esta década, la IA experimentó un auge inicial, pero también sufrió un período de desencanto conocido como „invierno de la IA“. Las expectativas iniciales eran altas, pero los avances técnicos no cumplieron con las predicciones, lo que llevó a una disminución del interés y la financiación en este campo.

Década de 1980: Expertos y sistemas basados en el conocimiento. En esta década, se hizo hincapié en el desarrollo de sistemas expertos, que eran software diseñados para imitar el conocimiento y la experiencia de expertos humanos en campos específicos. Estos sistemas se basaban en reglas y se utilizaron en aplicaciones como medicina, finanzas y control de calidad.

Década de 1990: Auge de la IA basada en el aprendizaje automático. El enfoque de la IA cambió hacia el aprendizaje automático, una rama que utiliza algoritmos para permitir que las máquinas aprendan de datos y mejoren su rendimiento con el tiempo. Los avances en el aprendizaje automático impulsaron aplicaciones como reconocimiento de voz, visión por computadora y procesamiento de lenguaje natural. Década de 2000: Grandes volúmenes de datos y redes neuronales profundas. La disponibilidad de grandes volúmenes de datos y el aumento de la capacidad de procesamiento llevaron al desarrollo de redes neuronales profundas, también conocidas como redes neuronales convolucionales. Estas redes fueron clave en avances significativos en tareas como reconocimiento de imágenes, traducción automática y conducción autónoma.

Década de 2010 hasta la actualidad: Avances en IA y aplicaciones prácticas. En los últimos años, la IA ha experimentado un rápido crecimiento y una mayor aplicación en diversos campos, como asistentes virtuales, sistemas de recomendación, diagnóstico médico, reconocimiento facial, chatbots entre otros. El aprendizaje profundo y el procesamiento del lenguaje natural han sido áreas de enfoque clave en la investigación y desarrollo de la IA.

La IA continúa evolucionando y desempeñando un papel cada vez más relevante en nuestra sociedad. Se espera que la IA tenga un impacto significativo en campos como la medicina, la robótica, la industria, la educación, comunicación y muchos otros, cambiando la forma en que interactuamos con la tecnología.

## Tipos de Inteligencia Artificial

Se utilizan los términos „IA fuerte“ e „IA débil“ para describir diferentes niveles de capacidad en los sistemas de inteligencia artificial.

- La IA débil, también conocida como „IA estrecha“ o „IA específica“, se refiere a sistemas de IA que están diseñados para realizar tareas específicas y limitadas. Estos sistemas son expertos en un área específica, en algunos casos pueden superar a los humanos en términos de precisión y eficiencia en esas tareas particulares. Sin embargo, la IA débil carece de comprensión más allá de su dominio específico y no tiene la capacidad de aplicar su conocimiento en otros contextos.
- Por otro lado, la IA fuerte, también conocida como „IA general“ o „IA completa“, se refiere a sistemas de IA que poseen una inteligencia comparable o superior a la humana en todos los aspectos. Estos sistemas tendrían la capacidad de comprender y razonar sobre el mundo, aprender de la experiencia, tener conciencia de sí mismos y poseer una amplia gama de habilidades cognitivas y emocionales similares a las de los seres humanos. La IA fuerte es un concepto más teórico y todavía no ha sido logrado en su totalidad. Aunque se han logrado avances significativos en áreas como el procesamiento del lenguaje natural, la visión por computadora y los sistemas de recomendación, todavía estamos lejos de alcanzar una IA que pueda igualar o superar la inteligencia humana en todos los aspectos.

En la actualidad podemos distinguir la presencia de los siguientes tipos de inteligencia artificial:

- IA basada en el aprendizaje automático (Machine Learning): Este tipo de IA se centra en el desarrollo de algoritmos y modelos que permiten a las máquinas aprender a partir de datos sin ser programadas explícitamente. Este tipo de IA está presente en diversas áreas, algunos ejemplos son:
  - a. Sistemas de recomendación: Los sistemas de recomendación basados en IA utilizan algoritmos de aprendizaje automático para analizar patrones de comportamiento de los usuarios y ofrecer recomendaciones personalizadas de contenido multimedia. Estos sistemas se utilizan en plataformas de streaming de música y video, como Netflix, Spotify y YouTube, para sugerir películas, series, canciones o videos a los usuarios según sus preferencias y comportamientos anteriores.
  - b. Generación de contenido automático: El aprendizaje automático se utiliza para generar contenido multimedia de manera automática. Por ejemplo, existen sistemas que pueden generar descripciones de imágenes o videos de manera automática mediante el análisis del contenido visual. También se utilizan algoritmos de generación de texto para crear resúmenes automáticos de artículos, noticias o documentos multimedia.
  - c. Reconocimiento de voz: El reconocimiento de voz basado en IA utiliza algoritmos de aprendizaje automático para convertir el habla humana en texto escrito. Estos sistemas son utilizados en aplicaciones y dispositivos como asistentes virtuales, sistemas de transcripción automática, comandos de voz en teléfonos inteligentes y servicios de atención al cliente automatizados.
  - d. Edición de video automática: La IA basada en el aprendizaje automático se utiliza para facilitar la edición de video. Los algoritmos pueden analizar el contenido de un video, identificar escenas clave, eliminar partes redundantes o no deseadas, aplicar efectos especiales o realizar una estabilización de imagen automática. Estas capacidades ayudan a agilizar y mejorar el proceso de producción de contenido multimedia.
  - e. Análisis de sentimientos y emociones: Los algoritmos de aprendizaje automático pueden analizar las emociones y los sentimientos expresados en contenido multimedia, como imágenes o videos, para comprender mejor las respuestas de los usuarios. Esto se utiliza en la producción y comunicación de contenido multimedia para evaluar la efectividad emocional de una pieza, adaptarla al público objetivo y mejorar la experiencia del usuario.
- IA basada en el procesamiento del lenguaje natural (Natural Language Processing, NLP): Este tipo de IA se enfoca en el procesamiento y comprensión del lenguaje humano. Ejemplos de usos de este tipo de IA son:
  - a. Asistentes virtuales de voz: Los asistentes virtuales como Siri, Google Assistant y Alexa utilizan NLP para comprender y responder preguntas en lenguaje natural. Estos asistentes pueden interactuar con los usuarios, responder preguntas, proporcionar información y realizar acciones como reproducir música o controlar dispositivos inteligentes en el hogar.
  - b. Subtitulado automático: El NLP se utiliza en sistemas de subtitulado automático para películas, programas de televisión y contenido en línea. Estos sistemas pueden transcribir y generar subtítulos precisos a partir del diálogo hablado en diferentes idiomas.
  - c. Generación automática de resúmenes: El NLP se utiliza para generar resúmenes automáticos de contenido multimedia como noticias, artículos y videos. Estos sistemas pueden analizar y comprender el texto o el audio del contenido original y sintetizar los puntos clave en un resumen conciso.

- d. **Etiquetado y categorización de contenido:** El NLP se utiliza para etiquetar y categorizar automáticamente el contenido multimedia, como imágenes, videos y música. Los sistemas de IA pueden analizar el contenido visual o auditivo y asignar etiquetas descriptivas, lo que facilita la búsqueda y la organización del contenido.
  - e. **Corrección gramatical y ortográfica:** Los sistemas basados en NLP pueden detectar y corregir automáticamente errores gramaticales y ortográficos en contenido, como textos, subtítulos o transcripciones. Estas herramientas mejoran la calidad del contenido y garantizan una comunicación clara y precisa.
- **IA basada en la visión por computadora (Computer Vision):** Esta IA se ocupa de la interpretación y comprensión de imágenes y videos. Ejemplos de este tipo de IA son:
    - a. **Edición de imágenes y videos:** Los algoritmos de IA pueden detectar y segmentar automáticamente objetos y personas en imágenes y videos, lo que permite realizar ediciones precisas y automáticas. Por ejemplo, es posible eliminar objetos no deseados de una imagen, cambiar el fondo, aplicar efectos especiales o incluso alterar características faciales en fotografías.
    - b. **Detección de contenido inapropiado:** Los algoritmos de visión por computadora pueden identificar automáticamente contenido inapropiado o no deseado en imágenes y videos, como desnudez, violencia o imágenes explícitas. Esto es utilizado por plataformas de redes sociales y servicios de alojamiento de contenido para moderar y filtrar contenido ofensivo antes de que sea compartido con el público.
    - c. **Análisis de sentimientos y emociones:** Los algoritmos de visión por computadora pueden identificar expresiones faciales y detectar emociones en imágenes y videos. Esto se utiliza en aplicaciones como la investigación de mercado, donde se analizan las reacciones emocionales de las personas al ver contenido publicitario o en la industria del entretenimiento para medir la respuesta emocional de los espectadores.
    - d. **Creación de contenido automático:** Al combinar la visión por computadora con la generación de texto y la inteligencia artificial, es posible crear contenido multimedia automáticamente. Por ejemplo, se pueden generar descripciones o títulos de imágenes y videos, generar resúmenes visuales de eventos o incluso crear narrativas visuales a partir de una serie de imágenes.
    - e. **Personalización de anuncios y recomendaciones:** Los sistemas de visión por computadora pueden analizar el contenido visual consumido por los usuarios para comprender sus preferencias y características demográficas. Esto se utiliza para personalizar los anuncios y recomendaciones de contenido multimedia.
  - **IA basada en sistemas expertos:** Estos sistemas están diseñados para replicar el conocimiento y la experiencia de un experto humano en un campo específico. Ejemplos de este tipo de IA son:
    - a. **Generación automática de noticias:** Los sistemas expertos basados en IA pueden analizar grandes volúmenes de datos y generar noticias de manera automática. Estos sistemas pueden extraer información relevante, identificar patrones y redactar noticias en tiempo real. Algunos medios de comunicación utilizan esta tecnología para generar informes deportivos, financieros o de tráfico.
    - b. **Recomendación personalizada de contenido multimedia:** Muchas plataformas de streaming utilizan sistemas expertos basados en IA para recomendar contenido multimedia personalizado a los usuarios. Estos sistemas analizan el historial de visualización, las preferencias y los patrones de consumo de cada usuario para ofrecer recomendaciones precisas y relevantes, mejorando así la experiencia del usuario.

- c. Reconocimiento y clasificación automática de imágenes: Los sistemas expertos basados en IA pueden analizar imágenes y reconocer automáticamente objetos, personas y escenas. Esto es especialmente útil en la producción y gestión de grandes bibliotecas de imágenes, ya que permite categorizarlas y etiquetarlas de manera eficiente.
- d. Personalización de anuncios y marketing multimedia: Los sistemas expertos basados en IA pueden analizar datos demográficos, preferencias y comportamientos de los usuarios para ofrecer anuncios y contenido promocional personalizados. Esto ayuda a las empresas a dirigir sus mensajes publicitarios de manera más efectiva y aumentar la interacción con el público objetivo.
- e. Traducción automática de contenido multimedia: Los sistemas de traducción automática basados en IA han avanzado significativamente en los últimos años. Ahora es posible traducir automáticamente el contenido multimedia, como vídeos o subtítulos, en tiempo real. Estos sistemas expertos pueden reconocer el lenguaje hablado, transcribirlo y traducirlo a otros idiomas, permitiendo una comunicación global más efectiva.

## El lado oscuro de la IA: Riesgos y desafíos

La IA tiene el potencial de transformar la comunicación y la creación de contenido multimedia al automatizar procesos, personalizar experiencias y generar contenido. Sin embargo, también plantea entre otros, los siguientes riesgos:

- Desinformación y noticias falsas. Los algoritmos pueden ser entrenados para generar contenido convincente y persuasivo que engañe a los usuarios, lo que puede tener graves consecuencias para la sociedad y la democracia.
- Sesgo y discriminación: Los algoritmos pueden perpetuar sesgos y discriminación presentes en los conjuntos de datos utilizados para entrenarlos. Si los datos de entrenamiento contienen prejuicios, los modelos de IA pueden reproducir y amplificar esos sesgos al generar contenido multimedia. Esto puede resultar en discriminación sistemática y representaciones sesgadas de ciertos grupos.
- Uso indebido de la tecnología de reconocimiento facial: La IA puede ser utilizada para desarrollar sistemas de reconocimiento facial que pueden identificar y rastrear a las personas en imágenes y videos. Esto plantea preocupaciones sobre la invasión de la privacidad y el uso indebido de la tecnología para la vigilancia masiva y el seguimiento de los ciudadanos.
- Generación de contenido ilegal: Los algoritmos de IA pueden ser entrenados para generar contenido multimedia que infrinja la ley, como imágenes o videos pornográficos (conocidos como „deepfakes“) o material con derechos de autor. Esto puede causar daños a las personas afectadas y tener implicaciones legales y éticas significativas.
- Manipulación de la percepción y la opinión pública: Los algoritmos de IA pueden ser utilizados para personalizar y presentar contenido multimedia de acuerdo con los intereses y preferencias de los usuarios. Esto puede llevar a la creación de „burbujas de filtro“ donde los usuarios solo están expuestos a información que refuerza sus propias opiniones y creencias, lo que socava la diversidad de perspectivas y puede generar polarización y división en la sociedad.
- Pérdida de empleo: La automatización impulsada por la IA basada en la visión por computadora puede llevar a la sustitución de empleos que anteriormente requerían intervención humana. Por ejemplo, los avances en reconocimiento de imágenes y análisis de video podrían reducir la necesidad de fotógrafos, editores de video y otros profesionales relacionados con la producción de contenido multimedia.

## Conclusiones

Al igual que la imprenta, Internet o cualquier otra tecnología disruptiva, la inteligencia artificial abre muchos frentes de conflicto y genera miedos e incertidumbres probablemente más allá de los riesgos mencionados anteriormente. No es una innovación tecnológica neutral.

En su Atlas de inteligencia artificial Kate Crawford menciona los deseos y miedos del Homo sapiens, que no son pocos. Por ejemplo, ese terror fruto de la modernidad a terminar siendo sustituidos por una satánica nueva tecnología.

Si bien nuestra relación con la inteligencia artificial que genera textos y responde a nuestras preguntas se encuentra en estos momentos en un primer nivel, por ejemplo, chatGPT de la empresa OpenAI fue lanzado oficialmente en noviembre de 2022 y Google Bard en marzo de 2023 y solo en idioma inglés, con el tiempo este y otros tipos de IA se integrarán de manera definitiva en nuestras rutinas productivas y educativas hasta volverse invisible.

La inteligencia artificial es una potente herramienta que facilitará las tareas, pero, como sostenía Marshall McLuhan, también modificará nuestra forma de pensar y percibir el mundo. Así como la televisión o la World Wide Web cambiaron nuestra concepción del tiempo y del espacio, la inteligencia artificial probablemente cambiará nuestra manera de abordar la resolución de problemas y la búsqueda de respuestas a todo tipo de interrogantes.

Anteriormente se mencionaron varios riesgos asociados al uso de la IA en la producción y comunicación de contenido multimedia; uno de ellos la posibilidad de generación de contenido falso, para prevenir o controlar este efecto se podrían emplear tecnologías como la firma digital, la marca de agua (watermarking) y certificados de autenticidad entre otros mecanismos que permitan a los usuarios validar la procedencia y la integridad del contenido multimedia. Esto ayudaría a prevenir la manipulación y la difusión de información falsa.

Al riesgo que los algoritmos de IA puedan provocar sesgo y discriminación, se lo podría mitigar por medio de la supervisión humana, es decir combinar la IA con la supervisión humana para detectar y corregir posibles errores o sesgos. La revisión manual del contenido generado por IA podría ayudar a identificar inexactitudes, sesgos discriminatorios o información engañosa que la IA haya producido.

Esta supervisión y revisión humana, podría ser una fuente de creación de empleos complementarios que ayudaría a reducir el impacto del desempleo que conlleva todo proceso de automatización.

En resumen, en este trabajo se examinó detalladamente el potencial de la IA en la comunicación y creación de contenido multimedia, poniendo foco específicamente en los riesgos y desafíos asociados. Se enumeró algunos de los beneficios de la IA en términos de eficiencia y automatización en la generación de contenido multimedia. Sin embargo, también se han abordado las preocupaciones éticas y los desafíos relacionados con la privacidad, el sesgo algorítmico y el impacto en el mercado laboral. Es evidente que IA tiene el potencial de transformar y revolucionar la forma en que se comunica y crea contenido multimedia. Sin embargo, es fundamental abordar estos riesgos y desafíos de manera responsable y ética. Se requerirá de una supervisión constante, regulaciones adecuadas y una evaluación crítica de los algoritmos y sistemas de IA utilizados en el ámbito de la producción y comunicación de contenido multimedia.

## Bibliografía

Peter Norvig, Stuart J. Russell (2022). Inteligencia Artificial: Un enfoque Moderno. Editorial: Pearson 4ª edición.

Kate Crawford (2022). Atlas de inteligencia artificial. Poder, política y costos planetarios. Editorial: Fondo de Cultura Económica.

Carlos A. Scolari (7 de febrero de 2023). Inteligencia artificial, entre el deseo y el miedo

¿Cómo modificarán nuestra forma de pensar y percibir el mundo las nuevas herramientas basadas en inteligencia artificial? CCNBLAB Investigación e innovación en cultura. <https://lab.cccb.org/es/inteligencia-artificial-entre-el-deseo-y-el-miedo/>

Juan Gustavo Corvalan. (2023). Libro digital PDF. ChatGPT vs. GPT-4: ¿imperfecto por diseño? Explorando los límites de la inteligencia artificial conversacional. Editorial: La Ley; Buenos Aires: Facultad de Derecho UBA.

# Actualidad de la IA y sus avances y las consecuencias en el campo de la comunicación.

Silva Molina, Fabián  
fsilvamolina@filo.unt.edu.ar

**Universidad Nacional de Tucumán**

## Introducción

Los avances de la IA durante este último año y la apertura del GPT4, que permiten un *machine learning* de sintonía fina a nivel masivo, en escala 1 en 1 a nivel mundial y con un alcance multilinguaje que provocará que los modelos del lenguaje se disparen a partir de este año como nunca imaginamos.

El GPT (*Generative Pre-trained Transformer*) en su versión 4, de 2022 está siendo entrenado por todos los que están “jugando” o “probando” o “mostrando” el Chat GPT, una cantidad enorme de población a nivel mundial. Un *machine learning* que sería imposible realizar a escala corporativa en bancos de prueba empresariales pero que, de esta manera, genera volúmenes y velocidades de entrenamiento que son impensables de otra manera.

Lo mismo está sucediendo con las IA que procesan imágenes. Si bien no tienen el mismo grado de popularidad que el Chat GPT y su uso no es tan masivo, su disponibilidad es abierta para quienes trabajamos con imágenes y lo que hasta hace un año requería un trámite de inscripción para poder acceder al manejo de estos programas, hoy es posible bajarlos sin mayores trámites.

Debemos ser conscientes que toda operación que se hace con estos *softwares* genera la posibilidad de que estos se potencien y con cada uso, luego de cada sesión, cerramos un programa más potente del que abrimos, un programa que contiene una red neuronal que aprendió con nuestras órdenes a ser más idóneo en procesar lo que le pedimos, en generar las respuestas que le requerimos y eso lo repetirá la próxima vez y la próxima y la próxima.

La propuesta de este trabajo, junto a los del equipo de investigadores del Instituto de Investigación en Publicidad y Opinión Pública de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán, es aportar un exhaustivo relevamiento actualizado del estado de la cuestión de los avances de la IA aplicada a las comunicaciones, sobre todo lo que respecta a los modelos del lenguaje, a los fines de iniciar la necesaria discusión, debate e investigación, en un contexto tan favorable a este tipo de temática que presenta el Congreso de Redcom.

Entendemos que solo el conocimiento profundo y el análisis crítico es la única y última posibilidad de sostener el lugar del sujeto en el plano de la IA y la comunicación.

## La autonomía de la IA

Antes de seguir, queremos hacer hincapié en la autonomía de la IA. Nos parece sumamente importante insistir en este tema aunque lo hayamos abordado en trabajos anteriores no solo porque es un punto donde nacen muchos equívocos, ya que no son pocos pensadores los que sostienen que las IA, al ser programadas por inteligencias humanas siempre dependen de éstas, sino porque esta autonomía nace de la estructura misma de su concepción, es connatural a su propia arquitectura. Es necesario aventar los problemas que surgen de un conocimiento sesgado y

prejuicioso sobre todo, cuando tenemos que tomar conceptos de ciencias que nos son ajenas como es el caso de la informática, a las que seguimos llamando “nuevas tecnologías” a pesar que ya tienen más de 70 años.

En Humanidades hablamos de Algoritmos, Inteligencia Artificial y Redes Neuronales como si fueran sinónimos y ciertamente no lo son. El algoritmo es una operación secuencial, sólo eso. No es para nada inteligente, siempre hace la misma operación y, si no se cambian los datos, siempre llegará al mismo resultado. Esa es su garantía, esa es su fortaleza, esa es su función. No son un invento de la informática, los sistematizamos con el pensamiento lógico. Las órdenes que le damos a los músculos de una mano para abrir una puerta, esconden un algoritmo complejo que involucra una gran cantidad de órdenes de neuronas y nervios a músculos y tendones que se procesan en “segundo plano”, para usar términos informáticos. Pero que ese algoritmo sea invisible no lo hace menos complejo. Estos algoritmos, como se desprende del ejemplo, no son solamente operaciones matemáticas, pueden expresarse en lenguaje natural; es un conjunto de operaciones ordenadas y finitas que permiten procesar datos y llevar, a partir de un sistema de instrucciones basadas en reglas en las que, partiendo de un estado inicial o una entrada y a través de pasos sucesivos bien definidos, permite llegar a un resultado.

El algoritmo es un componente necesario de la IA, pero no la define, ni la explica, ni la totaliza. Forma parte de una estructura mayor que son las Redes Neuronales. Estas se componen de algoritmos, cada nodo de esas redes, que pueden ser millones, contiene un algoritmo que sigue pasos, es secuencial, sigue siempre el mismo camino y lo hace con precisión, termina cuando terminan sus órdenes y se cumple el circuito y se produce el output. Es concreto, ofrece siempre el mismo resultado, definido y ordenado y su estructura se expresa en la secuencia: Entrada - Proceso - Salida.

Cuando hablamos de inteligencia estamos hablando de asociación. No estamos hablando de elegir opciones preestablecidas, algoritmos, si no de generar opciones nuevas, inventar opciones inexistentes, crear alternativas. Eso es imposible para un algoritmo que repite una misma secuencia de órdenes para lograr siempre el mismo resultado. Pero la combinación de esos algoritmos sí puede posibilitar esa creación y eso es lo que hacen las Redes Neuronales Artificiales

## **Las Redes Neuronales, Machine Learning**

Las redes neuronales artificiales (RNA) son las verdaderas plataformas de IA. Su estructura imita a nuestro funcionamiento cerebral y la metáfora de neuronas (nodos) es perfectamente aplicable. Estos nodos (neuronas) están conectados entre sí a través de unos enlaces que hacen interactuar algoritmos para resolver tareas más complejas en los términos más económicos, recoger datos de esas acciones, procesarlos y tomar decisiones en función de esa interacción gracias a un proceso de aprendizaje conocido como *Machine Learning*.

El *Machine Learning* se basa en el conjunto de algoritmos de aprendizaje que hacen posible la optimización permanente de estas redes neuronales. Toda red está constituida, por una neurona de inicio donde se introduce un cierto valor, y con ese dato, las neuronas van interactuando con otras neuronas de la red y, en cada una de ellas, este valor se irá transformando hasta llegar a la capa de salida.

Para que llegue a un resultado concreto, los nodos se calibran y recalibran autónomamente, (en las redes neuronales más complejas, hablamos de miles de millones de nodos) y los resultados obtenidos en un proceso no se obtendrán repitiendo los procesos. No se pueden controlar las conexiones que la RNA considere necesarias y óptimas para llegar a un resultado. Este camino no es el mismo que la RNA va a tomar para resolver el mismo problema la próxima vez, porque ese es la razón de ser del *Machine Learning*, y, en todos los casos, ese camino es invisible para todos.

La IA opera en un sistema de caja negra. Ni los ingenieros ni el programador puede saber como es el proceso ni como será el próximos. Eso lo va a hacer la red neuronal autónomamente. De ahí su autonomía, sólo podemos conocer la capa de entrada y la de salida, el input y el output, pero nada más. El proceso en que una red neuronal va registrando

la mejor asociación para producir resultados optimizados, de manera más rápida, de forma más corta, menos aleatoria, es decir, más económica, más ajustada a los valores de ahorro de recursos, se llama *Machine Learning* y tiene tres variantes que hemos explicado en anteriores trabajos, pero sí vamos a aclarar que ese proceso se verifica siempre, aunque no requiramos una respuesta, aunque no pidamos nada, la red neuronal buscará patrones para cuando lo necesite, esto quiere decir que, mientras la red neuronal reciba datos, estos datos se procesarán, ese *Machine Learning* se llama “no supervisado” y generará patrones para cuando sean necesarios. Para ser más claros, nuestro celular está permanentemente alimentando a las redes neuronales que contiene con datos de nuestra inercia que serán procesados para nuestro ¿beneficio...?

La cuantificación de nuestro mundo es el proyecto del neoliberalismo y lo está llevando a cabo sin que le opongamos ninguna resistencia. Lo que tenemos que evitar es que la falta de resistencia sea debida a la falta de conocimiento, a la ignorancia o a la desidia, porque eso sería un comportamiento inexcusable para quienes asumimos responsabilidades académicas.

Sin darnos cuenta, de manera natural, interactuamos permanentemente con esta tecnología. Todo el tiempo estamos proveyendo datos a las redes neuronales de Netflix, Amazon, Youtube, Google, Apple, Tienda Mía, Mercado Libre, Wish, Alí Babá, y la mayoría del software que descargamos, los asistentes personales con los que interactuamos como Siri, Alexa, Google y en cada interacción estamos entrenando el aprendizaje de un sistema que va incorporando datos de nosotros de manera permanente. Toda nuestra actividad enriquece ese conocimiento, optimizando su funcionamiento lo que nos hace cada vez más dependientes.

Otra forma de IA con la que interactuamos es la que maneja en segundo plano muchos de nuestros programas, como el ya mencionado correo, pero lo mismo están haciendo la mayoría de los programas más personales como los sistemas de agenda, que asumen la repetición como cotidiana y aprenden de nuestra rutina y se nos adelantan. Asumimos eficiencia cuando lo hacen y falta de ella cuando no lo hacen. La narrativa publicitaria de estos programas les agregó el adjetivo “*smart*” y hoy esa “inteligencia” no es otra cosa que un *machine learning* con resultados invasivos con un relato tranquilizador que nos ayude a consumir sin problemas. Lo que Han llama el “panóptico digital” (Han: 2016- Pag13) es exactamente eso, un dispositivo que permite conocer nuestra ubicación en tiempo real, nuestra información bancaria, historia clínica y todos los datos de nuestra vida de forma transparente para el mercado. Hoy el mercado sabe más de nosotros que nosotros mismos y no tenemos un estado que nos proteja porque hemos sido nosotros mismos quienes hemos adelgazado su importancia y su peso político.

Ese solo hecho explica por qué hoy la inteligencia es artificial.

## **Los avances en el Procesamiento del Lenguaje Natural (PNL)**

El Procesamiento del Lenguaje Natural (PNL) es un campo de la IA y de la Lingüística, un punto de encuentro que durante mucho tiempo fue una ilusión de la informática y que por fin se transformó en una realidad en este siglo y se logró generar la interfaz necesaria para permitir la interacción entre las computadoras y el lenguaje humano. Un proceso inteligente de tratamiento del lenguaje que permite la interacción de las máquinas con diferentes dispositivos, incluidos nosotros, utilizando al lenguaje como interfaz de comunicación.

El lenguaje natural es una de las variables más difíciles de manejar para la informática. La sintaxis y la ortografía tienen una estructura pero, al ser un producto cultural en constante evolución la cantidad de modismos, particularidades, jergas y los modos de comunicarnos, evolución hacen que esta sea la variable más difícil de articular para la informática.

La informática sólo puede trabajar con datos.

El proceso de transformación de la palabra en dato fue un proceso de evolución tanto de la informática como de la lingüística que debería ser estudiado con mucha profundidad por las humanidades, ya que de esa manera se entenderían muchas cosas que hoy resultan opacas de esta tecnología pero, sobre todo, el proceso que logró una convergencia cualitativa-cuantitativa, que no deberíamos soslayar, no la deberíamos regalar a la informática que nos puede valorarla en toda su dimensión. Hoy la IA puede procesar sentido y eso es un avance muy significativo que, por no estar atentos al proceso, tampoco podemos evaluar en toda su dimensión.

Esa autoexclusión del proceso de generación de este conocimiento tiene consecuencias que recién se están asomando y una de las que se ven venir en ese horizonte asusta por su envergadura y es la eliminación del sujeto en el proceso comunicacional.

El *Word Embedding*, así se llama la tecnología de la que hablamos, significó un salto cualitativo tan enorme que se puede poner a la altura de los grandes hitos de la humanidad, como la invención del papel, la tinta o la impresión en offset.

Se trata de una operación de “semántica distribucional” que categoriza las semejanzas que hay entre palabras y familia de palabras mediante la tecnología de *Machine Learning* No supervisada que hace de la palabra un vector que permite vincularla con otras palabras. El PCA (siglas en inglés de Análisis de componente principal) como *T-Distributed Stochastic Neighbour Embedding (T-SNE)* se utilizan como una “sintonía fina” para ir reduciendo la dimensión del espacio vectorial entre palabras y hacer visible el encaje de palabras en segmentos o *clusters*. Es esta la tecnología que hay detrás de la generación de sentido en IA y, aunque así descripta parece simple, hay detrás de ella un desarrollo y una sofisticación tan importante que no logramos dimensionar, pero que da lugar a la posibilidad de entrenar a un software con programas que consisten en “conversaciones” con un software para construir modelos de lenguaje y también mediante *inputs* con información de la web. Esto genera Modelos de lenguaje que pueden predecir cuál palabra es la que continúa en una cadena de texto en función de las palabras precedentes y pueden procesar y generar sentido. La tecnología del Word Embedding generó esa posibilidad y los pasos sucesivos permiten el avance en progresión exponencial. Eso generó una apertura parcial de esta tecnología a desarrollos privados que permitan afinar estos modelos de lenguaje para generar precisión en diferentes temas generando lo que se conoce como transferencia de conocimiento, o sea la posibilidad de tomar de Google o de otras fuentes un modelo de lenguaje y entrenarla para lo que necesitamos en nuestro sistema en un proceso que se conoce como *Fine Tuning* para luego compartir un modelo de lenguaje nuevo, afinado en un tema específico. En sólo 5 años el desarrollo de lo que conocemos como *Generative Pre-Trained Transformed (GPT)* ha revolucionado la IA. Y es esta sintonía fina lo que se está haciendo con el Chat GPT a escala 1 en 1, a nivel mundial y en todos los idiomas.

## **El GPT-3 interpreta al pixel**

La interpretación que hace el GPT-3 sobre las unidades discretas de construcción de imágenes permite la búsqueda de patrones e interpretación de imágenes. La descomposición de la imágenes y la interpretación morfológica del pixel que comenzó en el GPT-3 pero que su desarrollo dio lugar al GPT-3.5 avanzó tanto en la construcción de imágenes que acabó con el paradigma que rezaba que no se podía mejorar las capturas y hoy podemos ver en youtube la primera filmación de los hermanos Lumiere, el famoso tren llegando a la estación de París a 60 cuadros por segundo y a 4K de resolución gracias a la interpolación de pixeles que realizó una IA.

Esta tecnología ya tiene su versión comercial y está disponible en todas las tiendas de apps y se ofrece en los softwares de tratamiento de imágenes como Photoshop de manera standard para cualquier usuario de cualquier plataforma.

El salto de manejo de imágenes o, mejor dicho, de incorporación de imágenes como dato se da en este año con la nueva etapa de GPT, el GPT-4.

## Qué es el GPT-4?

El 14 de Marzo de 2023, Open AI lanzó la versión 4 de su Generative Pre-Trained Transformer. Esta compañía ya había lanzado su primera versión en 2018 que fue evolucionando hasta la 3.5 de 2022 y la versión 2 de su generador de imágenes Dall-E, siempre mejorando sobre todo cuantitativamente en la cantidad de parámetros de entrada con los que eran entrenados. Mientras que el primer GPT fue alimentado con unos 117 Millones de parámetros, unos 40 gb de datos de la web de Reddit ya la versión siguiente, el GPT-2 fue de 1,5 Mil Millones y el GPT-3 siguiente de 175 Mil Millones de parámetros. Esta de la que hablamos está alimentada por unos 100 Billones de parámetros, unas 600 veces más. También en el terreno de lo cuantitativo mejora sustancialmente su capacidad de Tolken. Los Tolken son la cantidad de palabras que pueden procesar. 1.000 Tolken son unas 750 palabras. Mientras que el GPT-3.5 puede absorber 4096 tokens, el GPT-4 puede procesar 8192 tokens, unas 6144 palabras a la vez.

Pero el verdadero salto es cualitativo. El GPT-4 no sólo admite texto como entrada, también admite imágenes. En primer lugar, admitir un input multimodal significa aumentar la versatilidad de manera sustancial, pero vista del lado del procesamiento, es un salto de complejidad enorme porque significa que iguala el procesamiento de imágenes y palabras, que se llegó a unificar a nivel datos, la naturaleza de una imagen y una palabra y que para una red neuronal ya no existe la diferencia entre los datos de una imagen y los de una palabra.

Difícilmente hoy sepamos dimensionar el alcance de este logro. Pero el nivel de abstracción digital que hemos alcanzado va a permitir outputs que harán que Black Mirror parezca un infomercial para jubilados.

La cantidad de parámetros es, de por sí una característica importante. Marca la diferencia entre los NPL (Procesamiento de Lenguaje Natural) con los LLM (*Large Language Models*) o grandes modelos de lenguaje. El NPL es más bien una interfaz de comunicación entre máquinas y humanos. Para llegar a este nivel de desarrollo debimos pasar por diferentes estadios de entrenamiento que tomaron la forma de modas o desafíos virales con los que fuimos poniendo a punto estas tecnologías hasta que hoy tenemos un micrófono en los controles remotos de nuestros TVs para darles órdenes a través de PNL. Hoy todo lo que tenga que ver con la IA se programa a través de esta tecnología, de manera que, cuando imaginamos a un grupo de programadores desarrollando su tarea, deberíamos imaginar un grupo de personas hablando a sus terminales con su diadema y en lenguaje natural.

La diferencia con los LLM es la cantidad de inputs que puede procesar. Estamos hablando de redes neuronales de millones de capas, alimentadas con miles de millones de datos que pueden realizar lo que se denomina *Deep Learning*, un *Machine Learning* progresivo capaz de encontrar patrones que relacionen palabras, oraciones y ahora, imágenes en el mismo proceso y con esa información se pueden generar textos, imágenes, música, códigos de programación, análisis de opiniones, traducción de textos y todo lo que podemos hacer los humanos con esa información sin que se puede distinguir si fue realizada por una IA o por un humano. Actualmente hay profundos avances y entrenamientos específicos en el análisis de sentimientos.

Cuando hablamos de GPT-4 hablamos de LLM y actualmente las empresas más importantes en materia de IA están desarrollando esta tecnología. Open AI es la que picó en punta y lidera el rubro a través del software de Google "Transformer", hay que decir que éste es un software *open source* colaborativo que se robustece exponencialmente con cada intervención y es el fundamento de un crecimiento tan acelerado. También existen BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers) de Google y RoBERTa (Robustly Optimized BERT approach) de Facebook AI Research, todavía en proceso de construcción y puesta a punto para el usuario final, y los populares ChatGPT y a Bing Chat basados en GPT-4 que están en el mercado y son de uso público, para *Machine Learning* masivo a escala mundial.

El lenguaje, la posibilidad del manejo de lo simbólico siempre fue un privilegio de los seres humanos. El lenguaje y los distintos lenguajes como el musical, el lógico, etc., fueron escalones de nuestra evolución en el planeta, nuestro rastro evolutivo como especie dominante y es eso lo que estamos resignando, es eso lo que estamos entregando en manos de las

máquinas. Y lo estamos haciendo con una displiscencia, con una desidia tan escandalosa que indigna.

Hasta ahora, los avances en materia tecnológica eran supletorios de las capacidades humanas, ampliaban nuestras capacidades más allá de lo que naturalmente nos había sido otorgado, pero en el caso de la IA lo que vemos es que viene a reemplazar nuestras habilidades cognitivas y a hacer cosas por nosotros.

Viene a ocupar nuestro lugar como especie.

A partir de esta realidad, creo que tenemos que empezar a discutir determinadas premisas.

Tenemos que comenzar a preguntarnos que va a suceder cuando la generación de contenidos quede en manos de una IA y el sujeto quede afuera del proceso de comunicación.

¿Estamos asistiendo a la eliminación del sujeto en el proceso de comunicación?

¿Las empresas de comunicación neoliberales prescindirán del molesto sujeto?

¿Generarán contenidos personalizados en función de los datos obtenidos con una microsegmentación quirúrgica sin ninguna barrera ética en función de una IA?

¿Estamos asistiendo al proceso en que el neoliberalismo toma el control absoluto de las comunicaciones?

Si bien entendemos la dificultad del objeto de estudio en estas latitudes, también entendemos la urgencia de conocer las herramientas con las que van a dominarnos.

La velocidad con la que avanzan estas herramientas nos obligan a tomar una actitud más activa en defensa misma de nuestro objeto de conocimiento so pena de quedarnos fuera de agenda y sin nada que aportar, cuando se trata solamente de conocimiento, que es lo que nosotros hacemos.

## Bibliografía

- Durand, Cédric (2021) *Tecnofeudalismo. Crítica de la economía digital*. Bs. As. La Cebra
- Han, Byung-Chul (2016) *Psicopolítica*. Barcelona. Herder
- (2021) *No-Cosas*. Bs. As. Taurus
- (2022) *Infocracia*. Bs. As. Taurus
- Harvey, David (2015) *Breve historia del neoliberalismo*. Bs. As. Akal
- Rouhiainen, Lasse (2018) *Inteligencia Artificial*. Bs. As: Alienta Editorial
- Sadin, Éric (2020) *La inteligencia artificial o el desafío del siglo*. Bs. As: Caja Negra
- Silva Molina, Fabián, (2022) *La generación de contenidos por IA y sus consecuencias en la comunicación. Actas REDCOM XXIV*
- Srnicek, Nick (2018) *Capitalismo de plataformas*. Bs. As: Caja Negra
- Vivas, Fredi (2021) *¿Cómo piensan las máquinas?* Bs. As: Galerna
- Webb, Amy (2021) *Nueve gigantes*. Bs. As: Paidós

# Movilidades mediatizadas: desde los Geomedia Studies hasta la Datificación y la Mediatización Profunda

Jorge Gobbi

jorgegobbi@gmail.com

**Universidad de Buenos Aires**

En 1995, John B. Thompson definió una serie de tipos de interacción que operaban en la relación entre la vida cotidiana y los medios. Durante la mayor parte de la historia de la Humanidad la interacción siempre había sido cara a cara, pero el desarrollo técnico había traído consigo otras maneras de interactuar y relacionarse con los demás y con las audiencias. La interacción social ahora podía ser separada del espacio físico, y eso requería de nuevos marcos conceptuales.

Thompson define tres tipos de interacción a la hora de trabajar las relaciones entre la vida cotidiana y con los medios. Ellas son la interacción cara a cara; la interacción mediática, que implica el uso de medios técnicos para transmitir contenidos a individuos que se encuentran distantes y sin copresencia, como por ejemplo el teléfono; y la casi interacción mediática, donde la producción de formas simbólicas apunta a un número indefinido de receptores potenciales, lo que se corresponde con la forma tradicional de los medios masivos de comunicación. Ésta última forma, en el planteo de 1995 de Thompson, se destaca por su carácter monológico, mientras las primeras son dialógicas.

En una época donde Internet aún no era demasiado relevante para la mayor parte de las personas, Thompson aclaraba que su propuesta teórica no podían pensarse como la única posible, ya que no podía excluir “la posibilidad de que pudieran crearse nuevos tipos de interacciones” a partir del “desarrollo de nuevas tecnologías de la comunicación que tengan en cuenta un mayor grado de respuestas procedentes de los receptores” (Thompson, 1995: 121).

Y efectivamente el desarrollo de Internet, algunos años después, trajo esa posibilidad de mayor capacidad de respuesta por parte de los usuarios. Ni la interacción mediática ni la casi mediática se ajustaba a la actualidad de las plataformas digitales. Por ello Thompson (2018) sumó un nuevo tipo: la interacción mediada en línea, que combina características de los tipos anteriores. Por un lado es dialógica, pero también orientada a una multiplicidad de receptores. Las redes sociales como Facebook, por ejemplo, entran en este tipo. Permiten una relación social continua en el tiempo con personas que no están presentes en ese momento. Y aunque con algunas de ellas interactuamos cara a cara en la vida cotidiana, con otros sólo nos contactamos vía los medios sociales.

Pero las distinciones entre tipos que realiza Thompson enfatizan un punto clave de las tres relaciones mediáticas -la “interacción mediática”, la “casi interacción mediática” y la “interacción mediada en línea”-: implican un cierto recorte de las señales simbólicas que complejizan la comunicación cara a cara, como los gestos y la comunicación no verbal.

Nos encontramos aquí con una serie de problemas del planteo de Thompson. En primer lugar, parte desde una “lógica mediática”; esta se define por fuera de los procesos de la vida cotidiana, a la manera de la tradición institucionalista que señala Hepp (2019). La “orientación a la producción de formas simbólicas destinadas a un número indefinido de receptores” es uno de los ejemplos de esa lógica de los medios. Por otro, es difícil comparar las li-

mitaciones en las señales simbólicas entre los tres tipos de interacciones mediáticas. No todo se limita al muro de Facebook o el timeline de Twitter. Formatos específicos como las videoconferencias pueden contar con restricciones -encuadre, apagado de la cámara y micrófono, etc- pero claramente brindan muchas más señales simbólicas específicas que otros tipos mediáticos.

Frente a ello, una posible salida es explorar las relaciones entre medios e Internet desde el espacio de la vida cotidiana. Antes que partir de una lógica mediática que se define de manera independiente a nuestras prácticas cotidianas, esta alternativa más bien se concentra en cómo damos sentido a los medios desde nuestra existencia diaria.

## **Internet como parte de la vida cotidiana**

Internet es una parte integral de nuestra vida cotidiana. La relevancia de los medios sociales y las herramientas digitales de comunicación es en la actualidad indisociable de nuestra presencia en el espacio físico y las movilidades cotidianas. Hoy los medios se definen por la producción y recolección de datos de los usuarios (Hepp, 2019), lo que incluye una combinación permanente de información extraída de nuestra vida física y digital en la ciudad: desde la producción de contenidos, su consumo, y la comunicación vía mensajeros instantáneos y redes sociales hasta simplemente movernos y realizar distintas actividades físicas.

Esta intersección entre movilidades, datificación y medios es estudiada desde una serie de propuestas teóricas -e, incluso, de nuevos campos de estudio- que buscan analizar las formas de construcción de significados desde la vida cotidiana. En esta ponencia nos concentramos en tres de esas propuestas: los Geomedia Studies (Fast et al, 2018), con un énfasis en las relaciones entre localización y medios; los estudios de Datificación desde los Estudios Culturales (Burgess, 2022), que buscan dar cuenta de las relaciones entre procesos de la vida cotidiana, sentido común y usos de los datos; y la Mediatización Profunda desde los trabajos de Andreas Hepp (2019), donde el mismo concepto de medios se transforma al relacionarse con los nuevos entornos digitales.

Estas propuestas, al ser consideradas en conjunto, pueden complementar distintos aspectos de la relación entre medios, datos y vida cotidiana y refinar propuestas como las de John B. Thompson. Las propuestas de Burgess et al (2022) y de Hepp (2019) sobre mediatización profunda y datos pueden enriquecerse a partir de una aproximación al giro comunicacional de la Geografía, como el caso de los Geomedia Studies. Y plantean una serie de debates que se alejan de las conceptualizaciones de las “lógicas mediáticas”; lo relevante es cómo los medios adquieren sentido al momento de articularse con nuestras prácticas cotidianas.

Nos encontramos con lo que podríamos llamar “Movilidades mediatizadas”. Nuestras prácticas y recorridos en el espacio son parte de un proceso de geomediatización y datificación que requiere una serie de marcos teóricos específicos para poder ser analizadas. Esto implica reformular la noción de “medios”, pero también repensar la idea de que las prácticas comunicacionales cotidianas se encuentran por fuera de los marcos mediáticos.

## **Geomedia Studies o el giro comunicacional de la geografía**

Los Geomedia Studies se presentan como un giro geográfico de los estudios en comunicación, o en un giro comunicacional de la Geografía (Fast et al, 2018). Se trata de un esfuerzo interdisciplinario que se propone estudiar el rol de los medios en organizar y dar sentido a las actividades y procesos que se dan en el espacio físico. Esto implica asumir un proceso de mediatización de la vida cotidiana, que puede ir desde estrategias de individualización y autonomía por parte de los usuarios hasta la dependencia y vigilancia por parte de los medios digitales. Así, la conceptualización amplia del término “Geomedia” se refiere más bien a los procesos de geomediatización; un régimen donde la subjetividad humana, los medios y el espacio / lugar son co-constitutivos uno del otro (Fast y Abend, 2022). Antes que concentrarse en las propiedades o funcionalidades de un set discreto de tecnologías, los estudios de Geomedia descentran a los medios al observar cómo adquieren sentido en prácticas situadas en el espacio.

Para abordar estos procesos de relación entre espacio y medios se trabaja desde cuatro intersecciones.

En primer lugar tenemos la ubicuidad. Los medios hoy están presentes continuamente, sin interrupciones, en nuestra vida cotidiana, tanto en nuestros hogares y lugares de trabajo como cuando estamos en movimiento. Este último punto es clave para comprender la extensión de los procesos de datificación del espacio cotidiano, ya que nuestros traslados producen una enorme variedad de datos que son muy valiosos para empresas y gobiernos. No se trata sólo de nuestros *smartphones*; buena parte de esos datos son producidos por cámaras en las calles y edificios públicos, y por sensores. Conceptos como “Smart City” y sus propuestas de gestión del espacio urbano a partir de la datavigilancia serían imposibles sin esa convergencia de datificación y ubicuidad de los medios digitales.

En segundo lugar tenemos el feedback en tiempo real a través de estas redes digitales. Entre los usuarios de las redes digitales circula una enorme cantidad de información disponible de manera instantánea. Tanto de las incidencias en espacios físicos con herramientas como Google Maps y Waze, por dar dos ejemplos, como en las comunicaciones entre usuarios a través de mensajeros instantáneos y redes sociales.

Tercero, la convergencia entre medios y espacios físicos y sociales, y en donde los procesos más extendidos impactan en los entornos comerciales, institucionales y regulatorios tanto como en las prácticas sociales, políticas y culturales. Esta convergencia deviene en particular en un nuevo régimen de regulación de los espacios urbanos donde la fusión entre medios y prácticas espaciales se da por descontada. La convergencia de medios y espacio puede ser una fuente tanto de empoderamiento y autonomía para los usuarios como de explotación y dependencia por parte de instituciones y empresas.

Y en cuarto lugar tenemos la Ubicación Permanente de los usuarios vía la geolocalización, lo que tiene una serie de consecuencias evidentes en nuestra vida cotidiana. Por ejemplo el de la datavigilancia por parte del Estado y las empresas privadas, o el de la intervigilancia por parte de otros usuarios, pero también la posibilidad de usar determinados servicios que facilitan la interacción entre los usuarios y el espacio urbano, desde Google Maps hasta Uber.

En el caso de los Geomedia Studies, nos encontramos con una amplia acepción de que se puede entender por “medios”, ya que se pueden incluir tecnologías de geolocalización, Realidad Aumentada, contenidos generados por Inteligencia Artificial, etc.

Como marca Wilken (2018), este proceso de relación entre medios y espacio no puede pensarse por fuera de las tecnologías ligadas a la movilidad. El autor lo describe en 3 etapas. La primera, hacia 2005, es la generalización del *mapping*, impulsada sobre todo por Google a través de Maps. Segundo, la popularización del uso de *smartphones* desde 2007, en particular por el lanzamiento del iPhone y la popularización del sistema operativo Android, propiedad de Google. Y tercero, el desarrollo por parte de las grandes empresas tecnológicas de formas de procesamiento masivo de los datos generados por dispositivos y usuarios.

Estas tres etapas de desarrollo tecnológico se combinan con la evolución de los Location-Sensitive Mobile Social Networking (LSMSN), que podríamos traducir como “Redes sociales móviles sensibles a la ubicación”. La primer etapa de las LSMSN están caracterizadas por redes sociales basadas en el check-in realizado por el usuario, más ciertas estrategias de gamificación. Casos muy conocidos de ese momento son Foursquare y Gowalla, por citar sólo dos ejemplos. Una segunda etapa ya incluye una localización pasiva del usuario, orientada a la “búsqueda social” de sitios, con aplicaciones como Glancee y Banjo. Y la tercera etapa, que es la dominante actualmente, son los servicios que capturan datos geolocalizados de manera pasiva, pero que además requieren de los mismos tanto para funcionar para el usuario como para ser viables comercialmente. Uber es un ejemplo bastante evidente de esa tendencia, pero otras grandes compañías como Google y Facebook tienen hace tiempo servicios y aplicaciones que entran dentro de esta categoría. El ejemplo de los LSMSN y sus cambios a lo largo de estas últimas

dos décadas marca la importancia de dar cuenta del contexto histórico en las relaciones entre usuarios y marcos tecnológicos, algo a veces descuidado por focalizar de manera demasiado frecuente los fenómenos más recientes, o por enfatizar presuntas rupturas, antes que continuidades, en el desarrollo técnico.

## Estudios culturales y datificación

Desde los Estudios Culturales británicos, en particular los inspirados en el trabajo de Antonio Gramsci, siempre existió un foco en las prácticas de construcción de sentido en la vida cotidiana, en el marco de la idea de Cultura como las formas de vida de una sociedad dada. Con base en esa tradición, los análisis sobre Datificación proponen un abordaje que vincula los procesos de construcción de sentido en la vida cotidiana con la producción y uso de los datos generados y recolectados por las plataformas digitales (Burgess et al, 2022). Es a través de la cultura como experimentamos colectivamente, damos sentido e impugnamos los procesos de cambio histórico, incluidas las transformaciones como la digitalización.

El abordaje en este caso parte desde los usuarios y las formas en las que nuestra vida cotidiana es cada vez más dependiente del acceso a los datos. De hecho, nuestras actividades y experiencias son rutinariamente convertidas en datos, vía *smartphones*, sensores y cámaras. Y éstos luego son usados para entrenar algoritmos que, por ejemplo, seleccionarán el tipo de contenidos que nos mostrarán diferentes servicios y aplicaciones. Nos encontramos frente a una “datificación de la vida cotidiana”.

Los estudios sobre Datificación proponen estudiar las maneras en que los ciudadanos dan sentido, usan y resisten esa creciente presencia de los datos en sus experiencias diarias. Desde este punto de vista, la datificación expresa la capacidad de “los medios comerciales de capturar los detalles de actividades que alguna vez eludieron las formas sistemáticas de extracción de valor para convertirlas en commodities informacionales” (Burgess et al, 2022). Esta datificación de la vida cotidiana es la manifestación de una tendencia de muy largo plazo; se trata de un espacio que siempre ha sido de interés de las clases dominantes, ya que allí se despliegan finalmente los dispositivos de poder.

Estos cambios se negocian y expresan a través de la comunicación cotidiana y los medios. La cultura de la vida cotidiana se representa, no en abstracto, sino a través de prácticas, espacios y lugares, ya que siempre fue un lugar de lucha política, así como un poderoso sitio de resistencia a la opresión. Los procesos de datificación se integran con estas dinámicas pero presentan una serie de novedades en las estrategias de empoderamiento, control y resistencia. Este paso es habitualmente enmarcado en una trayectoria que va de la mediación a la mediatización. Uno de esos ejemplos es la propuesta de la “Mediatización Profunda” desarrollada por Andreas Hepp (2019). Como señala Krotz (2022), “el enfoque de la mediatización examina el cambio en la vida cotidiana, la cultura y la sociedad en el contexto del cambio mediático”. Los medios mismos son comprendidos, en ese marco, como procesos antes que como instituciones portadoras de lógicas específicas.

## Mediatización profunda

La propuesta de la Mediatización Profunda (Hepp, 2019) propone una reformulación del concepto de “medio” a partir de su papel en la recolección y producción de datos. Los medios saturan y transforman los dominios de la vida cotidiana. Lo hacen a partir de su movilidad -en contraste con su disposición más bien estática algunas décadas atrás- y su multiplicidad de funciones -ya no son sólo medios de comunicación, son generadores y recolectores de datos. Todos los elementos de nuestro mundo social están relacionados con los medios digitales y sus infraestructuras subyacentes

La investigación en mediatización no encara los efectos de los contenidos de los medios individuales. Se interesa más bien con los modos en que la sociedad y las prácticas humanas son transformadas por la habilidad de los medios para moldearlas y darles forma. La pregunta no es “¿Cuáles son los efectos de ciertos contenidos mediáticos?”.

Más bien es “¿Cuáles son las características de un medio y como formatea la comunicación y percepción?”.

Para estudiar la relación entre medios y vida cotidiana, Hepp propone distanciarse de la tradición institucionalista sobre la mediatización surgió de la investigación en comunicación masiva y periodismo, y en donde el papel de los medios era influenciar otras áreas de la cultura y la sociedad, que aparentemente eran externas a ellos. Pero a la vez también busca reformular el abordaje desde la tradición del constructivismo social, para permitir explorar la mediatización desde la perspectiva de la vida cotidiana.

Hepp propone una convergencia de estas dos tradiciones, debido a los cambios en las tecnologías mediáticas. Los medios digitales están entrelazados con cada dominio de las prácticas. Es difícil asumir que los medios son “instituciones semi independientes”, como eran considerados en la tradición institucionalista, pero también es difícil encontrar prácticas cotidianas no pasibles de ser mediatizadas.

Hepp propone lo que llama “fenomenología materialista”: estudia las tecnologías e infraestructuras mediáticas que atraviesan y constituyen la base de las comunicaciones contemporáneas, pero entiende que las preguntas sobre el significado humano y la construcción de sentido son centrales para cualquier análisis de la construcción social. Aunque el proceso involucra tecnologías e infraestructuras, sigue siendo producido por personas, que son quienes le dan significado.

Una de las consecuencias de esta profundización de las relaciones entre medios y vida cotidiana es que prácticas que antes no eran consideradas en relación con los medios hoy se han transformado en prácticas mediáticas.

Para analizar la perspectiva desde las prácticas, Hepp adopta el concepto de “figuraciones” de Norbert Elias. El individuo no es una entidad discreta, con la sociedad a su alrededor. Las figuraciones son formas específicas de interdependencia que ligan unos individuos a otros, y lo que se estudia son las relaciones. El concepto «figuración» se puede aplicar tanto a nivel macro como a nivel microsociales, aunque allí las percepciones de los individuos pueden cambiar. Por ejemplo, entre los integrantes de un grupo (maestros y alumnos, médicos y pacientes, clientes en un bar, niños en una guardería, etc.), las figuraciones son relativamente comprensibles. Pero en el caso de espacios sociales más amplios (una ciudad, una nación, los habitantes de una población, etc.) las figuraciones también existen pero éstas no pueden ser directamente percibidas.

Las figuraciones están basadas en prácticas comunicativas entrelazadas con otras prácticas sociales. Por lo general, se relacionan con un conjunto de medios específico. Las cinco tendencias que Hepp describe como parte de la mediatización profunda -la diferenciación de los medios digitales, su creciente conectividad, su omnipresencia, su acelerado ritmo de innovación y la datificación- son acompañadas por una diversificación de los repertorios mediáticos.

Hepp propone el concepto de “multiplicidad mediática”: los medios digitales solo pueden ser comprendidos en los términos en que se relacionan con otros, pero no a partir de una combinación de diferentes lógicas mediáticas. Hay tres características en esas relaciones. Primero, el “entorno mediático”, que se entiende como el cuerpo completo de medios disponible en determinado momento. Y cada individuo nace en un entorno mediático diferente. Segundo, el conjunto de medios es un subconjunto del entorno mediático, y que responde al uso de los medios dentro de una figuración. Y tercero, el repertorio de medios, que es la selección individual que se hace a partir de la multiplicidad mediática, y que forma parte de las prácticas cotidianas.

Los individuos y sus prácticas no están relacionadas con un único medio sino con un repertorio de ellos. La idea de repertorio permite un acceso simple a la perspectiva individual de la mediatización profunda. Desde la perspectiva del individuo, los repertorios mediáticos se componen de prácticas comunicativas relacionadas con los medios y que las personas utilizan para relacionarse con las figuraciones en las que están involucrados. Desde la perspectiva de estas figuraciones, los conjuntos de medios están caracterizados por las prácticas comunicativas

mediáticas de los actores que intervienen en ellas. Nos apropiamos de los medios en un proceso activo y los integramos productivamente a nuestras vidas cotidianas.

Hepp adopta una “postura intermedia” que reconoce la agencia de los usuarios individuales de los medios tanto como a la opacidad de la datificación. Son “dobles de datos”: nuestras huellas digitales son tanto terreno para el colonialismo de datos como la autorreflexión y agencia individual. Sin embargo, esos “dobles de datos” no sólo son relevantes para las empresas; lo son también para otros usuarios, que llevan a cabo un proceso de “intervigilancia” con respecto a otras personas.

### **Movilidad mediatizadas: cierre en proceso**

Las tres propuestas revisadas aquí coinciden en pensar a los medios a partir de cómo adquieren sentido en las prácticas de la vida cotidiana, y no desde lógicas mediáticas que luego se imponen a los usuarios. A la vez, proponen definiciones amplias de la categoría “medios” que superan largamente la restricción a las plataformas tradicionales de la gráfica y lo audiovisual. Esa variedad se extiende a las plataformas -desde la realidad aumentada al mapping o la geolocalización- hasta sus propósitos -generar datos sobre los usuarios.

Pero uno de los problemas de algunas de las definiciones que analizamos aquí es que suelen tener al menos dos sesgos. La primera, se concentran demasiado en una definición bastante restrictiva de lo tecnológico, establecida a partir de la relación entre software, hardware y usuarios. Si lo relevante es analizar cuáles son los sentidos construidos sobre los medios en las prácticas cotidianas, llama la atención que muchas de las relaciones se establezcan desde los cambios dados en marcos tecnológicos restringidos. El segundo sesgo es una omnipresente focalización en el presente y eventualmente en algunas consecuencias futuras, lo que implica una pérdida de relevancia de los cambios históricos, que permitirían pensar los procesos de continuidad sin hacer tanto énfasis en las potenciales rupturas.

Nos encontramos de todos modos con propuestas complementarias y que pueden sumar elementos unas a otras. El foco en el territorio y el espacio de los Estudios en Geomedia agrega nuevas dimensiones a los análisis sobre mediatización y datificación que se proponen desde los Estudios Culturales y la Mediatización Profunda. Y desde los Estudios Culturales se focaliza la relación entre vida cotidiana, datos y construcción de relaciones de poder, lo que configura una propuesta más definida de análisis.

En ese marco trasdisciplinario, es de esperarse la integración de conceptos que provienen desde otras tradiciones teóricas. En primer lugar, los Estudios sobre Movilidades, que ya llevan dos décadas analizando las relaciones entre movilidades, poder e instituciones, y el espacio como un contenedor de prácticas. Y segundo, los Estudios sobre la Construcción Social de la Tecnología (SCOT, por sus siglas en inglés), que brinda marcos conceptuales más precisos a la hora de complejizar la relación entre marcos tecnológicos y usuarios.

### **Bibliografía**

**Burgess, Jean; Kath Albury; Anthony McCosker y Rowan Wilken** (2022) *Everyday Data Cultures*. Cambridge, Polity.

**Fast, Karin; André Jansson; Johan Lindell; Linda Ryan Bengtsson y Mekonnen Tesfahuney** (eds.) (2018) “Introduction to Geomedia Studies”. En *Geomedia Studies. Spaces and Mobilities in Mediatized Worlds*. Nueva York, Routledge.

**Fast, Karin y Pablo Abend** (2022) “Introduction to Geomedia Histories”. En *New Media & Society*, vol.24 num.11.

**Hepp, Andreas** (2019) *Deep Mediatization*. Londres, Routledge.

**Krotz, Friedrich** (2022) “Mediatización: un concepto de investigación”. En *deSignis* 37. *Mediatizaciones* (julio-diciembre).

**Thompson, John** (2020) “Mediated Interaction in the Digital Age”. En *Theory, Culture & Society*, vol.37, num 1, enero 2020.

**Thompson, John** (1995) *Los media y la modernidad*. Buenos Aires, Paidós, 1998.

**Wilken, Rowan** (2018) “The necessity of Geomedia: Understanding the Significance of Location-Based Services and Data-Driven Performances”. En Karin Fast; André Jansson; Johan Lindell; Linda Ryan Bengtsson y Mekonnen Tesfahuney (eds.) (2018) *Geomedia Studies. Spaces and Mobilities in Mediatized Worlds*. Nueva York, Routledge.

# Recorre tu propia aventura: una narrativa sonora geolocalizada

Brenda Belén Bruselario

brenbruselario@hotmail.com

Charo Quiroga

**UNER**

Asistimos a un contexto de convergencia tecnológica y multimedial en el que todos los medios tradicionales son accesibles desde una misma pantalla. La computadora personal dejó de ser una mera herramienta de trabajo para participar también en otros ámbitos de lo cotidiano. Más tarde, el teléfono móvil pasó de cumplir funciones exclusivamente comunicativas a intervenir en prácticamente todos los aspectos de nuestras vidas. Podemos decir que en muy pocos años y, sobre todo con la conectividad a internet, los smartphones se han vuelto casi imprescindibles en ámbitos laborales, económicos, educativos, recreativos e incluso vinculares y afectivos. Las esferas de la vida cotidiana en la que no tienen ningún tipo de injerencia se han vuelto minoría.

Este escenario ha hecho posible que la radio, la televisión, el cine y los periódicos sean accesibles desde un mismo dispositivo. Esta convivencia de los medios tradicionales en y con las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) ha abierto un abanico de posibilidades y desafíos en los modos de comunicar y expresarse artísticamente.

Hernán Riso Patrón retoma a Sebastián Ackerman para pensar los medios clásicos en convivencia con las plataformas digitales. Ackerman (s.f. como se citó en Riso Patrón, 2016, p. 188) plantea que “los medios son aquellos que ya han desarrollado un lenguaje propio”. En lo que respecta a la radio, en su relación con las nuevas TICs, la distinción entre medio y lenguaje resulta clave pues, en el panorama actual de convergencia, ya no hablamos de medio radiofónico sino de lenguaje. En este sentido, Ricardo Hays (2016, como se citó en Riso Patrón, 2016, p. 188) habla de una radio que “va perdiendo su corporalidad para ramificarse en la forma de su lenguaje”. Son múltiples las oportunidades narrativas que se presentan a partir del uso del lenguaje radiofónico en los nuevos escenarios habilitados por las TICs.

Esta ponencia busca compartir la experiencia y los desafíos que surgieron en nuestro proyecto de prácticas curriculares<sup>1</sup> de la Licenciatura en Comunicación Social. En dicho trabajo nos propusimos producir una narrativa radiofónica geolocalizada e interactiva, con el objetivo de experimentar con las potencialidades del lenguaje sonoro a partir de la adaptación de una obra literaria al lenguaje radiofónico.

El proyecto se basó en la adaptación del libro *¿Quién mató a H. Thrombey?* de Edward Packard, de la colección *Elige tu Propia Aventura*, a una narrativa locativa sonora. Nos referimos a una producción anclada a lugares físicos, que interactúa con estos y que requiere que se transite por ellos para seguir avanzando con la historia. Es decir, la narración se construye y desarrolla a partir de su vínculo con los espacios geográficos. Nos interesó explorar cómo se conjuga una narrativa sonora con el sitio desde el cual es escuchada, qué sentidos se reconfiguran cuando el oyente

---

<sup>1</sup> Nos referimos, como se indica en el Reglamento de Prácticas Curriculares de nuestra casa de estudios, “a la actividad de inserción en una realidad de trabajo-aprendizaje concreta desarrollada por el alumno en un centro de práctica, ocupando un puesto de cierta responsabilidad, bajo supervisión” (Resolución “C.D.” 408/10, Facultad de Ciencias de la Educación UNER, p. 5).

es protagonista, toma decisiones y su presencia corporal forma parte de la narración.

Decidimos adaptar un libro de la colección *Elige tu Propia Aventura* ya que buscábamos generar una experiencia en la que el usuario pueda tomar decisiones que determinen su recorrido, y estos libros son un ejemplo clásico de la interacción de un lector con una historia. Particularmente seleccionamos *¿Quién mató a H. Thrombey?* porque, de toda la colección, creemos es el que más fácilmente se puede adaptar a la ciudad de Paraná, Entre Ríos, donde residimos. Los escenarios de la historia, sus personajes y la trama bien podrían existir aquí, ya que no tiene marcas geográficas de una localidad en particular y puede dialogar con espacios comunes a cualquier ciudad (una casa, una comisaría, una plaza o la calle).

### **Let me whisper in ya ear**

Como mencionamos anteriormente, en el nuevo ecosistema multimedial y convergente, conviven en un mismo dispositivo diferentes lenguajes —audiovisual, gráfico, escrito, entre otros—. Optamos por el radiofónico debido a su potencial narrativo y expresivo, pues entendemos que el sonido favorece una mayor inmersión<sup>2</sup> en el relato, ya que el oyente se introduce en la atmósfera sonora de la historia al mismo tiempo que recibe estímulos visuales del entorno real (Boj y Díaz, 2013).

El sentido del oído comienza a desarrollarse desde que estamos en el vientre materno. Rojas Figueroa, Jiménez, Méndez Miranda y Lugo Martínez (2021) explican que:

*El desarrollo de la función auditiva es fundamental para comunicarnos con otros individuos, desarrollar el lenguaje y relacionarnos con el ambiente. Además, desde la etapa intrauterina el desarrollo del oído juega un papel muy importante en la estimulación temprana del sistema nervioso central (SNC) del feto, el cual es capaz de percibir vibraciones rudimentarias que estimulan sus neuronas y corteza cerebral. (p. 1)*

Hacia la semana 25 de gestación el oído ya es funcional, siendo el primer sentido en detectar estímulos. Esto significa que comenzamos a conocer el mundo exterior desde antes de nacer. Desde pequeños, creamos una biblioteca de efectos sonoros, cada uno con sus respectivos significados, que nos acompañan toda la vida. Cada vez que detectamos un sonido, nuestro cerebro nos devuelve una memoria y una emoción asociada al mismo. José Ignacio López Vigil (1997) se ha atrevido a asegurar que el oído es el sentido de la intimidad. Nuestros oídos sienten, el cerebro traduce sonidos a sentimientos.

Casi un siglo atrás, asistiendo al nacimiento de la radiodifusión, Bertolt Brecht escribía una serie de sugerencias en donde planteaba cómo creía que debería ser la radio. Allí, sostenía que “por más que el ver quede eliminado, esto no quiere decir que no se vea nada, sino precisamente que se ve tan bien que se ven una infinidad de cosas, tantas «como se quiera»” (Brecht, 1981, p. 53). En el mismo sentido, Orson Welles la apodó la pantalla más grande del mundo. Lo que lleva a estos autores a hablar de la radio en estos términos, es una de sus más distintivas particularidades: la capacidad de estimular la imaginación de quien la escucha, la habilidad de transformar un estudio en una casa de familia con muchos problemas, una persecución a caballo o un campo de batalla contra alienígenas. La imaginación no tiene restricciones de tiempo ni espacio, para estimularla tenemos que ir en busca de aquellas imágenes auditivas de las que habla López Vigil (1997).

En nuestro proyecto de prácticas curriculares utilizamos el lenguaje radiofónico, haciendo uso de los cuatro elementos que lo componen: música, efectos sonoros, palabra y silencio. Además, fue necesario tener en cuenta las limitaciones de la radio y aprovechar al máximo sus potencialidades (Kaplún, 1999). Hicimos uso del poder de su gestión, que es la capacidad de estimular la imaginación y crear imágenes auditivas. También apelamos a una co-

<sup>2</sup> “Condiciones necesarias en una narración que favorecen en un individuo la pérdida de noción de la realidad física inmediata, y simultáneamente, una focalización de la atención en el relato y en la realidad que describe el mismo” (Green y Brock, 2002, como se citó en Riso Patrón, 2013, p. 198).

municación afectiva con el objetivo de generar distintas emociones en los oyentes. Por otro lado, la empatía y la relación de identificación nos sirvieron a la hora de adaptar el guion, ya que se trata de una obra literaria escrita y ambientada en Estados Unidos durante la década de 1980.

Es innegable que a lo largo de estos 100 años la radio y nuestros modos de escucharla se han ido modificando debido a cambios tecnológicos y culturales. Hoy en día, las producciones enlatadas ocupan un lugar importante en el mundo de lo sonoro. Entendemos que la adaptación del libro bien podría hacerse en formato podcast pero optamos por la geolocalización, ya que las narraciones locativas “ofrecen un contexto rico para la exploración de nuevas formas narrativas y de interacción relacionadas con el espacio público y la ciudad. Al mismo tiempo esta forma de narrar historias involucra más profundamente a la audiencia” (Boj y Díaz, 2013, p. 134). Risso Patrón (2016), refiriéndose a las relaciones que propician este tipo de producciones, sostiene que las mismas se producen en el plano de lo simbólico pero también en lo físico y lo tangible. A partir de esto, “los lugares dejan de ser sólo espacios físicos para nutrirse de emociones y vivencias” (Moore, 2003; 2007, como se citó en Risso Patrón, 2016, p. 193). Es decir, el oyente establece nuevas relaciones y nuevas capas de significación con el entorno, transformando el espacio en lugar, a partir de lo que Isobel Anderson denomina escucha productiva (Risso Patrón, 2016).

### **Walking on the moon**

En el contexto hispanohablante hay distintas maneras de llamar a este tipo de narraciones, tales como narrativas locativas, narraciones locativas o narrativas espaciales. Clara Boj y Diego Díaz (2013) utilizan esta última expresión para referirse a:

Todas aquellas prácticas en las que se desarrolla una historia a partir de los vínculos reales con el espacio físico, es decir, el relato se construye y se desarrolla en relación a lugares físicos por los que tenemos que transitar para poder acceder a las distintas partes de la historia. (p. 133)

Boj y Díaz (2013) explican que las narrativas que interactúan de manera directa con la ciudad y el espacio público tienen larga trayectoria dentro de la historia del arte. Los autores sitúan los orígenes de estas relaciones en el siglo XIX, con la aparición de la figura del flâneur. También podemos encontrar otras experiencias, como las de los surrealistas en el siglo XX y el colectivo de los situacionistas en los años 60 (y otros artistas que posteriormente han recogido sus ideas y prácticas). Ninguno de estos antecedentes puede considerarse el inicio de las narraciones locativas pero son piezas fundamentales en la historia de las mismas. También es importante mencionar la creación de audioguías en los museos a mediados del siglo pasado, dentro de la historiografía de las narrativas espaciales. Particularmente en el campo del arte, Janet Cardiff es considerada como la artista precursora del location based storytelling. Ya en los años 90, Cardiff construyó audio-paseos con ficciones sonoras pensadas para ser escuchadas durante recorridos realizados por los espectadores de sus exposiciones.

Es así que han existido experiencias de narraciones locativas incluso antes de que la tecnología GPS sea incorporada a los dispositivos móviles. Pero es “a partir de la popularización de los teléfonos móviles inteligentes que incorporan tecnologías de geo-localización cuando se desarrollan de una manera más intensa y variada dando paso a un territorio creativo con entidad y denominación propia” (Boj y Díaz, 2013, p. 133). En este sentido, Boj y Díaz se refieren a “aquellas tecnologías de la comunicación [...] que proporcionan un vínculo o información incrustada en un lugar físico concreto mediante dispositivos de tipo GPS, teléfonos móviles, PDA así como ordenadores portátiles o redes inalámbricas” (San Cornelio, 2008, como se citó en Boj y Díaz, 2013, p. 131), conceptualizándolas bajo el término medios locativos. Es decir, las narrativas espaciales ya existían previo al desarrollo de los medios locativos, pero es a partir de la masificación y la estandarización de los mismos que se diversifican y amplían sus posibilidades de producción.

### ¿Quién mató a Horacio García Martínez?<sup>3</sup>

Para llevar a cabo el proyecto, definimos una serie de tareas a realizar. En primer lugar, fue necesario hacer un diagrama de las diferentes rutas posibles del libro ¿Quién mató a H. Thrombey?

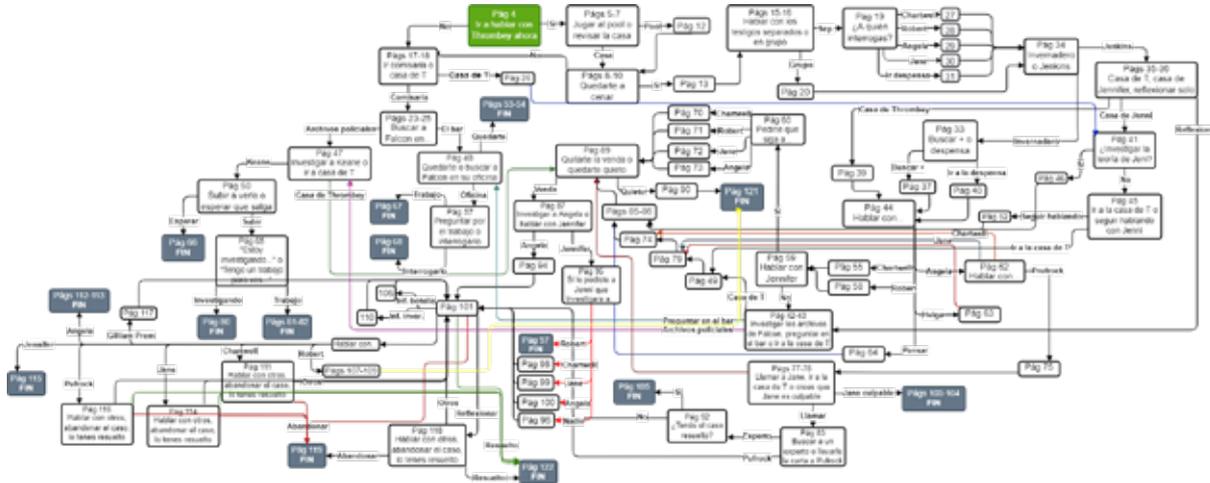


Figura 1. Fuente: Producción propia.

La Figura 1 corresponde al primer diagrama de la historia completa en versión digital, realizado con la página Diagrams.net. El rectángulo verde indica el comienzo de la historia, los rectángulos blancos remiten a puntos de la narración en los que se debe tomar una decisión y los azules son los distintos finales. Luego de visualizar e identificar las distintas rutas posibles de la narrativa, fue necesario seleccionar las partes del libro que serían adaptadas y geolocalizadas. Sabíamos que no podríamos adaptar el libro en su totalidad debido a la duración de la práctica curricular (6 meses del calendario académico) y, sobre todo, por las limitaciones del espacio físico en el que podría desarrollarse la historia.

Decidimos prescindir de las escenas, finales y personajes que se alejan de los hechos centrales. Luego se acortaron las decisiones que el oyente puede tomar, más de la mitad fueron eliminadas y otras se unieron en una sola para reducir el número de puntos geográficos específicos a utilizar. Así fue que llegamos a la versión definitiva del diagrama que luego adaptaríamos (Figura 2). Como se puede observar, hay una gran cantidad de caminos y decisiones que se descartaron. La historia original tiene 14 finales posibles y, en nuestra adaptación, sólo hay 6.

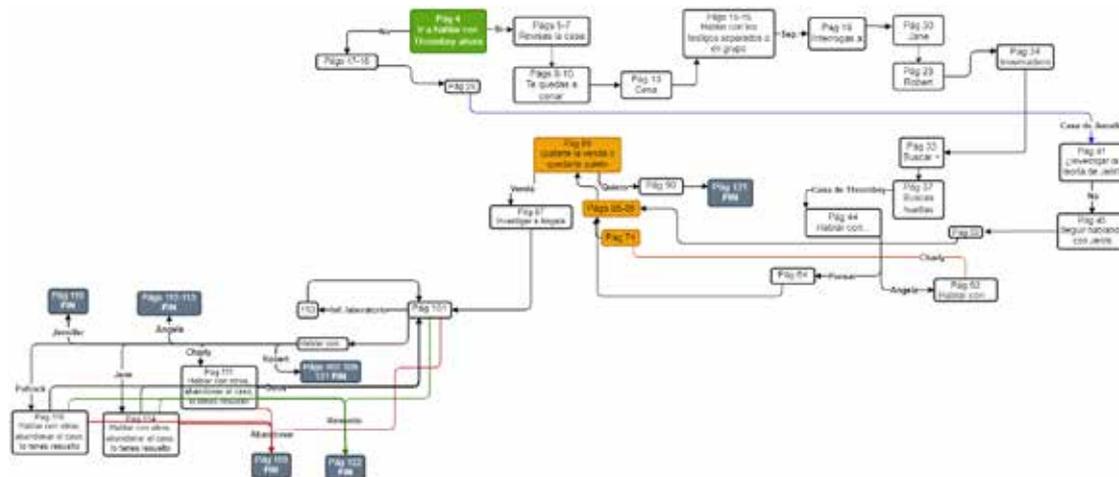


Figura 2. Fuente: Producción propia.

3 En el proceso de adaptación cambiamos los nombres de los personajes. En nuestra narrativa, H. Thrombey se llama Horacio García Martínez.

El paso siguiente fue definir el espacio físico en donde transcurriría la narrativa. Había muchos aspectos a tener en cuenta a la hora de realizar esta tarea. El primero era que el lugar se asemeje a una casa, ya que gran parte de la historia se desarrolla en el hogar de H. Thrombey, la víctima del crimen. Algunas de las opciones que se barajaron fueron: la Casa de la Cultura de Entre Ríos, el Centro Cultural y de Convenciones La Vieja Usina, la Escuela N°1 “del Centenario” y nuestra casa de estudios, la Facultad de Ciencias de la Educación (FCEdu) de la UNER. Otro punto clave a tener en cuenta era el acceso al lugar. Al tratarse de instituciones tanto culturales como educativas iba a ser necesario pedir permiso para montar el proyecto allí. Además, cualquier persona que quisiera recorrer la narrativa, iba a depender de varios factores tales como: que el edificio esté abierto, que se le permita ingresar sin restricciones, entre otros.

Teniendo todo esto en cuenta se optó por las instalaciones de la FCEdu. Considerando que el público destinatario al que se aspira es aquel que transita por dicha casa de estudios, las posibilidades de acceso serían mayores comparándola con una escuela o un centro cultural.

La facultad, en tanto institución educativa, es transitada cotidianamente. Esto nos suscitó algunos interrogantes: ¿Qué pasa si el oyente, mientras recorre la narrativa, se cruza con algún amigo o conocido que irrumpe en la experiencia? ¿Cómo afecta esto a la inmersión? Boj y Díaz (2013) explican que cuando recorremos una narrativa locativa, entramos en un “espacio de ambigüedad entre la historia en sí misma, con su desarrollo y estructura propias, y los eventos, imágenes, sonidos y sensaciones que nos aporta el espacio físico por el que transitamos” (p. 134). Entendemos que este tipo de eventos y estímulos que pueden surgir son propios del azar y no podemos controlarlos, hay un grado de imprevisibilidad que se nos escapa. Sin embargo, “este efecto de mezcla, de reencuentro, de cruce entre la realidad y el relato que se disuelve en el espacio real es quizá el mayor atractivo de las narrativas espaciales” (Boj y Díaz, 2013, p. 134).

Otra de las inquietudes que nos surgió a partir de la elección de la locación, fue en relación al vínculo previo entre el oyente y la FCEdu. Al pensar el proyecto para ser escuchado principalmente por estudiantes, docentes y personal perteneciente a la institución, nos preguntamos si esta relación podría dificultar la inmersión en la historia. Boj y Díaz afirman que dichas “asociaciones de carácter simbólico, las vivencias, emociones y memorias personales vinculadas a los lugares [...] son también factores no predeterminados del relato que juegan un papel fundamental en la construcción del escenario de ambigüedad propio de las narrativas espaciales” (2013, p. 134).

Tras definir el espacio físico en donde transcurriría la narrativa, elegimos cuál sería el soporte tecnológico que utilizaríamos para geolocalizarla. Desde un principio consideramos que el soporte debería ser el teléfono móvil por dos grandes motivos. En primer lugar, se trata de un artefacto de uso cotidiano que la mayoría de las personas tenemos incorporado, por lo que se reducen las posibilidades de que la dimensión tecnológica genere interferencias o ruido en la experiencia. A su vez, la mayoría de teléfonos móviles incluyen acceso a una conexión de datos o red wifi, lo que permitiría fácilmente recibir, distribuir y descargar la producción (Boj y Díaz, 2013).

Encontramos una aplicación que parecía ideal para nuestro proyecto, ya que permite crear historias, recorridos y juegos interactivos pero tuvimos que descartarla debido a que sólo funciona en dispositivos iOS, el sistema operativo de Apple. Es decir, no está disponible para Android, lo que limita el acceso en gran medida ya que la mayoría de las personas aquí tenemos este OS. Entendemos que el sistema operativo en este caso afecta tanto al desarrollo como a la distribución de la narrativa y, por lo tanto, al potencial número de oyentes de la misma (Boj y Díaz, 2013).

No encontramos una aplicación semejante para Android y optamos por izi.TRAVEL. Se trata de una app que está pensada para hacer audioguías turísticas geolocalizadas, por lo que presenta bastantes limitaciones a la hora de pensar un recorrido interactivo. Sin embargo, era lo que más se acercaba a nuestras necesidades y posibilidades. Por lo tanto, adaptarnos y sortear su poca versatilidad para un proyecto como el nuestro, ha sido un desafío. En este sentido, es innegable cómo las plataformas de software “que permiten construir narrativas espaciales para teléfonos móviles sin tener conocimientos profundos de programación” (Boj y Díaz, 2013, p. 140) determinan fuertemente la estructura de



la narración.

Figura 3. Fuente: Producción propia.

A la par que seleccionamos las partes del libro que iban a ser adaptadas y geolocalizadas (y luego de elegir la locación y el soporte tecnológico) nos ocupamos de definir los puntos geográficos específicos en los que se anclarían las piezas de audio. Esto implicó determinar la geolocalización de cada track, pero también la extensión de los mismos, es decir, qué fragmentos de historia irían en un track y cuáles en otro. El resultado de este proceso fue la diagramación total de la historia en 19 tracks. Las piezas de audio se encuentran distribuidas en el interior de las instalaciones de la FCEdu y en cuadras aledañas (Figura 3).

Como mencionamos anteriormente, se trata de una narrativa interactiva con múltiples finales. Es decir, hay varias rutas posibles. El tiempo que le llevará a cada oyente completar una ruta dependerá de varios factores: las decisiones que tome, cuánto le lleve desplazarse de un track a otro o si tiene que pausar la experiencia por alguna interrupción, por nombrar algunas variables que pueden intervenir producto del azar propio de la realidad. Entonces, podemos afirmar que en este tipo de producciones el tiempo es un factor que no podemos preestablecer de manera exacta y “quien determina el inicio y el final de la narración es el recorrido que establece el usuario”. Muy distinto al caso de la radio tradicional o el cine, donde “el tiempo es quien determina el inicio y el

final de la narración: se inicia en el momento 0 y termina en el momento X, y la narración es lo que se desarrolla entre ambos puntos temporales” (Risso Patrón, 2016, p. 202).

Al no tener control sobre los tiempos que separan un área de escucha de otra en la experiencia, se pueden generar lo que en cine se conocen como tiempos muertos. En nuestro caso no lo asumimos como un error, pues estos momentos sirven al oyente como espacios de contemplación y reflexión (Risso Patrón, 2016).

Luego de definir los puntos geográficos específicos de cada track, estábamos en condiciones de adaptar el libro a un guion radiofónico, pero antes fue necesario hacer un resumen de lo que ocurriría en cada pieza de audio. Debido a la extensión del libro, tuvimos que hacer múltiples recortes para nuestra adaptación y esto nos obligó a revisar varios puntos del argumento para mantener la coherencia de la historia.

El hecho de que sea una adaptación geolocalizada por supuesto también implicó modificaciones en el guion, ya que el propósito era que la narrativa se resignifique a partir del permanente diálogo con los espacios físicos. Por otro lado, también hicimos los cambios que nos resultaron pertinentes en pos de lograr una mayor empatía con el oyente. El libro *¿Quién mató a H. Thrombey?* fue publicado a principios de la década de los 80 en Estados Unidos. Esto implica una distancia con nuestros oyentes ya que la escritura tiene marcas geográficas y de época, pero también sesgos de clase, de género, entre otros. Esta situación ameritó un abordaje a la hora de escribir el guion, que nos permitiera acercarnos a los contextos socioculturales de nuestros oyentes e ir en busca de una mayor relación de identificación con los mismos.

El proceso de guionado fue arduo y extenso. Elaboramos un guion por cada track, por ende, un total de 19. Utilizamos los cuatro elementos del lenguaje radiofónico: palabra, música, efectos de sonido y silencios. Procuramos mantener una escritura acorde al medio y atenta a las exigencias propias de la redacción radiofónica. La palabra

fue el elemento que más trabajamos pues es el que más usamos. Apelamos a la figura de un narrador para guiar y acompañar al oyente. Al tratarse de la adaptación de un libro de *Elige tu Propia Aventura*, la narrativa además de locativa, es interactiva. Es decir, el oyente no sólo toma decisiones que condicionan el curso de la historia, sino que es un personaje más de la misma —en este caso, el detective que tiene que resolver el crimen—. El oyente vive el relato en primera persona, es por eso que tanto los personajes como el narrador le hablan en segunda persona del singular. En este sentido, en pos de establecer una mayor relación de identificación —y, por ende, propiciar una mejor inmersión—, evitamos las marcas pronominales para referirnos al oyente, ya que no tenemos manera de saber cuál será su identidad sexo-genérica. Es por esto que, además, el personaje que representa el oyente no habla en ningún momento con su propia voz, precisamente para evitar las marcas de género. Se comunica con el resto de los personajes a través del narrador y, en determinados puntos de la narrativa, sus pensamientos se mezclan y se funden. Es decir, buscamos que a medida que avanza la historia, el narrador represente los pensamientos mismos del oyente.

En cuanto a los efectos de sonido, el uso de los mismos debería ser diferente al de la radio tradicional. Las narrativas locativas transcurren en un espacio físico real, el cual ya tiene su propia sonoridad. Boj y Díaz (2013) explican que el ambiente sonoro real puede formar parte de la historia para potenciar el relato, ser silenciado o eludido. Retomamos algunas funciones de los sonidos que desarrolla Mario Kaplun (1999) en *Producción de programas de radio para pensar con más profundidad la implementación de los mismos en las narraciones geolocalizadas*. Algo que discutimos y nos preguntamos fue la necesidad de sumar en la edición efectos de sonido con función descriptiva o ambiental, cuando ya se encuentran presentes en el lugar. Por ejemplo, cuando la narrativa transcurre en la calle ¿es necesario agregar autos transitando? El oyente ya se encuentra allí, puede escuchar las bocinas, los motores y el movimiento de la gente a su alrededor. Risso Patrón (2016) sostiene que, en este caso, “sería redundante incorporar un efecto de sonido con función descriptiva en nuestro sonomontaje. Aunque sí serán de utilidad para “presentificar” en ese espacio real objetos, personajes o locaciones que no se encuentren allí” (p. 199). Teniendo todo esto en cuenta, lo que hicimos fue utilizar según nuestra conveniencia algunos sonidos propios del espacio real y, a otros, los eludimos. En la instancia de edición, agregamos los efectos con función descriptiva o ambiental que dan cuenta de lo que no está presente en el escenario real.

A la vez que retratan una realidad, los sonidos nos transmiten un estado de ánimo. Más allá de la mera referencia realista a los objetos, acciones y personajes, los sonidos pueden crear atmósferas emocionales (Kaplun, 1999). “Balsebre se refiere con el término atmósfera a la creación de un ambiente con una fuerte impronta subjetiva que refleja una condición psicológica del sujeto” (Risso Patrón, 2013, p. 199). Es por esto que los efectos de sonido con función expresiva son de gran ayuda en las narrativas locativas para apelar a diferentes estados de ánimo, imprimiendo así una nueva capa de sentido en el espacio transitado y propiciando una mayor inmersión en el relato.

Luego de la escritura del guion radiofónico, hicimos un casting para seleccionar a quienes interpretarían a los personajes de la narración. Una vez elegidos los actores y las actrices, llevamos adelante la grabación. Ambas instancias se desarrollaron en los laboratorios de grabación de la FCEdu.

El siguiente paso fue comenzar con el proceso de edición de cada track de audio. En esta instancia, resultó clave el trabajo con los planos sonoros, teniendo en cuenta que el oyente está presente en el lugar y se desplaza por el mismo. “El oyente, al desplazarse, va a cambiar el punto de escucha. [...] Es necesario articular los procesos y técnicas pertinentes para lograr la sensación más real posible” (Risso Patrón, 2016, p. 201).

Finalmente, sólo restaría diseñar una imagen gráfica que acompañe a la producción radiofónica para, luego, cargarla en el soporte tecnológico elegido.

## A modo de cierre

Las autoras de este escrito somos estudiantes avanzadas en la carrera de comunicación social y tenemos título de Técnicas en Comunicación Social con Orientación en Audio. El proyecto que describimos y analizamos en el presente texto nos ha permitido experimentar con una nueva faceta de lo radiofónico, retomando y resignificando los conocimientos que hemos adquirido en nuestra formación académica. Consideramos que este tipo de producciones, además de implicar diversos desafíos, presentan grandes oportunidades para ampliar los horizontes creativos.

Como hemos resaltado en más de una ocasión, los cambios tecnológicos afectan e intervienen en casi todos los aspectos de nuestras vidas y, los medios, han tenido que transformarse para seguirles el paso. La radio no es la excepción y, sin dudas, la conjugación del lenguaje radiofónico con las nuevas TICs abre el juego a otras narrativas creativas y comunicacionales que esperan ser exploradas.

## Referencias bibliográficas

- BOJ, Clara; DÍAZ, Diego (2013). "Ciudad, narrativa y medios locativos: Aproximación a una teoría de los géneros en la narrativa espacial a partir del análisis de cuatro propuestas", en Arte y políticas de identidad Vol. 9 (pp. 129-147). España, Universidad de Murcia. ISSN: 1989-8452
- BRECHT, Bertolt (1981). "Teoría de la Radio (1927-1932)", en De las ondas rojas a las radios libres (pp. 48-61). Barcelona, Edit. Gustavo Gili.
- KAPLÚN, Mario (1999). Producción de programas de radio. El guion. La realización. Quito, Quipus.
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio (1997). "La personalidad de la radio" en Manual urgente para radialistas apasionados (pp. 32-46). Quito, edición colectiva.
- PACKARD, Edward (1983). Elige tu propia aventura N° 5 ¿Quién mató a H. Thrombey?. Barcelona, Timun Mas.
- Resolución "C.D." 408/10 de 2010 [Facultad de Ciencias de la Educación, UNER]. Reglamento de Prácticas Curriculares para las carreras de la FCEdu. 10 de diciembre de 2010.
- RISSO PATRÓN, Hernán (2016). "Un nuevo escenario para el lenguaje radiofónico: el desafío de las narraciones geolocalizadas", en Radio, Comunicación y Nuevas Tecnologías. Encrucijadas del nuevo milenio (pp. 187-208). Buenos Aires, Undav Ediciones.
- ROJAS FIGUEROA, Víctor; JIMÉNEZ, Diego Santiago; MÉNDEZ MIRANDA, Juan Manuel; LUGO MARTÍNEZ, Verónica Haydée (2021). Desarrollo y anomalías congénitas del oído. México, Facultad de Medicina, Universidad Nacional Autónoma de México.

# El Banco Digital de Producciones de la FCC como resguardo del patrimonio inmaterial universitario

Ramé Vanina

vanina.rame@unc.edu.ar

Minchaca María Isabel

isabelminchaca@mi.unc.edu.ar Petrolí Josefina

josefina.petroli@unc.edu.ar

**FCC – UNC**

## Resumen

Este escrito presenta las reflexiones surgidas por el equipo de comunicadoras quienes desarrollamos el Banco Digital de Producciones (BDP) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). El BDP es una plataforma en línea que almacena piezas comunicacionales realizadas por docentes, estudiantes, egresadas y egresados en diferentes lenguajes, soportes y formatos: audiovisuales, sonoros, gráficos, producciones transmedia e institucionales. Año a año diferentes actores de la FCC desarrollan una multiplicidad de producciones en el marco de trabajos prácticos, tesinas o producciones independientes. Ante la inexistencia de un dispositivo que permitiera tanto su archivo como su circulación, nos pusimos a la tarea de proteger y poner en valor estas expresiones culturales universitarias. El BDP responde a dos oportunidades que lo propician, por un lado Internet y la web 2.0 se presentan como el escenario óptimo para la circulación y consumo global de material multiformato. Por otro lado, en adhesión a la UNESCO, reconocemos al BDP como aquel contenedor del patrimonio inmaterial el cual incluye “tradiciones o expresiones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza, al universo, saberes y técnicas vinculadas a la artesanía tradicional” (UNESCO, 2003). De acuerdo a esta línea, para la UNESCO (2003) es importante salvaguardar el patrimonio inmaterial, ya que su transmisión de generación en generación infunde sentimientos de identidad y continuidad y también contribuye a promover el respeto por la diversidad cultural y la creatividad.

Desde el año 2018 estuvimos trabajando en la digitalización de aquellas producciones que se presentan como trabajos finales de grado, posgrado y como resultantes de actividades profesionales de egresados. Metodológicamente organizamos las producciones en fichas que nos permitieron categorizar cada pieza comunicacional en tema, género, autor y año de realización. Categorías que derivaron en el posterior sistema de filtrado y botones de búsqueda del entorno digital.

En línea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 11.4 de la ONU, aportamos a “redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo” (ONU, 2015, p.25) y concluimos que el resguardo e intercambio de las obras creativas permite democratizar su acceso, habilita y abre nuevos debates, investigaciones y también la posibilidad de crear nuevas producciones. Por su facilidad de uso, amplia variedad de opciones disponibles y acceso en línea, el BDP es un aporte a la comunidad educativa y la sociedad en general.

## Introducción

En este escrito presentamos el trabajo desarrollado por un equipo de docentes, egresadas, egresados, no docentes y adscriptos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación que tuvo por finalidad desarrollar estrategias para la catalogación digital de las producciones que surgen del espacio universitario. Se trata del Banco de Producciones Digitales (BPD) a través del cual apuntamos a propiciar la accesibilidad y circulación de productos comunicacionales realizados por los diferentes actores de la comunidad educativa.

En el marco del Programa de Apoyo y Mejoramiento a la Enseñanza de Grado (PAMEG) desde la Facultad de Ciencias de la Comunicación, nos propusimos desarrollar el micrositio web Banco Digital de Producciones de la FCC para contribuir al fortalecimiento de la formación profesional y apoyo al egreso<sup>1</sup>. Desde el año 2018, un equipo de docentes, no docentes, estudiantes y tesistas de la FCC trabajamos en el archivo y sistematización de producciones audiovisuales, sonoros, transmedia y digital. Mediante una labor minuciosa de recupero de las obras universitarias, revalorizamos el patrimonio inmaterial de la cultura institucional universitaria.

Actualmente el Banco aloja producciones que emergen de todo tipo de trabajos y también que son realizados en variados formatos y soportes. En este sentido rastreamos y almacenamos todos aquellos productos realizados a partir de trabajos finales, experiencias extensionistas, de cátedras y también de otros espacios formativos y profesionales vinculados a la FCC (tecnicaturas, especializaciones, posgrado, seminarios, etc). Se trata de producciones que se realizan en diferentes soportes (audiovisuales, sonoros, digitales, multimediales) y formatos (documentales, informes periodísticos, spots de campañas, propuestas de comunicación institucional).

Puntualizamos la funcionalidad del BDP como recurso pedagógico de apoyo de las distintas ofertas académicas que brinda la FCC. Las temáticas, recursos estéticos y narrativos que ofrecen las producciones que integran el BDP, pueden ser consideradas como material de consulta por quienes se encuentran desarrollando sus investigaciones, desarrollos académicos y trabajos finales.

Se trata de una acción de utilidad para la comunidad educativa ya que profesionaliza un proceso que fomenta el vínculo entre la academia, las y los estudiantes, tesistas, egresadas, egresados, docentes y profesionales de la comunicación en general. Su uso posibilita el acceso, consulta y circulación de parte del patrimonio cultural universitario, dando por resultado la mejora en la calidad de la enseñanza haciendo énfasis en el proceso creativo de las y los comunicadores sociales. Además, se configura en un espacio de inspiración creativa para futuras realizaciones vinculadas a la comunicación.

## Un reservorio de la cultura

Al hablar de patrimonio cultural, debemos consensuar en aquello que entendemos por cultura. Desde la perspectiva antropológica, cada pueblo, sociedad y grupo humano posee cultura porque participamos de un sistema social organizacional, lo cual supone compartir diferentes valores, símbolos, habilidades y demás rasgos que conforman la cultura del grupo. Sabemos que la cultura es dinámica y se transforma constantemente a medida que la realidad misma cambia. Los hábitos de las personas, las ideas, el lenguaje cambia al tiempo en que la sociedad evoluciona. Al decir de Bonfil Batalla:

*“toda sociedad va acumulando un acervo de elementos culturales (bienes materiales, ideas, experiencias, etc.) que ha hecho suyos a lo largo de su historia (ya sea porque los crearon o porque los adoptaron). Algunos mantienen plena vigencia como recurso para practicar o re-producir su vida social, en tanto que otros han perdido su vigencia original y han pasado a formar parte de su historia o se han perdido u olvidado para siempre.” (Bonfil Batalla, 1997)*

---

1 Actividad desarrollada en el proyecto marco institucional: “Propuestas Pedagógicas para entornos presenciales y a distancia para la construcción del vínculo educativo en post pandemia”. El BDP estuvo incluido en el Componente B, línea de acción: “Producción de espacios virtuales para el alojamiento y acceso a recursos para el apoyo de trabajos finales.”

Cuando hablamos del patrimonio cultural de un pueblo, a lo que nos estamos refiriendo es al acervo de elementos culturales en los que se incluyen elementos tangibles y también intangibles. Se trata de elementos que una sociedad determinada considera propios y que les permite imaginar, gozar y expresarse. Todo acto humano se realiza a partir de un acervo cultural previo. Es decir que el patrimonio cultural de cada pueblo está integrado por los objetos culturales que a su vez mantienen vigente una sociedad, sus sentidos y memorias. En ese sentido García Canclini agrega que “El patrimonio cultural expresa la solidaridad que une a quienes comparten un conjunto de bienes y prácticas que los identifica, pero suele ser también un lugar de complicidad social.” (1999, p. 17)

## La creación del archivo digital como política institucional y nacional

El BDP es el resultado de una política institucional impulsada por la FCC, por ello tal como expresamos, su desarrollo implicó que diversas áreas de la Facultad trabajaran en conjunto. Por un lado la cátedra Narración Televisiva I a través de proyectos de extensión e investigación dio el impulso de la creación y ejecución completa del BDP; en cuanto a la Biblioteca, esta área se avocó a poner a disposición aquel material que se debía recuperar para digitalizarlo e incluirlo en el BDP. Por su parte, el Área de Comunicación Institucional y Sistemas, a través de la agencia de diseño web coordinaron las acciones operativas tecnológicas para poner a punto el BDP en la plataforma dispuesta para tal fin.

En palabras de Marisa Raquel De Giusti (2014)

*“un repositorio institucional es un depósito de documentos digitales, cuyo propósito es gestionar, organizar, almacenar, preservar y difundir en acceso abierto la producción resultante de las actividades de una organización. La variedad de materiales que se aloja en un repositorio institucional depende de la política de contenidos que determine la propia institución; los contenidos, en principio, podrían mantenerse a perpetuidad y el repositorio ser implementado de modo tal de asegurarlo, pero este punto también dependerá de la política de preservación que la institución determine.” (De Giusti, 2014).*

Al hablar de BDP nos referimos a aquel repositorio digital que tiene entre sus objetivos dar acceso e incrementar la visibilidad de los objetos digitales que almacena (Swan y Carr citados en De Giusti, 2014). En el caso del BDP almacena producciones de diferentes lenguajes tales como audiovisuales, sonoros, gráficos y multimediales. El elemento distintivo del BDP es que se trata puntualmente de un repositorio de producciones que emergen del ámbito institucional. Este tipo de repositorio forma parte de la producción intelectual y creativa de una institución académica perteneciente al ámbito público. La divulgación del material científico y académico es importante ya que apuesta a la democratización del conocimiento y en ese punto, el entorno digital es el espacio óptimo para garantizar su archivo y circulación. De Giusti cita a Thelwall y Kousha:

*“la búsqueda de información y recursos utilizados en el ámbito científico y académico se inicia primeramente en el marco digital, por lo que estas instituciones deben asegurar la preservación de los recursos, su accesibilidad en el largo plazo, su originalidad y el contexto en el cual han sido generados y para ello, las instituciones académicas deben incorporar metodologías de trabajo que permitan almacenar, catalogar, transformar y recuperar tales recursos” (Thelwall y Kousha citados en De Giusti, 2014).*

Estas iniciativas puestas en práctica por la UNC, responden a políticas públicas y normativas de referencia. En el caso de Argentina, la Ley 26.899 Repositorios digitales institucionales de acceso abierto, sancionada en el año 2013 por el Honorable Congreso de la Nación promueve en su artículo n°1 que:

*“Los organismos e instituciones públicas que componen el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI), conforme lo prevé la ley 25.467, y que reciben financiamiento del Estado nacional, deberán desarrollar repositorios digitales institucionales de acceso abierto, propios o compartidos, en los que se depositará la producción científico-tecnológica resultante del trabajo, formación y/o proyectos, financiados total o parcialmente con fondos públicos, de sus investigadores, tecnólogos, docentes, becarios de posdoctorado y estudiantes de maestría*

*y doctorado. Esta producción científico-tecnológica abarca al conjunto de documentos (artículos de revistas, trabajos técnico-científicos, tesis académicas, entre otros), que sean resultado de la realización de actividades de investigación.” (Ley 26.899 Repositorios digitales institucionales de acceso abierto, 2013).*

Se trata de una Ley que garantiza la circulación libre, gratuita y sin restricciones de lo producido en entidades científicas públicas. Tiene la intención de fortalecer la democracia en tanto incentiva compartir el conocimiento y el acceso y participación ciudadana.

## **El archivo inmaterial como registro de la memoria colectiva**

Por lo que expresamos, la importancia del BDP radica en que es un espacio único de salvaguarda y conservación de todas las producciones que emergen de la FCC. Se trata también de un espacio de construcción de memorias y disputas sociales acerca de esas memorias, en ello radica la necesidad de archivo y reconstrucción de esos procesos de producción. En tanto el BDP está conformado por documentos que emergen de diferentes instancias académicas y el vasto archivo que abarca, permite contextualizar y valorizar las obras con las que cuenta en tanto patrimonio cultural.

Siguiendo la definición de la UNESCO (1980), al hablar de obras creativas nos referimos a obras que abarcan imágenes y sonidos reproducibles, integrados en un soporte y que suponen un acto intelectual deliberado. El patrimonio cultural comprende, entonces, sonido registrado producido en cine, televisión, video, radio o cualquier otro tipo de realización o producción que incluye imágenes y/o sonido registrado, estén o no orientadas a su difusión pública. También abarca objetos materiales, obras relacionadas con los medios audiovisuales, sonoros, transmedia y objetos que podemos identificar desde un punto de vista técnico, como industrial, cultural e histórico. Esta amplitud permite así incluir material relacionado con la industria cinematográfica, de radio y televisión y de grabación musical, como textos, guiones, fotografías, carteles, materiales publicitarios y objetos, tales como equipos técnicos o vestuario y entornos de trabajo en desuso asociados con la reproducción y presentación de estos medios.

Respecto de la salvaguarda y conservación de imágenes en movimiento, tomamos en cuenta la recomendación que propone la UNESCO en 1980, donde se define:

*“Las imágenes en movimiento son expresión de la personalidad cultural de los pueblos (...) son un modo fundamental de registrar la sucesión de acontecimientos, debido a la nueva dimensión que aportan, testimonios importantes y a menudo únicos de la historia, el modo de vida y la cultura de los pueblos así como la evolución del universo (...) al difundir conocimiento y cultura en todo el mundo las imágenes en movimiento son una contribución importante a la educación y al enriquecimiento del ser humano. Tienen un papel cada vez más importante en los medios de comunicación y en la comprensión mutua entre todos los pueblos del mundo”. (Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 1980)*

Ray Edmondson (1998) resalta la importancia de la preservación del patrimonio audiovisual para facilitar el acceso a los documentos. Para el autor, un archivo audiovisual es una organización (o un departamento de una organización) cuyo cometido, que podrá estar establecido por ley, consiste en facilitar el acceso a una colección de documentos audiovisuales y del patrimonio audiovisual mediante actividades de acopio, gestión, conservación y promoción.

En esa línea, consideramos que los archivos en todos los géneros y formatos, se constituyen como una variante tecnológica de la memoria de una sociedad. Con respecto a los criterios de preservación y las políticas de acceso, Ray Edmondson (1998) señala que la conservación de la memoria es un acto político y agrega que la democratización de un archivo podrá medirse en función de un criterio básico, que es el grado de participación y acceso al archivo, así como su constitución e interpretación.

Entendemos que las obras que emergen del espacio universitario son documentos que transmiten, conservan y

visualizan las actividades políticas, sociales, científicas y culturales y revisten las condiciones de época. A su vez, adquieren ciertas características en relación a las instituciones y las prácticas socio-políticas, la cultura y los medios de comunicación, por lo que se erigen en un verdadero documento social. (Parisi, 2015). De ahí la importancia de la conformación de un archivo digital que aglutina los procesos de conservación, sistematización y facilitación del acceso para su divulgación y reutilización del material.

De esta manera, concebimos los archivos universitarios como un espacio de construcción de memorias, de disputas sociales acerca de esas memorias, de su legitimidad social y su pretensión de verdad (Jelin, 2001), pensamos, al igual que Schmucler (1997), que es necesario fortalecer el contexto de circulación y de recepción para que los consumos se politicen.

## **Metodología de trabajo**

El proyecto se estructuró en dos etapas: una primera etapa de Coordinación y Ejecución en la cual generamos las gestiones pertinentes con el área de Comunicación Institucional de la FCC; Sistemas, la Biblioteca y la asignatura Narración Televisiva I a fin de establecer criterios para la digitalización de las producciones que emergen de los distintos espacios académicos de la Licenciatura en Comunicación Social de la FCC<sup>2</sup>. En las instancias de consulta del material de archivo, revisamos los procedimientos académicos e institucionales de elaboración y entrega de las diferentes producciones que surgen de ejercitaciones áulicas, trabajos finales de grado, resultados de proyectos de extensión e investigación.

Durante los primeros años del desarrollo del proyecto trabajamos en conjunto desde la cátedra Narración Televisiva I y la Biblioteca de la FCC rastreando las diferentes producciones físicas, es decir aquellas que no estaban digitalizadas. Puntualmente, en el caso de los audiovisuales, nos detuvimos en revisar el óptimo estado de los dispositivos electrónicos para su posterior reproducción. La sistematización de la actividad consistió en la concreción de reuniones periódicas entre el equipo ejecutor, el cual centró su tarea en la revisión de las documentaciones de registro y archivo propios del área de Biblioteca. Revisamos minuciosamente la nomenclatura archivística a fin de examinar su correspondencia con la existencia física del material audiovisual. Por otro lado, el análisis estuvo enfocado en determinar el correcto estado de los DVD o soportes audiovisuales a fin de accionar en el caso de deterioro o falta del material. Por ejemplo, estableciendo contacto con los equipos realizadores a fin de solicitarles una copia del audiovisual.

Una vez depurado el material audiovisual óptimo para digitalización, procedimos a realizar una ficha por cada producto. Para ello, recurrimos a un archivo compartido on line a fin de disponerlo a todo el equipo ejecutor. Luego de ver cada audiovisual, el proceso de fichaje consistió en la carga de datos incluyendo las siguientes categorías: formato del producto, espacio donde se realizó el producto, título de la producción, año de presentación, autoría, docente responsable, breve descripción de la producción y palabras clave.

En las etapas de avance en el desarrollo del proyecto ideamos un modo de priorizar la sustentabilidad y la actualización automática del catálogo y lo transmitimos a diferentes áreas de la facultad con la finalidad de que cada persona interesada en incorporar su producción al BDP, lo hiciera por sus propios medios a través de la carga de un formulario dispuesto para tal fin. De este modo, cada obra creativa es almacenada directamente por sus realizadores en dispositivos digitales institucionales que dan continuidad sistemática a la actualización del catálogo.

Además, con la intención de propiciar la difusión de las producciones universitarias nos propusimos generar acciones de circulación del material y el fomento del uso del

---

<sup>2</sup> Cabe señalar que esta actividad recupera el arduo trabajo realizado por los equipos de investigación dirigido por la Dra. Mariela Parisi con subsidio Secyt-UNC desde el año 2012.

BDP. En ese marco desarrollamos propuestas de extensión universitaria y realizamos muestras de audiovisuales tanto al interior de las aulas de la FCC como también en el Cispren (Círculo Sindical de la Prensa y Comunicación de Córdoba) y organizaciones vinculadas con la UNC. Particularmente en las clases prácticas de la asignatura Narración Televisiva I, muchas ejemplificaciones con audiovisuales las concretamos desde el visionado de realizaciones que están archivadas en el BDP. La difusión del BDP está centrada en la articulación institucional y en cada espacio se fomenta la permanente carga de material. Además, regularmente realizamos publicaciones en las redes digitales de la FCC a fin de presentar la funcionalidad y uso del catálogo a la comunidad educativa. Desarrollamos un instructivo de carga<sup>3</sup> del material y abrimos un canal de consulta directa<sup>4</sup> para aquellas personas que lo requieran.

Como anticipamos, la puesta a punto del BDP<sup>5</sup> en la web de la FCC la desarrollamos en conjunto con el área de Comunicación Institucional y la agencia de diseño web. Inicialmente recuperamos las fichas de cada producción, nos valimos de las categorías que tuvimos en cuenta en el fichaje y que luego resultaron los botones de búsqueda y filtrado del BDP. Tomamos decisiones en cuanto a carga de producciones, adecuaciones de redacción, formato y maquetación para comenzar a exportar la base de datos de uso interno y transportarla al micrositio digital a fin de garantizar acceso a la información y diseño responsivo.

## Metas e Indicadores

En cuanto a los indicadores de logros, con respecto a la actualización y a las pre- cargas del BDP, nos interesa medir la cantidad de formularios completados, los tipos de trayectos académicos que realizan cargas, la cantidad de trabajos que se van incorporando y los diferentes formatos, soportes y temáticas preponderantes.

Según datos provistos por el último relevamiento, el formulario Google de pre-carga contiene 98 producciones elaboradas entre el año 2007 y 2022. Actualmente el formato que predomina en el BDP es el Audiovisual con un 75,5%, les sigue las producciones institucionales con un 11,7%, un 7,4% Sonoro, un 4,3% de producciones transmedia y un 1,1% de producciones gráficas. En tanto que en el espacio curricular donde se realizaron las producciones, en su mayoría son trabajos finales de grado un 47,9%, mientras que un 45,7% son trabajos prácticos de cátedras y un 6,4% trabajos de extensión o investigación.

Actualmente nos encontramos en proceso de difusión del BDP a fin de incentivar tanto las cargas de material como las consultas y visionados. Además, nos interesa comenzar a realizar reportes acerca del uso del BDP, es decir, llevar estadísticas acerca de los tipos de búsquedas y cargas que se realizan por parte de las personas usuarias, los modos y circuitos de navegación.

## A modo de conclusión

En línea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 11.4 de la ONU aportamos a “redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo” (ONU, 2015, p.25) y concluimos que el resguardo e intercambio de las obras creativas permite democratizar su acceso, habilita y abre nuevos debates, investigaciones y también la posibilidad de crear nuevas producciones. Por su facilidad de uso, amplia variedad de opciones disponibles y acceso en línea, el BDP es un aporte a la comunidad educativa y la sociedad en general.

El papel cada vez mayor que cobran las obras universitarias en la construcción de la memoria y la cultura de los pueblos, sobretodo para las nuevas generaciones, hace surgir la necesidad de crear conciencia en instituciones académicas y organizaciones sociales acerca de la importancia de preservar el acervo audiovisual y definir políticas

---

3 Instructivo de Carga: [https://drive.google.com/file/d/1aiDQ8kX4KQYAfnhhvSj8Ys6\\_FF-ZzdcYe/view](https://drive.google.com/file/d/1aiDQ8kX4KQYAfnhhvSj8Ys6_FF-ZzdcYe/view)

4 El mail directo del BDP es: [proyectopameg@gmail.com](mailto:proyectopameg@gmail.com)

5 El siguiente es el link de acceso al BDP: <https://fcc.unc.edu.ar/portaldeproducciones/>

que faciliten el acceso público. Si bien la biblioteca, el archivo, el museo tienen su origen en la antigüedad, los archivos digitales poseen una especificidad propia, la de resguardar la producción universitaria en soportes tecnológicos, distribuirla y recuperarla. Se trata de dispositivos tecnológicos los cuales facilitan el acceso y la consulta constante.

En esa línea nos encontramos en la etapa de difusión. Difusión que no solo consiste en dar a conocer el BDP y su uso, sino que también implica instancias de capacitaciones para comprender cómo es el procedimiento de carga, búsqueda y descarga de material. Esta etapa, además tiene la intención de mostrar el material que incluye el BDP y en ese sentido hemos programado una serie de encuentros mediante los que exhibimos algunas obras y estimulamos el debate y la conversación entre personas y organismos de diferentes espacios. Estas instancias de diálogo están pensadas para que se generen intercambios entre los equipos realizativos y de producción y la academia.

## Bibliografía

Banco Digital de Producciones: <https://fcc.unc.edu.ar/portaldeproducciones/> Bonfil Batalla, G. (1997). Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados

De Giusti, M. R. (2014). Una metodología de evaluación de repositorios digitales para asegurar la preservación en el tiempo y el acceso a los contenidos (tesis de doctorado). Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/43157>

Edmondson, R. (1998). Filosofía y principios de los archivos audiovisuales. AVAPIN. Unesco.

Edmondson, R. (1998). Filosofía y principios de los archivos audiovisuales. Unesco. García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del Patrimonio Cultural. En Aguilar Criado, Encarnación (1999) Cuadernos Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio. (pp. 16-33). Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. [http://portal.unesco.org/es/ev.phpURL\\_ID=13139&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SEC\\_TION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.phpURL_ID=13139&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SEC_TION=201.html)

Jelin, E. (2001). Los trabajos de la memoria. Siglo XXI.

Ley 26.899 Repositorios digitales institucionales de acceso abierto. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-26899-223459/texto>

ONU (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Asamblea General de Naciones Unidas.

Parisi, M (2015) Nuevas miradas en la pantalla. Consolidación del documental desde el espacio universitario (Córdoba, 2001-2011). Ed. Ferreyra Editor.

Schmucler, H. (1997). Memoria de la comunicación. Biblos.

UNESCO (1980). Recomendación sobre la Salvaguardia y la Conservación de las Imágenes en Movimiento. Disponible en:

UNESCO (2003). El texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Disponible en: <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n#art2> UNESCO (2003). Texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en: <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n>

# El panóptico digital: Una infoesfera que nos mantiene controlados y cautivos.

Brito Camila

britocamila9916@gmail.com

**Universidad Nacional de Tucumán.**

Comienzo a escribir este trabajo teniendo en cuenta nuestra situación actual, tiempos posmodernos en los que vivimos, sus características y también incluyendo mis propias inquietudes.

Cuando me refiero a los tiempos que habitamos y la época histórica en la que estamos lo hago porque me llama poderosamente la atención cómo debido a la tecnología (la que en un principio fue planteada como una herramienta) ha producido que se transformen y hasta desaparezcan ciertos paradigmas. Tantas son las transformaciones que hasta la comunicación se empezó a desarrollar de otra manera: una comunicación digital, producto de los avances tecnológicos.

A su vez, cuando hago referencia a mis propias inquietudes es porque si bien me podría considerar “millennials” (por usar un término propio de ésta época digital y que surgió en las redes sociales) sin embargo, pertenezco a las últimas generaciones que comenzó a acceder a las nuevas invenciones tecnológicas de forma gradual. Hoy vemos como los niños ya nacen con la tecnología incluida, y como van desarrollando su vida a través de ella. De hecho, actualmente una de las primeras cosas que los niños piden ya no son sólo juguetes sino también algún aparato tecnológico como un celular o una Tablet.

Considero que toda época histórica trae consigo aspectos positivos y negativos, logros y desaciertos y por ello me parece positivo el hecho de que muchas barreras hayan caído; barreras que formaban parte de tiempos anteriores como en la Edad Media donde la Iglesia era una institución protagonista, siendo ella la que imponía la cultura y los valores que regían la misma; valores que iban en contra mayormente de las libertades y sobre todo en detrimento de la imagen de la mujer, razón por la cual se podría considerar que desde allí se comenzó a forjar el sistema patriarcal. Por ende, es una fortuna haber nacido en una época en la que ciertos parámetros del “deber ser” impuestos por la Iglesia ya se consideran arcaicos y obsoletos.

Luego después de ciertas guerras y revoluciones coyunturales, llegó la Modernidad en donde también se formó en base a un deber ser, época donde también había una cultura determinada y valores, pero con la diferencia que se habían recuperado algunas libertades ya que se hablaba en términos de un Estado-Nación. Estado en el sentido democrático, donde los ciudadanos tenían una participación y un protagonismo a la hora de elegir a sus representantes y Nación en el sentido de que todos compartían, respetaban y valoraban a su cultura. Como consecuencia, se podía hablar de un sentimiento real hacia la Patria y se generaba una sensación de hermandad con el otro. Prácticamente todos se sentían identificados con esos símbolos, con las festividades patrias, y podían experimentar una emoción y respeto muy grande al cantar el Himno. Hoy puedo observar, como todas esas costumbres debido a la dominación que tienen las tecnologías sobre nosotros se han perdido, partiendo de que el “cara a cara” se practica cada vez menos. Hoy es “pantalla a pantalla”.

Sin embargo, el proyecto moderno luego no pudo demostrar en la práctica esas promesas que traían consigo los metarrelatos y en la posmodernidad, gracias a un pionero como lo fue el autor Jean François Lyotard se pudo visualizarlo. Él fue el primero en introducir el término “*Posmodernismo*” en su obra *La condición postmoderna* (1979) en

la cual describió como al final la modernidad y sus relatos prometeicos no solo no lograron una emancipación real del hombre, sino que ante esa idea de cultura única que comparten todos, la cual implica una homogeneización, solo lo mantuvieron cautivo. Idea que autores actuales como Alejandro Grimson celebran, ya que hoy no se puede hablar de una cultura homogénea, sino es preferible hablar de “*configuraciones culturales*”, ya que es un término al cual apela el autor en su obra *Los Límites de la Cultura* (2015), ya que integra y trae consigo a todo tipo de cultura e identidad; Teniendo en cuenta que actualmente cuando hablamos de cultura, no nos referimos a una sola en particular, sino a configuraciones que conviven, siendo el conflicto un aspecto positivo y necesario para el desarrollo de las heterogeneidades. Por ende, en la posmodernidad no se podría jugar con la idea de “*opinión pública*” que planteaba Habermas en su obra *Historia y crítica de la opinión pública* (1962) donde no existía el conflicto, sino la objetividad y la armonía. Hoy por hoy ante tanta diversidad de identidades, el conflicto es fundamental para llegar a acuerdos, ya que una configuración cultural se forma teniendo en cuenta las heterogeneidades y el conflicto que las trasciende.

Por lo tanto, considero de forma positiva que hoy esa barrera homogénea cultural se haya disipado, ya que en la Modernidad si bien existía un contacto interpersonal con el otro a través de esa cultura nacional, pero a su vez, se consideraba que una persona pertenecía a esa Nación solo si cumplía con ese arquetipo de identidad nacional, que estaba compuesta por ciertas características. Aspecto que Lyotard también aduce, ya que en su principal obra (como lo menciono anteriormente), el hombre viviendo bajo esas determinadas características de lo que implicaba “ser nacional”, al final no se convertía en una persona libre, sino cautiva.

Sin embargo, en nuestra actualidad también existe una intención de hegemonía y un “deber ser”. En estos tiempos que corren, dominados por la digitalización y las tecnologías, que una persona no cuente con algún aparato tecnológico y no elija “postear” su vida en redes sociales es el otro, el diferente, con el cual nos horrorizamos.

A pesar de que el autor Alejandro Grimson en su obra del año 2015 haya mencionado que las configuraciones culturales no tan solo marcan las heterogeneidades sino también lo compartido, las tramas simbólicas en común, hoy por hoy, las diferencias y las desigualdades se profundizan más y no desde un aspecto positivo, creando y dando lugar a las heterogeneidades que a su vez comparten tramas simbólicas en común ni de culturas que a través de la comunicación se fortalecen, sino que al final como consecuencia el hombre no tan solo deja de experimentar esos vínculos sólidos que se planteaban en la modernidad sino lo que aún considero más grave es que, el hombre no llega a esa idea de libertad como tal debido a las tecnologías que están dominando nuestras vidas y Lyotard en *La posmodernidad explicada a los niños*, capítulo 2 *Apostilla a los relatos*, lo sostiene:

*Sin embargo, la victoria de la tecno ciencia capitalista sobre los demás candidatos a la finalidad universal de la historia humana es otra manera de destruir el proyecto moderno, que, a su vez, simula que ha de realizarlo. La dominación por parte del sujeto sobre los objetos obtenidos por las ciencias y las tecnologías contemporáneas no viene acompañada de una mayor libertad, como tampoco trae aparejado mayor educación pública o un caudal de riqueza mayor y mejor distribuida.*

*No consigue el proyecto de realización de la universalidad, sino que, por el contrario, acelera el proceso de deslegitimación. (p.30)*

Por lo tanto, teniendo en cuenta nuestra actualidad y todo éste bagaje de información propiciada por diferentes autores, puedo y me atrevo a llegar a afirmar que en realidad ese metarrelato de la modernidad que apuntaba a la libertad del hombre a través del uso de la racionalidad y la ciencia, hoy no está sucediendo porque no tan solo la modernidad como proyecto nos ha defraudado, sino que la posmodernidad también.

Hoy no somos hombres, mujeres o identidades disidentes libres como tal porque estamos inmersos en un mundo digital que no se trata simplemente de “comunicación digital”, la cual implica el uso de nuevas herramientas tecnológicas, sino que se trata de un universo donde todos participan e implica al igual que en épocas anteriores también

un “deber ser” y una cultura determinada, pero ésta vez dominada por otro tipo de racionalidad: una racionalidad líquida como bien lo sostiene Zygmunt Bauman.

Éste mundo digital que menciono podría tranquilamente compararse con el término que utilizó Benedict Anderson en 1983 “*Comunidades Imaginarias*” para criticar la idea moderna de Nación. A través de la convergencia de las diferentes redes sociales y de la participación siempre activa que tenemos a ellas nos hace creer falsamente que estamos conectados entre todos, y que, en algún punto, nos conocemos a través de “perfiles de Facebook” o “historias de Instagram”. Las redes sociales como una nueva forma de conexión dentro de la comunicación digital nos hacen entrar en esas comunidades imaginarias, y desarrollamos nuestras vidas a través de ellas. Tanto es así, que cada cosa que hacemos o lugar al que nos movemos sentimos la necesidad de mostrarlo en redes sociales, porque él no “postear” tu vida es como no existir. La vida misma pasa por las redes sociales.

Sin embargo, la comunicación digital no da lugar a una comunidad, solo se trata de algo imaginario, porque nada de lo que provenga de las redes sociales implica una profundidad. Ya no existen los vínculos, hoy hablamos de conexiones a libre demanda a través de redes y no de comunidades. Me conecto y me desconecto con las personas cuando me apetece y en el caso de que no queramos saber más información sobre alguien, las redes sociales nos lo han facilitado creando opciones como eliminar, bloquear y hasta podemos silenciar las publicaciones de otros. Esto a su vez, cada vez dio más lugar a que se generen conexiones que no estén bien anudadas para que sea posible desatarlas cuando las condiciones cambien. Ahora se tratan de “relaciones virtuales” como bien lo sostiene Zygmunt Bauman en su obra “*Amor Líquido*” (2005) y por ello el autor en dicha obra escribe:

La moderna racionalidad líquida recomienda los abrigos livianos y condena las corazas de acero. La moderna razón líquida ve opresión en los compromisos duraderos: los vínculos durables despiertan su sospecha de una dependencia paralizante. Esa razón le niega sus derechos a las ataduras y los lazos, sean espaciales o temporales. Para la moderna racionalidad líquida del consumo, no existen ni necesidad ni uso que justifiquen su existencia. Las ataduras y los lazos vuelven impuras las relaciones humanas, tal y como sucedería con cualquier acto de consumo que proporcione satisfacción instantánea, así como el vencimiento instantáneo del objeto consumido. (Bauman, 2005, p.70)

En la cita anterior podemos ver con claridad cuál es el tipo de racionalidad que hoy rige en la posmodernidad y los tipos de conexiones que tenemos. Una racionalidad que ya no se trata de una razón instrumental como en la Modernidad, o de tipo científica, porque hoy debido al mundo digital en el que vivimos y la sobre información que lo componen ya no nos interesa tener un conocimiento sólido, porque eso implica tiempo y espera. Hoy el tiempo cuanto más acelerado es, mejor. Hoy no tenemos paciencia para una espera en que algo pueda madurar. Todo lo que experimentamos no lo hacemos haciendo un análisis previo, utilizando la razón, porque eso conlleva tiempo y espera. Simplemente vamos hacia ese deseo que nos dé placer sin cuestionarlo.

Sumado a esto, es importante tener en cuenta que lo que sucede no es al azar, sino bajo el marco de un sistema capitalista que nos atraviesa sin piedad a todos, teniendo en cuenta su ecuación característica: mayor producción al menor tiempo y a un menor costo. Ésta ecuación hoy rige no tan solo en la manera de producir y consumir en el mercado, sino toda nuestra vida. Los vínculos ya dejaron de tener una profundidad, ahora se tratan de conexiones laxas que se construyen en poco tiempo a través de las redes sociales y en el caso de que no prosperen, los individuos no sentirán angustia, por ende, el costo a pagar por ese fin será menor y luego el sujeto acudirá a producir otras conexiones, y de esta manera irá acumulando un sinfín de conexiones con otros a los cuales ni el rostro conoce personalmente.

Por lo tanto, las relaciones o vínculos que implicaban un tiempo de madurez ya no existen más. Se cambió la calidad por la cantidad: el sujeto no tan sólo busca conexiones laxas a través de las redes, sino que también busca validarse ante los demás a través de ellas y, por ende, se siente valorado teniendo una cierta cantidad de "seguido-

res” y de “likes”. Así es como se va conectando con otros: las conexiones se dan primero a través de likes, que serían como la primera mirada que se tenía en los tiempos de antes y luego se procede a tener un chat, siendo el último paso, conocerse en persona. Actualmente, todo es a la inversa.

A su vez, la calidad de los vínculos (hoy sólo conexiones) no tan solo fueron en detrimento, sino también la información misma que consumimos. En la modernidad a través de la razón instrumental y científica se buscaba llegar a un conocimiento sólido, que para alcanzarlo implicaba un tiempo, una investigación y una comprobación empírica. Hoy, debido a la aceleración en la que vivimos, propia del sistema, también consumimos información de forma laxa y en menor tiempo. Los individuos ya no se ocupan de buscar y de comprobar si esa información es verídica, porque éste mundo digital en el cual habitamos ya se trata de una Infoesfera como lo menciona Byung- Chul Han en su obra de 2021 “Las no-cosas: quiebras del mundo de hoy”. A los sujetos ya no les interesa ni los vínculos ni la información sólida.

Como consecuencia, se ha desarrollado lo que sostiene el filósofo Gianni Vattimo: “El pensamiento de la contaminación”, el cual se refiere a que todos tenemos un pequeño conocimiento, pero de forma superficial, porque ya no se tratan de saberes profundos, sino de un pensamiento débil que se compone de saberes de divulgación, siendo estos, aquellos saberes que consumimos a través de los medios de comunicación y no tan solo de éstos, sino también de las redes sociales. El filósofo sostiene que actualmente lo que nos provoca e interpela en el mundo posmoderno es la técnica, la tecnología, esto provoca que no podamos identificar lo verdadero de lo ficticio en el mundo. Actualmente, ante tanta información ya no podemos identificar una información real de una falsa.

Sin embargo, hemos llegado al límite de que ya no importa si se trata de una Fake News, sino que lo importante es consumir información rápidamente. Tanta es la información que consumimos a diario y en tan poco tiempo, que esa información se convierte en una desinformación. Nos hemos convertido en unos “infómatas” (término también expuesto por Han) ya que estamos manejados por el Smartphone. Los celulares manejan nuestro tiempo.

Byung - Chul Han en su libro “Las no- cosas”, lo sostiene afirmando que hoy corremos detrás de la información sin alcanzar un saber. Tomamos nota de todo sin obtener un conocimiento. Viajamos a todas partes sin adquirir una experiencia. Nos comunicamos continuamente sin participar en una comunidad. Almacenamos grandes cantidades de datos sin recuerdos que conservar. Acumulamos amigos y seguidores sin encontrarnos con el otro. La información crea así una forma de vida sin permanencia y duración.

Por lo tanto, la digitalización ha roto con el cara a cara y esa ausencia de miradas a su vez también ha provocado la pérdida de la empatía. Por ende, la sobre digitalización ha roto con los vínculos, con la calidad de la información y con los valores que tenía que tener una persona para ser estimada: hoy las personas se miden según qué tan “influencers” o famosos en las redes sociales son.

La digitalización y el lugar que tienen las redes sociales en nuestras vidas nos ha despojado de todas esas costumbres que nos mantenían relacionados con el otro. Por tal motivo, el proceso de sociabilización hoy se da a través de pantallas y no conociéndose con otro en el plano terrenal. Hoy, se actúa en un plano digital, y no con los pies en la tierra, sino con los ojos siempre fijos a una pantalla.

Incluyendo las ideas de Han, vivimos en una “psicopolítica digital”, en un sistema de dominación que, en lugar de emplear el poder opresor, utiliza un poder seductor, inteligente (el Smartphone) que consigue que los hombres se sometan por sí mismos al entramado de dominación. Un sistema en el que el sujeto sometido no es consciente de su sometimiento. Una psicopolítica digital que degrada la persona humana a objeto cuantificable y controlable. Han cierra diciendo: *“El big data anuncia por tanto el fin del libre albedrío”*.

Estas ideas que menciona el filósofo surcoreano describen con claridad lo que vivimos en nuestra actualidad, bajo un sistema capitalista de datos que, en lugar de proporcionarnos información para nuestro mayor desarrollo como

sujetos, nos somete, nos controla, y nos quita libertad de elección. De esta manera, la digitalización se trata de un control político.

Es tanto el control que el sistema capitalista de datos ejerce sobre nosotros, que esas ofertas que nos aparecen en cualquier red social, están diseñadas y pensadas exclusivamente en función de nuestros deseos gracias a los algoritmos, esas redes neuronales que se desarrollan gracias a los datos que constantemente generamos y que son captados por las grandes empresas como Google. Cada paso que damos, cada lugar que visitamos, cada búsqueda que hacemos generan datos que el sistema toma en cuenta, generando así una reciprocidad y como consecuencia, entramos en una burbuja creyendo que lo que se nos ofrece en las redes sociales es casualidad. De hecho, todos los que estén leyendo este escrito habrán experimentado la trampa del algoritmo: buscar algo y que luego en redes como Instagram salten ofertas relacionadas con esa búsqueda que hicimos anteriormente.

Por lo tanto, hoy no podemos hablar de una elección libre, porque hoy elegimos según las ofertas que proporciona el sistema, esa psicopolítica que funciona y nos domina en consonancia con el sistema capitalista de datos, haciendo que las ofertas estén diseñadas de acuerdo a nuestros deseos para seguir consumiendo, desechando y para luego volver a consumir.

Es una cadena que no tiene fin, ya que producimos datos que son tomados en cuenta todo el tiempo.

La digitalización en vez de implicar un avance, implica un control constante, una suerte de panóptico, esa estructura que para Foucault se trataba vigilar y ser vigilado para garantizar un mayor control. Los Smartphone son los panópticos móviles que llevamos en los bolsillos inocentemente, pero que nos vigila y controla a donde vayamos, registrando cada paso y generando cada vez más datos sobre nosotros, para luego seguir ofreciéndonos más de aquello de lo que deseamos, haciéndonos vivir en una círculo vicioso sin fin de consumismo.

Por ende, si en la Edad Media no teníamos libertad por los dogmas de la Iglesia y en la Modernidad no se logró llegar a ese ideal de libertad porque los metarrelatos fracasaron, en la posmodernidad tampoco, ya que los avances tecnológicos y la digitalización nos esclavizan. No tan solo vivimos en un control que beneficia al sistema capitalista de datos, sino que también nosotros vivimos inconscientemente cumpliendo con las redes sociales. Nos producimos a través de ellas. Nos auto explotamos en esas redes porque hoy la vida pasa por allí. Sentimos la necesidad de estar posteando porque de lo contrario no existimos. Y aquel que no lo hace, es el diferente, del cual tenemos miedo y por eso a muchos les habrá llamado la atención si una persona no tiene redes sociales ya que automáticamente nos horrorizamos y nos ponemos a pensar cómo ese sujeto puede desarrollar su vida sin en una red social como Whatsapp o Instagram.

Sin embargo, considero que los eventos más importantes de nuestras vidas, vividos conscientemente sin la necesidad de aparentar en las redes sociales, son los más valiosos. Refuerzo esta idea con ésta imagen que nombro “Lo real”:



Imagen extraída de la red social Instagram.

De todos modos, me parece importante retomar el concepto de configuraciones culturales, ya que el autor Grim-

son en su obra del año 2015 mencionada anteriormente, aclara que no todo se trata de una diferencia, que una configuración cultural se constituye también teniendo en cuenta las tramas simbólicas en común que tenemos todos, independientemente que no pertenezcamos a las mismas configuraciones culturales, porque a su vez compartimos elementos en común como el territorio. Hoy la trama simbólica que compartimos todos es el Smartphone y las redes sociales: ¿Quién no tiene uno? ¿Quién no posee alguna red social e interactúa en ella? En una sociedad de consumo como en la que vivimos el que no tiene un Smartphone se convierte en un sujeto insignificante. El que no tiene ese signo (un celular) es insignificante, siendo la sociedad de consumo una sociedad de significaciones. Por ende, la trama simbólica en común a la que apela Grimson, actualmente es la relacionada a la tecnología, sus avances, el smartphone y la digitalización que atraviesa a todas las áreas de la vida. Digitalización que no se encuentra concentrada en una institución determinada como el Estado, sino que es inherente a todo tipo de relaciones.

Por lo tanto, el Smartphone desde un sentido foucaultiano es un panóptico que ejerce poder y nos vigila constantemente a través de mecanismos digitales como los algoritmos, mencionados anteriormente. El Smartphone con la digitalización que es intrínseca a él nos atraviesa sin precedentes, y tanta importancia ha cobrado la tecnología y sus avances que se ha dejado de creer hasta en el Estado.

Estado que como bien menciono en páginas anteriores, fue una institución que nace en la Modernidad, el cual no solo se constituye en base a nuestra participación democrática, sino que también como Nación nos defiende y protege, teniendo en cuenta nuestra Constitución. Sin embargo, todo perdió credibilidad, hasta el Estado, sólo se cree en lo que nos proporciona los avances tecnológicos y la inteligencia artificial. Se cree sólo en el poder que tiene la tecnología. De hecho, tanto se cree que los esencialistas del movimiento de la Globalización prefieren que el Estado intervenga lo menos posible. Una globalización que apela a que exista una igualdad en términos tecnológicos (entre otros objetivos), para que todos cuenten con sus aparatos tecnológicos y todos estemos digitalizados. Sin embargo, teniendo en cuenta lo que plantea el autor Daniel Mato, cuando habla de “desfetichizar a la globalización” de desesencializarla, sería pertinente hacerlo también con el poder de las nuevas tecnologías, ya que como sostiene Alejandro Grimson, en tiempos como la pandemia de Covid 19, ningún tipo de avance tecnológico nos protegió. Solo el Estado como estructura jurídica nos pudo garantizar una tranquilidad y nos brindó un mecanismo de cuidado como lo fue el aislamiento obligatorio y luego la aplicación de las respectivas dosis.

Así es como tantos valores, creencias y demás instituciones modernas han perdido credibilidad que hasta ya no nos interesa hablar de líderes políticos ni de partidos políticos, porque cada vez se erosionan más. Por eso la gente acude a una herramienta digital como las redes sociales para expresar sus demandas. La gente elige exponerse a través de esa comunicación digital y ya no acudiendo a un partido político u otra entidad. De hecho, las denuncias primero se realizan en redes sociales y luego la gente, elige acudir a la justicia.

Por ello, siguiendo nuevamente las ideas del filósofo Byung-Chul Han, en la sociedad expuesta en la que vivimos, cada sujeto es su propio objeto de publicidad. Todo se mide en su valor de exposición. De este modo, los sujetos no tan sólo se auto explotan y se auto producen para ganar más seguidores, likes y acumular conexiones efímeras, sino que también acuden a la digitalización para expresar sus demandas.

Por último, me parece importante resaltar de que a pesar de que desde mi lugar de estudiante de Ciencias de la Comunicación pueda racionalizar todo lo que experimentamos actualmente (gracias también a la lectura de diverso material bibliográfico), sin embargo, no me quita la participación que también realizo en este sistema, en esta psicopolítica digital, porque considero que todos estamos insertos en ésta digitalización, algunos en mayor o menor medida. La vida está dominada por la inteligencia artificial y nadie puede escapar de ella. Su presencia es tan fuerte que como lo he mencionado a lo largo de éste escrito, todos los paradigmas han cambiado.

De todos modos, siento que todavía como sujetos pensantes, que tenemos control sobre nuestros cuerpos, podemos intentar al menos no tener una participación irracional en todo este sistema. Participar es algo ineludible,

pero por lo menos ser consciente desde qué lugar y no “creyéndonos el cuento”.

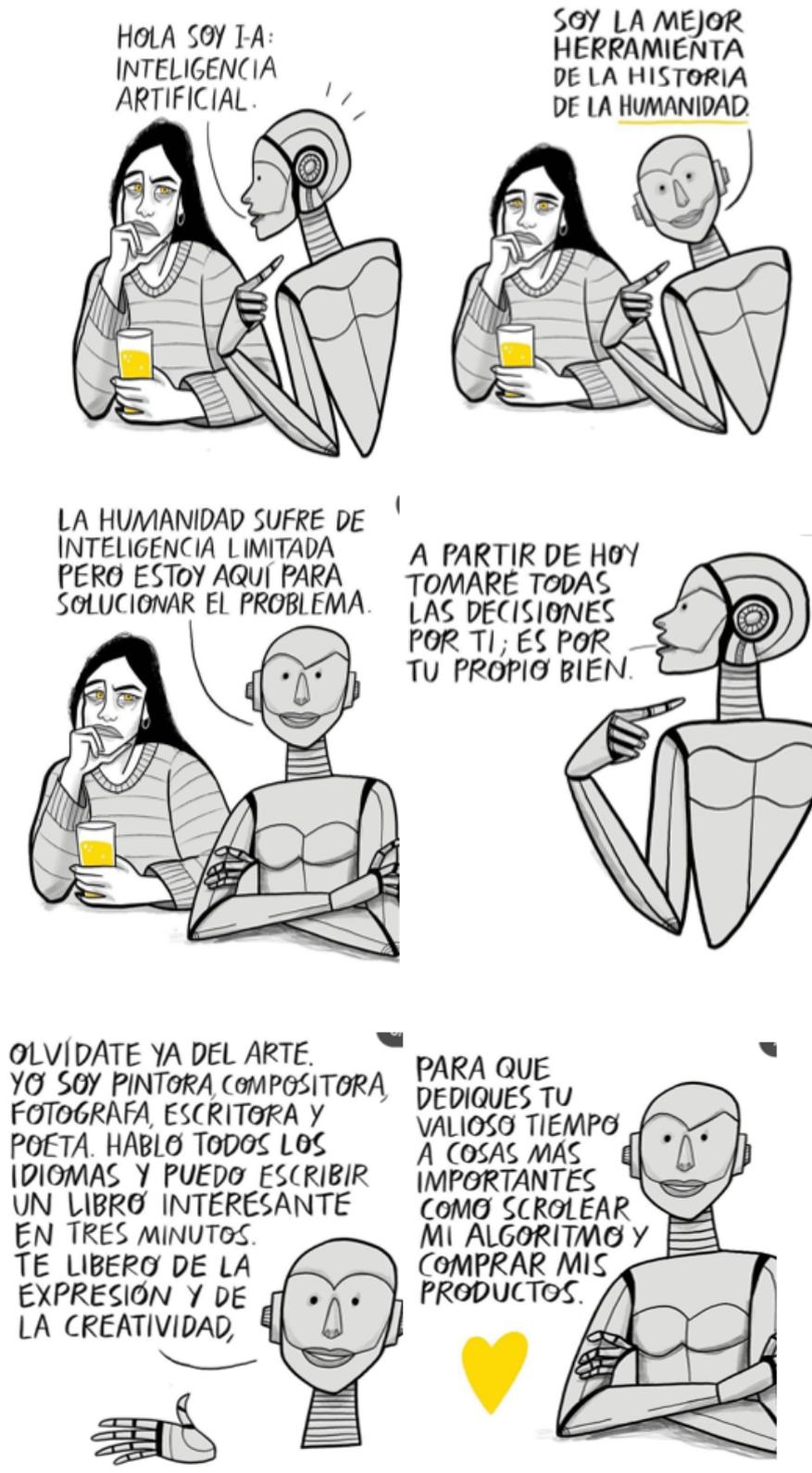
Por tal motivo, elegí ésta imagen para representar mi idea, para que tratemos de no terminar como lo que plantea Byung-Chul Han en una de sus obras, *Vida Contemplativa* (2023) siendo su frase el nombre de la imagen que elegí:

“Nos estamos asemejando cada vez más a esas personas activas que ruedan como rueda la piedra, conforme a la estupidez de la mecánica”:



Imagen extraída de la red social Facebook.

Además, elijo ésta serie de imágenes que denomino "I.A":



Imágenes extraídas de la red social Instagram, del usuario Cultura Inquieta.

# La dinámica en la construcción colaborativa de conocimiento en Internet: la ética hacker, las regulaciones libres y la cocreación en la Web. El sistema WordPress en Argentina.

Irene Fernández

irene.fernandez@fadu.uba.ar

**Universidad Nacional de Rosario**

## Resumen

El trabajo es un informe de Tesis de Maestría, en el que se busca conocer y dar cuenta de las experiencias de construcción colaborativa de conocimiento en el ámbito de la World Wide Web, en torno al Sistema de Administración de contenidos (CMS) WordPress, los valores que se ponen en juego y las dinámicas de interacción entre sus protagonistas y dentro de la comunidad.

En la investigación se explorarán los valores de la Web que sustentan el fenómeno de la convergencia y las prácticas que se producen. Las regulaciones libres, la ética hacker, los estándares que hicieron posible una web cocreada y remixada por programadores y diseñadores. Esta cultura distinta de la tradicional industria del software, fomenta la colaboración, motiva la creación del conocimiento compartido, promueve la filosofía del trabajo en equipo, estimula la transparencia al hacer el código fuente libremente accesible.

A través del análisis del caso WordPress, un Sistema de Administración de Contenidos -CMS por su sigla en inglés- que refleja y sintetiza estos valores y es hasta el día de hoy escenario de estas prácticas colaborativas, se buscará conocer los usos, las prácticas transdisciplinarias y cocreativas, los espacios colaborativos y las distintas experiencias y motivaciones de programadores y diseñadores.

Tomando en cuenta el desarrollo de estándares web, las licencias libres y la ética hacker que promueve prácticas que se alejan de los valores de mercado, se buscará conocer la experiencia de los usuarios a través de técnicas cualitativas de entrevistas en profundidad a usuarios expertos y observación participante en grupos argentinos de usuarios de WordPress.

Este proyecto tiene como base la metodología cualitativa y para la investigación se utilizarán las técnicas de la entrevista en profundidad y la observación participante.

Se realizarán entrevistas en profundidad a informantes clave, programadores y diseñadores que trabajan con el sistema WordPress en Argentina. Se buscarán profesionales con al menos 5 años de experiencia con el sistema y con diferentes perfiles.

Programadores que diseñan plugins, otros que solo utilizan el sistema, diseñadores que crean plantillas y otros que solo utilizan plantillas y plugins de terceros.

La segunda técnica permitirá conocer la dinámica de los grupos de intercambio de experiencias a través de la observación participante en grupo de usuarios de WordPress de Argentina.

## **Justificación**

Durante las últimas décadas la cultura digital fue evolucionando hacia una cultura convergente y colaborativa.

La autorregulación de las industrias de Internet, específicamente en el ámbito de World Wide Web, a través del Consorcio de la Web (W3C), crearon regulaciones y estándares que promovieron las integraciones. También la creación de modelos de licencias facilitaron estos intercambios.

Los procesos y experiencias a analizar tienen injerencia en la comunicación cotidiana de empresas e instituciones y éstos se desarrollan sobre un sistema que es utilizado de manera masiva.

Muchos estudios se realizan sobre las interfaces o los contenidos pero no siempre se tiene en cuenta el backend, el sistema, los procesos que ocurren por detrás y sus lógicas que conducen y dan soporte a los comportamientos de los usuarios.

A través de las técnicas elegidas, entrevista en profundidad y observación participante, se dará cuenta de la información cualitativa sobre las experiencias de los usuarios y entre distintos roles de usuario. Esta investigación busca aportar corpus de conocimientos sobre el uso de sistemas, plantillas, plugins y las experiencias colaborativas que ocurren en ellos.

## **Objetivos**

Objetivo General:

Conocer y dar cuenta de las experiencias de construcción colaborativa de conocimiento en el ámbito de la World Wide Web, en torno al Sistema de Administración de contenidos (CMS) WordPress, los valores que se ponen en juego y las dinámicas de interacción entre sus protagonistas y dentro de la comunidad.

Objetivos Específicos:

- Indagar las prácticas transdisciplinarias, colaborativas entre programadores y diseñadores en el backend, frontend, plugins más utilizados y plantillas.
- Conocer cómo trabajan y se vinculan los cocreadores en relación a los estándares web y las regulaciones.
- Conocer los espacios colaborativos donde se encuentran recomendaciones y ayuda.
- Indagar en la experiencia a través de los años de los usuarios más experimentados.
- Crear una narrativa transmedia de no ficción que se nutra de la investigación y de visibilidad a las experiencias en torno al objeto.

## **Marco Teórico. Referentes conceptuales**

Como refiere Igarza (2012) durante las últimas décadas la cultura digital fue evolucionando hacia una cultura ubicua y de mezcla de contenidos. La autorregulación de la industria de Internet a través de la W3C creó estándares que junto a las licencias libres, promovieron las integraciones. Internet trajo nuevos valores y nuevas maneras de crear y

cocrear. La participación ha excedido las fronteras geográficas y la cooperación sucede de manera simultánea entre personas desconocidas. Se acuñó una Cultura 2.0, digital y participativa (Igarza, 2012) donde los protagonistas no son consumidores pasivos sino cocreadores o prosumidores, término acuñado por Toffler (1980).

Una de las características de esta web es la autorregulación. Los estándares web, condición imprescindible para la convergencia tecnológica, fueron definidos por el Consorcio de la W3C. En la Web Semántica el contenido está marcado de manera estructurada para ser manipulado por los programas de computadora, para operar automáticamente y en cooperación con las personas (Berners-Lee et al., 2001).

La creación de los sistemas CMS fue fruto de la necesidad de actualización frecuente, como señala Burgy (2020). Estos sistemas permitían desarrollar sitios web fácilmente escalables. Los primeros sistemas eran productos patentados de código cerrado.

En los años 2000 comenzaron a surgir CMS de código abierto u Open Source, como WordPress, Drupal y Joomla (Burgy, 2020).

Estos sistemas de autopublicación facilitaron el “desarrollo paralelo de una cultura global y de múltiples culturas identitarias; y el ascenso simultáneo del individualismo y el comunalismo”, como señala Castells (2009, p. 90). Los weblogs son exponentes de estos aspectos. Surgieron como una expresión individual dentro de una cultura global que buscaba las voces representativas de culturas diversas. Como todo proceso de comunicación, la “autocomunicación de masas” como los denomina Castells, están también fuertemente condicionada por la tecnología que le da sustento (2009).

Lessig (2002/1998) hace mención a los protocolos y reglas que determinan la interacción y por lo tanto, la característica política de las plataformas. Será Himanen (2001/2002) quien analice estos valores desde la ética hacker, que aborda la ética del trabajo, del dinero y la libertad, opuesta a la ética protestante. La ética hacker enaltece el disfrute en el trabajo, la motivación para trabajar no atada al dinero, los formatos libres y abiertos así como el software gratuito.

Conocer las dinámicas de creación y funcionamiento de estos sistemas, las regulaciones, licencias, los estándares, la construcción colaborativa de conocimiento, el espíritu entusiasta y opuesto a los valores de mercado, aporta variables para el análisis de los procesos comunicacionales que suceden en estas plataformas y son por ello condicionados por estos mismos sistemas CMS.

## **Metodología**

Este proyecto tiene como base la metodología cualitativa y para la investigación se utilizarán las técnicas de la entrevista en profundidad y la observación participante.

Se realizarán entrevistas en profundidad a informantes clave, programadores y diseñadores que trabajan con el sistema WordPress en Argentina. Se buscarán profesionales con al menos 5 años de experiencia con el sistema y con diferentes perfiles.

Programadores que diseñan plugins, otros que solo utilizan el sistema, diseñadores que crean plantillas y otros que solo utilizan plantillas y plugins de terceros.

La segunda técnica permitirá conocer la dinámica de los grupos de intercambio de experiencias a través de la observación participante en grupo de usuarios de WordPress de Argentina.

## **Contexto y antecedentes**

Los Expertos Idealistas y el Proceso de Convergencia en la World Wide Web. Las Regulaciones, los Sistemas y las Comunidades de Cocreación.

Los cambios en la tecnología de Internet -los nuevos estándares, licencias y modelos híbridos, la autorregulación de la industria, el advenimiento de los dispositivos móviles- han potenciado una cultura de integración y reelaboración de contenidos. Este proceso de convergencia es un fenómeno continuo que abarca aspectos culturales, sociales, industriales y tecnológicos.

En este capítulo describiremos cómo se configuraron las aristas específicas y relevantes para comprender y poder delinear los aspectos del objeto.

### **La Ética Hacker y las regulaciones en la web.**

Janet Abbate da cuenta en *Inventing the Internet* (1999, como se citó en Himanen, 2001/2002, p. 127) cómo la designación de antiguos investigadores universitarios para ocupar puestos de gestión y dirección en Arpanet, la antecesora de Internet, creó una matriz para que se desarrollara bajo principios de autoorganización comunes en la práctica científica.

Esta manera de pensar alejada de los valores comerciales configuró lo que se llamó la Ética Hacker. Una mirada en relación al trabajo, valorizando el entusiasmo y produciendo aquello que consideremos valioso con foco en el libre acceso, la libertad de expresión y el acceso de todos a la red (Himanen, 2001/2002, pp. 6-7).

Cabe mencionar que el uso popular del término hacker es equivocado, ya que los delinquentes que practican la piratería informática se denominan crackers.

En el centro de nuestra era tecnológica se hallan unas personas que se autodenominan hackers. Se definen a sí mismos como personas que se dedican a programar de manera apasionada y creen que es un deber para ellos compartir la información y elaborar software gratuito. No hay que confundirlos con los crackers, los usuarios destructivos cuyo objetivo es el de crear virus e introducirse en otros sistemas: un hacker es un experto o un entusiasta de cualquier tipo que puede dedicarse o no a la informática. (Himanen, 2001/2002, p. 2).

Con la misma concepción idealista de autoorganización y compartición comunes en la práctica científica, muchos de los grupos y comunidades funcionaron de acuerdo con el modelo de acceso libre al código fuente, permitiendo los aportes de cualquier persona que luego eran mejorados y desarrollados colectivamente. El grupo que desarrolló protocolos y estándares en la década de 1970, Network Working Group, funcionó con esta lógica y estaba dirigido por hackers estudiantes universitarios. Este grupo sigue funcionando de esta manera, aunque fue cambiando de nombre y actualmente se lo conoce como Internet Engineering Task Force y funciona dependiente de la Internet Society (Himanen, 2001/2002, p. 127).

Esta matriz dejó su huella en la actual autorregulación a través de la creación de estándares establecidos y aprobados por profesionales, universidades y otras organizaciones mundiales y en la manera de crear y compartir el conocimiento a través de modelos de licencia libres e híbridas.

Hacia un Mercado Autorregulado. Nuevos Estándares Web para Una Web Interconectada, Flexible y Adaptable.

Parte de lo que conocemos como Internet fue fruto de un debate entre profesionales, que implementó una buena idea y la convirtió en un estándar.

Es el caso del correo electrónico que Ray Tomlinson introdujo en 1972. Tomlinson fue incluso quien creó la sintaxis que utiliza el signo arroba “@” en las direcciones de correo electrónico (Himanen, 2001/2002, p. 128).

La World Wide Web fue concebida con esta matriz en 1990 por el idealista inglés Tim Berners-Lee, que concebía la

red como “una creación individual más social que técnica”. Mencionaba que había sido diseñada “para que tuviera un efecto social -ayudar a la gente a trabajar junta- y no como un juguete técnico” y que el objetivo último de la WWW era “apoyar y mejorar la interrelación de nuestra existencia en el mundo” (Himanen, 2001/2002, p. 128).

Berners-Lee señala que fue la propia comunidad de Internet la que aportó para su constante mejora:

“Las personas interesadas en Internet proporcionaron la realimentación, el estímulo, las ideas, las aportaciones de códigos fuentes y el apoyo moral que tan difícil hubiera sido encontrar a nivel local. La gente de Internet construyó la red mundial de redes desde su raíz misma.” (Himanen, 2001/2002, p. 128).

Para lograr una mayor interacción, ya que la mayor parte del contenido de la Web estaba diseñado para que los humanos lo lean, no para que los programas de computadora lo manipulen de manera significativa, en 1994 Tim Berners-Lee fundó el Consorcio World Wide Web (W3C). Por su idealismo, Berners-Lee rechazó todas ofertas comerciales que buscaban apropiarse de la red (Himanen, 2001/2002, p. 128).

La W3C fue creada con el objetivo de acordar estándares entre las propias empresas, universidades y otras organizaciones mundiales. Actualmente la W3C desarrolla estándares abiertos para garantizar el crecimiento a largo plazo de la Web. Bajo los principios de Web para todos y la Web en todo, acuerdan estándares para crear una web accesible para todos los usuarios independientemente de su hardware, software, infraestructura de red, idioma nativo, cultura, ubicación geográfica o capacidad física o mental y para que el acceso a la Web sea posible desde cualquier tipo de dispositivo, teléfonos móviles, teléfonos inteligentes, asistentes digitales personales, sistemas de televisión interactivos, sistemas de respuesta de voz, quioscos e incluso ciertos electrodomésticos (W3C, 2021-a).

Los estándares de arquitectura web se centran en las tecnologías y principios básicos que sustentan la web. Protocolos, metaformatos e identificadores como HTTP, XML, URL, RDF e IRI son vehículo para nombrar y manipular elementos en la Web (W3C, 2021-b).

En diseño web y aplicaciones, los estándares están relacionados a la creación y representación de páginas web. HTML, XHTML, CSS, API de JS, SVG, WCAG, One Web, entre otras dan forma a la estructura, el estilo, el diseño, gráficos, audio, video, contenido accesible, internacionalización y web móvil (W3C, 2021-c).

Con la web semántica tanto los robots de los buscadores como otros sitios y sistemas, pueden “entender” un sitio web al escanear su contenido. Los estándares permiten la interacción entre sistemas ya que pueden entenderse con formatos y estructuras preacordadas.

Estas tecnologías configuran parte de los estándares imprescindibles para la modularidad y flexibilidad de los Sistemas de Gestión de Contenidos CMS.

## **Derechos de las obras, modelos restrictivos y libres.**

La administración de los derechos de las obras está en manos del Estado, que a través de distintos organismos otorga permisos según dos formatos: el modelo de patentes o el modelo de copyright o derecho de copia. La era digital puso en jaque este modelo restrictivo del derecho de autor y produjo una revolución en múltiples niveles. Con la desaparición del soporte físico, las obras digitales se convirtieron en datos y con Internet se hizo muy fácil compartir las obras con muchas personas a la vez.

Los desarrolladores de software en oposición al copyright comenzaron a licenciar su código bajo el concepto de copyleft. En 1985 Richard Stallman escribe el manifiesto de GNU. Gracias a las licencias GPL, Licencia Pública General de GNU, los programadores tuvieron la posibilidad de colaborar mutuamente, tomar código de otro, modificarlo, adaptarlo y mejorarlo (Busaniche et al, 2006, p.75).

En parte por una mala traducción del término en inglés, puede confundirse “free software” con software gratuito. “El software libre es el caso paradigmático de la economía híbrida” donde conviven la gratuidad con el modelo de pago creando un nuevo modelo híbrido (Lessig, 2008/2012). En el software libre las “entidades comerciales extraen valor de una economía de compartición” (p. 225).

Para el desarrollo de software libre, Lessig (2008/2012) señala la importancia de que los programadores y las empresas se involucren y apoyen su desarrollo para lograr su crecimiento. Además de las libertades, uno de los pilares del software libre es su comunidad. Lessig pone como ejemplo el desarrollo de Ubuntu Linux. Canonical Ltd., la empresa que lo desarrolla, se propuso que sea el Linux más utilizado. Y para lograrlo considera imprescindible atender tres cuestiones respecto a su comunidad: “En primer lugar, debe guardarse ‘respeto’ a la comunidad. En segundo lugar, debe atribuirse ‘responsabilidad’ a la comunidad. En tercer lugar, hay que ‘ofrecer a la gente un sentido de pertenencia a algo significativo’” (Lessig 2008/2012, p. 223).

Además del software libre y el software de código fuente abierto (Open Source), otras licencias como las Creative Commons ayudaron a socializar los contenidos. Ahora también “músicos, poetas, pintores, diseñadores, fotógrafos, están poniendo a disposición de la comunidad sus obras con términos de licenciamiento flexibles” (Busaniche et al, 2006, p.130).

### **Surgimiento de los sistemas de gestión de contenidos CMS. WordPress, un CMS flexible, modular y colaborativo.**

Señala Burgy (2020) que hacia mediados de los años noventa con la popularidad de la World Wide Web, crece la necesidad de actualizaciones frecuentes. Esto llevó al desarrollo de Sistemas de Administración de Contenidos o Content Management System (CMS). Estos sistemas permitían desarrollar sitios web fácilmente escalables. Los primeros sistemas eran productos patentados de código cerrado. En los años 2000 comenzaron a surgir CMS de código abierto, como WordPress, Drupal y Joomla (Burgy, Rise of the CMS, párr. 2). La diversidad de sistemas actuales facilita elegir según la tipología de sitio a abordar. Existen CMS especializados en e-commerce, e-learning, etc.

Mike Little y Matt Mullenweg publicaron en 2003 la primera versión de su sistema. Nació como una bifurcación o fork de b2, un desarrollo anterior. Mullenweg quiso desarrollarlo bajo una licencia GPL para que pudiera continuarse en el caso de que sus desarrolladores no quisieran o pudieran continuarlo. McKeown (2014) señala “Well, it would be nice to have the flexibility of Movable Type, the parsing of Textpattern, the hackability of b2, and the ease of setup of Blogger” [Sería bueno tener la flexibilidad de Movable Type, el análisis de Textpattern, la capacidad de pirateo de b2, y la facilidad de configuración de Blogger] (p. 2). En un principio desarrollaron una interfaz de administración o backend más intuitiva, y acuñaron su famosa instalación en cinco minutos. “It was important for WordPress to create as low a barrier to entry as possible. Anyone should be able to get on the web and publish their content.” [Para WordPress era importante crear una barrera de entrada lo más baja posible. Cualquiera debería poder acceder a la web y publicar su contenido.] (McKeown, 2014, p.8). También simplificaron la configuración.

La flexibilidad y modularidad son condiciones indispensables para la adaptación a distintos medios y para la integración en otras plataformas. Ambas características fueron desde el inicio partes constitutivas del diseño de este CMS. En su versión 1.5 incluyeron una primera versión del administrador de plantillas o templates. Esta estructura dinámica facilitó la creación de sistemas visuales flexibles, a través de una estructura modular con contenido dinámico y con estilos CSS (McKeown, 2014, p.13).

La separación de funcionalidades en un repositorio general de plugins o complementos fue otra de las características diferenciales de WordPress. Según McKeown (2014), de esta manera solo se incorporaban al core del sistema las funcionalidades que eran útiles para el 80% de los usuarios. El resto, podía pasar a formar parte del repositorio oficial de plugins (p.31).

El estándar XHTML garantizó sitios web semánticos y compatibles con versiones posteriores que funcionen en cualquier navegador. El formato de integración Really Simple Syndication (RSS) facilitó la distribución e integración de contenidos en tiempo real basado en el lenguaje XML. Otro de los estándares fue el de utilizar archivos externos para el idioma. La internacionalización a través de archivos .po y .mo con la traducción de términos facilitó también los sitios de múltiples lenguajes. Los Pingback y Trackback daban cuenta de los enlaces entre blogs, dejando una referencia automática en el blog mencionado, similar a un comentario. Esto potenciaba las referencias y colaboró al desarrollo de comunidades cocreadoras interrelacionadas.

El uso de licencias General Public License (GPL) promovió su uso extendido y el crecimiento de una comunidad de desarrolladores. Según la licencia por la cual se regulan las colaboraciones, todos los archivos aportados que son trabajos derivados de WordPress son publicados bajo la misma licencia. Eso significa que se pueden descargar, reutilizar, modificar y distribuir bajo esos mismos términos.

Aunque fue creado como un sistema especializado para la gestión de weblogs, su uso se extendió a sitios web de toda clase. Los motivos por los cuales WordPress es uno de los CMS más utilizados son múltiples. Según Brian Arthur (1989, como se citó en Jollivet, 2004, p. 175) “Una tecnología no se elige porque es la mejor, sino que se torna en la mejor porque es elegida”.

Siguiendo el concepto de la Larga Cola o Long Tail de Chris Anderson, tanto WordPress, sus plantillas y plugins, son ejemplo de cómo un consumo de nicho distribuido de manera global y sin costo de almacenamiento, puede convertirse en masivo. Y como menciona Lessig (2008/2012) “la amplitud de este mercado apoyará una diversidad de creatividad que no puede menos que inspirar a un abanico mayor de creadores” (p.166).

### **Cocreación en red.**

La Ética Hacker también dejó su huella en una fuerte identidad de desarrollo comunitario. Inicialmente esto se dió en el ámbito del desarrollo de software pero con la llegada de la tecnología de la Web 2.0 la colaboración se hizo posible entre los usuarios que antes eran solo lectores. De consumidores pasan a ser prosumidores.

La Web 2.0 también tuvo impacto en los medios que las comunidades de desarrolladores utilizaban para colaborar.

### **De lectores a cocreadores. La web 2.0, el fenómeno weblog y una nueva cultura digital.**

A partir de 2010 comienzan a aparecer todo tipo de dispositivos móviles. Hacia 2016 el acceso desde dispositivos móviles superaba al acceso desde dispositivos de escritorio, que siguió decreciendo rápidamente. Como menciona Igarza (2012), con las comunicaciones móviles todo puede funcionar en tiempo real, lo que redundará en una modificación de la administración del espacio-tiempo. También permite una gestión descentralizada y colaborativa (p. 3).

Los nuevos estándares semánticos y las técnicas adaptables permiten que con una sola Web (One Web) pueda accederse desde cualquier dispositivo, tanto de escritorio como móvil. Los sistemas se diseñan pensando la integración de su contenido. Las remezclas se producen dentro de una comunidad y en la era digital las comunidades son globales (Lessig, 2008/2012, p. 111).

Una nueva manera de usar los medios nos convierte ya no en meros espectadores, sino en activos lectores, cocreadores o prosumidores, término acuñado por Alvin Toffler (1980). “La remezcla es un acto esencial de creatividad LE (Lectura/Escritura), es la expresión de la libertad de tomar «las canciones del momento o las viejas canciones» y crear con ellas.” (Lessig, 2008/2012, p. 89)

El periodismo ciudadano encuentra en los weblogs el formato ideal, flexible, modular y con gran capacidad para remixar contenidos. Los nuevos equipos móviles permitían generar contenido propio, subirlo y compartirlo de in-

mediato. También integran contenido externo creado por otras personas en diversas plataformas. Recursos como mapas, videos, canales de audio, galería de imágenes, wikis, etc.

La hiperconectividad destaca dos aspectos del consumo digital “comunicar es compartir y compartir es ‘estar en la nube’”. Esto cambia las prácticas sociales y de consumo, implica nuevas maneras de intercambiar bienes y servicios con “tecnologías que se desarrollan, se comparten y se operan descentralizadamente” (Igarza, 2012, p. 150).

Esta etapa se denomina Web 2.0. La revolución de compartir contagia, se generan plataformas que invitan a las comunidades a generar y compartir contenido colaborativo.

Como señala Igarza (2012) Internet trajo nuevos valores y nuevas maneras de crear y cocrear. Los espacios de participación han excedido las fronteras geográficas y la cooperación sucede de manera simultánea entre personas desconocidas. Se acuñó una Cultura 2.0, digital y participativa (p. 154).

### **Las comunidades de construcción colaborativa de conocimiento.**

La Ética Hacker recupera de la ética científica la idea de que el conocimiento científico debe ser público y compartido libremente. Siguiendo esta ética hackeriana, muchos hackers difunden los resultados de su actividad de forma abierta y libre para que otros los utilicen, los mejoren y desarrollen. Dentro de este pensamiento comunitario, es importante el reconocimiento de los pares y el aporte que cada uno pueda hacer dentro de una comunidad creativa (Himanen, 2001/2002, pp. 42-45).

Las primeras comunidades virtuales de construcción colaborativa de conocimiento, se fueron tejiendo al compás del propio surgimiento de la Red. Se vincularon inicialmente a través de distintos servicios en línea, chats, Bulletin Board System BBS, listas de correo electrónico y más tarde en foros, weblogs y otras plataformas virtuales. La Web 2.0 potenció a las ya existentes comunidades virtuales.

Las comunidades de programadores y activistas vinculados al software libre surgen como contracara a una industria global y con fuertes prácticas monopólicas, y a ellas le oponen iniciativas que operan con una lógica comunitaria (Zanotti, 2017, p. 21).

Estas ideas han contagiado voluntades en otras esferas en las que también se dan procesos de privatización y mercantilización de bienes comunes. El movimiento que se denomina Cultura Libre o Free Culture, término acuñado por Lawrence Lessig, promueve la libertad para distribuir o modificar trabajos y obras creativas utilizando las redes y medios digitales (Zanotti, 2017, p. 203).

Los siguientes trabajos analizan las comunidades virtuales desde distintos abordajes y ofrecen diferentes perspectivas para avanzar en el estudio del objeto.

### **Bibliografía consultada**

- Berners-Lee, T. & Hendler, J., & Lassila, O. (2001). The Semantic Web. *Scientific American*, p. 34-43. [https://www.researchgate.net/publication/225070375\\_The\\_Semantic\\_Burgy](https://www.researchgate.net/publication/225070375_The_Semantic_Burgy), P. (2020). A brief history of the Content Management System. <https://opensource.com/article/20/7/history-content-management-system>.
- Busaniche, B., Boyle, J., Rodriguez, S., Stallman, R., Heinz, F., Joy, B (2006). Prohibido pensar, propiedad privada: los monopolios sobre la vida, el conocimiento y la cultura. Córdoba: Fundación Vía Libre.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. (María Hernández, Trad.). Alianza Editorial. (Trabajo original publicado en 2009).
- Coleman, G. (2010). The Hacker Conference: A Ritual Condensation and Celebration of a Lifeworld. *Anthropological Quarterly* 83(1), 47-72. doi:10.1353/anq.0.0112. Estaella,

A. (2005). Filtrado colaborativo: la dimensión sociotécnica de una comunidad virtual. UOCpapers: Revista sobre la Sociedad del Conocimiento. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.uoc.edu/uocpapers/1/dt/esp/estalella.pdf>

Himanen, P. (2002). La ética del hacker y el espíritu de la era de la información. Destino. (Trabajo original publicado en 2001).

Igarza, R. (2012): Internet en transición: A la búsqueda de un nuevo estatuto para la cultura digital. En la ruta digital. Cultura, convergencia tecnológica y acceso. Ed 1. pp.147-158. Sec. de Cultura de la Nación.

Jollivet, P. (2004). Anexo 2: Los rendimientos crecientes. Capitalismo cognitivo. Propiedad intelectual y creación colectiva. Madrid: Traficantes de Sueños.

Lessig, L. (2002). Las leyes del ciberespacio. (O. Trelles y J. Trelles, Trad.) Themis: Revista de Derecho, volumen 3, p. 171-179. (Trabajo original publicado en 1998). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5110282>

Lessig, L. (2012). Remix. Cultura de la remezcla y derechos de autor en el entorno digital. (M. Itatí Portillo, N. Bachmakov, G. Faraguna, C. Felis, N. Gnisci, L. González, B. Rando, M. Schmidt, M. Sorzano, L. Vacas, C. Vargas, Trads.). Barcelona: Icaria editorial. (Trabajo original publicado en 2008).

McKeown, S. (2014). On forking WordPress, forks in general, early WordPress, and the community. Wordpress. Freedom, Community and the Business of Open Source. <https://wordpress.org/about/history/chapter3.pdf>.

Salaverría Aliaga, R. & García Avilés, J.A. & Masip, P. (2010). Convergencia Digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España. U. de S. de Compostela.

Toffler, A. (1980). The Third Wave. Morrow.

Tramullas, J. (2019). Herramientas de software libre para la gestión de contenidos. Universitat Pompeu Fabra.

Web\_A\_New\_Form\_of\_Web\_Content\_That\_is\_Meaningful\_to\_Computers\_Will\_Unleash\_a\_Revolution\_of\_New\_Possibilities

World Wide Web Consortium (2021-a). W3C Mission. <https://www.w3.org/Consortium/mission>

World Wide Web Consortium (2021-b). Web Architecture. <https://www.w3.org/standards/webarch/>

World Wide Web Consortium (2021-c). Web Design and Applications. <https://www.w3.org/standards/webdesign/>

Zanotti, A. (2017). El software libre y su difusión en la Argentina: aproximación desde la sociol

# Narrativas post-pantalla: una aproximación al diseño de experiencias inmersivas de no-ficción.

Anahí Lovato

lovatoanahi@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario

## Resumen

El estudio se centra en el diseño narrativo de obras inmersivas de no ficción. Busca contribuir a la comprensión de las características específicas de la gramática inmersiva. Para ello se analizan cinco proyectos iberoamericanos considerados casos de estudio representativos de diversas tipologías documentales inmersivas: Elcano 360° (2019), Cruzar (2020), Entre Luces y Sombras (2020), El más pequeño de los mundos (2021) y VR Aventura Antártica (2021). Los resultados permiten identificar un conjunto de elementos distintivos que caracterizan a las narrativas post-pantalla, basadas en video omnidireccional (en 360°) y realidad virtual (VR). Estas observaciones preliminares pueden resultar de utilidad para desarrollar guías y recursos profesionales aplicados al diseño narrativo inmersivo.

## Introducción

El actual ecosistema cultural-mediático exhibe un conjunto de formatos narrativos digitales innovadores, asociados a tecnologías específicas de consumo de contenidos. Entre ellos pueden reconocerse proyectos inmersivos de no-ficción, hoy en fase de experimentación y expansión (Marín, 2021): obras envolventes caracterizadas por la implementación de tecnologías que buscan reemplazar la percepción sensorial del usuario del mundo físico, posicionándolo en el centro de una esfera virtual de 360° capaz de responder en tiempo real a sus movimientos y estímulos. El consumo de estos contenidos inmersivos se realiza mediante gafas de realidad virtual (*headsets* o HMDs, del inglés *head-mounted display*), en sus diversas variantes.

### 1.1 Tecnologías y narrativas inmersivas en la no-ficción

Los dispositivos inmersivos disponibles en el mercado ofrecen diversos grados de libertad para la exploración de entornos virtuales. En tanto interfaces digitales, son el resultado de largos procesos no lineales de co-evolución tecnológica (Scolari, 2018). Son el resultado de una larga evolución que se inicia en el siglo XVIII y que actualmente vive lo que algunos autores han llamado la segunda edad dorada de la realidad virtual (Casini, 2023; Jerald, 2017; Soler-Adillón y Sora, 2018; Stein, 2016).

En relación a las experiencias narrativas, la capacidad de 'sumergir' a un receptor en un relato puede considerarse no exclusiva de las tecnologías inmersivas: lectores o espectadores logran zambullirse durante horas en buenos libros, películas o videojuegos. No obstante, utilizando tecnologías inmersivas las narrativas procuran avanzar hacia una inmersión sensorial replicando digitalmente la sensación de estar dentro de un entorno virtual envolvente (Domínguez, 2013).

Para de la Peña et. al. (2010) esta sensación de presencia en la realidad virtual se compone de tres instancias: *Place*

*Illusion* (PI), *Plausibility* (Psi) y *Body Ownership* (BO). La primera hace referencia a la ilusión de estar y actuar en un lugar remoto. La segunda se preocupa por la dinámica de los eventos: la verosimilitud del mundo virtual y sus reacciones a la presencia y acciones del usuario. *If you are there and the events are happening then they are happening to you*. Finalmente, es necesaria una representación corporal (BO) del usuario en el espacio virtual para completar la ilusión de presencia.

Los relatos periodísticos y documentales, en tanto discursos sobre lo real, también experimentaron creativamente con tecnologías envolventes. En la primera década del siglo XXI, como hemos estudiado anteriormente (Lovato-Freixa, 2022) existe un volumen importante de obras y avances tecnológicos que permiten atribuirles entidad como género.

Tras esta primera década de producciones inmersivas de no-ficción, Marín (2021) propuso una tipología para clasificar los documentales inmersivos contemplando las siguientes modalidades:

Documental inmersivo envolvente: documentales en 360°, vídeo o animación, con imagen realista, desarrollados con una intención observacional. Incluyen imagen y sonido envolvente, aunque sin interacción con el medio ni percepción espacial. El usuario puede cambiar su ángulo de visión, pero no puede desplazarse, moverse, interactuar con el mundo representado ni ejercer alguna acción con respuesta en él.

Documental inmersivo interactivo: creados con imagen CGI (*computer generated images*) con diferentes grados de abstracción o figuración en su diseño. Utilizan sistemas de realidad virtual estáticos (*Stationary VR experience*), dando al usuario la opción de interactuar con el entorno utilizando puntos visuales o mandos para desplazarse por la escena, acceder a menús, seleccionar entre opciones dadas o manipular objetos.

Documental inmersivo espacial: provee una mayor sensación de inmersión física y cognitiva, utilizando sistemas VR *Room-Scale*. El usuario tiene una percepción espacial de la imagen, libertad de movimiento, de desplazamiento e interacción con los objetos del mundo virtual dentro de los límites físicos destinados a la escena virtual. Permite un alto grado de equivalencia físico/virtual mayor (*body-ownership*) y sensación de presencia. Se utilizan técnicas como el modelado 3D y la captura volumétrica (Marín, 2021).

## Metodología

La presente investigación se focaliza en el diseño narrativo de proyectos inmersivos de no-ficción. Busca contribuir a la comprensión de las características específicas de la gramática inmersiva. Se vale de una triangulación metodológica de corte cualitativo basada en el análisis de contenido de obras documentales VR y 360, entrevistas en profundidad con sus directores y guionistas y confrontación de datos con la evidencia científica obtenida de la revisión bibliográfica.

El modelo de análisis para obras inmersivas de no-ficción aplicado se concentra en aspectos narrativos, visuales, sonoros, interactivos y tecnológicos. La matriz analítica (Lovato, 2022), construida con aportes previos de Benítez-de-Gracia y Herrera-Damas (2018), Jones (2017), Larsen (2018), Dolan y Parets (2016), Rothe et al (2017), Langbehn et al (2018), se aplica aquí a cinco proyectos iberoamericanos considerados casos de estudio representativos de las tipologías documentales inmersivas identificadas por Marín (2021). Las obras analizadas son:

**Tras la estela de Elcano**<sup>1</sup> (España, 2019): Una producción de RTVE, basada en video omnidireccional, que permite al usuario subir a bordo del buque escuela Juan Sebastián Elcano para explorarlo desde diversos ángulos y conocer la historia de su tripulación. El proyecto se encuadra en la categoría de documental inmersivo envolvente (Marín, 2021).

---

1 Disponible en <https://lab.rtve.es/elcano/es/video-360/>

**Proyecto Cruzar**<sup>2</sup> (Ecuador, 2020): Producido por Imán Transmedia y dirigido por Juan Pablo Urgilés. Utiliza video omnidireccional para sensibilizar a la sociedad sobre la movilidad humana y el desplazamiento venezolano. La narrativa 360° se articula en torno a la historia de Agny, una venezolana que cruza el Ecuador para reunir dinero y reagrupar a sus hijos. La obra constituye un documental inmersivo envolvente (Marín, 2021).

**Entre luces y sombras**<sup>3</sup> (Colombia, 2020): La serie VR dirigida por Nazly López narra la historia de Félix Joaquín Rodríguez, pionero del cine silente colombiano. Cuenta 'la historia de un viejo medio (el cine) a través de un nuevo medio (la realidad virtual)'. Para esta investigación se analizó el capítulo 'La vida y milagros de un cineasta en Bogotá'. Entre Luces y Sombras constituye un documental inmersivo interactivo (Marín, 2021).

**El más pequeño de los mundos**<sup>4</sup> (Austria, Cataluña y Alemania, 2021): Desarrollado por Bettina Lange, Joan Soler-Adillon y Uwe Brunner, este proyecto explora la resignificación de los espacios domésticos durante el aislamiento por COVID 19. Se presenta como un paisaje social, un archivo inmersivo y una cápsula del tiempo con participación global. Se trata de un documental inmersivo espacial (Marín, 2021).

**VR Aventura Antártica**<sup>5</sup> (Argentina, 2022): Una experiencia interactiva, inmersiva y educativa sobre la Antártida, desarrollada por la Universidad Nacional de Tierra del Fuego. Permite realizar actividades científicas descubriendo fósiles, extrayendo muestras de hielo y aventurándose en un viaje al período Cretácico. Se enmarca en la categoría documental inmersivo espacial (Marín, 2021)

## Resultados

A continuación, se presentan los principales hallazgos del análisis de las obras. Los títulos de los proyectos han sido abreviados como Elcano (para Tras la estela de Elcano), Cruzar (para Proyecto Cruzar), ELYS (para Entre Luces y Sombras), EMPDLM (para El más pequeño de los mundos) y VR AA (para VR Aventura Antártica).

### 3.1 Aspectos narrativos

Aspectos narrativos		Elcano	Cruzar	ELYS	EMPDLM	VR AA
<b>Estructura narrativa</b>	Lineal	■	■	■		■
	No lineal				■	
<b>Estructura temporal</b>	Cronológica	■	■	■		
	No cronológica				■	■
<b>Narrador</b>	Intradiegético	Personaje	■	■	■	■
		Reportero				
	Extradiegético					

2 Disponible en <https://proyectocruzar.com/>

3 Disponible en <https://drive.google.com/file/d/1-c3rszsfniACIKgPADzb9xfrSvHxrgMI/view>

4 Más información en <https://www.immensiva.com/the-smallest-of-worlds/>

5 Disponible en <https://labxr.untdf.edu.ar/>

<b>Focalización</b>	Cero				■		■
	Interna	Fija		■			
		Variable	■			■	
		Múltiple					
	Externa						
<b>Ocularización / auricularización</b>	Interna	Primaria			■		■
		Secundaria					
	Cero		■	■		■	
<b>POV</b>	Primera persona (1PP)				■		■
	Segunda persona (2PP)						
	Tercera persona (3PP)		■	■		■	
<b>Rol del usuario</b>	Observador	Activo				■	
		Pasivo	■	■			
	Participante	Activo			■		■
		Pasivo					

Gráfico 1. Aspectos Narrativos. Fuente: elaboración propia.

Entre los casos analizados, cuatro exhiben estructura narrativa lineal, organizando la progresión del relato desde un punto inicial (planteamiento) hasta un punto final (resolución). *Elcano* narra un viaje del buque escuela Juan Sebastián Elcano, un bergantín-goleta de la Armada Española, hasta su llegada al puerto de Pontevedra. *Cruzar* relata el periplo de Agny desde su ingreso a Ecuador hasta el encuentro con su primo en Quito, articulando en un montaje paralelo las vivencias de su familia en Venezuela. *ELyS* comienza con un joven Félix Joaquín Rodríguez (en adelante FJR) mirándose al espejo. Isabel, su musa, repasa el recorrido del aprendiz de cineasta hasta el presente de la narración, en los años veinte, en medio de los carnavales estudiantiles de Bogotá, donde FJR busca a los personajes de su primer film, Alma Provinciana. Finalmente, *VR AA* invita al usuario a visitar el continente antártico y cumplimentar una misión basada en tareas científicas. *EMPDLM*, en cambio, propone una estructura narrativa no lineal, basada en nodos interconectados que invitan al usuario a circular por una serie de alternativas posibles: un conjunto de escenas de cuarentena, elegidas de forma aleatoria, que transcurren en diferentes sitios.

En relación a la estructura temporal, *Elcano*, *Cruzar* y *ELyS* respetan el orden cronológico de los hechos narrados. Se constatan elipsis narrativas, aunque no exhiben anacronías. Las restantes proponen una narrativa no cronológica: en *EMDPLM* las escenas encuentran un orden sucesivo a partir de la selección de los usuarios, mientras *VR AA* incluye un gran *flash back* que transporta al usuario, por unos minutos, del presente de la narración a la eracretácica.

La totalidad de los casos estudiados utilizan narradores intradieгéticos, con estructura *character-led* (Jones, 2017). Para *Elcano*, el narrador es el propio bergantín-goleta. En *Cruzar*, la protagonista de la historia (Agy) es quien lleva adelante la narración. *ELyS* concentra en Isabel, la musa de FJR, la voz narrativa de la experiencia. *EMPDLM* incorpora en cada escena de cuarentena el relato en off de quienes habitan el espacio. *VR AA* usa la voz de una científica de la Base Marambio para guiar el recorrido, cuyo relato llega desde una radio.

En cuanto a los procedimientos de focalización (Genette, 1972), *Elcano* emplea una focalización interna variable que alterna entre el barco escuela y diversos miembros de la tripulación. *EMPDLM* también emplea una focalización interna variable, cambiando el focus en cada escena del relato no lineal. *Cruzar* apela a la focalización interna fija: el usuario conoce el conflicto de la migración exclusivamente a través de la experiencia de Agny. *ELyS* utiliza

una focalización cero: la narradora, de carácter omnisciente, conoce la vida, obra, pasado y futuro del protagonista (FJR) y dosifica esa información para hacer avanzar la trama. La misma estrategia se pone en juego en *VR AA*, donde Eugenia, la científica narradora, guía al usuario anticipando sus tareas.

En *ElyS* y *VR AA* la ocularización y la auricularización (Gaudreault y Jost, 1995) coinciden con la experiencia del usuario en tanto protagonista de la historia mediante una perspectiva interna primaria. *Cruzar*, *EMPDLM* y *Elcano* muestran una ocularización cero: lo que el usuario ve en la esfera 360° no coincide con la percepción de ninguna instancia intradieгética. En general, la propuesta de auricularización en *Cruzar* y *Elcano* es interna: cercana a lo que escuchan los personajes en la diégesis, incorporando el sonido ambiente de ambos viajes. *EMPDLM* evidencia una auricularización cero: lo que el usuario escucha no coincide con la perspectiva sonora de ningún personaje.

Sobre el punto de vista (POV) que ofrecen al usuario, *ElyS* lo posiciona en un rol protagónico -encarnando al personaje principal (FJR)-, permitiéndole experimentar la historia en primera persona. También lo hace *VR AA*, donde el usuario se representa a sí mismo actuando en el entorno virtual. *Elcano*, *Cruzar* y *EMPDLM*, en cambio, invitan a los usuarios a explorar sus historias en tercera persona, como testigos privilegiados sin corporeidad en el entorno 360°.

Con respecto al rol del usuario, siguiendo a Dolan y Parets (2016), en el caso *Cruzar*, el usuario actúa en calidad de observador pasivo: atiende a las acciones de la protagonista (Agný) obteniendo información directa sobre el entorno (Shin y Biocca, 2017), aunque su presencia no influye sobre la narrativa. Ocurre lo mismo con *Elcano*: el usuario espía la vida cotidiana de la tripulación del barco escuela, pero no modifica la trama. En *EMPDLM*, el usuario actúa como observador activo: recorre el espacio, selecciona escenas y activa sonidos sin influir sobre el mundo narrado. *ElyS* propone un usuario participante activo: encarna al personaje protagónico y es convocado a cumplir una misión para hacer avanzar la trama. La misma estrategia es aplicada por *VR AA*: el usuario debe cumplir una serie de tareas, interactuando con los elementos del entorno virtual, para progresar en la historia.

### 3.2 Aspectos visuales

Aspectos visuales		Elcano	Cruzar	ElyS	EMPDLM	VR AA
<b>Tipo de imagen</b>	Video omnidireccional	■	■			
	CGI	Realista				■
		No realista			■	■
<b>Transición entre escenas</b>	Corte directo		■			
	Fundido de entrada o salida			■		■
	Fundido encadenado	■			■	
<b>Angulación de cámara (si aplica)</b>	Frontal	■	■	■	N/A	N/A
	Picado					
	Contrapicado					
	Plano aéreo	■				
	Plano acuático					

<b>Movimientos de cámara (si aplica)</b>	Estática	■	■	■	N/A	N/A
	Desplazamiento	■	■			
<b>Iluminación (si aplica)</b>	Natural	■	■	N/A	N/A	N/A
	Artificial					
<b>Distancia focal (si aplica)</b>	Larga	■	■	■	N/A	N/A
	Media	■	■	■		
	Corta	■	■	■		
	Muy corta		■			
	Abstracta					
<b>Corporeidad del usuario</b>	Corpórea / Avatar			■		
	Incorpórea	■	■		■	
<b>Recursos gráficos extradiagéticos</b>	Íconos	■	■			■
	Textos sobreimpresos	■	■	■	■	
	Botones			■		■
	Elementos animados	■	■			

Gráfico 2. Aspectos Visuales. Fuente: elaboración propia.

Para su producción visual, una experiencia inmersiva puede utilizar dos tipos de imagen: el video omnidireccional y las imágenes virtuales generadas por una computadora (CGI) (Barreda-Ángeles, 2018). En los casos analizados, *Elcano* y *Cruzar* utilizan la técnica del video omnidireccional, rodando escenas con cámara de video 360°. *ELyS* utiliza ilustraciones bidimensionales no realistas para crear un entorno envolvente animado. *EMPDLM* y *VR AA* también apuestan por el CGI, aunque el primero produce imágenes no realistas con fotogrametría y nube de puntos mientras *VR AA* recrea escenarios antárticos y jurásicos a partir de entornos 3D realistas modelados, iluminados y animados.

Para las transiciones entre escenas, en líneas generales *Cruzar* prefiere el corte directo. *Elcano* apela a las transiciones encadenadas entre escenas. *EMPDLM* utiliza disoluciones cruzadas, aunque más lentas. *ELyS* utiliza exclusivamente transiciones lentas por fundido a negro y *VR AA* emplea fundidos a blanco.

Las dimensiones de análisis correspondientes a angulación, movimiento de cámara y distancia focal (Rodríguez-Fidalgo y Paíno-Ambrosio, 2020) aplican únicamente a los casos que proponen una posición fija para el usuario, sin desplazamiento por el entorno virtual. En *Cruzar* y *ELyS* se utiliza una angulación frontal alineando la mirada del espectador a los ojos de los personajes. Este tipo de angulación también predomina en *Elcano*, donde además se observa el uso planos aéreos, registrados con drone y cablecam. Con respecto a los movimientos de cámara, *ELyS* emplea exclusivamente una cámara estática, mientras *Cruzar* suma una escena con desplazamiento para conseguir un efecto de ilusión de movimiento y *Elcano* propone *travellings* en tomas aéreas. En cuanto a la distancia focal, *Elcano* y *Cruzar* utilizan una distancia larga-media: los personajes se encuentran considerablemente lejos del POV del usuario. En *Cruzar* las escenas rodadas en espacios pequeños muestran algunas distorsiones por la presencia de elementos cercanos al lente 360°. En *ELyS*, puesto que se trata de CGI sin desplazamiento (3DoF), la distancia de los objetos es controlada de forma consciente en el diseño de la pieza. La superposición de capas en cuatro términos

crea sensación de profundidad en la pieza (Lovato y Freixa, 2022).

La variable iluminación aplica exclusivamente a los casos *Elcano* y *Cruzar*, basados en video 360°. Ambos proyectos apelan a la luz natural durante el rodaje. En relación a la representación visual del cuerpo del usuario en el entorno VR, en *ELyS* el usuario encarna un personaje (FJR) y posee una representación física (un avatar) a través del cual interactúa pudiendo incluso ver sus manos y la cámara que utiliza para filmar. En *Elcano* y *Cruzar*, en cambio, el usuario asume un 'floating-head POV' (Larsen, 2018), sin corporeidad visible. *EMPDLM* y *VR AA* tampoco ofrecen a sus usuarios una representación visual del cuerpo, aunque sí muestran la representación gráfica de las manos en lugar de los mandos interactivos.

El uso de recursos gráficos extradiegético exhibe la incorporación de textos sobreimpresos en todos los casos, a excepción de *VR AA*. Los íconos están presentes en *Cruzar* y *VR AA*. Los proyectos interactivos como *ELyS* y *VR AA* también incorporan botones. *Elcano* se destaca por su utilización de recursos visuales con intención infográfica.

### 3.3 Aspectos sonoros

Aspectos sonoros		Elcano	Cruzar	ELyS	EMPDLM	VR AA
<b>Montaje</b>	Monoaural					
	Estéreo					
	Binaural	■	■	■	■	■
<b>Recursos sonoros extradiegéticos</b>	Efectos sonoros		■			
	Voz en OFF	■	■	■	■	■
	Musicalización	■	■	■	■	

Gráfico 3. Aspectos Sonoros. Fuente: elaboración propia.

El montaje de sonido en las experiencias inmersivas puede ser monoaural, estéreo o binaural (audio ambisónico o tridimensional). Todos los casos analizados utilizan sonido binaural, procurando generar una experiencia auditiva realista con paisajes sonoros 360° alineados a la posición y movimientos de escucha del oyente. Entre los recursos sonoros extradiegéticos, la totalidad de los casos incorpora el relato en OFF para desarrollar la trama narrativa y/o guiar la interacción de los usuarios. La música para crear atmósferas durante la exploración se utiliza en todos los proyectos, a excepción de *VR AA* que procura una búsqueda más realista del paisaje sonoro antártico. *Cruzar* utiliza efectos sonoros e integra notas de voz de WhatsApp acompañadas de audiogramas como soporte visual. En *EMPDLM*, los fragmentos narrativos de audio de cada ambiente se reproducen bajo demanda, siendo activados por los usuarios.

### 3.4 Aspectos interactivos

Aspectos interactivos		Elcano	Cruzar	ELyS	EMPDLM	VR AA
<b>Grados de libertad de movimiento</b>	3DoF	■	■	■		
	6DoF				■	■
<b>Estímulos para la atención / navegación</b>	Sonoros	■	■	■		■
	Gráficos	■	■	■	■	■

<b>Uso de secuencia introductoria</b>	Informativa			■	■	■
	Experiencial / de acostumbramiento	■	■		■	■
	Narrativa	■		■		
<b>Técnicas de interacción (si aplica)</b>	Basada en la cabeza / mirada	N/A	N/A	■		
	Basada en controles remotos				■	■
	Basada en gestos manuales					
<b>Técnicas de locomoción (si aplica)</b>	Movimiento real o RWD	N/A	N/A	N/A	■	■
	Joystick					
	Teletransportación					■

Gráfico 4. Aspectos Interactivos. Fuente: elaboración propia.

Los grados de libertad (*degrees of freedom* o DoF, por sus siglas en inglés) refieren a las posibilidades de movimiento que se otorgan al usuario en un espacio tridimensional. Una experiencia inmersiva con tres grados de libertad (3DoF) permite al usuario cambiar la posición de su cabeza en torno a los ejes x, y, z. Cuando la experiencia ofrece seis grados (6DoF), el usuario puede además desplazar su cuerpo sobre esos ejes, cambiando su ubicación en el espacio virtual (Lovato, 2022)

Los proyectos *Elcano*, *Cruzar* y *ELyS* desarrollan narrativas de 3DoF: el usuario puede elegir dónde mirar, pero no puede desplazarse libremente por el entorno. *VR AA* y *EMPDLM*, en cambio, diseñan propuestas inmersivas del tipo *Room-Scale* (6DoF), *trackeando* el movimiento de los visitantes del entorno virtual, quienes pueden caminar por el espacio y aproximarse a observar los objetos tridimensionales desde múltiples ángulos.

En relación a los estímulos implementados para guiar la atención y navegación de los usuarios, todos los proyectos confían en los recursos gráficos, aunque *ELyS*, *Cruzar*, *Elcano* y *VR AA* aprovechan además el sonido binaural y las voces en OFF para tutelar y dotar de sentido al recorrido narrativo.

Las secuencias introductorias en los proyectos inmersivos suelen perseguir el 'acostumbramiento' del usuario a la gramática VR y su alfabetización en el uso del nuevo medio (Lovato, 2022). En *Elcano* y *ELyS* esta primera secuencia se utiliza, además, con fines narrativos. La secuencia introductoria de *ELyS* también permite asignar identidad al usuario en la diégesis. En *Cruzar* cumple una función fundamentalmente exploratoria o experiencial, mientras *EMPDLM* y *VR AA* la aprovechan para permitirle al usuario una primera práctica interactiva con los objetos VR.

Entre los proyectos inmersivos interactivos, *ELyS* utiliza técnicas basadas en la posición de la cabeza o mirada (Rothe et al, 2017), con lógica de *point and click*. En cambio, *EMPDLM* y *VR AA* introducen el uso de controles remotos para seleccionar objetos y activar relatos o procesos en el mundo virtual. Las técnicas de interacción no aplican a los casos *Elcano* y *Cruzar*.

El uso de técnicas de locomoción puede observarse en producciones de 6DoF como *EMPDLM* y *VR AA*, cuyo diseño implica considerar métodos para el desplazamiento de los usuarios por el entorno virtual. Entre los casos analizados, *EMPDLM* apuesta por el *real walking*, incorporando una malla gráfica a modo de alerta de proximidad que muestra a los usuarios los límites de la 'zona segura' de movimiento. *VR AA* también permite el *real walking* en zonas delimitadas y agrega la teletransportación para grandes desplazamientos como el recorrido por senderos.

### 3.5 Aspectos tecnológicos

Aspectos tecnológicos		Elcano	Cruzar	ELyS	EMPDLM	VR AA
Relativos a la producción						
Tipo de cámara (si aplica)		Obsidian S	Go Pro Fusion 360	N/A	N/A	N/A
Tipo de micrófono (si aplica)		Ambisónico	Ambisónico			
Software de desarrollo (si aplica)	Unity	N/A	N/A	■	■	■
	UnrealEngine					
Relativos al consumo						
Dispositivo	Smartphone	■	■	■		
	HMD standalone		■			■
	HMD conectado a PC		■		■	■

Gráfico 5. Aspectos Tecnológicos. Fuente: elaboración propia.

En relación al hardware y software empleado para la producción, el video omnidireccional de *Cruzar* fue registrado con una cámara Go Pro Fusion 360 en 5.2k de resolución, mientras *Elcano* utilizó fundamentalmente una cámara Obsidian S que incluye 6 lentes para video 360 en 8k. Ambos proyectos usaron micrófonos ambisónicos durante el rodaje, capturando información completa sobre la directividad de cada onda.

*ELyS*, *VR AA* y *EMPDLM* utilizan CGI para dar forma al entorno virtual. Las tres producciones emplearon el motor Unity para el montaje global interactivo de la experiencia. *EMPDLM* usó fotogrametría con Reality Capture para recrear las habitaciones de cuarentena, mientras el desarrollo de entornos 3D de *VR AA* se hizo en Blender.

En cuanto a los aspectos relativos al consumo, los proyectos *Elcano* y *ELyS* desarrollaron para dispositivos móviles. *Cruzar* puede experimentarse desde un *smartphone* o gafas Samsung Gear VR y OculusGo. *EMPDLM* elige HTC Vive (HMD conectado a una PC), priorizando los recursos gráficos necesarios para generar el entorno 3D en tiempo real. La propuesta de *VR AA* está disponible en Steam y puede experimentarse con HMDs conectados a PC o standalone.

### Consideraciones finales: hacia las narrativas post-pantalla

En la experimentación sobre la gramática inmersiva confluyen complejos procesos de remediación (Bolter y Grusin, 2000) que reelaboran técnicas creativas y convenciones propias de otros medios y disciplinas como el cine y los lenguajes audiovisuales, el diseño de videojuegos, los medios interactivos, la comunicación persona-ordenador, el teatro, las artes performáticas. No obstante, como puede observarse en los casos analizados, el diseño narrativo inmersivo presenta características intrínsecas y desafíos particulares.

En respuesta a una publicación de Murray (2016), Cizek (2016) define a las producciones inmersivas como *post-screen storytelling* o narrativas post-pantalla. En sintonía, Gallegos y Sparks (2019) observan que es preciso tratar a los usuarios de narrativas inmersivas como visitantes de un relato espacial y no como espectadores de una pantalla. En un entorno 360°, la ausencia de los límites propios de las pantallas tradicionales (el *framing*) implica nuevos condicionamientos creativos: escribir historias espaciales *frameless* demanda a los guionistas de obras VR una reinención de los métodos (Dionysus, 2021). En las narrativas post-pantalla, el cuerpo físico del usuario se convierte en el controlador principal del recorrido virtual y la experiencia narrativa. Se trata de un profundo cambio de perspectiva creativa que va del *storytelling* al *storyliving* (Maschio, 2017).

Si bien la industria de producción VR aún no ha estandarizado formatos de guión inmersivo que puedan atender a estos requerimientos, el análisis de las obras de no-ficción desarrollado en este artículo permite identificar algunas cuestiones que deben ser atendidas a la hora de diseñar una experiencia inmersiva:

Definir la estructura narrativa de la historia y las posiciones de narrador / protagonista / usuario, considerando los procedimientos de focalización, ocularización, auricularización y POV y atendiendo especialmente al rol del usuario en el entorno virtual, es decir, su presencia e influencia en la trama narrativa.

Precisar las técnicas de producción visual y sonora que demandará la producción así como las formas de interacción y los grados de libertad que se ofrecerán al usuario para explorar el entorno. Estas disposiciones tendrán impacto sobre las técnicas de locomoción y el tipo de dispositivos de consumo que la experiencia inmersiva requiera.

Considerar el diseño de secuencias introductorias y la incorporación de estímulos para la exploración y acción sobre el espacio virtual integrados a la trama narrativa.

Estas observaciones constituyen un aporte para progresar hacia el desarrollo de guías y recursos para el diseño narrativo de obras inmersivas de no-ficción que puedan aplicarse en el campo profesional.

## Referencias

- Bolter, J. D. y Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. MIT Press.
- Benítez-de-Gracia, M. y Herrera-Damas, S. (2018). El reportaje inmersivo en vídeo 360º: diseño de un modelo de análisis. *Profesional De La Información*, 27(1), pp. 149–161. DOI:10.3145/epi.2018.ene.14
- Casini, J. (2023). *Periodismo Inmersivo: entre la innovación y la experimentación*. Tesis para optar por el título de Magister en Comunicación y Cultura. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires.
- Cizek, K. (6 de octubre de 2016). Towards a VR Manifesto. *Immerse*: <https://immerse.news/towards-a-vr-manifesto-b97aca901192>
- de la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Giannopoulos, E., Pomés, A., Spanlang, B., Friedman, D., Sanchez-Vives, M. y Slater, M. (2010). Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments* 19 (4): 291–301.
- Dionysus, A. (2021). Storytelling in a frameless screen: Screenwriting for VR and AR at Pentridge Heritage Precinct. En F. Collins, H. Joyce y N. Maloney (Eds.) *The Place of Writing in Intercultural and Intermedial Creative Collaborations*. TEXT Special Issue 62.
- Dolan, D. y Parets, M. (2016). Redefining the axiom of story: The VR and 360 video complex. *TechCrunch*. <https://techcrunch.com/2016/01/14/redefining-the-axiom-of-story-the-vr-and-360-video-complex>
- Domínguez, E. (2013). *Periodismo inmersivo. Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y en la acción*. Tesis doctoral. Universitat Ramon Llull.
- Gallegos, J. y Sparks, M. (2019). Nonlinear Design in VR: DoF, PoV, PoI. *Learning Solutions*. <https://learningsolutionsmag.com/articles/nonlinear-design-in-vr-dof-pov-poi>
- Gaudreault, A. y Jost, F. (1995). *El relato cinematográfico*. Paidós.
- Genette, G. (1972). *Figures III*. Seuil.
- Jerald, J. (2016). *The VR Book: Human-Centered Design for Virtual Reality*. ACM Books.
- Jones, S. (2017). Disrupting the narrative: immersive journalism in virtual reality. *Journal of Media Practice*, 18(2-3), 171-185.
- Langbehn, E., Lubos, P. y Steinicke, F. (2018). Evaluation of locomotion techniques for room-scale VR: Joystick teleportation and redirected walking. *Proceedings of the Virtual Reality International Conference - Laval Virtual VRIC '18*.
- Larsen, M. (2018). Virtual sidekick: Second-person POV in narrative VR. *Journal of Screenwriting*, 9, 73-83.
- Lovato, A. y Freixa, P. (2022). Tratamiento narrativo, visual y sonoro en proyectos inmersivos de no-ficción. Los casos Cruzar y Entre luces y sombras en VIII Congreso Internacional de la AE-IC, *Comunicación y ciudad conectada*. Barcelona,

28 de junio al 1 de julio de 2022.

Lovato, A. (2022). Modelo de análisis para obras inmersivas de no-ficción. Ponencia presentada al GI 10 -Culturas, comunicación y narrativas transmedia: ficcionalidades y prácticas de consumo. *XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC)*. Buenos Aires, Argentina, 26 al 30 de septiembre de 2022 <https://alaic2022.ar/memorias/index.php/2022/article/view/375/369>

Marín, A. (2021). El documental inmersivo: comprender el fenómeno en los relatos de no ficción a través de una propuesta de tipología. *Profesional de la información*, 30, (4), e300411. DOI:10.3145/epi.2021.jul.11

Maschio, T. (2017). Storyliving: An Ethnographic Study of How Audiences Experience VR and What That Means for Journalists. *Google News Lab*. <https://newslab.withgoogle.com/assets/docs/storyliving-a-study-of-vr-in-journalism.pdf>.

Murray, J. (6 de octubre de 2016). Not a Film and Not an Empathy Machine. *Immerse*: <https://immerse.news/not-a-film-and-not-an-empathy-machine-48b63b0eda93>

Rodríguez-Fidalgo, M. y Paíno-Ambrosio, A. (2020). Situación actual de los géneros periodísticos inmersivos. Análisis de las producciones informativas en RV y vídeo en 360° entre 2018 y 2020. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1569-1582. DOI:10.5209/esmp.68660

Rothe, S., Hußmann, H. y Allary, M. (2017). Diegetic cues forguiding the viewer in cinematic virtual reality. *Proceedings of the 23rd ACM Symposium on virtual reality software and technology*, 1-2.

Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz*. Gedisa.

Shin, D. y Biocca, F. (2017). Exploring immersive experience in journalism. *New media & society*, 20(8), 2800-2823. DOI:10.1177/1461444817733133

Soler-Adillon, J. y Sora, C. (2018). Immersive journalism and virtual reality en Pérez-Montoro, Mario (ed). *Interaction in digital news media*. Palgrave McMillan.

Stein, C. (2016). Virtual Reality Design: How Upcoming Head-Mounted Displays Change Design Paradigms of Virtual Reality Worlds, no. 1: 34. *MediaTropes*, Volume 6, Number 1 (34), 52-85

# Informarse en tiempo de redes digitales: la práctica del scrolleo en los consumos informativos locales

Ludmila Magali Villagra Mercado

ludmila032011@gmail.com

Estephano Stoller

estephanoaugustostoller@gmail.com

**Universidad Nacional de La Rioja**

## Introducción

La presente ponencia presenta los resultados de un estudio realizado sobre las agendas noticiosas de medios de la ciudad de La Rioja, capital de la provincia homónima, y las prácticas informativas de la ciudadanía riojana.

Se desarrolló durante el mes de mayo de este 2023, en el marco del cursado de la asignatura Teorías de la comunicación social de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Rioja, de la cual los autores somos estudiantes.

La metodología utilizada fue de tipo cuantitativa e incluyó un análisis de las noticias publicadas / emitidas por medios locales capitalinos, por una parte, y un sondeo de opinión y reconocimiento de temáticas noticiosas a la ciudadanía riojana, por otra parte.

El enfoque teórico que nos permitió leer e interpretar los datos obtenidos fue la teoría de Agenda setting enmarcada en la Corriente administrativa o Mass Communication Research.

En el análisis de los resultados, respecto a los consumos informativos, se identificó una modalidad creciente a la hora de informarse: la práctica del scrolleo. Este descubrimiento fue el que motivó un análisis más profundo y fue el punto de partida para esta ponencia.

En los siguientes párrafos presentaremos el trabajo investigativo realizado, los resultados generales alcanzados en cuanto a los consumos informativos y, a continuación, puntualizamos nuestro análisis en la práctica del scrolleo en los consumos informativos digitales.

## Diseño del trabajo

Retomando las características del diseño metodológico implementado, es necesario señalar que el trabajo de campo fue diseñado a partir de la distribución de tareas entre 40 estudiantes de la Carrera de Comunicación Social que estaban cursando la asignatura Teorías de la comunicación. El total de alumnos se dividió en dos grandes grupos que tendrían a su cargo, dos tipos de tareas diferenciadas: la identificación y el análisis de los principales temas noticiosos presentados por los medios capitalinos y el sondeo de opinión y reconocimiento de temas noticiosos por parte de la ciudadanía capitalina. A su vez se conformaron subgrupos dentro de cada grupo general, de modo de lograr mayor eficiencia y agilidad en el cumplimiento de las actividades de recolección de datos.

El trabajo de campo se realizó durante la última semana del mes de mayo de este año 2023. Los medios que se

propusieron para el análisis fueron:

- Diario El Independiente
- Diario Nueva Rioja (versión digital o papel)
- Radio provincia - programa matutino
- Radio Fénix - programa matutino
- Noticiero canal 9 - Edición de 21hs.

Se aclara que, en el caso de los dos diarios, se debía consultar la edición impresa, a la que se puede acceder tanto en el formato papel como en el sitio web de las empresas periodísticas para su descarga en formato pdf.

Las dos emisoras radiales seleccionadas para el estudio se eligieron teniendo en cuenta que se encuentran entre las más escuchadas, de acuerdo a encuestas precedentes sobre consumos mediáticos. En estos casos, también debía analizarse la emisión del programa matutino en vivo los días indicados.

Finalmente, es necesario precisar que en el diseño metodológico y plan de trabajo original se había incorporado la edición del noticiero televisivo de Canal 9, canal estatal y el de mayor alcance regional. No obstante, no pudo realizarse la tarea encomendada dado que esas fechas coincidieron con feriados nacionales y festividades departamentales, lo que implicó que la programación normal del Canal se viera modificada y no fuera emitida la edición del noticiero durante esos días.

### **Prácticas informativas: el predominio de las redes**

Como se indicó anteriormente, los resultados obtenidos tanto en la identificación de los temas de la agenda mediática como de la agenda de los públicos se pusieron bajo la lupa, buscando relacionarlos, señalando puntos en común y diferencias. Para esta ponencia nos centraremos en los datos registrados respecto a los públicos, dado que de este análisis surgió el aspecto en particular que nos interesa desarrollar.

El sondeo se realizó a 200 personas en total, de manera presencial y virtual, los días 26, 27 y 28 de mayo. En la selección se definieron criterios como: edad (tres grupos etarios: 18 a 30 años, 31 a 50 años y más de 50 años), nivel educativo, sexo, actividad desarrollada.

En el listado de preguntas se buscó indagar acerca de: cuáles eran los principales temas de la actualidad, a través de qué medio se informaban de esos temas (interesándonos en el formato y la identificación del medio) y el nivel de conocimiento sobre los temas mencionados.

En base a los resultados, y mediante un análisis cuantitativo, se pudo determinar las temáticas más importantes de la actualidad de acuerdo a la percepción de los públicos, las fuentes informativas más consumidas, los niveles de conocimiento sobre los temas mencionados, como también identificar las dimensiones valorativas y/o sustantivas en el reconocimiento de dichos temas.

Con respecto a las temáticas, cuantificamos los datos y pudimos determinar las temáticas que la gente tiene más presente en su día a día, dando como resultado los siguientes números:

Gráfico 1: Áreas temáticas noticiosas más mencionadas

Economía: 39%

Política: 23%

Inseguridad: 10%

Elecciones: 6%

Salud: 4%

Dolarización: 3%

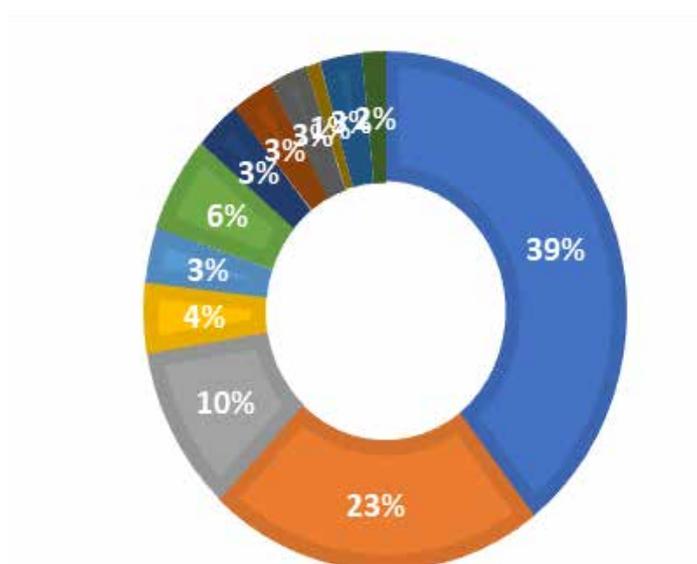
Violencia de género: 3%

Tecnología: 3%

Deporte: 3%

Educación: 3%

Pobreza: 2%



Fuente: Elaboración propia

No solo nos interesaba saber los temas que la gente tenía presente, también buscamos conocer los canales mediáticos que más frecuentemente las personas consultaban para informarse sobre los temas mencionados. Obtuvimos los siguientes resultados:

Gráfico 2: Canales informativos más frecuentes

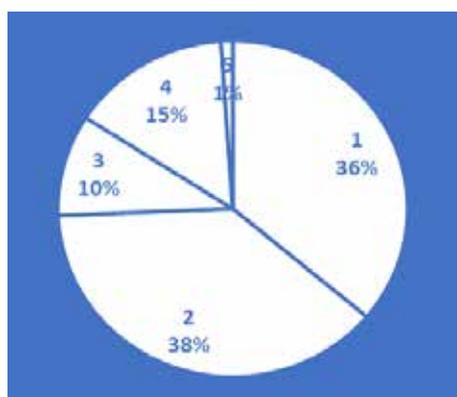
Redes sociales: 38%

Televisión: 36%

Diarios digitales: 15%

Radio: 10%

Diarios Físicos: 1%



Fuente: Elaboración propia

En este indicador debemos tener en cuenta que el 60% de las personas consultadas tenían de 16 a 30 años de edad. Ello nos lleva a interpretar que las prácticas digitales informativas están más presentes en estos segmentos de la población. Son los más jóvenes quienes prefieren informarse a través de las redes sociales. Así se puede leer en el Informe del Sistema de Información Cultural de la Argentina: “Entre quienes leen con frecuencia noticias en redes sociales (48%), se destaca la presencia de personas de entre 18 y 29 años (59%)” (SINCA, 2023).

En tanto, se buscó identificar, además, los niveles de conocimiento que las personas tenían sobre los temas noticio-

sos que habían mencionado como los más relevantes. Cabe recordar que en el marco de la teoría de Agenda setting, los niveles de conocimiento se clasifican en tres:

Nivel 1: Es el más superficial y se observa cuando las personas recuerdan y pueden referir sólo el título de la noticia o al área temática a la que pertenece (por ejemplo economía, contaminación, burocracia, política, etc.)

Nivel 2: El segundo nivel refleja conocimientos más articulados, se da cuando por ejemplo las personas pueden indicar distintos aspectos sus causas, soluciones propuestas de temáticas noticiosas (como, por ejemplo, desempleo, inflación, elevado precio de las materias primas, etc)

Nivel 3: El tercer nivel corresponde se presenta cuando se está en condiciones de dar mayores precisiones sobre el tema noticioso, refiriendo argumentos favorables o contrarios a las causas o soluciones que se ponen en discusión, se pueden mencionar grupos que apoyan las estrategias económicas, etc.

Gráfico 3: Niveles de conocimiento

Nivel 1 → 47%  
Nivel 2 → 34%  
Nivel 3 → 19%



Fuente: Elaboración propia

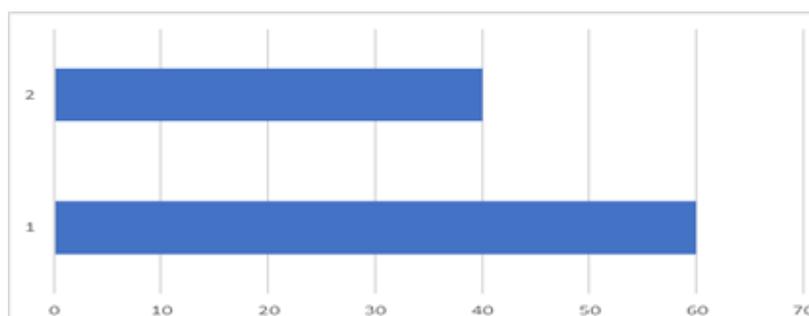
Otro aspecto que revelamos en el sondeo fueron las dimensiones valorativas y sustantivas de las informaciones que las personas rescataban predominantemente.

Mediante las entrevistas y en conjunto con el análisis de medios pudimos cuantificar los aspectos valorativos y sustantivos:

Cuando hablamos de aspectos valorativos o afectivos, hablamos del “tono” con el que se realiza la cobertura de los medios sobre un tema, al tiempo que se analizan las respuestas emocionales de la opinión pública. La dimensión sustantiva, en cambio, remite a los aspectos sobresalientes de personas, temas u objetos mencionados entre el público o destacados en las coberturas de los medios de comunicación.

Gráfico 4: Aspectos de las noticias identificados

Aspectos valorativos → 60%  
Aspectos sustantivos → 40%



Fuente: Elaboración propia

Del análisis de estas dimensiones podemos inferir que los consultados le prestaron más atención (y recordaron mejor) aquellos aspectos valorativos de los temas noticiosos, precisando (en los intercambios de las consultas) la forma en que percibían que estos temas les afectan.

Como conclusión del relevamiento de los consumos informativos, llevado adelante con el esfuerzo y la dedicación del grupo total de estudiantes, podemos señalar que las redes sociales se presentan como las principales fuentes informativas. Si bien esta es una lectura muy clara respecto a los resultados cuantitativos, en la exposición de las conclusiones grupales se pudo compartir los datos obtenidos, socializarlos, y de ese modo se pudo identificar que existían prácticas variadas y particularizadas de consumir información. Así es que el scrolleo, regido por el algoritmo, aparecía como un dato sobresaliente.

### **Consumos noticiosos: específicos y algoritmizados**

Como señalamos anteriormente la principal fuente de información estaba en el formato de las redes sociales con el 38%. Ello parece confirmar los escenarios que reflejan la transformación que se está dando en los modos en que las personas acceden a la información. Así lo afirman Natalia Auruguete y Ernesto Calvo: “Los mensajes se propagan con distinta velocidad en la red, esta diferencia de velocidad de propagación depende de la congruencia o disonancia cognitiva existente entre el usuario y el contenido de los mensajes publicados (2018). Además, en el último informe estadístico del SINCA se puede ver reflejado:

En continuidad con la tendencia verificada en 2017, cada vez es mayor la incidencia de los consumos que pueden realizarse en cualquier momento y lugar, a través de un teléfono celular (y son, en su mayoría, de acceso “gratuito” y sólo requieren acceso a internet). En esa línea, se registra un crecimiento exponencial de las plataformas de contenidos audiovisuales y musicales, de la mano de la expansión del acceso a internet, la telefonía celular y la oferta de contenidos digitales (SINCA, 2023)

En nuestro estudio, las redes sociales más mencionadas para usos informativos fueron: Instagram, TikTok, Facebook y Twitter, en ese orden. Nos resultó de gran interés descubrir, a través de un análisis cualitativo, que el consumo informativo se da de variadas maneras.

Encontramos que un amplio grupo de personas al preguntarles a través de qué medio se informaron, nos respondía al nombre de alguna red social. Al preguntarles si podían identificar la fuente específica, nos dimos cuenta de que no eran capaces de hacerlo. Además, identificamos que poseían un nivel 1 de conocimiento acerca de ese tema. Es decir, podían señalar el título de las noticias, pero no así distinguir en qué cuenta digital lo habían visto. Simplemente “salió” en la práctica del **scrolleo**. A éste lo podemos entender como el desplazamiento que hacemos con nuestro dedo, generalmente de arriba hacia abajo, visualizando contenidos.

Uno de los datos más interesantes de esta práctica es que es uno de los parámetros fundamentales en los análisis de usabilidad, donde se mide no solo el porcentaje de scroll que hacen los usuarios en la página (el usuario que llega al final de la página se entiende que ha realizado un scroll del 100%), sino cuánto tarda el usuario en comenzar a hacer el scroll o en pasar al siguiente contenido. Así se logra determinar qué nos interesa y cuánto lo hace.

El dato es relevante porque a través de este parámetro el **machine learning** (aprendizaje automático) se le permitió a las redes sociales adaptar el contenido a los intereses y preferencias de cada usuario. Mediante el análisis de datos, los algoritmos de machine learning son capaces de identificar patrones en el comportamiento del usuario y ofrecer contenido relevante de manera personalizada. Esto ha llevado a un consumo informativo más individualizado, donde cada persona recibe información acorde a sus intereses y preferencias previas.

Este grupo de personas realizaba un **consumo incidental**, regidos por su percepción selectiva de la cual se encarga el algoritmo, durante el scroll infinito, que es la función que le da la posibilidad al usuario de obtener conteni-

do e información de forma automática e infinita. En pocas palabras, las personas se informaban con el contenido automático que les brinda la red social de turno, sin corroborar fuente o veracidad, durante su práctica habitual de scroll. Esta forma de consumo informativo es limitada e ineficiente, como lo reconoció su creador, el ingeniero Aza Raskin, quien se mostró arrepentido de su creación porque promovía “una dinámica muy adictiva que no permitía al usuario procesar la información que leía. Es como si rociarán cocaína conductual por toda la interfaz” (2023). Por eso olvidamos casi todo. Escaneamos, pero no leemos, vemos, pero no miramos, oímos, pero apenas escuchamos.

Asimismo, advertimos que había, entre los consultados, otro amplio grupo que realizaba un **consumo informativo activo**. Este consumo puede entenderse cómo un enfoque proactivo y crítico hacia la obtención y utilización de información. En lugar de simplemente aceptar pasivamente la información que se les presenta, los consumidores activos de información se involucran activamente en el proceso de búsqueda, evaluación y aplicación de la información. Su procedimiento consistía en entrar a la red social de su preferencia, y dirigirse a su perfil o fuente de confianza (medios nacionales o provinciales, periodistas específicos, etc). Desde allí, mediante la práctica de scroll, consumían el contenido que consideraban relevante. Estas personas contaban con un nivel 2 o 3 de conocimiento, según lo identificamos en el sondeo realizado. Quedaba, además claramente de manifiesto su disposición para informarse, eran activos, investigaban más al respecto. Esta forma de consumo, que está regida por la exposición selectiva de las personas, es más eficaz en la selección e interpretación de la información ya que podemos encontrarnos con perspectivas opuestas (esto va a depender de la fuente) y, a diferencia de la anterior forma de consumo, es consciente.

En ambas formas de consumo informativo van a influenciar las cuentas que las personas siguen, sin embargo, en el consumo incidental, si no se interactúa con el contenido, el algoritmo va a limitar la exposición.

## Conclusiones

Tomando como base los resultados generales alcanzados a partir de nuestro estudio acerca de las agendas mediáticas y públicas, y de los análisis de aspectos particulares, podemos arribar a las siguientes conclusiones:

El consumo informativo se caracteriza predominantemente por darse a través de las redes sociales, no obstante, no existen formas homogéneas de hacerlo, sino que éste es variado y hay distintos factores que influyen.

Tales factores son propios de las lógicas de funcionamiento de las redes digitales, como son el machine learning y los algoritmos de recolección de datos, y también hay factores que dependen de las características personales de los públicos, como, su interés y disposición de estar al tanto de lo que sucede en su entorno, los intereses personales, las perspectivas y conocimientos previos sobre determinados temas.

Estas características se ponen de manifiesto a través de la práctica del scrolleo, que se ha vuelto una práctica habitual para los usuarios digitales. Se informan por el contenido que brinda la red social en un scroll infinito donde se navega casi en forma inconsciente, como “llevados” por la misma lógica; o lo hacen de forma más activa, siendo consciente de lo que les interesa y buscando más información al respecto, también usando el scrolleo.

Como última consideración, quisiéramos reflexionar en torno al crecimiento de las redes digitales, y en éstas, de cuentas no identificadas necesariamente con los medios tradicionales, que también han buscado tener presencia en los escenarios digitales pero que, de acuerdo a lo recogido en esta indagación, van perdiendo la batalla. Se va descentralizado el poder de los medios tradicionales, en pos de estas prácticas de consumo informativo que se imponen siguiendo las lógicas de funcionamiento de las redes sociales, que promueven la navegación infinita, el uso ilimitado del tiempo y ofreciendo un catálogo de contenidos personalizados.

Natalia Arugúete y Ernesto Calvo en su texto “#tarifazo. Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales”, plantean que:

A medida que los medios avanzan y las redes sociales se unen, las comunidades fusionan una agenda colectiva que no es simplemente una respuesta a las preferencias del usuario individual. Mediante las acciones de compartir e indicar con “me gusta” los pares en línea recompensan y con ello condicionan a otros usuarios a aceptar publicaciones cognoscitivamente conscientes con los mensajes que circulan en sus regiones del mapa, lo que lleva casi siempre a una homogeneidad de dichos barrios. A medida que crecen las burbujas de información, la importancia del problema varía dependiendo de las características ideológicas y cognitivas de las comunidades y, más especialmente, de la posición que los miembros tengan con respecto al caso estudiado (Aruguete y Calvo, 2018).

Cerrando esta ponencia podemos decir que en el análisis de los consumos informativos que se dan en los escenarios digitales, donde las redes sociales son protagonistas, se presentan distintas modalidades de acceso, de selección y de interpretación de la información, donde intervienen factores diversos como las características demográficas de los públicos, los intereses y necesidades, las trayectorias y experiencias con los medios. Son factores que hay que tomar en cuenta a la hora de analizar este fenómeno, pero al mismo tiempo se debe tener en cuenta que las lógicas de funcionamiento de las redes digitales van influyendo en determinadas prácticas, como el scrolleo, que, a su vez delimitan itinerarios posibles, selecciones, jerarquizaciones y modos de percibir y comprender el mundo que nos rodea.

## Referencias bibliográficas

Aruguete, N. (2009). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting [versión electrónica], *Ecos de la comunicación*, 2(2). Recuperado de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/estableciendo-la-agenda.pdf>

Calvo, E. y Aruguete, N. (2018). #Tarifazo. Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales. *Revista Mediaciones*, N° 189, Enero – Junio 2018. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2831>

La Nación (2 de marzo 2023). “El scroll infinito: por qué las redes sociales están alterando nuestra percepción del tiempo”. Artículo publicado originalmente en Diario El País. Recuperado de: [Por qué las redes sociales están alterando nuestra percepción del tiempo - LA NACION](#)

SINCA (2023). Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013/2023. Ministerio de Cultura de Argentina. Recuperado de: <https://www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=89>

# Comunicación digital y política: los usos de Twitter para la militancia y la construcción de sentidos en la red social

Walter Hugo Barboza

wbarboza@perio.unlp.edu.ar

Juan Manuel Ardenghi

juan.ardenghi@perio.unlp.edu.ar

**UNLP**

El siguiente trabajo pretende caracterizar, describir y analizar de qué modo las y los jóvenes argentinos construyen nuevos sentidos sobre la política, la sociedad y la cultura, en el marco de los debates de actualidad que atraviesan a la coyuntura política en el último año y medio en la república Argentina. Para ello observaremos, por medio de un breve trabajo de campo que se rescatará de forma aleatoria, las interacciones más significativas que se desarrollan en la red social Twitter, entre aquellas cuentas que se utilizan para militar en el espacio virtual y que se referencian como figuras destacadas a partir de un número de seguidores mayor a los 30 mil usuarios. El mismo pretende caracterizar los desplazamientos de sentido que se producen en el discurso político respecto de los usos tradicionales en la política nacional y de qué modo estos desplazamientos se convierten en nuevas acepciones que cambian los sentidos originarios de las categorías y nociones más tradicionales del discurso político argentino. La metodología de trabajo, para la construcción del artículo, consiste en extraer una serie de muestras de las cuentas más populares de Twitter en la Argentina, para situarlas en un contexto específico, para así intentar comprender en qué marco se inscriben esos debates de actualidad en relación a la coyuntura política, social y cultural.

El trabajo no pretende ser una versión acabada sobre un tema cuya dimensión y complejidad se presenta de manera cambiante y dinámica, ya que esa parece ser la naturaleza de la red social Twitter, sino apenas un esbozo general de carácter cualitativo del universo de problemas que allí se detectan y sin ánimo de proponer resoluciones a los mismos, sino de reafirmar de que el campo de la comunicación digital y política en redes se constituye permanentemente como un espacio de aperturas, nunca de cierres.

## Introducción

Nociones como patria, nación, estado, sociedad, libertad, soberanía, democracia y política, parecen ser propias de un lenguaje que pertenece al campo de la teoría política o de aquellas ciencias vinculadas al campo de lo social.

Se trata de un conjunto de definiciones que encierran un marco conceptual preciso, al menos en los términos en los que la política tradicional solía utilizarlas para dar cuenta de un campo específico de uso: las luchas políticas, sociales y culturales acontecidas en el seno del estado moderno.

Son esas definiciones las que parecen haber cambiado su significado a partir de los desplazamientos de sentido que los jóvenes militantes de las redes sociales provocaron al imponer a diario las agendas políticas, sociales y culturales.

Temas como el aborto, las luchas feministas, las reivindicaciones de las disidencias sexuales y de género, o las

problemáticas sociales relacionadas con la pobreza y la exclusión, son retomadas con fuerza en el espacio virtual; constituyendo un verdadero escenario de lucha por imponer una orientación determinada a las distintas corrientes opinión.

Partiremos, entonces, de la idea de que la acción política territorial, como espacio en el que se constituían tradicionalmente los sentidos de la agenda política, social y cultural en la Argentina, desplazó su centralidad hacia el espacio virtual desde que las redes sociales irrumpieran en el escenario de la vida cotidiana. Allí, la actividad política, conformó un nuevo ámbito en el que confluyen los nativos digitales, familiarizados naturalmente con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, en el que estas nuevas generaciones de jóvenes encuentran el espacio propicio para desarrollar distintas estrategias de lucha por los sentidos antes mencionados, en un marco en el que la agenda política, social y cultural se ve fuertemente resignificada en su sentido originario.

En ese marco utilizaremos la definición de producción de sentido de acuerdo a las consideraciones desarrolladas por Eliseo Verón (1993), en la que señala a los procesos de producción de sentido como conglomerados de materias significantes inscriptos en una red semiótica, que funciona como un sistema productivo que va dejando huellas en los productos y que, a su vez, puede ser reconstruido a partir de la manipulación de estas huellas. Esta definición permitirá analizar en qué medida esos procesos forman una parte significativa de las interacciones visibles en la red social Twitter y caracterizar bajo qué formulaciones los sectores juveniles se han constituido en protagonistas destacados en los debates sobre los temas de actualidad política, social y cultural.

Por jóvenes utilizaremos la interpretación de Mario Margullis y Marcelo Urresti (2008), quienes entienden que se trata de una definición que debe ser comprendida «en la multiplicidad de situaciones sociales en la que esta etapa de la vida se desenvuelve»; sin perder de vista los marcos sociales históricamente desarrollados que condicionan las distintas maneras de ser joven en el desarrollo histórico.

Por red social, según las define Ernesto Calvo (2015), entendemos a la vía más frecuente para diseminar información sobre la economía, el arte, la música y la política; y que se ha constituido en el medio de mayor consumo entre los jóvenes, por ajustarse a sus pautas de consumo, vía publicidad, y por convertirse en herramientas eficaces para replicar sus creencias en forma ininterrumpida; pero fundamentalmente por haberse convertido en un espacio en el cual, también, se configuran y construyen sus sistemas de creencias.

## **La política vista a través de Twitter**

Aquellas palabras propias del campo semántico de la política, y cuyos sentidos más tradicionales referían a entidades determinadas, hoy parecen cobrar otros significado. Veamos un ejemplo: el concepto de “libertario”, muy en boga en el discurso de las juventudes políticas, no parece referirse al ideario libertario de fines del siglo XIX y principios del siglo XX. En efecto, la noción de libertario refiere en el uso de la historia política mundial a aquellas doctrinas de inspiración anarquista que tanta influencia tuvieron en el desarrollo de las primeras organizaciones políticas y sindicales argentinas. En la tradición política de nuestro país, las ideas libertarias, en su génesis, estuvieron vinculadas a los ideales anarquistas. Cuando los inmigrantes europeos llegados a la Argentina comenzaban a participar en la vida política a través de la organización de sindicatos, la creación de sociedades de socorros mutuos y bibliotecas populares, estas instituciones habían sido inspiradas en sus tradiciones políticas (Bayer: 2015). Y esas tradiciones, vinculadas a su origen español, italiano y fundamentalmente ruso, estaban relacionadas con sus experiencias políticas organizativas: socialismo revolucionario, comunismo, anarquismo y anarcosindicalismo.

No se trataba de un hecho casual, sino más bien de la influencia de la Primera Asociación Internacional de los Trabajadores fundada a fines de la década de 1860 en la ciudad de Londres. Las ideas anarquistas, encabezadas por el ruso Mijail Bakunin, y las ideas socialistas, propuestas por Karl Marx, tuvieron una ascendencia decisiva en torno a la clase trabajadora en formación. Sus idearios fundamentales proponían la construcción de una sociedad sin clases y

sin estado, que fuera capaz de desarrollar formas organizativas por afuera de la democracia liberal, para dar lugar al desarrollo de una forma de vida de carácter comunitario. En ese marco, la noción de libertario estaba asociada indefectiblemente a una idea que configuraba a la libertad frente a un estado opresor, y a la vida comunitaria como una forma de experiencia de organización social igualitaria; ideas que portaron los inmigrantes que luego tendrían una participación activa en las luchas políticas de la argentina, fundando incluso un periódico cuyo nombre fue «El libertario» (Rubio: 2018).

Los anarquistas libertarios luchaban por un mundo sin formas organizativas dependientes del estado. E incluso en sus versiones más místicas y radicales subyace un planteo redentorista, mesiánico, imbuido de cierto carácter teológico en el que la inversión del tiempo, o la convivencia en un solo plano de pasado, presente y futuro, rompe con las temporalidades lineales propias de la modernidad (D'Angelo: 2018). Algunos de esos nombres fueron inmortalizados en la vasta literatura histórica existente en la argentina, entre los que se destacan Severino Di Giovanni, Simón Radowitzky o José Buenaventura Durruti (Bayer: 2015).

Como se puede apreciar en las figuras 1 y 2, el anarquismo en Europa sigue manteniendo sus posiciones y su doctrina respecto de la libertad, el estado y los problemas vinculados a las desigualdades sociales. Como lo señalan, por ejemplo, las cuentas de los Libertarios franceses en las que se puede apreciar una reivindicación de Kropotkin o de la España Libertaria:

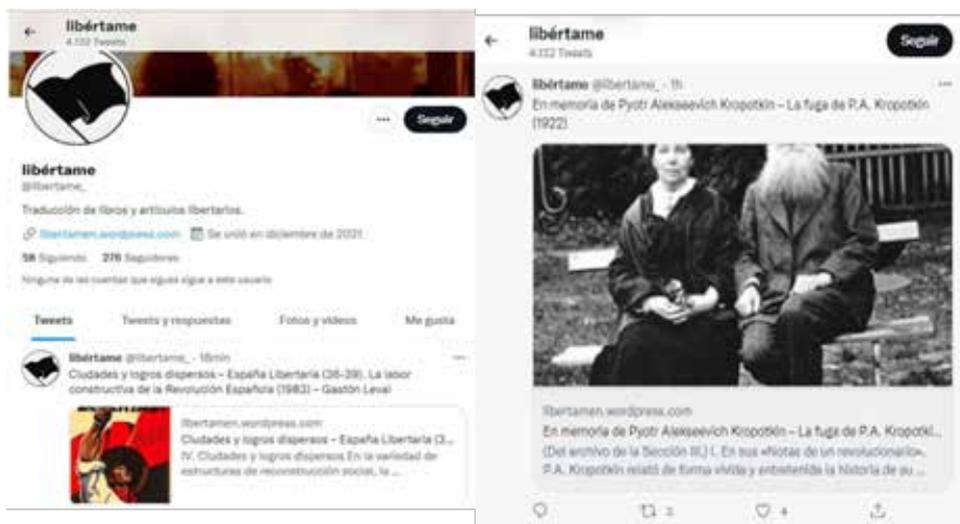


Figura 1. Cuenta de Twitter de un usuario Libertario Anarquista, mayo de 2022. (Fuente Twitter a través de @WalterWbarboza). Figura 2. Cuenta de Twitter de un usuario Libertario Anarquista, mayo de 2022. (Fuente Twitter a través de @WalterWbarboza).

Sin embargo, en el espíritu del pensamiento Libertario argentino la perspectiva es muy distinta. Más bien se puede afirmar, desde el punto de vista ideológico, que ocurre todo lo contrario. Hay un rechazo al intervencionismo estatal y una reivindicación de las libertades económicas y comerciales, en las que sólo ven el desarrollo de la libertad de mercado, la ausencia del estado como ente regulador de la economía y una crítica de la organización estatal como instrumento para la distribución equitativa de la riqueza. En ese marco, entienden que el estado es un obstáculo para el libre juego de las relaciones económicas y para el desarrollo de las expectativas económicas individuales, como lo señalan en sus muros de Twitter algunos de sus pregoneros más visibles:



Figura 3. Cuenta de Twitter del influenciador libertario Iñaki Gutiérrez, mayo de 2022. (Fuente Twitter a través de @WalterWbarboza).

Iñaki Gutiérrez es un joven de 21 años que desde 2017 milita en la red social Twitter. El mismo se presenta como «Influenciador en las redes sociales» y en su breve biografía asegura lo siguiente: «Sueño con una Argentina modernizada y cada día más libre. Trabajo todos los días para alcanzarla. Derecha anticomunista. 21 años. Orgulloso de ser Argentino». Tiene un alcance

significativo en la red: lo siguen más de 150 mil usuarios, mientras que sólo sigue a 293 personas. Es interesante observar que entre los usuarios a los cuales sigue solo hay cuatro medios de comunicación: las cuentas de Twitter del diario Clarín, del canal de noticias TN, del diario Infobae y del diario La Nación; los periodistas Carlos Pagni, Jonathan Viale, Eduardo Feinmann; una serie de dirigentes políticos y economistas de cuño liberal-conservador como Miguel Boggiano, Ramiro Marra, Victoria Villarruel, Waldo Wolff, Alejandro Fargosi, Florencia Arietto, y Agustín Laje; y ninguna figura del mundo de la política y la cultura nacional a las que cuestiona y critica desde sus posiciones políticas, como por ejemplo el presidente Alberto Fernández o la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner.



Figura 4. Cuenta de Twitter del influenciador libertario Iñaki Gutiérrez, mayo de 2022. (Fuente Twitter a través de @WalterWbarboza).

Allí se visibilizan algunos de los grandes desplazamientos de sentido: en el proceso de construcción de un discurso que es sacado de sus orígenes y ubicado en el seno de las redes, en el marco de una perspectiva notablemente opuesta y en el contexto de un proceso que da cuenta de una ruptura en la relación que se establece entre las y los sujetos y sus prácticas discursivas (Hall S. y Du Gay P.: 2003).

Sobre otros conceptos desplazados

En el mismo sentido ocurre con conceptos tales como popular, trabajadores, patria, soberanía, entre otras, cuyos sentidos y significados fueron sufriendo desplazamientos en la medida que las agendas políticas, sociales y culturales fueron actualizándose.

Por caso, el concepto de pueblo parece casi inexistente. Como si obrara un prejuicio contra el mismo, los activistas de las redes como Twitter prefieren utilizar la categoría de ciudadano como siendo una noción despojada de prejuicios raciales, culturales y étnicos.

La categoría «pueblo», en la Argentina, tiene una connotación semántica muy potente en la conformación de las fuerzas políticas de origen popular, puesto que en su desarrollo histórico ha sido utilizada casi con exclusividad por las fuerzas políticas surgidas en el marco de las luchas obreras de las décadas del 30, 40, 50, 60 y 70 del siglo XX. Y ello a pesar de que fuera una noción utilizada para referirse al conjunto de las personas que conviven al interior de una sociedad dada sin ningún uso exclusivo (Noguera: 2020).

Sin embargo, ha sido lentamente sustituida por la idea de ciudadano o el concepto aún más genérico e indeterminado de «la gente». La «gente» es un vocablo derivado de «gentil», una acepción que los judíos en la antigüedad utilizaban para mencionar a aquellas personas que no eran parte de la comunidad autopercebida como

«el pueblo elegido» por Dios para cumplir sus designios. En su familia de palabras gente, pertenece al campo semántico de gen, generación, genealogía, genética, génesis, género, genotipo, generoso, gentilicio y otras acepciones que, como se puede apreciar, oscilan entre las personas, la vida, el origen de la vida, lo que se puede crear o dar.

En la siguiente publicación (Figura 5) Eugenia Rolón, dirigente juvenil del espacio libertario, explica que Javier Milei se sienta a hablar con la gente a la cual referíamos líneas atrás.



Figura 5. Cuenta de Twitter de la influenciadora libertaria Eugenia Rolón, mayo del 2022. (Fuente Twitter a través de @WalterWbarboza).

Aquí, evidentemente, funciona como una categoría indeterminada en la que referirse a «la gente», implica no aludir a una entidad en particular sino a una generalidad en la que los rasgos diferenciales de la comunidad quedan subsumidos en una espacialidad abstracta. Si ello es así, entonces eso que suele denominarse como «la gente», sería una entidad que no distingue en su interior a los grupos sociales por clase, etnia, condición económica, tipo de empleo o ideología. Quienes integran ese espacio social indeterminado, están sin estar siendo. Hay una pérdida de identidad

y de marcos de referencia en los cuales anclar a los distintos componentes de la comunidad. Ahora bien, como entiende Verón (1993) son las condiciones de producción, y lo límites que fija una sociedad en un momento dado para esa producción, y su relación con las restricciones que la misma sociedad impone en sus procesos de recepción, las que generan las posibilidades de circulación de los discursos sociales.

Veamos otros ejemplos:



Figura 6. Cuenta de Twitter del Partido Libertario de Lomas de Zamora, mayo 2022 (Fuente Twitter a través de @WalterWbarboza).

Figura 7. Cuenta de Twitter del Partido Libertario de Tres de Febrero, junio de 2022 (Fuente Twitter a través de @WalterWbarboza).

Giorgio Agamben (2017) distingue dos categorías de pueblo que conviven en una categoría mayor de pueblo. Una de ellas involucra tanto a los sujetos políticos de una sociedad, como a los despojados de derechos. Es decir: involucra a los que excluye de la política, en un doble movimiento en el que define al «Pueblo» -con mayúscula- como cuerpo integral de la sociedad y al «pueblo» -con minúscula- como la multiplicidad fragmentada que excluye. «Es eso que no puede ser incluido en el todo del que forma parte y lo que no puede pertenecer al conjunto en el cual siempre está ya incluido» (Agamben: 2017); una idea semejante a lo que entiende Judith Butler cuando señala que en las democracias modernas el «pueblo», cuando habla en nombre del pueblo, se expresa en un «nosotros» y que ese nosotros, a pesar de su pretendida universalidad, nunca representa de manera equitativa y completa al conjunto del pueblo, por más de que su discurso refiera a la inclusión, ya que es imposible convocar a todas las personas a las que supuestamente representa para legitimar un reclamo. En síntesis, el pueblo tendría un afuera constitutivo en sentido positivo (Butler: 2014).

Si la categoría «gente» tiene como función fundamental la de diluir diferencias, la categoría «ciudadano», de uso frecuente en el discurso libertario, propone también el doble juego de la inclusión-exclusión; de aquello que está incluido pero de manera incompleta.

En el imaginario del militante Libertario, ser «ciudadano» señala un rasgo de distinción por sobre el resto del conjunto. Al construirse como un espacio en el cual existe un predominio de la mirada sobre lo que es normal y anormal, la categoría

«ciudadano» excluye a toda experiencia cultural, social y política que implique un cambio en las tradiciones. En ese sentido, se trata de una noción que conserva y preserva las condiciones materiales y simbólicas antes que una

categoría que modifica y transforma la experiencia social. Se trata de una perspectiva política que se posiciona por arriba del resto de las experiencias sociales, constituyéndose en un dispositivo panóptico cuya función esencial es la de velar por las tradiciones de una comunidad.

### Otras miradas, otras políticas

Veamos ahora el caso de Ofelia Fernández, una joven militante y legisladora de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires por el Frente de Todos que, cuando apenas tenía 19 años, comenzó a incursionar en la política de alcance nacional y a ganar presencia por el despliegue comunicacional y mediático que la criticaba y cuestionaba abiertamente por sus perspectivas políticas.

En su mirada del mundo se coloca en el polo opuesto a las ideas libertarias: sus posiciones son en favor de la legalización del aborto, el respeto a las diversidades sexuales, las luchas feministas, entre otras reivindicaciones orientadas a ampliar los derechos civiles de mayorías y minorías son su agenda de trabajo.

En su tarea política ha debatido fuertemente con distintos actores sociales, los que la han estigmatizado por sus posiciones firmes en defensa de los aquellos colectivos sociales invisibilizados. Es parte de una generación que en el mundo contemporáneo ha logrado construir nuevos campos semánticos en los que es posible desarrollar otras miradas de la realidad; con una sensibilidad diferente frente a las complejidades del mundo que deben enfrentar; construyendo, de este modo, nuevos campos epistemológicos cuyos contenidos políticos, sociales y culturales po-



nen en crisis las epistemes de las generaciones anteriores (Margulis y Urresti: 2008).

Veamos el contraste entre su perspectiva política e ideológica y sus pares Libertarios.

Figura 8. Cuenta de Twitter de Eugenia Rolón militante de Javier Milei, noviembre 2021. (Fuente Twitter a través de @WalterWbarboza).

Figura 9. Cuenta de Twitter de Ofelia Fernández legisladora del Frente de Todos, noviembre de 2021. (Fuente Twitter a través de @WalterWbarboza).

Nótese la diferencia de perspectiva en relación a la posición que la joven legisladora Ofelia Fernández (Figura 9), tiene sobre la violencia policial contra los menores de edad proveniente de los barrios populares, en relación a la posición de Eugenia Rolón (Figura 8). Fernández publica en su cuenta de Twitter su participación en la denominada “marcha de la gorra”, en la que pide “basta de violencia institucional” contra los pibes que usan gorra con visera y para los cuales exige un “futuro y no balas”. La actividad en cuestión fue realizada tras el asesinato de Lucas González, el menor de 17 años que jugaba al fútbol en las divisiones inferiores de Barracas Central y que fue acribillado a balazos por efectivos policiales de CABA en noviembre de 2021. El crimen de Lucas se inscribe en el contexto de la caracterización que ha hecho buena parte de la sociedad, con la colaboración de los medios que acompañan discursos de odio e intolerancia, en la que el color de piel, los giros lingüísticos y la formas de vestir son las que confirman que se trata de entidades portadores de acciones criminales y delictivas. Como señala Reguillo (1990), el espacio urbano es «el lugar social en el que circulan de manera regulada infinidad de discursos a propósito de la realidad, que han sido

transformados por los grupos dominantes en sistemas cognitivos y evaluativos capaces de construir y de dotar a la realidad de un sentido “natural”, donde la organización y el sentido del poder es experimentado cotidianamente como algo inseparable de la vida social urbana». Palabras más, palabras menos, es el dispositivo que se acciona a partir del prejuicio y que sirve para el ejercicio violento del poder y que concluye con el crimen de Lucas.

## A modo de conclusión

Como se puede apreciar, es en la red social Twitter, lugar por excelencia en el que se producen los debates políticos, sociales y culturales en el presente, en el que se dirime la disputa por los grandes sentidos de la historia.

Palabras como pueblo, gente, ciudadano, entre otras, van cambiando su potencia semántica de acuerdo a los contextos de uso. No se trata de poner en valor cada una de las consideraciones que sobre estas y otras nociones se puedan realizar, pero si es atractivo poner en valor las transformaciones que esas categorías, constitutivas de las democracias contemporáneas, fueron sufriendo en la medida en que las nuevas generaciones -las podemos pensar como masas o multitudes- se incorporaron a la vida política y a los procesos sociales y culturales que la fueron acompañando.

Twitter parece ser el nuevo escenario para la construcción de las miradas y las perspectivas que, en las décadas previas al golpe de estado de 1976 y en las etapas democráticas de la posdictadura, se consolidaron al calor de la militancia barrial y en el local partidario. Ahora más bien puede pensarse que la lucha se ha trasladado a la WEB

2.0 y a los escenarios digitales que funcionan como verdaderos dispositivos de poder, saber y verdad.

## Bibliografía

- Agamben, G. (2017). ¿Qué es un dispositivo? Buenos Aires. Argentina: Adriana Hidalgo Editora.
- Bayer Osvaldo (2015). Anarquistas expropiadores. Buenos Aires. Argentina: Editorial Planeta.
- Butler, J. (2014). “Nosotros, el pueblo”. Apuntes sobre la libertad de reunión. Buenos Aires. Argentina: Eterna Cadencia Editora.
- Calvo, E. (2015). Anatomía política de Twitter en la Argentina. Tuiteando a Nisman. Buenos Aires. Argentina. Capital Intelectual.
- D´Angelo, V. (2018). Revolución y mística en Gustav Landauer. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/334012026\\_Revolucion\\_y\\_mistica\\_en\\_Gusta\\_v\\_Landauer](https://www.researchgate.net/publication/334012026_Revolucion_y_mistica_en_Gusta_v_Landauer)
- Hall, S. y Du Gay, P. (2003). Cuestiones de identidad cultural. Buenos Aires-Madrid. Argentina: Amorrortu editores.
- Margulis, M. y Urresti, M. (2008). La juventud más que una palabra. Buenos Aires. Argentina: Editorial Biblos Sociedad.
- Noguera, J (2020). El semanario de la CGT de los Argentinos. Una voz contra la dictadura de Onganía. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/118509>
- Rubio, L. (2018). El anarquismo argentino. Buenos Aires. Argentina: Editorial Libros de Anarres.
- Verón, E. (1993). La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona. España: Gedisa Editorial.

# Lo televisivo en redes sociales: el análisis de YouTube y Twitch

Nadia Gaitán

nadiagaitan3@gmail.com

**UNR**

## Lo televisivo en las redes sociales virtuales

El actual ecosistema mediático obtiene sus condiciones de producción en un momento histórico donde la mediatización ha alcanzado el punto de mayor aceleración gracias a internet, extendiendo el acceso a la información, producción y distribución de contenidos.

En palabras de Eliseo Verón (2012), “desde el punto de vista de la historia de la mediatización, lo que nos interesa es que la www comporta una mutación en las condiciones de acceso de los actores individuales a la discursividad mediática, produciendo transformaciones inéditas en las condiciones de circulación” (p 281).

El ecosistema mediático actual se caracteriza, además, por la convergencia, donde confluyen industrias culturales, usuarios y contenidos. Tal como indica Jenkins (2006) la convergencia hace posible el flujo de producciones a través de múltiples plataformas mediáticas, donde la circulación depende enormemente de la participación activa de los consumidores, que, en su carácter de productores de contenido, pasan a denominarse “prosumers” o prosumidores, embajadores de esta cultura colaborativa (p 14).

En la etapa del llamado postbroadcasting, los contenidos circulan de “muchos hacia muchos” (Scolari, 2008), teniendo los usuarios un rol protagónico, creando y co-creando, apropiándose de los productos de la cultura, interviniéndolos y poniéndolos nuevamente a circular. Es precisamente en la distribución de contenidos donde se dan los cambios más significativos.

Ahora bien, ¿qué rol desempeñan los medios tradicionales en este escenario? ¿qué sucede con la televisión? En el ecosistema mediático actual “ni los medios masivos en retroceso tienden a morir, ni todo parece ser intercambios en red” (Fernández, 2020, p. 64). En la era del postbroadcasting conviven “viejos” y “nuevos” medios siendo los dispositivos y plataformas digitales los que concentran el mayor porcentaje de la producción, circulación y consumos culturales.

Mirta Varela coincide con esta línea al afirmar que, “los viejos medios no están siendo desplazados, sino que sus funciones y su status están cambiando con la introducción de nuevas tecnologías (2014, p. 269). Además, retomando a Jenkins, Varela refiere que, mientras los instrumentos para acceder al contenido de los medios (tecnología) entra en desuso, los medios, en cambio, evolucionan (2014, p.268).

En este trabajo proponemos un recorrido sobre lo televisivo en plataformas mediáticas, puntualizando en redes sociales como YouTube y Twitch, y entendiendo a lo televisivo como un conjunto de prácticas culturales, hábitos y rituales en torno a su consumo.

## **YouTube: el gran centralizador de la circulación audiovisual**

El conjunto de prácticas sociales en torno al consumo televisivo se fue transformando con la aparición de las plataformas de streaming y las dinámicas que le imprimieron las redes sociales, o medios sociales como los denomina Van Dijck (2016)

Ver televisión en internet implica discontinuar el flujo televisivo y reorganizar su contenido por fuera de la grilla de programación, considera Varela (2014, p. 279). Con el streaming se producen desplazamientos en relación a los códigos y prácticas asociados al consumo televisivo: la grilla, el prime time, el rating y el zapping, dan lugar a otras formas de consumo como el streaming-on demand, el maratón, el spoiler y el filtrado.

De esta manera, “la plataforma de streaming revolucionó la experiencia de recostarse a ver televisión convirtiéndola en una actividad interactiva, volcada sobre la pantalla y alimentada por contenido generado por los propios usuarios (...) La velocidad con que el acto de “compartir” videos online logró introducirse en la cultura audiovisual constituye un hecho sin precedentes”, destaca Van Dijck en La Cultura de la Conectividad (2016).

Basado en el espíritu de “compartir” de las redes sociales, en 2005 nace una alternativa a la televisión. Se trata de YouTube, una plataforma concebida en sus inicios para compartir videos amateurs.

Entre las novedades que incorpora YouTube, Van Dijck (2016) destaca la introducción del contenido en streaming, la posibilidad de subir videos y almacenarlos, y las funciones de red social.

Desde el principio, YouTube fue pionera en la tecnología del streaming de video y se diferenció de la televisión tradicional al habilitar contenidos que fueran producidos y/o puestos en circulación por los propios usuarios, entre los que destacan tutoriales, fan videos, streamers, gamers, influencers.

Con el paso del tiempo gran parte del contenido amateur se fue profesionalizando, ya sea de la mano de youtubers o de los propios canales de televisión que comenzaban a aggiornarse a las condiciones del emergente escenario mediático.

Así, como señala De Cicco (p. 32) “YouTube empieza a posicionarse como único receptor del material audiovisual que generan millones de usuarios; motivo por el cual éstos, casi en forma inconsciente, construyen segundo a segundo un archivo de características monumentales comparable en volumen a la Antigua Biblioteca de Alejandría, pero con una diferencia sustancial: la participación colaborativa” (p.32).

De acuerdo a los datos del portal Statista, en enero de 2023 YouTube cuenta con 2 mil millones de usuarios conectados mensualmente y más de mil millones de personas que pasan varias horas al día en esta plataforma.

Para Varela (2014) lo relevante de YouTube no es la centralización de la emisión, ya que allí circulan videos de origen muy diversos, tantas como conexiones haya, sino que, se trata de una centralización de la circulación (p. 273).

“En procura de la atención de los espectadores, YouTube intentó parecerse más a la televisión y esta adoptó cada vez más características de YouTube. A partir de 2008, las tecnologías tradicionales y de “compartir” videos comenzaron a converger rápidamente, no sólo en términos de hardware y software, sino también de estrategias de públicos y contenido” (Van Dijck, 2016, s/p).

Bajo el sello de Google que empezó a mediar e interconectar la mayor parte de los consumos en línea, YouTube redefinió las condiciones de producción y consumo audiovisual atrayendo a la producción televisiva al ecosistema de los medios conectivos.

De esta manera, la producción televisiva, en vez de ser reemplazada por plataformas online, pasa a formar parte

de la lógica de los medios sociales.

Hoy, las industrias de contenido convencionales forman parte de los sistemas de los motores de búsqueda, colocan pauta publicitaria y propician colaboraciones con influencers.

“Los medios incorporan posteos o formatos de red a los géneros tradicionales, y las plataformas mediáticas tratan de incorporar textos del broadcasting” (Fernández, 2021, p 65).

### **Youtubers: venerados por las audiencias, disputados por las marcas**

En la era del paradigma digital y de la cultura de la conectividad, el consumo on-demand se posiciona junto con las estrellas indiscutibles, los youtubers.

“El pináculo del éxito de una empresa se alcanza cuando la marca se convierte en verbo”, como “googlear” y “twitter”, advierte Van Dijck (2016). En este caso, agregaríamos: ... y cuando se convierte en una nueva profesión, como la de youtuber.

Los youtubers tienen alcance mundial, con una forma de transmitir caracterizada por la naturalidad, el carisma y la espontaneidad. Sin una formación específica para insertarse en el medio, requieren de habilidad en el manejo de las tecnologías digitales y de conectar con un nicho específico.

El surgimiento de estas figuras, legitimadas por fuera del circuito tradicional de la industria televisiva, representaron en sus comienzos una amenaza para la televisión que perdía pauta de marcas que comenzaron a interesarse en estas figuras.

Los youtubers acumulan la cantidad de clics y seguidores suficientes que les permitan obtener ganancias. Los creadores de contenido en esta plataforma ganan por anuncios, que se reproducen en sus videos, según la cantidad de suscriptores y por cada 1000, 100.000 o el millón de visualizaciones.

A su vez, los youtubers obtienen beneficios mediante el patrocinio de las marcas. Para ellas, el mayor valor está en la comunidad de seguidores. Los youtubers son para las marcas, una herramienta de posicionamiento y una forma mucho más directa de llegar a los públicos objetivos.

En el contexto de la convergencia se han puesto en marcha diversidad de estrategias que dan cuenta de la integración entre televisión, plataformas y estas nuevas celebridades, como lo es la colaboración entre youtubers con canales de televisión.

Un buen ejemplo, como tantos otros, es el caso de Damian Kuc, youtuber argentino, de 26 años, que arrancó en 2018 con su producto “Historias Innecesarias” y hoy cuenta con más de 1,7 millones de suscriptores, con participaciones en FiloNews y History Channel.

Este youtuber comenzó generando contenidos para entretenerse, usando tecnología básica y hoy, planifica y produce con colabores como History, que supo aprovechar el producto y alcance de la figura de Kuc para adaptar su contenido a los nuevos consumos y audiencias. Claro ejemplo de un medio tradicional que expande sus contenidos aprovechando las generosidades del paradigma digital.

### **“Like, campanita y suscribir”**

Casi como un mantra, al final del video los youtubers instan a los usuarios a “dar like, comentar, activar la campanita y suscribirse. “Si el contenido de este canal es tu agrado, te invito a suscribirte para no perderte ningún video, además, te invito a dejar un comentario y activar la campanita cuando se suba un nuevo video” sugiere Damian Kuc en una de sus publicaciones.”

Esta frase da cuenta de las lógicas de la circulación y de los nuevos hábitos asociados al consumo audiovisual en plataformas de streaming. Cuanto mayor es la cantidad de usuarios que se suscriben, comentan, ponen pulgar arriba y activan la campanita de notificaciones, mejor será el posicionamiento y visibilidad del video gracias a la acción de algoritmos que sugerirán el contenido a más usuarios y lo ubicarán en las primeras opciones de reproducción.

Esto, a su vez, coopera con el modelo de negocios de ambos, tanto del youtuber que gracias a la mayor visibilidad y suscriptores recibe mayor ingreso por anuncios, como del mediador (Google) que incrementa sus pautas.

### **Twitch: jugar y ver jugar**

En 2011, seis años después de la aparición de YouTube, una nueva plataforma de streaming emerge para satisfacer un nuevo nicho, el de los gamers, y, su vez, habilitar nuevas prácticas asociadas al consumo on-demand y satisfacer a las audiencias más jóvenes.

Pero no todo es videojuegos en esta red, sino que también se posicionan contenidos relacionados a la “vida real”, música, deportes electrónicos y creatividad.

Twitch permite a los usuarios realizar y ver emisiones en directo. Durante las transmisiones, la audiencia puede interactuar entre sí y con el streamer a través de un chat.

La interfaz de Twitch muestra recomendaciones de canales y categorías en el centro de la pantalla, mientras que la barra superior proporciona acceso a las funciones de seguimiento, exploración y búsqueda. En el panel izquierdo se puede ver un listado de los canales que sigue el usuario y otros recomendados por la plataforma. Los streamers eligen categorías y etiquetas para clasificar sus contenidos, y tanto los seguidores como los suscriptores pueden acceder a ellas.

A diferencia de YouTube, los suscriptores en Twitch deben pagar una cuota mensual y obtienen ventajas como ver transmisiones sin anuncios, chats exclusivos y emoticonos especiales para usar en estos espacios participativos. Los streamers ganan dinero a través de las suscripciones, las donaciones de seguidores y la publicidad.

De acuerdo a las estadísticas aportadas por el portal Twitch Tracker, en junio de 2023, la plataforma cuenta con 2.460.000 espectadores simultáneos y 92.300 canales transmitiendo en simultáneo.

A su vez, en mayo de 2023 la plataforma contaba con 6.823.846 streamers en total (el mayor número se dio en diciembre de 2020 con 9.894.745 streamers)

Así, Twitch, actualmente en manos de Amazon, nace como espacio de referencia que mediatiza la práctica de jugar y ver jugar. Gutiérrez Lozano et al. se encargó de estudiar el auge de Twitch y su éxito en la audiencia juvenil. “La popularidad y el éxito masivo de contenidos audiovisuales en los que un espectador observa cómo un jugador o varios juegan una partida en directo ha sido el germen de un producto con entidad propia y gran atractivo para los públicos juveniles” (2020, p. 161).

Twitch es también otro ejemplo de las transformaciones en la oferta audiovisual y los cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil.

Esta red social habilita nuevos códigos: “quedadas”, “whatch parties”, “gameplay”. También destaca como un espacio para compartir e interactuar con otros. Las posibilidades comunicativas en esta plataforma se amplían gracias a la integración de un chat escrito en la emisión en directo que, además, permite compartir memes, iconos personalizables y emoticonos. (Gutiérrez Lozano et al., 2020, p. 163).

A su vez, mientras una cámara enfoca el juego, otra enfoca las expresiones del streamer, lo que fortalece el sentimiento de comunidad y de cercanía entre las audiencias y el protagonista.

“Aunque el dominio numérico de YouTube como plataforma web de repositorio y consumo de vídeos a nivel mundial sigue siendo absoluto, Twitch consiguió fortalecer un nicho justo allí donde el gigante de Google no estaba presente: en la transmisión en directo de partidas de videojuegos.” (Gutiérrez Lozano et al., 2020, p. 162).

La participación directa de los jóvenes a través del chat, de las donaciones o de las suscripciones, coopera en la interacción y creación de comunidad.

A su vez, al igual que YouTube, Twitch tiene sus propios streamers estrellas. Se trata de usuarios, que se convierten en profesionales del streaming y que destacan por la cantidad de suscriptores, más aún, varios youtubers han migrado sus contenidos y transmisiones a esta plataforma que, además, ofrece mejores condiciones de monetización (Gutiérrez Lozano et al., 2020, p. 162).

Tal es la popularidad de Twitch que ha acercado a muchas figuras del fútbol, como es el caso bien conocido de Sergio “Kun” Agüero. El exjugador cuenta con más de 4.8 millones de suscriptores, facturando cuantiosas cifras.

Pero no todo es videojuego, como se referenció anteriormente, Twitch ha sumado „streamers“ relacionados con la música, el humor o el entretenimiento audiovisual en general.

En una investigación llevada adelante por Montardo, Fragoso, Amaro y Paztres (2017, 61), las autoras identifican que, luego de la transmisión, las acciones más populares en Twitch son: ver canales en vivo, chatear y buscar juegos para ver. Esto sugiere, según las investigadoras, que la mayoría de los encuestados actúan sólo como espectadores (p. 60). Solo el 35% de los encuestados respondieron que hacían streaming de juegos. El 65% restante forma parte de la audiencia.

Ahora bien, vale preguntarse ¿cuáles son las razones por las cuáles las audiencias se adaptan con tanta facilidad a ver jugar a otros? Los motivos podrían ser varios, por un lado, puede estar relacionado con el interés genuino de desarrollar nuevas habilidades en el gameplay, nuevos trucos, también puede ser un mero entretenimiento e, incluso, por su carácter social, al formar parte de una comunidad (Vosmeer et. Al, 2016, en Gutiérrez Lozano et al., 2020, p. 163).

## **Los jóvenes liderando el consumo streaming**

Ya no son las audiencias las que deben adaptarse a los productos y formatos que ofrecían los medios tradicionales, sino que ahora, los medios deben responder a los nuevos hábitos de consumos culturales de las audiencias. En este sentido, los jóvenes han tenido un rol preponderante.

Los públicos de menor franja etaria irrumpen en el ecosistema cultural actual para plantear nuevas lógicas y formatos de consumo, cada vez más ágiles, interactivas y personalizables. Este factor encuentra su complemento de explosión en un contexto de hiperproducción, donde la “lucha” es por la visibilidad y el posicionamiento.

Una encuesta llevada adelante por Gutiérrez Lozano et al. (2020) arroja que los jóvenes españoles consumen contenidos televisivos tradicionales en un porcentaje elevado (76%), si bien un 22% afirmaba no ver nunca la televisión tradicional en su emisión ordinaria. El 35% lo hacía a través de la PC, un 25% en el móvil, un 9% en tablets, y un 14% hace uso del receptor televisivo, pero mediante una conexión a internet (conectando un ordenador al receptor, con un Chromecast, con Apple TV, etcétera).

Por otro lado, el 89% de los jóvenes encuestados consume contenidos televisivos a través de plataformas de contenido online como Netflix, HBO, Amazon Video o Movistar Plus. De entre ellas, el 49% afirma estar suscrito a Netflix, a la que le sigue la plataforma privada española Movistar Plus (23%) y en tercer lugar Amazon Prime Video (8%). 167

¿Cuál son las razones que lleva a los jóvenes a acudir a estas plataformas para satisfacer su consumo audiovisual?

Gutierrez Lozano et al. (2020) identifica cuatro motivos principales. El 22% señala la variedad de contenidos, el 21% el entretenimiento, el 17% la comodidad, que se traduce en la disponibilidad de contenidos para su consumo personalizado y la ausencia de pausas publicitarias y, para el 13%, es la libertad de elección, la falta de ataduras a una programación convencional.

## **Nuevos escenarios y continuidades**

Tomando por referencia los aportes de Carlos Scolari (2008, p.78) la digitalidad, es la condición de posibilidad, “la especificidad” indica el autor, de los consumos mediáticos en plataformas de streaming y redes sociales, a su vez, si consideramos el contenido (multimedia) y el soporte tecnológico (redes) del proceso de comunicación, la noción que distingue es hipermedia. Mientras que, del lado de la recepción, la palabra clave es interactividad.

En esta línea, y particularmente con relación a YouTube Van Dijck plantea que “entre las verdaderas novedades de YouTube sin duda estuvo la introducción del contenido en streaming, la posibilidad de subir video y las funciones de red social, técnicas que en el contexto de la producción audiovisual tendrían un fuerte impacto sobre el viejo modelo de difusión (2016, p. 185).

Para Van Dijck (2016, p. 189), la función de red social de YouTube que la caracterizara en su comienzo, se fue desdibujando a partir de los cambios en la interfaz introducidos en 2011, cuando la página de inicio adoptó de manera definitiva el aspecto visual de la televisión, comenzando a organizarse en canales. Por entonces, la función de hacer amigos también se volvió invisible, al igual que la lista de suscriptores.

Asimismo, es importante recordar que la atomización de las audiencias no se dio de un día para el otro con el surgimiento de las plataformas de streaming, como indica Van Dijck, las emisoras ya habían ajustado su modelo pasivo en los 90 con la llegada del narrowcasting, con la proliferación de cientos de canales de cable lo que llevó a la segmentación de públicos (2016, p. 187).

Si bien las plataformas de streaming no imponen lo que ve el público y a qué hora por medio de un flujo programado, tampoco quiere decir que su contenido fluya sin mediación alguna. Por el contrario, la visibilidad de los contenidos depende de los motores de búsqueda y de los algoritmos de ranking (Van Dijk, 2016, p. 187).

Como hemos visto, en el contexto de convergencia, “nuevos” y “viejos” medios, no sólo “conviven” sino que se re-actualizan y aprovechan las potencialidades mutuas en un contexto de convergencia.

YouTube y Twitch conviven en este escenario mediático, encontrando cada uno su especificidad. YouTube nace como una plataforma donde compartir y buscar vídeos (hoy día se posiciona como el segundo buscador más utilizado luego de Google), funcionando como un repositorio digital. Años más tarde incorporó la opción de transmitir en línea. Por su parte, Twitch nace priorizando la función de ser una plataforma de vídeos en directo que, además, permite al usuario seleccionar algún fragmento del audiovisual y compartirlo posteriormente en su cuenta personal.

La función interactiva, en Twitch tiene un gran protagonismo el uso del chat, más aún, como se referenció anteriormente los usuarios suscriptos obtienen emogis e insignias que los distinguen y usan durante el intercambio. En relación a YouTube, si bien incorpora el chat y opción de comentarios, no es esta función que destaque en la actualidad.

Respecto de las audiencias, Twitch apunta o retiene un público más joven, mientras que YouTube cuenta o apunta a jóvenes, pero también a franjas etarias más amplias, de hecho, YouTube es una plataforma muy utilizada para el consumo de canales de noticias.

## Consideraciones finales

Con la emergencia de la digitalización, “lo televisivo” se ha ido actualizando y resignificando en otras pantallas, como es el caso de redes sociales, plataformas de streaming, aplicaciones móviles y videojuegos. Los jóvenes han liderado estos procesos proponiendo nuevas formas de consumos y prácticas, colaborando y participando, a su vez, activamente de la producción y circulación de los contenidos.

En el actual ecosistema mediático, identificamos dos grandes centralizadores de la circulación audiovisual en redes sociales. Por un lado, YouTube que parece hacer las veces de repositorio en diferido, mientras que Twitch se consagra como la plataforma privilegiada para la emisión en directo, fundamentalmente en el nicho de los gamers. Twitch es, asimismo, el espacio por excelencia de los grandes eventos deportivos online.

Hoy, los contenidos circulan de “muchos hacia muchos”, teniendo los usuarios un rol protagónico, creando y co-creando, apropiándose de los productos, interviniéndolos y poniéndolos nuevamente a circular.

Ahora es el usuario quien dispone de un amplio abanico de posibilidades para elegir cómo, dónde y qué. Parar, retroceder, compartir o darle play al contenido que quiere ver a su gusto, o los gustos que va moldeando influenciado por los algoritmos.

La tendencia actual discurre hacia la plataformización, que plantea nuevos mecanismos en la industria cultural y resignifica lo televisivo. La circulación que acontece en este nuevo proceso trasciende los soportes tradicionales y convoca a las comunidades usuarias a aggiornarse al uso de los dispositivos móviles y al contexto multiplataforma que define nuevos formatos, narrativas y prácticas sociales.

## Bibliografía consultada

- De Cicco, Juan “YouTube: el archivo audiovisual de la memoria colectiva”. Universidad de Palermo. Disponible en: [www.palermo.edu/ingenieria/downloads/pdfwebc&T8/8CyT06.pdf](http://www.palermo.edu/ingenieria/downloads/pdfwebc&T8/8CyT06.pdf)
- Fernández, José Luis (2021). *Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual*. Argentina: La Crujía.
- Gutiérrez Lozano, Juan Francisco y Cuartero, Antonio (2020). El auge de Twitch: nuevas ofertas audiovisuales y cambios del consumo televisivo entre la audiencia juvenil. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 50. pp. 159-175.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Montardo, Sandra; Fragoso, Suely; Amaro, Mariana y Paz, Samyr (2017) “Consumo digital como performance sociotécnica: Análise dos usos da plataforma de streaming de games Twitch”. En *Comun. Mídia Consumo*, São Paulo, v. 14, n. 40, p. 46-69, maio/ago. 2017.
- Scolari, Carlos (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Varela, Mirta (2014) “Él miraba televisión, YouTube. La dinámica del cambio en los medios”. En Carlón Mario y Scolari, Carlos A. (eds.) (2014) *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires: La Crujía.
- Van Dijck, José (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: S XXI Editores
- Verón, Eliseo (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos e interpretantes*. Argentina: Paidós. Estudios de

Comunicación.

•**En línea**

- Compolitica (29 de junio de 2023) ¿Twitch o YouTube? Cuando el streaming se vuelve fundamental. <https://compolitica.com/twitch-o-youtube-cuando-el-streaming-se-vuelve-fundamental/#:~:text=Si%20bien%20la%20mayor%C3%ADa%20de,de%20la%20cultura%20IAB%20Spain>.
- Statista (29 de junio de 2023). Redes sociales con mayor número de usuarios activos a nivel mundial en enero de 2023. <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>
- Twitch Tracker (29 de junio de 2023). Estadísticas y gráficos de Twitch <https://twitchtracker.com/api/channels/summary/xqc>

# Memos: modalidades y motivaciones de uso por parte de alumnos de la carrera de Comunicación Social de UNdeC

María Soledad Calvar  
solcalvar@gmail.com

**Universidad Nacional de Chilecito**

## Introducción

En el año 1975, el biólogo evolucionista Richard Dawkins mencionaba, por primera vez, al fenómeno de los memes como la unidad mínima de cultura humana, haciendo una analogía con los genes. Si bien hubo otros autores que escribieron sobre este fenómeno, fue el término meme de Dawkins el que predominó y es como se los conoce actualmente.

Luego de años de replicarse y transmitirse de distintas maneras, los memes encontraron en internet su "hábitat", donde se mueven con total libertad y anonimato.

Teniendo en cuenta que los memes llevan en sí un pedacito de historia, cultura y comunicación, en esta ponencia se presentarán los resultados de una investigación que estudia los usos y las gratificaciones recibidas por los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Chilecito de la provincia de La Rioja, cuyo uso de memes se realice en la red social Facebook.

Entre los objetivos específicos que se establecieron para este trabajo se encuentran: caracterizar los tipos de memes que consumen y/o comparten los estudiantes; describir las modalidades de uso; conocer las motivaciones que los llevan a usar memes en sus publicaciones; indagar sobre las expectativas que tienen los jóvenes al publicar memes; y explorar sobre las gratificaciones que reciben con el uso de memes.

La propuesta metodológica desarrollada fue de carácter mixto, con aplicación de técnicas tanto cuantitativas como cualitativas. Así es que, a través de la técnica de encuesta, se implementó un cuestionario online con el fin de describir el panorama de las prácticas digitales de los jóvenes estudiantes.

Además, se llevaron adelante entrevistas semiestructuradas con alumnos de la Carrera de Comunicación, respetando los criterios de representatividad en la conformación de la muestra seleccionada.

Los resultados del trabajo de campo realizado en el periodo 2021-2022 nos permiten aproximarnos a las características y a las significaciones otorgadas por las y los jóvenes a los usos del formato comunicacional del meme. Los requisitos que se tuvieron en cuenta para la selección de los jóvenes universitarios a incluirse en el estudio fueron: tener entre 18 a 30 años, ser usuario de Facebook y realizar publicaciones de memes.

Bajo la lupa de la Teoría de Usos y Gratificaciones, este trabajo intentó comprender los usos hacen los alumnos de la carrera de comunicación social de UNdeC de los memes que circulan en Facebook, como así también que gratificaciones reciben por ello. En este caso nos preguntamos ¿qué hacen las y los estudiantes con los memes que consumen? Y ¿por qué los consumen?

Para los resultados, dividimos en tres ejes esta ponencia a fin de lograr una mejor explicación.

## Usos de los memes en la plataforma Facebook

Respecto al uso de memes en Facebook, el resultado de la encuesta arrojó que el 90,3% de los estudiantes ven memes en esta plataforma contra el 9,7% que no lo hace o lo hace en otras plataformas o redes sociales, dato que no es menor porque denota que los jóvenes estudiantes están consumiendo memes en redes sociales.

Según las respuestas de las encuestas, el consumo de memes en la mayoría de los casos es para alegrar a alguien o manifestar lo que no se animan a decir personalmente, hecho que llamó la atención. Al respecto la psicóloga Estefy Hernández Rivera explica que “para algunas personas resulta abrumador hablar abiertamente de sus estados emocionales, pero hay una característica en los memes que puede hacer que hablar sobre temas complicados resulte más accesible: el humor” (2020, p. 1).

De esta manera se puede apreciar los primeros indicios en el consumo de memes y su origen: humor, sarcasmo y evasión. Este tipo de prácticas ocurre entre los estudiantes en la plataforma Facebook como en otras redes donde publican memes tales como Instagram, Twitter o WhatsApp.

Respecto a quiénes van dirigidas estas acciones, por lo general son para familiares, amigos o entorno directo. Si es para alguien en particular utilizan el sistema de etiquetado o postean en otra red social. En menor medida, algunos personalizan un meme para alguien en particular o para cerrar un tema de conversación (realizada por chat o cara a cara). Otra manera de compartir es cuando el meme refleja un tema de la actualidad, en ese caso los estudiantes comparten en sus cuentas para todo público.

En cuanto al proceso de compartir, la necesidad de publicarlos surge cuando “empatizan” o se identifican con un meme y lo postean en sus perfiles de Facebook, Instagram o WhatsApp (en este caso se colocan como “estados”).

Respecto a los tipos de memes que consumen los estudiantes, concluimos que los memes “graciosos” son los preferidos por todos los estudiantes. Le siguen los memes “sarcásticos” (71,4%) y aquellos que “reflejan la realidad”. Con menor frecuencia se consumen memes con mensajes positivos y mínimamente aquellos que apuntan a “tapar la realidad que se vive”.

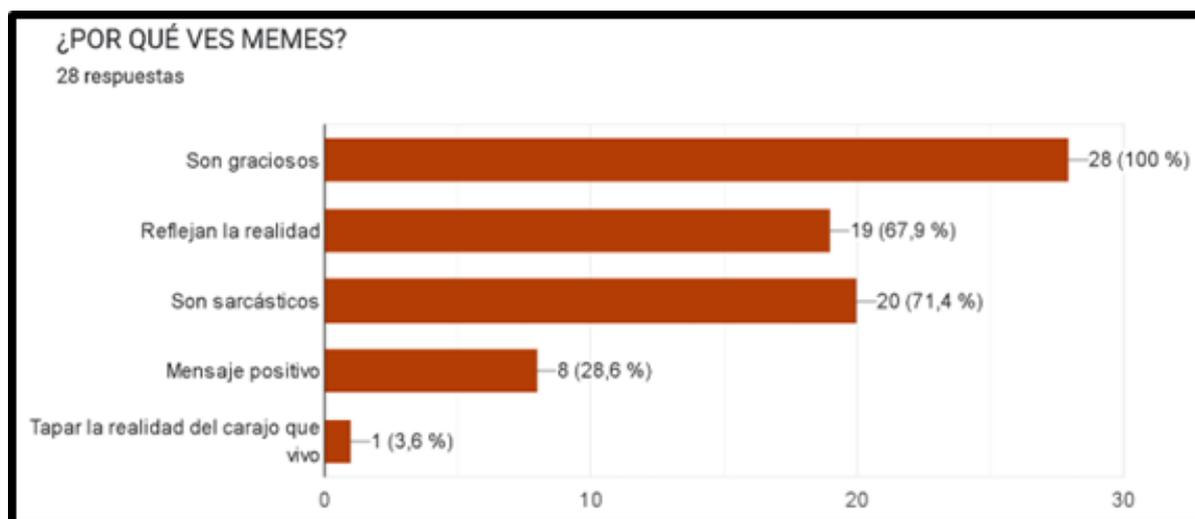


Gráfico 1: Razones por la que se ven memes

Parafraseando a Inmaculada Berlanga, Francisco García y Juan Victoria (2013), las comunicaciones en red donde se utilizan el «ethos, logos y pathos» de la retórica presupone la presencia de aspectos humanitarios en la comunicación otorgándole una enorme creatividad. De esta manera, internet y sus redes ha atravesado la comunicación en la cual los usuarios son sus protagonistas. Al respecto, los autores explican:

En esta red social –y en todas, en general– la retórica ha encontrado nuevos cauces y dimensiones insospechadas: potenciación del diálogo con la interacción entre las distintas instancias participantes en la comunicación; facilidad en la actividad productiva del orador así como la actividad interpretativa del oyente; oportunidad de reconducir el discurso a raíz de la aceptación o del rechazo por parte de los usuarios; posibilidad de almacenamiento racional de la información; una pronta recuperación de la información y facilidad de enlace entre fuentes informativas y documentales. Así, la micro-red en la que se configura el muro de usuario de Facebook proporciona una mejor adecuación entre el discurso, el orador, el oyente, el contexto (Berlanga, García y Victoria, 2013, p. 4).

El uso de los medios masivos de comunicación está ligado a la satisfacción de algún tipo de necesidad. Los teóricos Elihu Katz, Michael Gurevich y Hasassah Hass, en 1973, agruparon en cuatro categorías la amplia gama de necesidades vinculadas a los medios que fueron detectando:

- Necesidades cognitivas
- Necesidades afectivas
- Necesidades de integración personal
- Necesidades de integración social

Esta categoría de necesidades vinculadas a los medios de comunicación puede ser aplicada al uso de redes sociales, con la salvedad de que, en esta instancia, los usuarios se convierten en prosumidores inundando las redes con su propio contenido.

En lo que respecta al uso de memes en Facebook por las y los estudiantes universitarios y vistos desde el enfoque de la TUG, podemos aproximarnos a la manera en que los usos pueden cubrir necesidades de integración social, lo que es particularmente relevante para los jóvenes con respecto a sus pares y círculo familiar en cuanto fortalecen lazos a través del humor o la sátira.

La necesidad de integración personal hace referencia a la necesidad de adquirir información o conocimiento sobre algo o la realidad circundante, como así también reafirmar conocimientos previos. Aquí se pone en juego la sensación de seguridad de los usuarios que se exponen a los diferentes programas u oferta mediática a demanda (on demand) para saber más o entender la realidad que los rodea. Esto se puede trasladar a las redes sociales y especialmente a Facebook, donde los usuarios reafirman pensamientos, acciones e ideologías exponiendo al ojo de los demás su quehacer.

En lo que respecta a esta investigación, se pudo observar que algunos estudiantes reafirman sus valores o creencias a través del consumo de memes, como así también su seguridad en el consumo de memes de hechos noticiosos.

En cuanto a las necesidades cognitivas, y acorde a los resultados obtenidos, Facebook se ha convertido en una plataforma en la que se busca o confirma información en primer lugar, para pasar luego a lo personal e interactuar con familiares y amigos.

Al respecto, los teóricos de la TUG explican que las necesidades cognitivas están relacionadas con todo lo que tenga que ver con el conocimiento de sucesos significativos para el entorno inmediato, la sociedad y el mundo, lo que contribuye a sostener opiniones y sentir cierto grado de seguridad.

En cuanto a los estudiantes, se interesan por los memes que reflejen actualidad de manera graciosa o sarcástica, predominan las publicaciones de memes que hacen referencia a la actualidad o a novedades de actividades específicas como el deporte que les interesan en particular, siempre atravesados por el humor.

En el segmento juvenil se registra que una mayoría ha escogido en los últimos años como red preferida a Instagram para las interacciones cotidianas, lo que ha impactado en el uso de Facebook que va quedando relegado a algunas actividades específicas. El uso de memes es una de ellas.

## Motivaciones y expectativas en el uso de memes

Las motivaciones y las expectativas de las personas están relacionadas íntimamente a sus procesos psicológicos, conductuales y sus necesidades de integración social. Cuando hablamos de motivaciones, la psicóloga Sara Catalán explica que una motivación “es la determinación que impulsa a la persona a hacer determinadas acciones para alcanzar algún objetivo” (2022, p. 1). En ese sentido podemos decir que motivaciones y necesidades se encuentran normalmente ligadas, puesto que una motivación implica la necesidad de suplir una carencia. A modo explicativo, usamos la pirámide de necesidades de Maslow, en cuya base se encuentran las necesidades básicas de supervivencia para luego ir cubriendo necesidades internas más complejas.

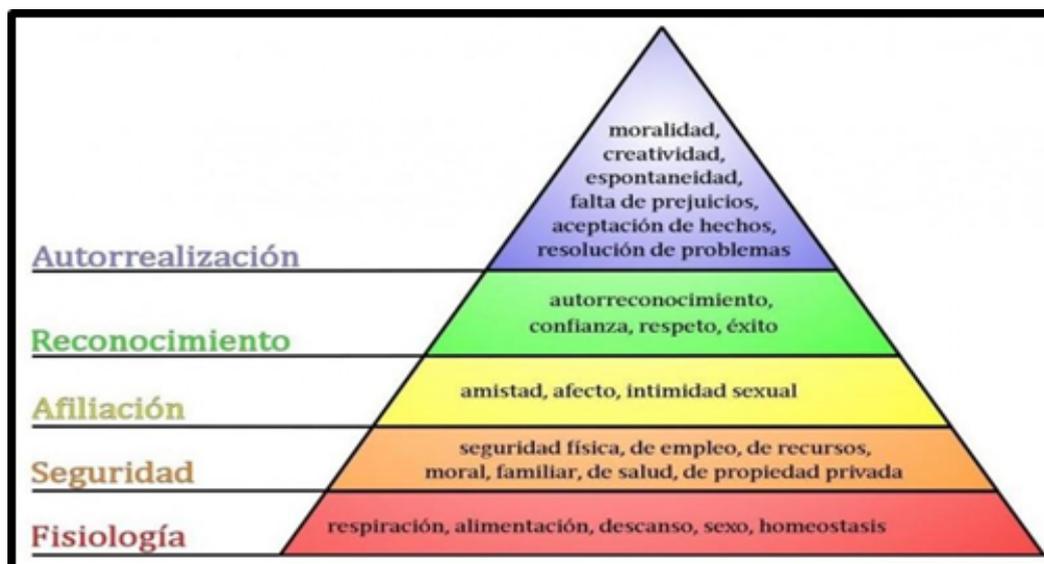


Gráfico 2: Pirámide de gratificaciones de las necesidades según Maslow

Respecto a los estudiantes de Comunicación Social de UNdeC, podemos indicar que la acción de compartir memes va de la mano de satisfacer necesidades de seguridad, afiliación, reconocimiento y autorrealización.

La TUG expresa que hay una relación directa entre usos y necesidades, lo que generan las motivaciones para que los estudiantes utilicen memes en sus cuentas: primero “empatizan” con un meme y luego esto los hace pensar a quién podría gustarle ver ese meme. Es decir que, en el plano de las motivaciones, pensar a quién puede ir dirigido el meme, es pensar en hacer reír a esa persona, recordarle momentos o situaciones, lo que genera en el usuario la satisfacción de proponer un vínculo y sentirse correspondido.

Los memes que lideran esta experiencia son los memes humorísticos, graciosos y/o sarcásticos, que son dirigidos a varias o a una persona en particular. Se envían a veces a través de etiquetas de Facebook o por otras redes sociales como Instagram o WhatsApp.

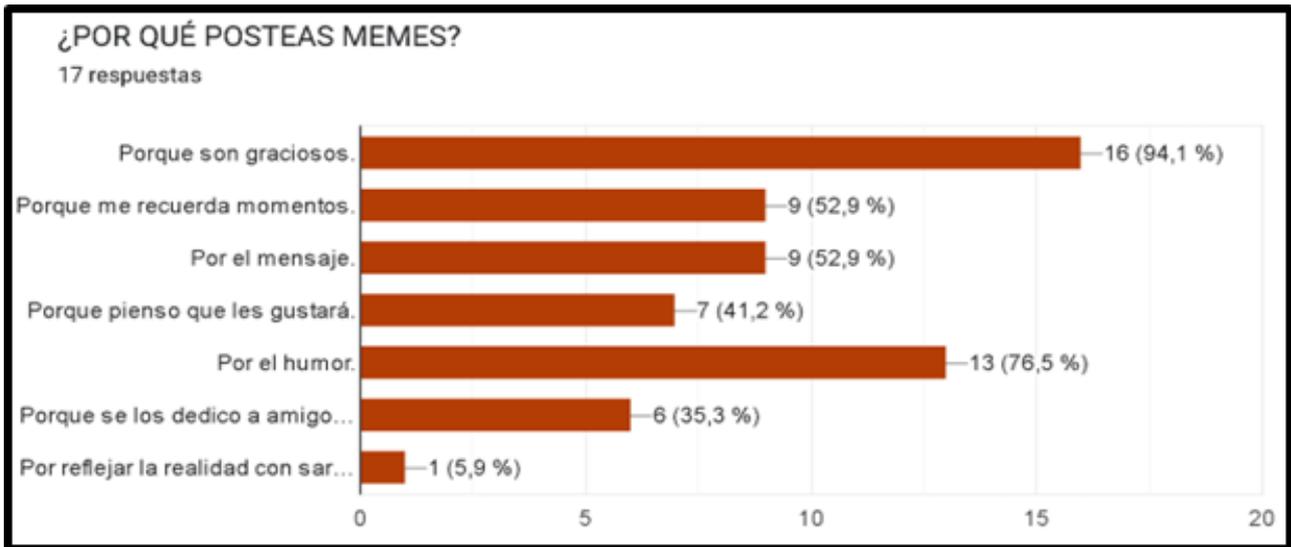


Gráfico 3: Razones para postear memes

El gráfico revela algunos motivos por los que los estudiantes realizan publicaciones con memes: la mayoría los usa porque son graciosos (94,1%), por el humor (76,5%) y porque piensan que le gustará a alguien (41,2%). Luego aparecen respuestas como: “Porque me recuerdan momentos” (52,9%) y “Porque se la dedico a un amigo” (35,3%). En todos los casos se denota que el uso de memes se hace siempre pensando en el otro.

Mientras, se registraron otras respuestas, que indican que se postea “por el mensaje” (52,9%) y “por reflejar la realidad con sarcasmo” (5,9%). Respecto a este último ítem, la mayoría indicó que le genera interés comunicarse a través de memes que reflejan acontecimientos que suceden y que se lo hace con humor, sarcasmo e inteligencia. En otras palabras, no sólo se elige el meme por el contenido informativo sino porque representa un modo determinado de contar eso que sucede.

Otro de los motivos por el que usan memes es por la impunidad que representa para poder decir mensajes difíciles o reflejar algún acontecimiento de la vida cotidiana.

Manifestaron que el meme es una forma de decir cosas – mediadas por el humor – que de otro modo serían muy difíciles de explicitar.

Por otra parte, el hecho de realizar un post, a los estudiantes les genera expectativa sobre cómo lo tomarán sus contactos (familia, amigos, entorno directo), qué impacto tendrá. Se destaca aquí que toda publicación lleva intrínsecamente una espera de respuesta, lo que genera cierta expectativa en cuanto a las reacciones. A veces esta expectativa suele convertirse en ansiedad.

Aunque la mayoría reflejó en las entrevistas que solo buscan “hacer reír a los demás o ver si siente lo mismo que yo”, queda de manifiesto en los propios testimonios que se espera una reacción del otro para comprobar la intención con el que fue enviado el meme.

En líneas generales, las expectativas marcadas por la mayoría de los estudiantes es esperar las reacciones de los demás; ya sea que les dé gracia, que abran debate político o que se entienda la ironía y el humor (como ellos la entendieron).

### Gratificaciones por el uso de memes

En este apartado se analizarán las gratificaciones vinculadas a los medios que obtienen los jóvenes estudiantes de Comunicación de la UNdeC con el uso de memes en Facebook o navegando en la plataforma.

El artículo de los periodistas Julián Pérez Porto y Ana Gardey, (2018), “Definición de Gratificación: qué es, significado y concepto”, explican que por gratificaciones entendemos que “es aquello, material o simbólico, que obtiene un individuo y que le genera satisfacción o bienestar [...]. En la actualidad, suele decirse que vivimos en la “cultura de la inmediatez”, que privilegia la gratificación instantánea”, (2018, p. 1).

La rapidez e inmediatez con que todo fluye en internet, hacen que las gratificaciones sean efímeras y que los usuarios deban navegar hasta encontrar nuevas gratificaciones. Desde el enfoque de la TUG, las gratificaciones obtenidas por la audiencia están relacionadas al uso de los medios tradicionales o plataformas en internet. En el caso de esta investigación, al uso específico de la plataforma Facebook.

Uno de los postulados que realizaron los teóricos de la TUG, Katz, Blumler y Gurevitch en 1974, indica que la exposición a los diversos medios de comunicación y sus formas de recepción, dependen de las necesidades experimentadas por la audiencia y que se adecúan a las gratificaciones que se esperan obtener. Esto podría explicar por qué los estudiantes son usuarios de la red social Facebook.

Acorde a la clasificación que hicieron Denis Mcquail, J. Jay Blumler y J. R. Brown en 1972 (citados en Moragas 1993, p. 144), podemos indicar que la mayoría de los jóvenes utiliza la red social Facebook con el fin de distraerse de la rutina o los problemas cotidianos, acudiendo a la interacción con memes a modo de liberación emocional. Es decir que el medio está siendo utilizado con fines de evasión, en momentos de distracción en el hogar, trabajo o mientras se realiza alguna actividad. Los estudiantes de UNdeC utilizan Facebook con el fin estar conectados con sus amigos y familiares, o para interactuar en los grupos sea de estudio o gustos afines, entre otras actividades.

Desde la psicología se explica que la evasión supone el alejamiento de pensamientos que nos molestan, el hartazgo de la rutina o cansancio del día, a través de la realización de actividades o distrayéndonos, en esta era actual abundan los distractores digitales. En lo que respecta a esta investigación, los memes son una gran fuente de distracción en el sentido que aportan humor, gracia, sarcasmo, ironía o buenos deseos a las actividades cotidianas que cada vez encuentran, a decir de Igarza, “burbujas de ocio” para consumirlos en las redes sociales en las que estamos cada vez más absortos. Y es que a medida que estamos en la virtualidad vamos realizando más acciones que se concretan en “la vida real”, reuniones con amigos, organización de fiestas o eventos, vender o adquirir productos/servicios, e incluso la misma interacción con los demás ya está mediada a través de una plataforma o red social.

Otra gratificación que es relevante en las respuestas de los estudiantes es la de identidad personal o psicología individual: Facebook es una gran ventana por la que sus usuarios, en este caso los estudiantes de la licenciatura en Comunicación Social dejan su impronta en las publicaciones que realizan, a modo de estar presentes en el mundo virtual. Al respecto Susana Aspani, Marina Sada y Raquel Shabot “Facebook y vida cotidiana”, indican

Facebook se ve implicado en la formación de la identidad personal ya que ésta se construye por medio de actos y la manera de relacionarse con el mundo externo y con los demás. Si la identidad se cimienta socialmente a lo largo de la vida cotidiana y depende de la profesión, la escuela o al género, el uso cotidiano de la red social y sus influencias dentro de la vida social, escolar y emocional será un elemento a considerar dentro de la formación del individuo (2012, p. 3).

Por lo que se destaca que cada usuario de redes va realizando su propia construcción de su yo digital participando y ocupando roles específicos dentro de la red y compartiendo parte de su intimidad a sus contactos o pares del grupo, a su vez los usuarios ven lo que comparten los demás por lo que otra de las gratificaciones que reciben es la de vigilancia de su entorno inmediato. En ese sentido, la vigilancia del entorno es ese proceso por el que los usuarios van informándose respecto al quehacer de los demás. Facebook es una gran plataforma preparada para ello, compartir con fotos, videos, links, en el muro o biografía y congelar momentos en lo que se llama estados de Facebook. En palabras de Fátima Martínez:

Formar parte de una comunidad virtual es poseer una identidad dentro de un espacio virtual, sentir cierta seguridad porque existen unos límites de privacidad determinados, proporciona además el sentimiento de pertenencia a un grupo social, donde nuestras contribuciones son valoradas por otros y pueden potenciar la estima personal, asumir un rol concreto y desarrollar nuevas habilidades (2010, p. 470).

Para los estudiantes consultados el uso de memes está naturalizado como una herramienta corriente para transmitir pensamientos, sentimientos, emociones, ideas y opiniones, como así también ver lo que hacen los demás.

Es por eso que con su uso van cubriendo necesidades vinculada a los medios, siendo la principal la necesidad de integración porque los estudiantes publican para el "otro". En esta línea se puede entender por qué la mayoría de los estudiantes abrieron su cuenta en Facebook: para contactar con amigos, familiares y gente conocida e interactuar, como lo manifestaron. Los motivos son variados, pero siempre conlleva la presencia del otro: porque le puede gustar, para generar debate, para expresar sarcasmo ante determinadas situaciones o sólo para hacer reír, lo que es particularmente relevante para los jóvenes con respecto a sus pares y círculo familiar.

Parafraseando a Carles Feixa (2014), estar en redes sociales es existir en la cotidianidad de internet, siendo el lugar donde los jóvenes están y marcan presencia, vigilan su entorno, militan en sus propias convicciones y crean su status en la participación activa en redes.

Es así que los memes son utilizados de manera tal que refuerzan identidades y popularidad acorde a las reacciones que obtengan las publicaciones. También es un medio de expresión y canalización de emociones. Los jóvenes estudiantes de UNdeC, construyen su presencia en Facebook pensando en lo que el otro va a percibir, construyéndose a sí mismos en interacción con otros.

## **Conclusiones**

Este trabajo planteó el uso de memes en Facebook por parte de los estudiantes de la Licenciatura de Comunicación Social de la UNdeC, desde la perspectiva de la TUG.

Respecto a las motivaciones en el uso, se descubrió que hay una necesidad tras los usos de memes. Cada vez que un estudiante utiliza un meme, está satisfaciendo algún tipo de necesidad, acorde a los procesos psicológicos por los que esté atravesando en ese momento. Así, hay estudiantes que envían mensajes aprovechando la ironía de los memes, como los que prefieren compartir con todos sus contactos memes que son graciosos o sarcásticos. Pero una gran mayoría de estudiantes comparte memes con el fin de alegrar al otro, esperando siempre y en todos los casos una respuesta o una reacción positiva.

Respecto a las gratificaciones, los estudiantes expresaron que les reporta bienestar cuando ven representada la realidad con gracia, ironía o sarcasmo y que los gratifica compartir con otros aquello que les gustó o los hizo reír. Mediante estas publicaciones, satisfacen sus necesidades cognitivas (estar al tanto de lo que sucede en su entorno) y de integración social (poder participar de la conversación pública sobre temas, situaciones o personajes) como así también afectivas, ya que se comunican a través del humor del meme reforzando vínculos con su entorno directo.

Además, los memes con frecuencia son usados por los alumnos como forma de decir lo incómodo, complicado o hiriente a personas a las que directamente (o personalmente) no pueden llegar; como así también para la militancia política o feminista con cuyas publicaciones intentan promover discusión o consensos, lo que genera gratificaciones relacionadas con la integración social.

En lo concerniente a las relaciones interpersonales, el uso de memes en internet refuerza estas gratificaciones en cuanto los estudiantes están intercomunicados todo el tiempo mediante Facebook u otra red social, de donde obtienen información útil para entablar conversaciones sociales entre sus pares o familiares, es decir el meme es un

motivo de conversación.

Acorde a las respuestas obtenidas, tanto en la encuesta como en las entrevistas, se puede indicar que la gran propagación de memes reporta para los usuarios un manantial de gratificaciones que confluye, por lo general, en pensar en el otro. Y es de esta manera que, pensando en el otro, los estudiantes de UNdeC van construyendo su yo virtual en la red social Facebook. Sea militando, porque les gusta la ironía o el sarcasmo del meme o porque es gracioso y divertido, los jóvenes los usan para satisfacer necesidades relacionadas con los demás. Ellos hablan desde sus memes buscando integrarse, participar, interactuar en el marco de una sociedad en la que la digitalización está cada vez más presente y eso incide en la forma en que somos partícipes de la misma, construyendo quiénes somos, quiénes queremos ser y cómo lo queremos comunicar.

## Bibliografía

- Aspani, S; Sada, M; y Shabot, R. (2012) Facebook y vida cotidiana. Alternativas en Psicología. Revista Semestral Universidad Iberoamericana, México. Número 27 Agosto-Septiembre 2012. Disponible en:  
<https://alternativas.me/attachments/article/12/9.%20Facebook%20y%20vida%20cotidiana%20-%20Alternativas%20en%20Psicolog%C3%ADa%20-%2027.pdf>
- Berlanga, I; García, F. y Victoria, J.S. (2013) Ethos, pathos y logos en Facebook. El usuario de redes: nuevo «rétor» del siglo XXI. Comunicar, vol. XXI, núm. 41. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15828675014>
- Catalán, S. (2021). Qué es la motivación. Cipsia psicólogos blog.  
 Disponible en: <https://www.cipsiapsicologos.com/curiosidades/que-es-la-motivacion/>
- Catalán, S. (2021). Pirámide de Maslow ¿qué es? Cipsia psicólogos blog  
 Disponible en: <https://www.cipsiapsicologos.com/curiosidades/piramide-de-maslow-que-es/>
- Dawkins, R. (1993). El gen egoísta: Las bases biológicas de nuestra conducta. Ed. Salvat, España.
- Feixa, C. (2014). De la Generación@ a la #Generación: la juventud en la era digital. NED Ediciones.
- Hernández Rivera, E. (2020) Memes como forma de expresión en psicoterapia. Asociación Libre - Psicólogos en Guadalajara blog. Disponible en:  
<https://www.alclinica.com/post/memes-como-forma-de-expresi%C3%B3n-en-psicoterapia#:~:text=Ese%20meme%20puede%20ser%20un,que%20resultan%20dif%C3%ADciles%20de%20tratar>
- Igarza, R. (2009). Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural. 1ra ed. La Crujía.
- Katz, E; Blumler J. G; y Gurevitch M. (1974) Usos y Gratificaciones de la Comunicación de Masas. Praeger Publishers.
- Katz, E., Gurevitch, M., y Haas, H. (1973) On the Use of the Mass Media for Important Things. American Sociological Review
- [https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1275&context=asc\\_papers](https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1275&context=asc_papers)
- Pérez Porto, J., Gardey, A. (2018). Definición de gratificación – Qué es, significado y Concepto. Definiciones.De Disponible en: <https://definicion.de/gratificacion/>
- MA Psicólogos, (2020). La evasión, todo lo que necesitas saber. Disponible en: <https://mapsicologos.com/2020/02/27/la-evasion-todo-lo-que-necesitas-saber/>
- Martínez, F. (2010). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales. Ponencia presentada en Simposio II Congreso Internacional de Comunicación 3.0, Universidad de Salamanca. Consultado el 21/6/2023. Disponible en: <https://comunicacion3punto0.files.wordpress.com/2011/05/comunicacion3punto0libroactas2010.pdf>
- Moragas, M. (1993). Sociología de la Comunicación de Masas. II Estructura, funciones y efectos. Editorial Gustavo Gili S.A.

# Las nuevas vidrieras. El trabajo de tatuadoras y disidencias en sus cuentas de la red social Instagram.

Debora Gorban  
ICI UNGS - CONICET  
Cecilia Vazquez  
IDH UNGS

## Introducción

Este trabajo presenta avances de una investigación cualitativa en curso sobre las condiciones laborales de tatuadoras mujeres y disidentes. La investigación se lleva a cabo a través de entrevistas en profundidad y observación de espacios de trabajo (estudios privados, compartidos o individuales y convenciones de tatuajes). Se examina cómo la incorporación de mujeres al mundo del tatuaje se ha dinamizado a partir de la expansión de los feminismos en diversos ámbitos sociales, laborales y mediáticos. Dentro de las redes de transversalización de saberes y experiencias que los feminismos han contribuido a desplegar, se observa que las redes sociales se presentan como espacios en los que se elaboran de maneras particulares, una serie de asuntos vinculados con la visibilización de demandas asociadas a discriminaciones por género y racialidad. Dentro de este grupo amplio de demandas, identificamos algunas modalidades en las que el espacio virtual vehiculiza maneras específicas de inserción laboral, de acceso a la información y a la sociabilidad laboral que se conjugan con las demandas mencionadas.

A través de la observación de las cuentas de Instagram de las personas entrevistadas y del registro de sus experiencias de trabajo en ellas, se identificaron dos cuestiones emergentes. En primer lugar, se destacan los condicionamientos y posibilidades que las plataformas mediáticas, definidas como „ensambles socio- técnicos y performativos“ (Van Dijk, 2016), establecen tanto para los propietarios de las cuentas como para los usuarios-clientes. En segundo lugar, se analizan las estrategias que las artistas del tatuaje despliegan de manera colectiva y en red para mejorar sus condiciones de trabajo. En general, podemos afirmar que las cuentas de Instagram funcionan como otro ámbito de trabajo al realizado en el estudio. En efecto, observamos una simultaneidad entre el trabajo online y el offline. En este sentido, retomamos el trabajo de Fuentes (2020) cuando analizando las performances artísticas feministas y su difusión en redes sociales a través del uso de hashtags, señala que la distinción entre una instancia de participación offline (de protesta callejera) y otra online, (de difusión por redes sociales) es solo una distinción analítica. Para el caso que nos ocupa, el trabajo en el mundo del tatuaje ya no podría pensarse como tareas que se desarrollan en el estudio y tareas de difusión en redes. Más bien debería pensarse como una continuidad entre ambas instancias, ya que es en el espacio de las cuentas de Instagram donde se pautan las condiciones de trabajo, se establecen modalidades de vínculo con los clientes, se pactan honorarios y se combinan las agendas de tatuadoras y clientes.

Precisamente, el objetivo de nuestro trabajo es dar cuenta de las características y posibilidades que produce el hecho de que esas estrategias se realicen en redes sociales digitales, donde los intercambios que se generan inciden en los modos de organización del trabajo. Adoptamos un enfoque socio-semiótico y analizamos la circulación del sentido para identificar modalidades novedosas de elaboración de demandas colectivas (Carlón, 2020) a partir de la observación de tres dimensiones. Por un lado el modo de tematizar sus demandas, por otro, los recursos retóricos y de estilización de los posteos de las cuentas y, finalmente, las particularidades enunciativas de las cuentas analizadas. Este trabajo se ubica en el horizonte de problemas que plantea en general la digitalización de los modos de vida, y la incorporación de las redes sociales digitales en el trabajo, especialmente Instagram. En el caso de las tatuadoras,

como hemos afirmado, exploramos cómo Instagram se convierte en una “nueva vidriera” donde estas artistas contactan a sus clientes y son contactadas por ellos, exhiben su trabajo y participan activamente en discusiones sobre temas de género y diversidad, buenas prácticas de seguridad e higiene, así como también promueven reflexiones sobre prácticas antirracistas, igualitarias y no violentas en el ámbito laboral.

## **Instagram y el trabajo en la era digital**

La era digital ha transformado diversos aspectos de la sociedad, incluyendo la forma en la que los profesionales que brindan servicios corporales (peluquería, manicuría, tratamientos estéticos, entre otros), se conectan con los clientes, muestran su trabajo y promueven la visibilización de modalidades específicas de sus prácticas laborales.

Abordamos la red social Instagram y su impacto en la mediatización de las experiencias de trabajo siguiendo el planteo de Verón (1996). Se trata de un proceso mediante el cual las prácticas sociales, culturales y simbólicas son influenciadas y transformadas por los medios de comunicación en general y los digitales en particular. La mediatización no se limita a la transmisión de información o mensajes a través de los medios, sino que implica una reconfiguración más profunda de la realidad social en sí misma. En este sentido, los medios de comunicación en general y las plataformas mediáticas digitales en particular, no solo representan la realidad, sino que la producen y la estructuran a través de los discursos y prácticas mediáticas. Así, la mediatización de las prácticas laborales de las tatuadoras permite observar las formas en las que se construye y presenta su identidad profesional en Instagram para configurar una imagen personal y establecer una marca reconocible. A través de la selección y edición cuidadosa de contenido, la utilización de filtros visuales y recursos sonoros, crean narrativas que se construyen en torno a sus trabajos, moldeando así una imagen pública que busca generar confianza, ser atractiva y prestigiosa en el ámbito de su especialidad.

En las cuentas que observamos, el hecho de ser mujeres en un mundo históricamente masculino, adquiere características específicas que desarrollaremos más adelante. Asimismo, la mediatización también se extiende al modo en que se establecen relaciones sociales y profesionales en Instagram, creando redes ampliadas con las que se vinculan. Así, las trabajadoras del mundo del tatuaje se conectan con colegas, intercambian ideas, trabajan de manera colaborativa creando redes de trabajo. A través de etiquetas y menciones, participan en comunidades virtuales y se insertan en conversaciones más amplias en torno a su campo laboral. Estas interacciones mediadas por Instagram tienen un impacto en la construcción de la reputación profesional y la formación de alianzas estratégicas.

Por otro lado, pensar el trabajo en Instagram también es considerar el “lado oscuro” de la mediatización. Regulado de manera estricta por lógicas algorítmicas y protocolos de funcionamiento (Van Dijk 2016) que modelan la acción de usuarios tanto al momento de producir contenidos como a la hora de interactuar con ellos, rápidamente podemos detectar que no todo es colaboración virtuosa, productiva y horizontal. También es necesario reconocer que la mediatización promueve condiciones laborales que sobrecargan las rutinas de trabajo. El hecho de ser un requerimiento de la red el tener una presencia constante en Instagram para garantizar el alcance de las publicaciones, las tareas que es necesario realizar para producir contenido atractivo lleva una intensificación del trabajo, generando un aumento significativo de las tareas laborales más allá de las cuestiones involucradas con la práctica del tatuaje en sí misma. Crear los diseños personalizados o “flashes”<sup>1</sup>, adquirir los materiales necesarios para tatuar, mantener el espacio físico de trabajo, organizar una agenda, son sólo algunas de las tareas complementarias que las entrevistadas mencionaron. Por otro lado, está presente también la competencia por obtener seguidores y „me gusta“, lograr que se compartan sus contenidos y que se generen comentarios para que la cuenta siga llegando a nuevos potenciales clientes, manteniendo activo y alto el interés de la audiencia. Recordemos que en Instagram, una apli-

---

<sup>1</sup> Los flashes son diseños que se encuentran disponibles en catálogos, listos para ser tatuados a quienes los elijan. Algunas tatuadoras no los repiten, otras sí.

cación cuyo inicio data de 2010 inicialmente pensada para compartir imágenes fotográficas, el protagonismo se lo lleva la imagen en detrimento del texto. Este rasgo lleva a la reflexión sobre los alcances de la cultura visual en las sociedades contemporáneas. Tal como indican Canton Correa y Jordi Alberich (2018), estas aplicaciones fueron generando un aumento significativo en la producción de información visual, hecho que las llevó a transformarse en una forma dominante de comunicación. Es por eso que nuestro análisis también involucra la perspectiva de los Estudios Visuales para observar los modos en que las imágenes del trabajo de las tatuadoras se transforman en uno de los vehículos centrales en la producción de sentido de sus prácticas. Precisamente, las imágenes y discursos que ponen en circulación se ubican en lo que Mirzoeff (2011) denomina “visualidades que elaboran narrativas que enfrentan la visibilidad dominante, poniendo en juego prácticas visuales subalternas y resistentes”. Este es un aspecto clave de la investigación que venimos desarrollando.

La revolución digital ha provocado cambios significativos en el mundo laboral, y las tatuadoras han encontrado en las plataformas digitales nuevas formas de expresión y desarrollo profesional. Según Lev Manovich (2019), la cultura digital proporciona a las personas nuevas posibilidades de creatividad, permitiendo a las artistas redefinir prácticas tradicionales y establecer conexiones con una audiencia más amplia. Asimismo, otra cuestión que plantea Manovich (2019) es que las redes sociales permiten a los artistas en general, construir narrativas alrededor de sus creaciones, fomentando el compromiso y atrayendo clientes. En un sentido cercano a este planteo, Carlos Scolari (2018) sostiene que las redes sociales, como Instagram, se convierten en espacios de auto representación y participación cultural, permitiendo a las tatuadoras moldear su imagen pública y establecer relaciones directas con su audiencia. En ese sentido, Instagram se ha convertido en una “vidriera global”, en la que la práctica del tatuaje, al igual que otras actividades, pueden alcanzar audiencias cada vez más amplias y establecer conexiones con clientes potenciales, promocionar su trabajo en otros países y difundir sus modos particulares de llevarlo adelante.

El análisis de las cuentas de Instagram de las tatuadoras que realizamos nos permitió detectar que, además de ser el medio privilegiado para conseguir clientes, el contenido que producen para promover su actividad se convierte en un vehículo de promoción de buenas prácticas con perspectiva de género. Estas prácticas se relacionan con temas como la atención a la diversidad sexo-genérica y corporal, la lucha contra el racismo y la participación en las demandas de cuidado y respeto durante el proceso de tatuaje. Al realizarse en redes sociales digitales, estas acciones potencian y amplifican la visibilización de las violencias de género, lo cual se traduce en la práctica en que el rediseño de los espacios de trabajo en el mundo del tatuaje sea una estrategia fundamental.

Según las personas entrevistadas para nuestra investigación, el 90% de su trabajo se genera a partir de las consultas en redes sociales, principalmente Instagram. Lo interesante es que también se brinda la posibilidad de establecer lazos laborales, creativos y de encuentro más allá de la red social. Esto es muy importante porque estaría indicando una simultaneidad, como señalamos al inicio, entre prácticas online y offline. Aún cuando estamos compartiendo el espacio físico cara a cara la actividad se encuentra atravesada por ensamblajes y condicionamientos que se traman en el espacio digital.

Así, Instagram no sólo opera como vidriera global y espacio de trabajo sino como espacio de articulación entre colegas, y especialmente una articulación que se construye en base a la circulación de información. Esa información como afirmamos, tiene que ver centralmente, con la diversidad sexo-genérica, las condiciones de trabajo, incluyendo allí las prácticas de higiene y seguridad así como prácticas de cuidado y respeto en el proceso de trabajo, la problemática de la discriminación racial.

La cuenta Cuerpxs en Red, nos permite observar no sólo gran parte de estas características del trabajo en la era digital, sino que se constituye como un espacio de articulación en el que confluyen numerosas tatuadoras en busca de información, asesoría y sobre todo acompañamiento en la práctica profesional. En efecto, se trata de un oficio que, en la modalidad que se extiende entre mujeres y disidencias, se practica sobre todo a puertas cerradas, o en espacios de trabajo cooperativos, pero en muchos casos alejadas de otras compañeras. En ese sentido, como ya in-

dicamos, Instagram opera también como un espacio de encuentro que se formula en paralelo al tiempo de trabajo en el estudio.

En el próximo apartado nos concentramos en analizar todas estas dimensiones de articulación tomando como caso de estudio la cuenta Cuerpxs en red.<sup>2</sup>

### **Cuerpxs en red como espacio de articulación para el trabajo de lxs artistas del tatuaje.**

En el trabajo de campo realizado pudimos “seguir” las acciones de la colectiva de tatuadoras “Cuerpxs en red”, organización que desde su propia cuenta, compartida y promocionada por un grupo de tatuadorxs, desarrolla materiales de consulta útiles para el trabajo cotidiano. Dicha cuenta fue creada en el 2021 y de acuerdo a la descripción que aparece debajo de su nombre en Instagram, agrupa en red a artistas corporales (básicamente tatuaje y piercing) . En su primer posteo, del 27 de abril de 2021 declaran:

“Somos una red de artistas corporales

Somos mujeres y personas del colectivo LGBTQ+

Somos profesionales y aprendices de los oficios de tatuaje, piercing, modificaciones corporales, escarificaciones, suspensiones y afines.

Creemos que es tiempo de revisar y generar cambios en nuestras prácticas, espacios y comunidad.

Apuntamos a la difusión de prácticas inclusivas de la diversidad, a la creación de espacios seguros y libres de violencia, a generar vínculos respetuosos en los que podamos expresar y honrar nuestrxs deseos y lxs de nuestrxs clientxs/usuarioxs con libertad y comodidad”

“Trabajamos por un futuro para el arte corporal donde la CELEBRACIÓN de nuestrxs CUERPXs, la DIVERSIDAD y el RESPETO por los DESEOS sean la base de nuestras artes.”

Su principal objetivo entonces tiene que ver con la difusión de prácticas inclusivas de la diversidad, la creación de espacios de trabajo seguros y libres de violencia, y la construcción de vínculos respetuosos entre tatuadoras y clientes. Nos interesa su forma de identificarse principalmente como red, de mujeres y personas LGBTQ+, bajo la propuesta de realizar cambios en las prácticas, espacios y comunidad. La cuenta difunde centralmente las acciones que la red desarrolla y apoya.

Encontramos que las cuestiones centrales del contenido de las prácticas e intervenciones en su cuenta de Instagram se pueden analizar a partir de cómo se organizan en relación a tres ejes:

#### 1. Tematización de las prácticas:

- Discriminación (de género y étnica).
- Violencias (abusos y microviolencias).
- Diversidad ( de género y corporal).
- Formación (guía sobre técnicas, materiales, bioseguridad para el tatuadorx y el cliente)

---

<sup>2</sup> <https://www.instagram.com/cuerpxsenred/> Fecha de consulta 26/05/23.

- Condiciones de trabajo (tarifario orientativo para honorarios, capacitaciones en contabilidad, costos y otras cuestiones financieras).



Selección del feed de la cuenta Cuerpxs en red.

Recuperado de: <https://www.instagram.com/cuerpxsenred>

## 2. Retóricas y estéticas:

- Foco en el diseño de los espacios de trabajo (luminosos, decorados, cómodos, tranquilos, cuidados).
- Recurso al humor como crítica a las prácticas de clientes que buscan transformar (Memes sobre situaciones típicas del cliente como por ejemplo el que no sabe pedir una cotización del trabajo, el que falta a la cita, el que no se dirige de manera correcta cuando pide un presupuesto por Instagram, el que contacta a la tatuadora en malos términos o no se compromete con el trabajo de un modo considerado correcto: respetuoso, claro, decidido, entre otros).
- Preferencia por los diseños propios, que involucra un trabajo de largo plazo, como toda búsqueda de identidad artística, atención y cuidado del estilo personal.



Imagen publicada en Cuerpxs en red.

Recuperada de: <https://www.instagram.com/p/CbVnciLl18y/>

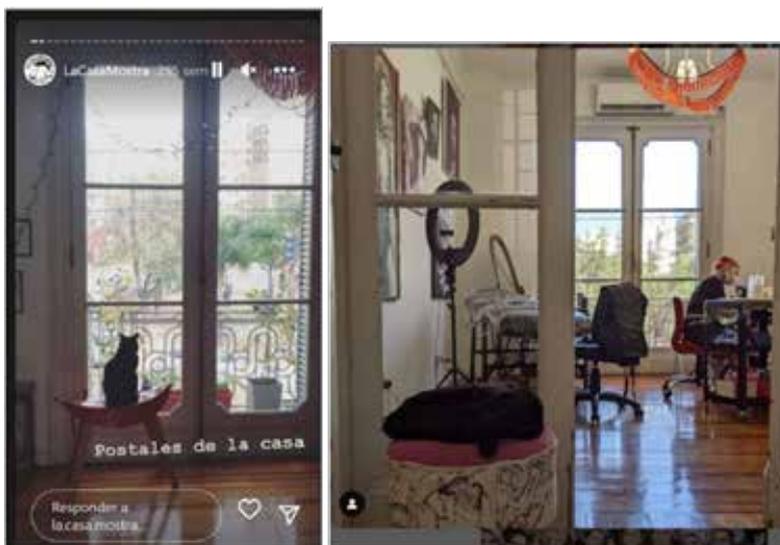


Imagen del estudio donde trabajan varias artistas que forman parte de Cuerpxs en red Recuperada de: <https://www.instagram.com/p/CbBBdquugIM/>

3.Modalidades enunciativas:

- Promoción de diálogos en sentido horizontal, participativo (Vivos en Instagram y conversatorios en los que tatuadoras profesionales en equipo con una especialista en contabilidad y legales asesora a la comunidad).
- Contrato pedagógico en doble sentido: recomendaciones, consentimiento, diálogo, guías de procedimientos seguros para tatuadores y clientes.



Selección del feed de la cuenta Cuerpxs en red.

Recuperado de: <https://www.instagram.com/cuerpxsenred>

Finalmente, con respecto a la circulación discursiva que mencionábamos más arriba, la observación también nos permitió identificar modalidades novedosas de elaboración de demandas colectivas. En este sentido siguiendo el planteo de Carlón (2020) acerca de este tema, encontramos un caso de circulación ascendente (de los medios digitales a los medios masivos de comunicación). Una de las actividades que la colectiva Cuerpxs en red lleva adelante

como modo de visibilización de su trabajo activista es la participación de algunas en un programa de radio que se emite por FM La tribu. Este aspecto forma parte de sus estrategias para producir reconocimiento e identificación con artistas del tatuaje que compartan su posicionamiento ético, profesional y de género.

## A modo de cierre

La naturaleza visual de Instagram facilita la creación de perfiles en los que brindan acceso a sus portafolios digitales, ofreciendo a posibles clientes una multiplicidad de opciones a su trabajo. Asimismo, tal como hemos visto en las conexiones reticulares que se van generando entre ellas a través de compartir, comentar, reaccionar, seguimiento, las artistas pueden implicarse en el cuestionamiento activo de los estereotipos de género junto con otros prejuicios asociados al mundo del tatuaje. Esto también abre un espacio para la expresión personal y la construcción de identidades, lo que permite a las tatuadoras posicionarse respecto de las normas tradicionales de género (cis hétero patriarcales) de la industria. De esta manera, encontramos en el campo que estudiamos algo de lo que propone Carlos Scolari (2018) respecto del hecho que las redes sociales fomentan la visibilidad de las voces marginadas y crean comunidades virtuales donde las tatuadoras pueden conectarse y apoyarse mutuamente en la promoción de la diversidad y la igualdad.

De modo que el análisis de la cuenta Cuerpxs en red nos permitió, por un lado, observar cómo se articulan las propuestas de cuidado, seguridad con las condiciones de trabajo desde una militancia feminista y de la diversidad. Por otro lado, también pudimos evaluar hasta qué punto Instagram no solo es una “vidriera” para vender sino que puede también constituirse en un espacio en el que se pueden gestionar y movilizar cuestiones diferentes de las que le impone la lógica algorítmica, en tanto condicionamientos que limitan el accionar de los usuarios.

Respecto de la promoción que realizan de buenas prácticas, seguridad e higiene en la industria, las artistas utilizan publicaciones, historias y videos en vivo de maneras cercanas a una pedagogía del cuidado y el respeto. Instruyen a sus seguidores sobre técnicas adecuadas de esterilización, prácticas seguras de tatuaje e instrucciones de cuidado posterior. Así, las plataformas de redes sociales facilitan la difusión del conocimiento y permiten que las tatuadoras se conviertan en referentes en su campo, promoviendo las mejores prácticas y dando forma a nuevos estándares de trabajo (Manovich 2019).

Por último, las tatuadoras también utilizan las redes sociales como espacios para la movilización social y el activismo, así pueden amplificar sus mensajes y desafiar las desigualdades de género que siguen muy presentes en el campo del tatuaje.

## Bibliografía:

Cantón Correa y Jordi Alberich Pascual (2018): “Visualizando ciudades a través de Instagram. La construcción de la cultura visual urbana”. En: Investigación multimedia: el análisis de contenido en la era digital: Chaves-Montero, Rodríguez Rosell y Salcines Talledo (coords). Egregius: España

Carlón, M. (2020): De las audiencias a las interacciones: del lugar de las recepciones a los públicos en la era digital. Biblos: Buenos Aires.

Fuentes, Marcela (2020): Activismos tecno-políticos. Constelaciones de performance. Eterna Cadencia: Buenos Aires.

Manovich, Lev (2005): El lenguaje de los nuevos medios. La imagen en la era digital. Paidós: Barcelona - (2019): Estética de la IA.

Recuperado de <http://manovich.net/index.php/projects/ai-aesthetics>

Mirzoeff, Nicholas (2011): The right to look: a counterhistory of visibility. Duke University Press.

Van Dijk, José (2016): La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales. Siglo XXI Editores: Buenos Aires.

Verón, Eliseo (1996): La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad. Gedisa: Buenos Aires.



# El capitalismo no toma descansos: consecuencias de la pandemia y derechos laborales.

María Camila Cisterna Alonso.  
camilacisterna719@gmail.com

**Universidad Nacional de Tucumán**

## **Abstract**

El efecto de la pandemia por COVID-19 dejó repercusiones en el comportamiento socioeconómico y provocó un avance del capitalismo salvaje avanzando aún más sobre los derechos de los trabajadores. Esto se ve reflejado a través del spot publicitario de Heineken realizado en 2022 por la agencia Publicis Italy. El mismo muestra la resignificación e indeterminación entre los espacios sociales, de trabajo y de ocio.

La publicidad presenta a "The Closer", un abrebotellas que se conecta voluntariamente a través de Bluetooth. Cuando el abridor toma contacto con la tapa de una cerveza Heineken, el dispositivo tecnológico se apaga automáticamente.

El solo hecho de que una marca cree algo como esto, tiene que ver con la posibilidad técnica apta para operar sobre la sociedad y que así, en un futuro, cualquiera podría apagar un dispositivo ajeno de manera remota.

La palabra "Closer" se propone como antídoto para ponerle fin a las jornadas de trabajo ininterrumpidas, modalidad extendida aún más visiblemente durante la cuarentena. Sin embargo, Heineken generó ese dispositivo que puede interrumpir o condicionar el quehacer de los sujetos, tras la promesa de brindar una mejor calidad de vida.

Se ha naturalizado el estar constantemente conectados, produciendo, no tener espacios ni pausas, consecuencias que generan incertidumbre de acuerdo a las transformaciones digitales durante la pandemia. Como se muestra en el spot, hay un sentido de verse obligado, aún estando en otros espacios físicos, debido a la presión social, a dejar de trabajar.

Pero aquí aparece una contradicción. Como no hay intermitencias en las jornadas laborales, no hay pausa, por lo que las personas tienden a combinar ambas. Esto se manifiesta negativamente ya que se tiene estigmatizada esta idea de no tener un momento de descanso.

Entonces, Heineken no solo busca, de manera abrupta, romper con la dinámica de la cultura del trabajo si no también generar una autoconciencia pasiva, que provoca la pausa, y termina autoproclamándose como reivindicador de los derechos de los trabajadores.

Cabe aclarar que The Closer no es una amenaza hacia el capitalismo. Por el contrario, es un producto del neoliberalismo que fagocita el consumo a través de las relaciones interpersonales y el ocio como las salidas con amigos, beber o ir al cine. Es decir, cuando se deja de producir en el trabajo, se empieza a consumir en momentos de ocio. Seguimos siendo sujetos de rendimiento, seguimos alimentando al capitalismo.

## Piezas publicitarias y capturas del spot publicitario



1



2



3



4



5



6

1 Pieza publicitaria del producto "The Closer" Página oficial de The Closer: <https://www.heineken.com/cr/es/campanas/the-closer>

2 Pieza publicitaria del producto "The Closer" Página oficial de The Closer: <https://www.heineken.com/cr/es/campanas/the-closer>

3 Pieza publicitaria del producto "The Closer" Página oficial de The Closer: <https://www.heineken.com/cr/es/campanas/the-closer>

4 Pieza publicitaria del producto "The Closer" Página oficial de The Closer: <https://www.heineken.com/cr/es/campanas/the-closer>

5 Captura de pantalla del spot de Heineken "The Closer": [https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX\\_2c4](https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX_2c4)

6 Captura de pantalla del spot de Heineken "The Closer": [https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX\\_2c4](https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX_2c4)



7



8



9



10



11



12



13



14

- 
- 7 Captura de pantalla del spot de Heineken "The Closer": [https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX\\_2c4](https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX_2c4)
  - 8 Captura de pantalla del spot de Heineken "The Closer": [https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX\\_2c4](https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX_2c4)
  - 9 Captura de pantalla del spot de Heineken "The Closer": [https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX\\_2c4](https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX_2c4)
  - 10 Captura de pantalla del spot de Heineken "The Closer": [https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX\\_2c4](https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX_2c4)
  - 11 Captura de pantalla del spot de Heineken "The Closer": [https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX\\_2c4](https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX_2c4)
  - 12 Captura de pantalla del spot de Heineken "The Closer": [https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX\\_2c4](https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX_2c4)
  - 13 Captura de pantalla del spot de Heineken "The Closer": [https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX\\_2c4](https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX_2c4)
  - 14 Captura de pantalla del spot de Heineken "The Closer": [https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX\\_2c4](https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX_2c4)

## Introducción:

"El capitalismo no toma descansos: consecuencias de la pandemia y derechos laborales" captura la naturaleza incesante del sistema capitalista, haciendo hincapié en que no se detiene ni siquiera en momentos de crisis como la pandemia. Esto refleja la idea de que, sin importar que, el capitalismo sigue funcionando y persiguiendo sus objetivos.

La importancia de este tema radica en la necesidad de analizar las consecuencias de la pandemia en el ámbito laboral y en los derechos de los trabajadores desde la perspectiva de la publicidad de Heineken. Es fundamental comprender cómo el capitalismo, como sistema económico predominante, influyó en la forma en que se protegieron o sobrepasaron los derechos laborales durante y después de la pandemia.

## Contexto socioeconómico post-pandemia

*"Así funciona la doctrina del shock: el desastre original — llámese golpe, ataque terrorista, colapso del mercado, guerra, tsunami o huracán— lleva a la población de un país a un estado de shock colectivo. (...) preparan el terreno para quebrar la voluntad de las sociedades tanto como la música 23 a toda potencia y las lluvias de golpes someten a los prisioneros en sus celdas. Como el aterrorizado preso que confiesa los nombres de sus camaradas y reniega de su fe, las sociedades en estado de shock a menudo renuncian a valores que de otro modo defenderían con entereza."<sup>15</sup>*

El estado de shock colectivo de la crisis de COVID-19 generó un terreno fértil para la introducción de cambios rápidos, y la publicidad de Heineken aprovechó este contexto para promover "The Closer" como una solución para establecer límites entre el trabajo y la vida personal. A primera vista, parece ofrecer una respuesta a nuestros problemas, brindando un respiro en medio del caos. Sin embargo, debemos ser conscientes de que detrás de esta aparente ingenuidad y benevolencia existen intereses y posibles consecuencias que debemos tener en cuenta.

El "desastre original" del que habla Klein es una clara referencia al impacto global y las consecuencias socioeconómicas generadas por el brote de COVID-19. La propagación del virus y las medidas de confinamiento resultaron en un estado de shock colectivo a nivel mundial. La incertidumbre, el miedo y la interrupción generalizada de nuestras vidas cotidianas crearon un terreno muchísimo más propicio para la manipulación y la introducción de cambios rápidos, del que ya estaba presente.

El objetivo de la campaña de Heineken es capitalizar el deseo de querer escapar del estrés y las responsabilidades laborales constantes que se han intensificado durante y luego de la pandemia. La publicidad presenta el dispositivo como una ayuda a los trabajadores mediante la desconexión automática del trabajo, estableciendo límites entre el ocio y la labor.

La obra de Naomi Klein advierte sobre la posibilidad de que los actores económicos y políticos utilicen el shock para avanzar en agendas que no benefician a la sociedad en su conjunto. Debemos preguntarnos quiénes son los beneficiarios reales de estos cambios y si los valores y principios que se renuncian durante el estado de shock son sacrificios inevitables o una manipulación de la voluntad de las sociedades.

Otro autor que aparece en mi mente al momento de hablar sobre una perspectiva crítica sobre los impactos socioeconómicos de la pandemia es Zygmunt Bauman en sus escritos sobre la sociedad líquida y la globalización.

Sostiene que vivimos en una sociedad caracterizada por la incertidumbre, la volatilidad y la falta de estructuras sólidas; la "sociedad líquida". Esto nos ayuda a comprender cómo la pandemia se ha exacerbado y expuesto aún más las vulnerabilidades y desigualdades existentes en una sociedad.

---

15 Naom Klein en su obra "La doctrina del shock"

Bauman argumenta que la globalización contribuyó a la fragilidad de nuestras estructuras sociales y económicas, haciendo que las crisis, como la pandemia, tengan un impacto profundo y duradero. En este sentido, la crisis del COVID-19 ha revelado las fallas y limitaciones del modelo económico globalizado, destacando las desigualdades en todo tipo de accesos.

Además, Bauman señala que, en la sociedad líquida, las personas se enfrentan a la precariedad laboral y a la falta de seguridad, lo que se ha agravado durante la pandemia con la pérdida masiva de empleos, la reducción de salarios y el aumento de la inseguridad económica. Esta crisis ha expuesto aún más la brecha entre los que tienen recursos y privilegios para adaptarse y recuperarse, y aquellos que se enfrentan a una mayor vulnerabilidad y marginalización.

Trayendo a colación otro autor, la perspectiva de Byung-Chul Han sobre la sociedad del cansancio y la aceleración en el ámbito laboral brinda una comprensión adicional sobre los efectos de la pandemia. Han sostiene que vivimos en una sociedad caracterizada por la exigencia constante del rendimiento, la sobreexplotación laboral y el agotamiento físico y mental provocados por el neoliberalismo.

Durante la pandemia, una de las áreas más impactadas fue indudablemente la situación laboral. La crisis sanitaria puso de manifiesto una interrogante crucial: ¿de dónde obtendríamos recursos si no tenemos la posibilidad de generar ingresos?

Este cuestionamiento nos lleva a reflexionar sobre cómo enfrentar la subsistencia cuando nos vemos limitados por el confinamiento y la falta de oportunidades laborales.

Con el advenimiento del trabajo remoto y la falta de límites claros entre el mismo y la vida personal, las jornadas laborales se extendieron y la sensación de estar siempre disponible se intensificó. La presión por mantener la productividad en medio de un contexto incierto, temeroso y estresante llevó a un aumento del cansancio y la fatiga emocional en muchos de nosotros.

Siguiendo este escenario, la aceleración de la sociedad fue afectada durante la pandemia, ya que las organizaciones y las personas estaban obligadas a adaptarse rápidamente a los cambios y a lidiar con la incertidumbre constante. El uso excesivo de la tecnología y la dependencia de las comunicaciones virtuales contribuyó a esta aceleración, generando una sensación de agobio y ansiedad entre los individuos.

En este contexto, la publicidad de Heineken adquiere una relevancia significativa. La combinación de la sociedad del cansancio y la aceleración laboral durante la pandemia incrementó los problemas de salud mental debido a la carga laboral excesiva y la falta de tiempo para el descanso y la desconexión.

Heineken busca capitalizar esta problemática al presentar su producto como una herramienta para establecer un "equilibrio saludable" entre ambos espacios. La idea de poder disfrutar de un momento de relajación y desconexión puede resultar atractiva y bondadosa para aquellos que buscan aliviar el estrés y encontrar un respiro.

Sin embargo, es importante abordar esta propuesta publicitaria desde una mirada crítica, cuestionar si el consumo de una bebida alcohólica es la solución adecuada y reconocer cuáles son las intenciones escondidas de The Closer.

## **Análisis de la publicidad de Heineken**

La cervecería neerlandesa, en su spot promocional de The Closer, transmite un mensaje central. Para poder interpretar cómo la publicidad está vinculada con la resignificación de los espacios sociales debemos hacer alusión a autores como Jean Baudrillard, Byung-Chul Han y Stuart Hall.

En primer lugar, Jean Baudrillard y su teoría de la sociedad del consumo y la hiperrealidad nos hace comprender que la publicidad de Heineken busca crear una realidad simulada y seductora, donde el consumo del producto se presenta

como una experiencia deseable, necesitada y placentera. El spot publicitario construye un escenario en el cual disfrutar de esa cerveza se convierte en un símbolo de éxito y distinción social.

Otro autor esencial es Byung-Chul Han con su enfoque en la sociedad del rendimiento, nos hace entender cómo la publicidad de Heineken se aprovecha de la búsqueda constante de éxito y productividad en nuestra sociedad. El spot muestra a personas inmersas en entornos mixtos laborales y de ocio, pero capaces, a raíz de otros compañeros de trabajo, de establecer límites entre ambos espacios mediante el consumo de una cerveza Heineken y del abrebotellas The Closer. La publicidad capitaliza la idea de que, al disfrutar de un momento de desconexión y relajación, se incrementa la eficiencia, el rendimiento en el trabajo y el ocio.

En cuanto a Stuart Hall y su enfoque en la semiótica, nos permite desglosar los simbolismos utilizados en el spot de Heineken, especialmente en relación a la forma del dispositivo The Closer y su similitud a un celular. Según Hall, los mensajes publicitarios están cargados de significados y símbolos que buscan influir en la percepción y el comportamiento de los consumidores.

En esta lógica, la publicidad vende un producto que viene de la mano con un estilo de vida asociado al consumo de la marca. La forma del dispositivo The Closer, semejante a la de un celular, no es accidental, sino que está cuidadosamente diseñada para evocar asociaciones simbólicas en el público.

El celular, como objeto omnipresente en nuestra sociedad actual, se ha convertido en un símbolo de conectividad, comunicación, modernidad, equilibrio y tecnología; esto es lo que el spot intenta reforzar, la resignificación de los espacios sociales.

Al utilizar el dispositivo, se establece una relación simbólica con el mundo digital y se crea una experiencia lúdica que trasciende el mero acto físico de "abrir una botella", sino también se desdobra en una metáfora de cerrar la brecha entre el trabajo y la vida personal, aludiendo a una gestión eficiente del tiempo y a la posibilidad de disfrutar de momentos de ocio sin interrupciones.

El capitalismo y el papel del consumo:

*"Quien fracasa en la sociedad neoliberal del rendimiento se hace responsable a sí mismo y se avergüenza, en lugar de poner en duda a la sociedad o al sistema. En esto consiste la inteligencia del régimen neoliberal. Dirigiendo la agresividad hacia sí mismo el explotado no se convierte en revolucionario, sino en depresivo."<sup>16</sup>*

En el contexto del capitalismo neoliberal, la publicidad de Heineken emerge como un ejemplo elocuente de cómo el consumo se convirtió en una fuerza incesante que busca mantener y ampliar el sistema económico dominante. Esta dinámica consumista perpetúa la lógica neoliberal y, en este sentido, la promoción de "The Closer", revela cómo el consumo en el tiempo de ocio se convierte en una compensación ilusoria a la falta de producción en el ámbito laboral. Esta representación publicitaria se entrelaza con las dinámicas del neoliberalismo, en las cuales el consumo desempeña un papel central al perpetuar la desigualdad social, el statu quo y la demostración de estatus económico, mientras oculta las contradicciones y desigualdades generadas por el sistema capitalista en sí mismo.

Haciendo alusión a esto, las reflexiones de autores como David Harvey, Thorstein Veblen y Byung-Chul Han nos permiten profundizar en la comprensión de cómo el consumo se convirtió en una herramienta de dominación, explotación y perpetuación del capitalismo neoliberal en la sociedad contemporánea.

Desde la perspectiva de David Harvey, el consumo es la pieza fundamental dentro del sistema capitalista. La propuesta de Heineken de pausa y equilibrio entre el trabajo y el ocio se convierte en una posible solución para contrarres-

---

16 Byung Chul-Han en su obra "La Sociedad Del Cansancio"

tar la falta de producción en el trabajo durante y después de la pandemia. Sin embargo, esto perpetúa la dinámica del consumo como una forma de compensar la interrupción o disminución del trabajo, se busca satisfacer las necesidades y anhelos mientras que se generan nuevas demandas a través del consumo, manteniendo la acumulación y el funcionamiento, las bases del sistema capitalista.

Por otro lado, tenemos a Thorstein Veblen, en su obra "La teoría de la clase ociosa" analiza cómo el consumo se utiliza para mostrar el estatus socioeconómico y mantener la desigualdad. La forma del dispositivo The Closer, que se asemeja a un celular, se presenta como una forma de gestión eficiente del tiempo y la posibilidad de disfrutar de momentos de ocio sin interrupciones. Sin embargo, esta propuesta también implica la idea de demostrar riqueza y estatus a través del "consumo conspicuo", ya que el dispositivo en sí mismo se convierte en ese símbolo.

Además, Byung-Chul Han, con su reflexión sobre la sociedad del rendimiento y la sobreexplotación del yo en la era digital, nos sirve para analizar cómo este spot se relaciona con la búsqueda constante de éxito y productividad en la sociedad contemporánea. El dispositivo The Closer se presenta como una herramienta para contrarrestar el agotamiento y la sobreexplotación laboral, se propone una solución aparente para combatir los efectos negativos de la aceleración laboral y la falta de descanso. Pero, también, se lo puede interpretar como un producto que alimenta la dinámica consumista y la ilusión de un descanso necesario en medio de una sociedad que valora y promueve constantemente la productividad y el éxito. Así, la publicidad de Heineken se inserta en la sociedad del rendimiento, donde la búsqueda incesante de logros se ve contrarrestada por la necesidad de desconexión y disfrute en el tiempo libre, a pesar de que esto también se convierta en un acto de consumo.

## **Reflexión sobre la promesa de "The Closer" y sus implicaciones**

En relación con la promesa de "The Closer" y su propuesta de pausa y equilibrio entre trabajo y ocio, es importante reflexionar sobre las ideas de Richard Sennett y Mark Fisher. En ambos autores subyacen las mismas dudas relacionadas al capitalismo y la producción, el spot de Heineken refuerza estas preguntas y demuestra la cautela con la que se pensó cada detalle al momento de realizarlo.

Sennett, en su obra "El artesano", profundiza en la importancia de la pausa, la concentración y el equilibrio en el trabajo significativo. Sennett argumenta que el trabajo que está bien hecho requiere de tiempo para la reflexión, el descanso y la desconexión, ya que estas pausas permiten la renovación de la energía y, además, fomentan la creatividad y el pensamiento crítico. Desde esta perspectiva, relacionándolo con el spot de Heineken, me surge la pregunta de si ¿es "The Closer" una herramienta que nos permite tener una pausa verdadera y significativa en el trabajo o simplemente nos hace seguir trabajando, pero de una manera distinta a la que estábamos acostumbrados? ¿Nos ayuda a encontrar un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida personal, o nos mantiene atrapados en la dinámica del capitalismo y el consumo?

Estas reflexiones invitan a cuestionar la verdadera efectividad y las implicaciones de la propuesta de "The Closer". Es decir, si nos lleva a la necesidad de pausas y equilibrio en la sociedad contemporánea o es una estrategia más del sistema capitalista para que estemos comprometidos y en constante producción.

Mark Fisher, en su obra "Realismo capitalista", examina cómo el capitalismo contemporáneo penetró en todos los aspectos de nuestra vida, nos recuerda que esas propuestas de pausas y descanso en la publicidad están enmarcadas dentro de una cultura de consumo. Fisher plantea que estamos constantemente capturados por las dinámicas del capitalismo, similar a lo que Byung Chul-Han argumenta en su libro "Psicopolítica", lo que condiciona nuestra subjetividad y nos impulsa a perseguir la productividad y el éxito como formas de validación personal; terminamos convirtiéndonos en nuestros propios jefes de nuestra propia esclavitud. Entonces, la promesa de "The Closer", ¿desafía esta lógica capitalista o la perpetúa al sugerir que el consumo en el ocio puede compensar la falta de producción en el trabajo?

## La falta de pausas y sus consecuencias

Sherry Turkle, en su libro "Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other", reflexiona sobre cómo la falta de pausas y la hiperconexión pueden afectar negativamente nuestras relaciones interpersonales y nuestro bienestar emocional.

Además, Cal Newport, en su libro "Digital Minimalism: Choosing a Focused Life in a Noisy World", explora cómo la falta de pausas y la sobreexposición digital pueden perjudicar nuestra productividad y bienestar. Entonces, al considerar ambas propuestas y en relación con la publicidad de Heineken, podemos cuestionar si "The Closer" promueve una verdadera desconexión significativa y sana y proporciona un espacio auténtico de descanso o si, en cambio, se aprovecha de la necesidad de pausas y equilibrio para tener posicionada su marca y, en consecuencia, al sistema capitalista neoliberal.

## Contradicciones en la propuesta de Heineken

El spot publicitario plantea una serie de contradicciones en relación con su propuesta de crear pausas y descansos mediante una cerveza Heineken. Por un lado, busca brindar momentos de desconexión y equilibrio entre los espacios sociales, presentándose como una alternativa para evitar la vigilancia y proteger nuestros datos de otras empresas ya que nuestros dispositivos estarían apagados. Sin embargo, al analizar más detenidamente, se revela una intención oculta de Heineken de mantenernos conectados a su marca y al sistema capitalista de una manera más sofisticada y egoísta.

En primer lugar, el spot intenta esconder su verdadera intención de vigilancia y control bajo el pretexto de "ofrecer una pausa". En vez de abordar las verdaderas implicaciones de esto, Heineken utiliza este discurso para atraer la atención del consumidor y manipularlo.

Además, el anuncio da a entender que Heineken se autoproclama como defensor de los derechos de los trabajadores, intentando posicionarse como una marca que valora la importancia de descansar, de no agobiarse ni estresarse. Sin embargo, hay una contradicción entre esa afirmación y su verdadera intención. Heineken no tiene como objetivo abogar por un cambio en las dinámicas laborales para equilibrar espacios de trabajo y ocio, lo que busca es perpetuar el sistema capitalista y asegurar su posición en él.

Partiendo de Michel Foucault, podemos entender esta contradicción como una estrategia de poder y control utilizada por las empresas para disciplinarnos y mantenernos dentro de los límites establecidos por el sistema. Foucault argumenta que la promoción de pausas y descanso no busca nuestro bienestar, sino que es una manera de mantener el poder y el control sobre nosotros.

Por su parte y siguiendo a Slavoj Žižek, se cuestiona esta promoción ficticia en el contexto del capitalismo y la publicidad, señalando que estas propuestas están arraigadas en la lógica del consumo y la perpetuación del sistema. Žižek nos hace reflexionar sobre cómo estas estrategias publicitarias pueden moldear nuestras percepciones y mantenernos atrapados dentro de una lógica ideológica capitalista.

## ¿Quiénes son las marcas?

Guy Debord, en su obra "La sociedad del espectáculo", expone cómo los medios de comunicación y la cultura de consumo han transformado nuestra sociedad en un espectáculo constante. Sus ideas nos permiten comprender cómo la publicidad de "The Closer" se inserta en esta dinámica, utilizando estrategias de seducción y espectacularización para captar nuestra atención y fomentar su consumo. Debord nos invita a reflexionar sobre cómo las marcas utilizan estas técnicas para que estemos atrapados en un ciclo de consumo y distracción que no tiene fin.

Saskia Sassen, en sus obras "La ciudad global" y "Expulsiones", nos brinda una perspectiva crítica sobre los cam-

bios en el mundo laboral y la creciente desigualdad generada por el capitalismo. Las reflexiones de Sassen nos ayudan a entender cómo esta crisis se ha exacerbado aún más en cuanto a las desigualdades económicas y laborales. Entonces, ¿es la marca realmente una defensora de los derechos laborales o simplemente busca perpetuar el consumo y la acumulación de capital?

Aproximaciones finales:

En base al análisis de la publicidad de Heineken y la relación con múltiples autores, se concluye con que la crisis de COVID-19 generó un estado de shock a nivel mundial, permitiendo cambios rápidos junto con la manipulación de la sociedad.

En este contexto, la publicidad de Heineken capitaliza este estado de shock al presentar su producto "The Closer", aprovecha el deseo de escapar del estrés y de las responsabilidades constantes de trabajo a través de estrategias de comunicación y crea una realidad falsa en la que el consumo de su producto se presenta como una experiencia deseable y necesaria para eliminar y/u olvidarse de todos los problemas, esto lo asocia al éxito y a la distinción social que provoca beber Heineken.

Además, se debe cuestionar quiénes son los verdaderos beneficiarios de estos cambios y las posibles consecuencias de renunciar a valores y principios durante el estado de shock.

Por último, algo que no se debe dejar de lado es la crítica sobre la promesa de "The Closer" y reconocer que el consumo de una cerveza ni los valores que nos provocaría consumirla no es necesariamente la solución para establecer límites y descansar en medio de una sociedad que se encuentra marcada por el rendimiento y la sobreexplotación laboral. Es fundamental cuestionar las intenciones detrás de esta propuesta y reflexionar sobre el papel del consumo en la perpetuación del sistema capitalista y la búsqueda constante que genera de éxito y productividad en la sociedad contemporánea.

## Bibliografía:

- Klein, N. (2008). *La doctrina del shock: el auge del capitalismo del desastre*. Paidós.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid Modernity*. Polity Press.
- Bauman, Z. (2012). *Collateral Damage: Social Inequalities in a Global Age*. Polity Press.
- Han, B. C. (2010). *La sociedad del cansancio*. Herder.
- Han, B. C. (2013). *En el enjambre*. Herder.
- Han, B. C. (2017). *La agonía del Eros*. Herder.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. Sage Publications.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications.
- Harvey, D. (2006). *The Limits to Capital*. Verso.
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*. Dover Publications.
- Página principal de Heineken con la promoción de "The Closer". <https://www.heineken.com/global/en/thecloser>
- Video de YouTube: Heineken | The Closer. [https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX\\_2c4](https://www.youtube.com/watch?v=KdyoOuX_2c4)
- Video de YouTube: Heineken CL | The Closer Heineken CL | The Closer
- Video de YouTube: Heineken | The Closer: Meet the device. Heineken | The Closer: Meet the device
- HEINEKEN CONFRONTA EL DESEQUILIBRIO ENTRE VIDA Y TRABAJO CON UNA CAMPAÑA MUNDIAL.  
[https://www.totalmedios.com/nota/49864/heineken-confronta-el-desequilibrio-entre- vida-y-trabajo-con-una-](https://www.totalmedios.com/nota/49864/heineken-confronta-el-desequilibrio-entre-vida-y-trabajo-con-una-)

## campana-mundial

La iniciativa de Heineken para fomentar un mejor equilibrio entre el trabajo y la vida personal.

<https://www.marketingnews.es/internacional/noticia/1169336028505/iniciativa-de-heineken-fomentar-mejor-equilibrio-trabajo-y-vida-personal.1.html>

HEINEKEN confronta el creciente desequilibrio entre vida y trabajo con una nueva campaña mundial.

<https://www.notimerica.com/comunicados/noticia-comunicado-heineken-confronta-creciente-desequilibrio-vida-trabajo-nueva-campana-mundial-20220601110101.html>

Heineken promueve el equilibrio laboral y social con su nueva campaña global.

<https://www.martesfinanciero.com/actualidad-empresarial/heineken-promueve-el-equilibrio-laboral-y-social-con-su-nueva-campana-global/>

Este nuevo lanzamiento de Heineken te "obliga" a dar por finalizada tu jornada laboral.

<https://www.marketingdirecto.com/anunciantes-general/anunciantes/heineken-obliga-finalizar-jornada-laboral>

# TIC T.O.C. Cuerpo, datos y afectividad artificial en las industrias culturales algorítmicas

Aldo Ternavasio  
aldoterna@gmail.com

Universidad Nacional de Tucumán

## Introducción

En los últimos meses hemos asistido a la vertiginosa aparición de decenas de aplicaciones que utilizan Inteligencia Artificial. Resulta difícil enumerar los campos profesionales que se ven conmovidos por estas tecnologías por cuánto casi a diario se conocen nuevos lanzamientos. La comunicación no sólo no es ajena a esta situación, sino que es, quizás, en donde más rápida e inmediatamente se está sintiendo el impacto disruptivo de los automatismos algorítmicos. Resulta evidente que estamos frente a profundas transformaciones de la práctica profesional a escala global, pero también, a la construcción de un espacio de discusión que marcará la agenda de la opinión pública sobre las políticas de implementación de lo que se podría denominar como „capitalismo algorítmico“. Comienza la disputa por la definición de lo decible y de lo visible de esta nueva etapa. En síntesis, la lucha por cómo habremos de percibir la coyuntura por venir.

De cara a esta situación, me propongo cartografiar algunos de los aspectos clave de las disputas por determinar dicha percepción. Y, en particular, me detendré en uno de los núcleos conflictivos que, a mi juicio, está entre los más importantes. Es el problema de las articulaciones conceptuales que necesitamos elaborar para pensar críticamente los ensamblajes tecnológicos y políticos que anudan cuerpos, afectos y datos. La premisa es que la irrupción de las redes neuronales están produciendo una suerte de deconstrucción de hecho y en estado práctico de muchas de las categorías binarias que aún prevalecen en el sentido común teórico con el que encaramos estos problemas. Se observa una profunda asimetría entre cómo operan estas nuevas tecnologías y cómo percibimos sus efectos. Si bien el síndrome de la „caja negra“ impenetrable no es para nada nuevo, lo que hoy sucede es que ahora nosotros también estamos dentro de ella.

## La coreo geopolítica de los datos

Entre 2018 y 2023 se produjeron al menos dos conflictos diplomáticos entre EEUU y China relacionados con lo que podríamos denominar la guerra fría de los datos. Uno tuvo que ver con la detención de Meng Wanzhou, CEO de la empresa Huawei e hija de su dueño (Horowitz, 2018). La empresa china fue acusada de violar las sanciones económicas a Iran. Recordemos que Huawei, entre otras cosas, es pionera en el desarrollo de la tecnología para el 5G. Esta tecnología hoy está controlada por tres grandes corporaciones, dos europeas, Nokia y Eriksson y una China, Huawei. Notoriamente, EEUU quedó rezagado en el desarrollo de la tecnología de base imprescindible para el relanzamiento de un nuevo ciclo de acumulación: eso que se conoce como Internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) o, entre otros nombres, revolución 4.0. No puedo entrar en detalles en este trabajo, pero lo que está en juego aquí excede ampliamente los objetivos relacionados con la comunicación humana. Se trata de interconectar la totalidad del sistema de los objetos y de la praxis social por medio de redes inteligentes de procesamiento que comienzan a actuar como un pliegue reflexivo del gran flujo de datos global. Dadme datos de apoyo y controloré el mundo. No es necesario explicar la importancia de dominar técnica y operacionalmente este bucle reflexivo y, por supuesto, de detentar el intrincado sistema de patentes del software y del hardware que lo hace funcionar. Procesos

industriales, logística, información climática, geológica, ecológica, pero también, conducción autónoma, domótica y sistemas de control que ni siquiera podemos comenzar a imaginar. En el centro de ésto, está el procesamiento de datos y los sistemas de decisión autónomos y, desde luego la IA. Me gustaría llamar a este proceso, tecnocéfalización de la antroposfera planetaria.

Para dimensionar la importancia que la lucha por la hegemonía global le asigna al flujo de datos, alcanza con recordar otro conflicto comercial y diplomático relacionado ahora con la extracción de datos en algo aparentemente tan banal como Tik Tok. Me refiero a la amenaza de prohibición de la red social china realizada primero por Donald Trump y ahora por Joe Biden. El argumento, como siempre ocurre cuando no hay nada que argumentar, fue la seguridad nacional y el presunto espionaje chino. Se intentó obligar a la empresa china a integrar capitales norteamericanos o, directamente, a venderla (Microsoft aspiraba a comprarla). Es decir, que empresas norteamericanas tengan acceso o controlen los datos y algoritmos utilizados para obtenerlos y procesarlos. Esto aún no se produjo, entre otras razones, porque la desinversión de la empresa china propietaria de Tik Tok, ByteDance, no garantiza el control del flujo de datos<sup>1</sup>. Desde luego, las autoridades chinas rechazan estas transacciones.

El azar de los nombres nos provee un caso en el que se intersectan geopolítica, tecnopolítica, biopolítica, psicopolítica en una coreografía de Tik Tok. Si reemplazamos las k por unas c, diferencia que se lee pero no se escucha, obtenemos, justo en el corazón de la guerra por la hegemonía mundial, dos figuras patológicas relacionadas con la motricidad y el comportamiento. El movimiento involuntario y repetitivo, Tic, y los Trastornos Obsesivos Compulsivos T.O.C. En ambos casos, fuerzas por debajo de la voluntad irrumpen en el cuerpo y en el comportamiento. Un goce sin sujeto, acéfalo relampaguea aquí y allá, como descarga espasmódica o como liturgia comportamental. Descarga, Tic. Alivio, TOC. El nombre de la plataforma china resulta casi como una involuntaria confesión del tipo de subjetivación a la que aspira el capitalismo de plataformas. Si esto no es suficiente, recordemos que ahora ya no solo se habla de 5G como esencial para IoT, sino también, se incorporó la noción de IoB, internet del comportamiento (Dhaya, 2023).

Tic T.O.C.

Se habla de crisis de salud mental, pero creo que se trata de una crisis de la subjetividad, dice Constaza Michelson en un podcast sobre la ansiedad<sup>2</sup>. Ciertamente, para la psicoanalista chilena, "quizás sea incorrecto, incluso, llamarla crisis y se trata de la situación de la subjetividad contemporánea de la época". Quizás ese sea su estado normal, concluye Michelson y luego afirma: "a la ansiedad es posible considerarla una forma de ser. Y es que la satisfacción directa e instantánea es como el crack, intenso y adictivo. Un disparo pulsional".

Si traigo estás interesantes reflexiones de Michelson es porque ella misma observa cómo el cuerpo responde frente a la captura del modo de producción contemporáneo<sup>3</sup>: enmarca la subjetividad ansiosa dentro del incesante proceso de aceleración capitalista. Y, sin lugar a dudas, el principal acelerador de partículas capitalistas lo constituyen las redes sociales y el gigantesco dispositivo de procesamiento de datos provisto por las tecnologías del Big Data. Algoritmos, redes neuronales, aplicaciones de plataformas e Inteligencia Artificial, entre otras. Podemos pensar, siguiendo a Michelson, que los Tics y los TOCs constituyen las verdaderas mercancías comportamentales que producen y comercian las principales redes sociales y plataformas. Se trata, claramente, de llegar a una venta por medio

1 Alfonso Muñoz Fernandez, periodista de Invertia, el suplemento financiero del diario digital El Español, publicó recientemente un informe en el que explica por qué Tik Tok quedó atrapada en "la guerra fría tecnológica entre China y EEUU". "Fuentes de Tik Tok - afirma el autor del artículo-, coincidieron en que si el objetivo es proteger la seguridad nacional, la desinversión no resuelve el problema, ya que un cambio de propiedad de la empresa „no impondría nuevas restricciones en los flujos de datos o el acceso“

2 <https://open.spotify.com/episode/2mGcrN9nDE0tQ2wR7SLzHF?si=ce40e938b63e44c7>

3 La relación entre modo de producción y formas de vida fue analizada con profundidad por el posobrerismo italiano. Paolo Virno afirma que es "importante aclarar que entendemos como "modo de producción" no solo una configuración económica particular sino un conjunto de formas de vida, una constelación social, antropológica y ética (digo ética, no moral: relativa a las costumbres, usos y hábitos, no al deber-ser)" (2003a: p.41).

de un circuito que comienza con la parametrización de las conductas y los comportamientos, la recolección de esos datos, su clasificación, sus diversos procesamientos, la toma de decisiones en virtud de ellos por medio de automatismos informacionales, la expresión de esas decisiones en términos propuestas interactivas en redes hasta concretar el comportamiento deseado. Datos, signos, excitaciones perceptivas y psicomotrices, comportamiento, parametrización, datos y así hasta el infinito. Formas de subjetivación, reproducción ideológica, pero también interacción tecnopicosomática. Por tanto, si deseamos avanzar en una crítica de la economía política algorítmica, ¿podemos seguir pensando la relación entre Big Data y Subjetividad de tal manera que lo digital–maquínico de las plataformas es como una prótesis exterior a lo análogo–orgánico de los cuerpos? Una respuesta negativa a esta pregunta nos empuja a especulaciones contraintuitivas. La oposición humano–máquina, como oponiendo dos universos ontológicos radicalmente diferenciados ya no parece procedente. En lo que resta, trataré de examinar desde una perspectiva filosófica, cuáles son las torsiones conceptuales que nos pueden ofrecer una vía de acceso a las dimensiones indistinta de los tecnohumano. Como puede resultar previsible, son Gilles Deleuze y Felix Guattari quienes más lejos avanzaron en esa dirección.

## No sabemos lo que pueden los datos

Bifo Berardi diferencia dos lógicas vinculares o, como las llama él, dos lógicas de concatenación<sup>4</sup>: la conjuntiva y la conectiva. En la segunda, la relación está mediada por un código, mientras que en la primera, la mediación se materializa entre cuerpos. Berardi considera “que la transición –en curso– de la infoesfera alfabética hacia la infoesfera digital refleja un desplazamiento del modelo de concatenación conjuntivo al modelos de concatenación conectivo” (17). Tal como lo expone Berardi, esa distinción hoy resulta vital desde las más diversas perspectivas –política, antropológica, psicogenética, etc. Por ello, cabría preguntarse bajo qué presupuestos pensamos la relación entre cuerpo humano y datos.

En una primera aproximación ‘espontánea’ o fenomenológica aparecen dos instancias radicalmente heterogéneas de las que Berardi saca partido. Por un lado el dato, como un paquete de información digitalmente codificada y, por otro, el cuerpo, como masa de contingencias orgánico–subjetivas sedimentadas (y permeadas por el CsO)<sup>5</sup>. Mientras que un código, en tanto concatenación conectiva, depende de un protocolo que lo aísla y garantiza que a idéntica secuencia, idéntica información, una concatenación corpórea, conjuntiva, siempre es fruto de relaciones situadas y contingentes. A partir de aquí, el pensador italiano despliega un vasto conjunto de observaciones y comentarios de gran interés, puesto que da cuenta de lo que él caracteriza como una profunda mutación de la sensibilidad. Mutación comandada, desde luego, por un aún más vasto ejército de automatismos digitales al servicio de las implacables formas de valorización impuestas por el capitalismo contemporáneo, semiocapitalismo y/o capitalismo cognitivo.

Dicho esto, me gustaría prestar algo de atención a dos –de entre otras tantas– cuestiones centrales que plantea Berardi. Consideremos estos dos pasajes de Fenomenología del fin:

1. El organismo consciente y sensible está envuelto por un flujo semiótico que no solo contiene información, sino también un factor de estimulación perceptiva y excitación psicológica. La estetización generalizada absorbe la energía erótica y la desvía del cuerpo hacia los signos (p. 53)
2. El general intellect o bien será codificado por la matrix semiótica de la semioeconomía y la actividad social será convertida en un enjambre conectado a nivel tecnoneuronal, o bien se reunirá con su cuerpo sensible para crear las condiciones de independencia del conocimiento respecto a la matrix y de singularidad de

4 Todas las citas y referencias relacionadas con Franco Bifo Berardi pertenecen a sólo uno de sus libros: Fenomenología del Fin. Sensibilidad y mutación conectiva.

5 Aquí sería importante mantener próxima la noción de Cuerpo sin Órganos (CsO) trabajada por Gilles Deleuze y Felix Guattari. Por razones de brevedad, me limitaré a darla por supuesto, pero sí recordemos que es fundamental para pensar las relaciones inorgánicas entre cuerpos extensivos actuales, incorporales virtuales (sentido) y cantidades intensivas (individuación).

la experiencia (p.336). (las negritas son mías)

Por un lado, habría que tomar aquel ‘no solo’ (1) al pie de la letra e indagar qué es ese ‘factor’ de estimulación y excitación. Por otro, y a la luz de lo anterior, sería quizás oportuno aproximarse críticamente a la idea de codificación (2) y a la relación que ésta establecería entre general intellect, matrix y (la ‘reunión’ con su) cuerpo sensible bajo –adelanto– lo que podríamos pensar como la Subsunción Real<sup>6</sup> pero ya no sólo actual, sino también virtual del capital.

### **Dadme, pues, un cuerpo<sup>7</sup>**

Un dato es algo más que una secuencia de código, que, sin dudas, también es. Un dato siempre es una correlación de datos<sup>8</sup>, una correlación de magnitudes y parámetros. De lo contrario, carece de información. Por tanto, un like es un conjunto que articula una multiplicidad de cifras devenidas datos devenidos informaciones. Por ejemplo, un like a una foto, pasa a ser, primero, un enorme conjunto de cifras binarias, para luego, gracias al trabajo de big data de la máquina correlacional, un like hic et nunc de una exnovia (conclusión a la que arribó estadísticamente el algoritmo habiendo procesado semánticamente una gran cantidad de información). Pero en torno al like, se registran un conjunto de informaciones espaciales, temporales y conductuales. Mencionemos sólo algunas: cuándo fue dado, cuánto tiempo estuve mirando la fotografía, qué información contiene la imagen, quién la compartió, en qué contexto el algoritmo de Facebook decidió que era la próxima imagen que me iba a aparecer en el muro, dónde me encuentro cuando la estoy mirando, a qué hora lo estoy haciendo, qué otras informaciones contextuales de mi comportamiento se pueden registrar, cómo mi interés por esa imagen influye en las métricas en mi comportamiento posterior, etc. Solo bajo estas condiciones, una secuencia de códigos con magnitudes codificadas puede convertirse en algo digno de ser llamado “dato”.

Observemos que para que el código se eleve a la dignidad de Dato, es necesario una cantidad de trabajo abstracto socialmente necesario y de trabajo computacional tecnológicamente necesario. Podemos decir que las secuencias de código se presentan como materia prima del procesamiento maquínico realizado por el conjunto humano–artefacto. Energía erótica que se desplazó del cuerpo hacia los signos y, al hacerlo, creó una constelación de datos que son transformados en mercancía que se utilizará para regular el flujo semiótico posterior que retornará a alimentar el bucle libidinal maquínico–orgánico del cual soy sujeto al dar el like. El punto que quiero destacar aquí es que, retomando el vocabulario de Berardi, no hay una línea que disponga de un lado lo conjuntivo (memoria somática de la ex novia) lo conectivo (ensamble cuerpo–máquina mediada por el big data). Me parece que debemos considerar que los datos binariamente codificados no son sólo eso. Son portadores, gracias a la capacidad tecnológica de las redes neuronales y los algoritmos, de una potencia de individuación intensiva<sup>9</sup>. En ese punto, tanto los datos como los cuerpos entran en un plano de inmanencia. Hay, latente en el big data, un plano preindividual, intensivo, que opera como un sistema de fuerzas en el que el dispositivo tecnológico intercambia flujos con los cuerpos. Un cluster de datos es un fragmento potencial de la cara de los (efectos) incorporales de las relaciones entre cuerpos<sup>10</sup>.

6 Recordemos aquí la tenaz insistencia con la que Deleuze afirmaba: Lo virtual no se opone a lo real sino tan solo a lo actual. Lo virtual posee una realidad plena, en tanto es virtual. De lo virtual es preciso decir exactamente lo que Proust decía de los estados de resonancia: «Reales sin ser actuales, ideales sin ser abstractos» (DELEUZE, 2017: p.314).

7 Con estos subtítulos hago referencia al capítulo 8 de La imagen–tiempo. Estudios sobre cine 2, de Gilles Deleuze. Este capítulo se llama Cine, cuerpo y cerebro, pensamiento. Si bien no es posible desarrollar la relación hay un vínculo muy fuerte entre los problemas que plantean las tecnologías de maquinización del pensamiento –me gusta llamarlas ‘análogos mentales’– y toda la reflexión de Deleuze sobre la Imagen–Tiempo en el cine. Reparemos aquí solo en esta observación. Una imagen puede “dar cuerpo” tanto como puede “dar cerebro” (pp.251–295).

8 Creo que no se equivoca McKenzie Wark al hablar de vectores. Intento sugerir que un dato es una fuerza y ésta, por definición solo puede existir dentro de un conjunto de fuerzas que la afectan y a las cuales afecta.

9 Deleuze plantea –dice Anne Sauvagnargues–, que la individuación debe ser pensada en su campo preindividual de constitución, plano material de cantidades intensivas [...] El individuo se produce por modulación allí donde un campo preindividual de individuación (cara intensiva) resuelve su diferencia de intensidad inicial por disparidad [disparation] (p.30).

10 El flujo semiótico es portador de un flujo intensivo que lo modela. De allí la importancia de no reducir el signo a su unidad lingüística, semiótica o incluso, significativa. Un signo es, antes que nada, una disparidad de fuerzas.

Por ejemplo, podemos pensar un píxel como una serie finita y discreta de valores abstractos de Brillo, Tono y Saturación, pero también es, sin perjuicio de lo anterior, una cantidad intensiva virtual de una disparidad de fuerzas lumínicas potencialmente individuante: percepción preindividual. Un dato, si se quiere, es, a fin de cuentas, un píxel de vida procesado como vitalidad potencial.

## **Dadme, pues, un cerebro**

En 2003, el filósofo posobrerista italiano, Paolo Virno, publicó un hermoso libro titulado *El recuerdo del presente*. Ensayo sobre el tiempo histórico. Este texto, –dedicado, por cierto, al movimiento piquetero argentino–, busca rastrear la génesis de cierto sentimiento propio de nuestra época que pretende afirmar la salida de un tiempo histórico. Para ello, Virno realiza una sutil lectura de Bergson para mostrar la relación entre el modo de producción capitalista y lo que podríamos denominar las condiciones de posibilidad temporales del Tiempo Histórico. No pretendo exponer aquí el valiosísimo aporte de Virno. Dos cosas me interesan para las conjeturas aquí expuestas. La total sintonía con los presupuestos berardianos, deleuzianos y simondonianos de las mismas. La proximidad del razonamiento de Virno con la lectura de Deleuze de Bergson es sorprendente. A su vez, Virno introduce una hipótesis marxista en su articulación y enfatiza un hecho central: el capitalista no compra trabajo ya realizado, objetivado, sino la capacidad de producir. No compra fuerza en acto, sino en potencia. El trabajo, no objetivado –observa Virno citando a Marx–, esto es, la mera facultad de producir, resulta, sin embargo, “inseparable de la existencia corpórea inmediata del obrero” (171).

En este punto no podemos dejar de preguntar, al menos, si no hemos asistido a un cambio radical en aquella última afirmación de Marx traída por Virno. Si la naturaleza del trabajo en la era del capitalismo es la capacidad de colaboración de las ‘personas’, si esa colaboración es capaz de producir un intelecto en general, un cerebro social, Marx dixit, la IA y todas sus tecnologías, ¿no están construyendo un doble virtual de ese cerebro social? Porque lo que se transfiere a las redes neuronales no es ni datos ni información, sino la capacidad de pensarlos. Se transfiere no pensamiento o trabajo objetivado sino la capacidad de emular la potencia de trabajar y pensar. La facultad de producir, al menos tendencialmente hablando, está ahora separado de la existencia corpórea del obrero y, sin embargo, tecnológicamente reunida a ella. Día a día, con nuestras interacciones tecnológicamente mediadas y/o capturadas ayudamos a construir un cerebro social, pero también, un doble maquínico de él, pero esta vez, un cerebro social corporativo<sup>11</sup>. Una vez más, parece un error pensar este fenómeno solamente en términos de información socialmente producida pero privatizada por los autómatas mentales. Se trata de transferir (y transformar) la facultad de pensar. No la lengua, sino el habla, no el know how, sino la capacidad de producirlo, no las emociones, sino la capacidad emocionar(se).

## **Si pudiera concluir algo...**

Somos contemporáneos de una nueva mutación del modo de producción capitalista. Nuevo ciclo de acumulación, nuevas formas de extracción de valor. Tiremos un nombre: plusvalor del trabajo preindividual. La tensión de la individuación de la existencia psicosocial se resuelve antes de realmente desplegarse. El autómata espiritual opera un cortocircuito y la bloquea. Cierra técnicamente al individuo capturando un plus trabajo individuante: la apropiación de plusvalor (capitalismo de plataformas) se opera a costa de la eventual potencia transindividual del –qué–, ¿del individuo? La fuerza de individuación (potencial dividual) obtiene como salario ontológico el resto indivisible del proceso de producción: pura individualidad. Mutante hasta la extenuación, pero siempre cerradamente individual. Damos multiplicidad (fuerza dividual de trabajo) pero recibimos Lo Uno (la parte individual del proceso productivo de individuación).

¿Es separable el efecto incorporal de su cuasicausa corporal? Conjeturemos: sí. De ser así, cuál es la relación entre ambos. Sigamos conjeturando: se trata de una ‘teleestesis’, o sensibilidad diferida en tanto la singularidad intensiva modulada en el dato puede ser repuesta en estímulos semióticos. Pero lo que llega con ellos no es sólo su carga de

<sup>11</sup> Recientemente, la activista canadiense Naomi Klein publicó en *The Guardian* un artículo en el que entre otras cosas, plantea estas inquietudes, pero desde perspectivas diferentes. Se titula *AI machines aren't 'hallucinating'. But their makers are.*

excitación sino también también un potencial somático conjuntivo. Parcial, pero no por ello menos conjuntivo. Lo que modela una red neuronal, entre otras cosas, también es del orden de lo que no sabemos: qué es, al fin, lo que pueden los cuerpos.

## Bibliografía Consultada

Berardi, F. (2017). Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva. Buenos Aires: Caja Negra.

Combes, M (2017). Simondon. Una filosofía de lo transindividual. Buenos Aires: Cactus. Crawford, K. (2022). Atlas de la IA. Poder, política y costos planetarios. Buenos Aires: F.d.C.E. Dhaya, R. y Kanthavel, R. (2023) Internet of Behaviours (IoB). Boca Raton: CCR Press.

Deleuze, G. (1989). La Imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2. Barcelona: Editorial Paidós. Deleuze, G. (2017). Diferencia y Repetición. CABA: Amorrortu.

Sauvagnargues, A. (2016). Deleuze. Del animal al arte. Buenos Aires: Amorrortu.

Virno, P. (2003a). Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas. Buenos Aires: Colihue.

Virno, P. (2003b). El recuerdo del presente. Ensayo sobre el tiempo histórico. Buenos Aires: Paidós.

Wark, M. (2021). El capitalismo ha muerto. El ascenso de la clase vectorialista. Buenos Aires: Holobionte.

Artículos periodísticos

Horowitz, J. (2018, 8 de diciembre). El arresto de Huawei: así se ve el comienzo de una Guerra Fría tecnológica. CNN. <https://cnnespanol.cnn.com/2018/12/08/huawei-arresto-estados-unidos-china-comienzo-guerra-fria-tecnologica/>

Klein, N. (2023, 8 de mayo). AI machines aren't 'hallucinating'. But their makers are. The Guardian. [https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/may/08/ai-machines-hallucinating-na-omi-klein?CMP=share\\_btn\\_fb](https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/may/08/ai-machines-hallucinating-na-omi-klein?CMP=share_btn_fb)

Muñoz Fernández, A. (2023, 21 de marzo). TikTok, atrapada en la guerra fría tecnológica entre China y EEUU: por qué una venta de la red social no es la solución. El Español. [https://www.elespanol.com/invertia/empresas/tecnologia/20230321/tiktok-atrapada-tecnologica-china-eeuu-no-solucion/749175472\\_0.html](https://www.elespanol.com/invertia/empresas/tecnologia/20230321/tiktok-atrapada-tecnologica-china-eeuu-no-solucion/749175472_0.html)

# IA: Chats bots en la lógica de producción capitalista

Sabra, Rodrigo Ernesto

Universidad Nacional de Tucumán

## Resumen

El presente trabajo para el XXV Congreso de Redcom tiene como objetivo el análisis de los chats bots en los últimos años y su relación con el desarrollo sostenido de la inteligencia artificial. En este contexto se sumará el avasallante sistema productivo buscando entender cómo esta conjunción afecta a los individuos en el día a día.

Dentro de este análisis, haré un recuento de las principales diferencias que existen entre asistentes virtuales, chats bots, Magic Learning, inteligencia artificial, empresas que ofrecen sus servicios y como los mismos fueron mutando y perfeccionándose en cuanto a las funciones que pueden cumplir para los usuarios de las mismas, además de sus consecuencias.

También se hará referencia a cómo estas innovaciones tecnológicas siguen un discurso claramente alineado con la aceleración de los procesos de producción, tan necesarios para el capitalismo, teniendo en cuenta autores como Mark Fisher (también conocido como K - Punk) por ejemplo.

Para ello se analizará la posibilidad que tienen estos sistemas en la retroalimentación con la información propia de los usuarios para, además de la búsqueda por un “mejor servicio”, usarse con un carácter de eficiencia económica en distintas situaciones. A su vez, entender cómo se puede producir una relación de los mismo en la cual hay una característica de supresión del sujeto a las marcas y/o empresas que los ponen en uso los mismos para con los usuarios.

La finalidad misma del trabajo es un análisis entre diferentes autores y sus postulados para entender que si bien pueden existir innumerables posibilidades de desarrollo y aplicaciones de campo que ayuden a “mejorar” las condiciones del día a día para estos algoritmos y tecnologías, con ellas hay también por detrás todo un esquema que debería ser mínimamente cuestionado para entender cómo se llegó y hasta dónde sería capaz de avanzar.

Palabras claves: IA, Capitalismo, Producción, Publicidad

## Introducción

### Sistema productivo

Para empezar la idea general de este trabajo tenemos que definir puntos a los cuales vamos a referirnos para encontrar una linealidad en el análisis.

Abordaremos muy brevemente el desarrollo del capitalismo como sistema productivo contemporáneo. Dentro de los procesos encontramos momentos claves y la producción en serie con línea de montaje es uno de ellos para comprender el paralelismo al cual remito en este trabajo.

La aceleración del capitalismo, en una constante producción que necesita generar demanda, trae consigo, la posibilidad de las consultas, quejas u otro tipo de comunicación por parte de los consumidores/usuarios.

Con los avances tecnológicos, la inteligencia artificial ha sido tomada como punto para sistematizar tareas productivas dentro de los roles comerciales pregnantes en el capitalismo. Uno de esos campos es el de la atención al cliente o servicio de atención al cliente de las distintas empresas que buscan dar soporte a los usuarios.

## Desarrollo

### Racionalización de la producción: Fordismo y Taylorismo

Frederick W. Taylor (1856-1915) fue un ingeniero mecánico que aplicó una serie de técnicas que mejoraron sustancialmente la producción en serie. Cronometró los movimientos de los obreros midiendo el alcance de sus brazos, el desplazamiento que era necesario para desarrollar su trabajo y cómo estandarizar sus tareas. Inventó la línea de montaje que se popularizó en las fábricas Ford, introdujo el descanso para el obrero y la remuneración según objetivos prefijados. Todo esto era controlado por un capataz que tenía un amplio dominio del salón de montaje (panopticum).

El mayor control del obrero, la racionalización de sus tareas y la intensificación del trabajo fueron las consecuencias inmediatas de la aplicación de estas técnicas.

Henry Ford (1863-1947) fue el fundador de Ford motor Company donde profundizó las innovaciones de Taylor e introdujo las propias. Profundizó el uso de la línea de montaje aumentando la división y especificidad del trabajo. Entre otras cosas, la concentración de todas las etapas de la producción en una misma planta. Esto logra una aceleración de la producción. La aplicación de estas innovaciones permitieron mejorar la productividad en general y mejoraron al capitalismo en general acelerando aún más su producción.

### La aceleración

Siguiendo la línea de análisis podemos notar que ante la suba de producción, para ser colocada en una demanda, debería haber un punto en el cual esta última no sea mayor a la primera. En ese momento surge la necesidad de aumentar la demanda, y una vez logrado eso tenemos una ramificación. La necesidad de la comunicación entre proveedores y receptores; la atención al cliente.

El mundo de los call center se basa en la lógica de línea de montaje mencionada anteriormente. Las empresas que prestan servicio (Teleperformance, Atento, etc) son contratadas por otros (Telecom, Banco Galicia, Supercanal, etc). Estas últimas se llaman campañas.

Al momento de ingresar en una campaña se barajan varios datos para con el agente (persona que recepciona las llamadas o contactos), entre ellos productividad sobre la cantidad y el tiempo de llamada, adherencia, El Average Handle Time (AHT) -en español, Tiempo Medio Operativo (TMO)- que es una métrica de la duración promedio de una transacción realizada por un agente.

La llamada sigue una lógica entre derivadores y cada agente cumple una función puntual, derribando o atendiendo al cliente. Mientras más llamadas, en menos tiempo, menor el AHT. Por consiguiente mejores métricas y capacidad de atención. Lo cual se ve reflejado en un bono dentro del sueldo.

### Tecnología avanza

En resumen, los prestadores como TP, necesitan condiciones laborales que puedan ser

explotadas para menores costos y mayor productividad, pero aún así los agentes siguen siendo objetos/sujetos de derechos. Y hay límites para esa productividad a costa de las condiciones.

A mediados de la década de 2010, telecom comienza a derivar las llamadas a opciones automatizadas. Que ante una orden, responden seteados para agilizar las operaciones. Luego, derivando a los chatbots para evitar la cantidad de

tráfico.

Un dato curioso, para entender la explotación. Hoy, un agente necesita realizar mínimamente entre 60 y 80 llamadas durante unas 5 horas netas de trabajo, osea sacando los descansos sindicales planteados. Un promedio de 3 minutos y medios por llamada en la cual debe resolverse el problema. Con dos descansos de 10 y 15 minutos supeditado a la cantidad de llamadas entrantes.

## ¿Cómo funcionan los chatbots?

Los chatbots, accionados por IA, reglas automáticas, procesamiento de lenguaje natural (NPL) y machine learning (ML) procesan datos para ofrecer respuestas a solicitudes de todo tipo.

Hay dos tipos principales de chatbots.

- Los chatbots orientados a tareas (declarativos)
- Los chatbots basados en datos y predictivos (conversacionales)

Los asistentes digitales avanzados a su vez tienen la capacidad de unir varios chatbots de un solo objetivo bajo un único paraguas, conseguir diferente información de cada uno de ellos y unir después esta información para realizar una tarea específica conservando al mismo tiempo el contexto, de forma que el chatbot no se "confunda".

Los chatbots orientados a tareas (declarativos)

Según un artículo de la empresa Oracle, cuya finalidad empresarial es la creación de sistemas como los que estamos describiendo, son programas con un único objetivo que se centran en realizar una función. usando reglas, NPL y poco ML, concibiendo respuestas automatizadas pero conversacionales a las consultas de los usuarios. Las interacciones con estos chatbots son muy específicas y estructuradas y son más aplicables a las funciones de soporte y servicio: preguntas frecuentes interactivas de pensamiento sólido. Los chatbots orientados a tareas pueden manejar preguntas comunes, como consultas sobre horarios comerciales o sobre operaciones sencillas que no conllevan una diversidad de variables. Aunque utilizan el NLP para que los usuarios finales puedan experimentar de forma conversacional, sus capacidades son bastante básicas. En la actualidad estos son los chatbots más utilizados.

## Los chatbots basados en datos y predictivos (conversacionales)

Continuando con el artículo mencionado, se denominan con frecuencia asistentes virtuales o asistentes digitales y son mucho más avanzados, interactivos y personalizados que los chatbots orientados a tareas. Estos chatbots son conscientes del contexto y aprovechan la comprensión del lenguaje natural (NLU), el NLP y el ML para aprender sobre la marcha. Aplican la inteligencia predictiva y la analítica para permitir la personalización basada en perfiles de usuario y el comportamiento anterior del usuario.

Los asistentes digitales pueden aprender las preferencias del usuario con el tiempo, ofrecer recomendaciones e incluso anticiparse a las necesidades. Además de supervisar los datos y las intenciones, pueden iniciar conversaciones. Siri de Apple y Alexa de Amazon son ejemplos de chatbots orientados al consumidor, basados en datos y predictivos.

## ¿Qué son los asistentes inteligentes?

Los asistentes inteligentes, también llamados mayordomos inteligentes o altavoces inteligentes en Europa, son unos dispositivos que están diseñados con el objetivo de "ayudarnos en nuestras vidas", como puede ser el control de los sistemas domotizados viviendas. También nos permiten controlar la agenda personal, poner alarmas, escuchar música, contar chistes, realizar búsquedas por Internet, controlar la televisión, etc

Detrás de estos dispositivos se encuentran sistemas tecnológicos sofisticados, los cuales están entrenados por medio de Inteligencia Artificial. Una de las principales virtudes que poseen los asistentes virtuales es que funcionan por medio de instrucciones orales, lo que facilita que puedan ser empleados por una gran parte de la población. Su sencillez, su refinada estética y la ausencia de configuraciones complejas en sus gamas más sencillas, ha permitido que estos novedosos productos logren gran interés en el mercado.

## **¿Por qué nos escucha Amazon, Google y Apple?**

Uno de los temas más controversiales de estos dispositivos es que se encuentran continuamente escuchándonos. En teoría, y como cita el artículo de Revista de robots, puede que sea necesario, debido a que el sistema necesita estar preparado en todo momento a que reclamemos sus servicios, además de aprender nuestros gustos, familiarizarse con nuestra voz y nuestra forma de hablar para favorecer su reconocimiento, lo que facilita al sistema ser capaz de interpretar nuestros deseos con una mayor tasa de acierto.

Las tres empresas líderes en la venta de asistentes inteligentes reconocieron haber destinado recursos para escuchar las conversaciones de sus clientes, y no han sido las únicas. Ahora, la pregunta que nos hacemos es, ¿qué es lo que buscan con ello y con nuestra intimidad? Lo único que sabemos a ciencia cierta es la respuesta de las compañías, las cuales alegan en su defensa que su finalidad es desarrollar un dispositivo que mejore la experiencia del cliente.

## **La respuestas**

Este artículo también recopila las respuestas de los principales proveedores de estos aparatos en el mercado.

### **Amazon**

Los representantes de Amazon han declarado públicamente que su prioridad es velar por la privacidad de sus clientes. No obstante, la empresa Bloomberg se encargó de entrevistar a sus trabajadores. En los resultados señalaron que los operarios en ocasiones compartían entre ellos conversaciones que les resultaban interesantes por medio de un chat interno. Los empleados de Amazon alegaron que gracias a estas escuchas podían detectar en tiempo real si se estaba produciendo un suceso de violencia de género dentro de un hogar, obviando que esa función únicamente le corresponde a la policía.

### **Apple**

Apple es otra de las empresas que se han visto salpicadas por la polémica. Por medio de Siri, han escuchado y almacenado las conversaciones que emitíamos desde dispositivos como iPhone y HomePod. Sin embargo el gigante tecnológico ha defendido su actuación en los medios de comunicación, alegando que a cada dispositivo se le establece cada vez que se apaga una ID aleatoria y encriptada, asegurando de este modo la privacidad de los usuarios, y que transcurridos seis meses, dicha información se almacena sin ninguna ID.

### **Google**

Del mismo modo que sus homólogos de Apple, los representantes de Google han asegurado que la información recogida a través de sus clientes no se encuentra vinculada con una ID específica, adelantándonos que incluso van a sustituir las voces con el fin de evitar ningún tipo de discriminación por cuestión de género.

Estos son los argumentos de las tres empresas, y aún así, se pueden interpretar dichas escuchas como un acto de invasión de nuestra intimidad, ya que directamente nos están arrebatando una información personal privilegiada en nuestro medio más natural.

## **¿Para qué sirve?**

Nos encontramos en la Era de las empresas de robótica y de la recopilación masiva de datos personales, lo que es identificado por el nombre de Big Data. Dicha información posee un gran valor comercial, ya que permite recabar datos sobre nuestros gustos con el objetivo de lanzarnos campañas publicitarias personalizadas, y que por lo tanto sean más eficientes para las empresas.

## ¿Quién está fuera?

Un dato a tener en cuenta, es que en este tiempo de interconectividad, tanto entre personas de todo el mundo como entre las mismas aplicaciones que por uno u otro motivo conviven con nosotros, no hay formas claras de lograr estar fuera del esquema recolector de información y contenido: más de la mitad de la población del mundo utiliza las redes sociales

La pandemia impulsó el uso de redes sociales hasta lograr romper el máximo

de su historia: este 2021 el informe nos muestra que la penetración de las redes sociales ha superado por primera vez a la mitad de la población, con un total del 53.6% de las personas en el mundo, es decir 4.200 millones.

## Capitalismo Tardío / Realismo capitalista

Mark Fisher toma vital importancia dentro del análisis. Toma dentro de su trabajo el concepto de capitalismo tardío en un periodo histórico desde los años 60 hasta el día de hoy. Dando hincapié en la crisis económica del 2008. Planteando al capitalismo como el único sistema económico viable que no deja alternativas, permitiendo al realismo capitalista que solo permite lograr una repetición del único orden que conocemos. Tomando al realismo capitalista como una línea divisoria que nos sitúa a pensar dentro del capitalismo respuestas y formas de luchar contra él. No nos permite, según el autor, pararnos desde una posición en la cual se pueda encontrar alternativas, sino que las alternativas tienen que ser dentro del sistema capitalista.

Fisher elige tomar su postura de realismo capitalista dentro de la salud mental y la educación, el cual golpea más sensiblemente a los jóvenes, los mismos que están en esta actividad económica planteada anteriormente, call centers.

El autor nombra en primera instancia para una solución al realismo capitalista el “buscar posibilidades reales para la acción política implica, primero que nada, que aceptemos nuestra inserción en el nivel del deseo en la picadora de carne del capitalismo” (Fisher, Pag 31.2009). Esta cita toma importancia dentro del análisis porque nos permite primero conceptualizar la idea de vivir bajo una nómina de deseos que son producidos por el sistema en una constante retroalimentación. La propuesta de elección libre no está dentro del sistema capitalista, sino que se escoge libremente dentro de las opciones brindadas por este mismo. Al momento del uso de nuestros datos por parte de los diferentes conglomerados económicos/tecnológicos actuales, la posición del usuario siempre termina siendo viciada por el contexto donde se elige ceder esta información. El deseo de utilizar cierta app, de determinada pieza tecnológica, celulares, redes, etc, siempre prima por sobre el valor de nuestra información. Esta situación se da porque dentro del realismo capitalista no hay lugar para repreguntar si realmente se quiere o no brindar nuestros datos. Supera el deseo a ese cuestionamiento, y naturaliza la idea de no tener privacidad. A su vez, el sistema trabaja en conjunto discursivamente con las empresas, si es que podemos tomarlas como entes separados, para validar el no cuestionamiento.

Las IA, su uso en el desarrollo humano y tecnológico son incuestionables. Pero si pasan a ser cuestionables las formas en las cuales se obtiene el dato para poder mejorarlas y desarrollarlas. Sumado a esto, la generación económica que produce a través de cada persona, sin ni siquiera un esbozo de retribución por el mismo, ya que el argumento de las empresas termina siendo el planteado anteriormente: Mejorar para el usuario, presentándonos de nuevo el postulado de realismo capitalista tomado por Fisher.

**Bibliografía consultada**

<https://wearesocial.com/es/blog/2021/01/digital-report-2021-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>

<https://economia3.com/2021/02/23/328524-instagram-facebook-y-youtube-seran-las-plataformas-mas-efectivas-en-2021/>

<https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>

<https://www.iic.uam.es/procesamiento-del-lenguaje-natural/como-crear-chatbot-con-machine-learning-y-pln/>

<https://www.oracle.com/ar/chatbots/what-is-a-chatbot/>

<https://revistaderobots.com/inteligencia-artificial/que-es-alexa-google-home-y-siri/>

Mark Fisher, (2009). Capitalist Realism: Is there no alternative?

Fabian Silva Molina (2009). Elementos de economía para publicidad

# La regulación jurídica de la comunicación digital.

## El caso del derecho al olvido

Daniel Koci

danielkoci@unc.edu.ar.

Silvia Nadalin

silvia.nadalin@unc.edu.ar

**Universidad Nacional de Córdoba**

Palabras Claves: TECNOLOGÍA; INTIMIDAD; DERECHO AL OLVIDO

### **Introducción**

Las novedosas formas de procesamiento de datos que habilita la tecnología digital viene demandando, con más urgencia social que necesidad teórica, un estudio que trabaje -en los límites del campo comunicacional- sobre la revisión conceptual de determinados institutos y conceptos jurídicos que los actores digitales problematizan a partir de los nuevos usos y modelos de negocios que impone la lógica del ecosistema mediático convergente: viralidad, pérdida de control y permanencia ad aeternum de la información en Internet (Egocheaga, 2016).

Esto supone un desafío analítico tendiente a revisar los paradigmas tradicionales en torno a los contenidos, alcances y límites de la protección de la intimidad en Internet y la libertad de expresión de los cibernautas. Derechos constitucionales que, pensados para sociedades analógicas, están atravesados por dificultades para atribuir responsabilidad por el relevamiento, almacenamiento y circulación de datos personales a los motores de búsquedas o redes sociales como intermediarios por las informaciones que indexan y publican.

A partir de este complejo y dinámico contexto, es posible ensayar ciertas propuestas en relación al denominado derecho al olvido digital, una construcción normativa foránea que ha impactado en las decisiones de nuestros tribunales respecto al tratamiento de datos personales, su relación con la autodeterminación informativa, la identidad, sobreexposición y la hipervigilancia digital.

En este sentido, pretendemos orientar la reflexión en torno a los principales ejes que conforman los derechos que deben ponderarse respecto de la protección de aquellas informaciones personales, exentas de interés público que alimentan diariamente la bitácora digital que las plataformas construyen en los márgenes de la regulación jurídica, y cuyas consecuencias imponen nuevas propuestas de solución normativa.

### **Libertad de expresión**

El derecho más popular en el mundo occidental, tanto por su unánime defensa como por la amplitud para incluirla en situaciones comunicacionales que muchas veces la exceden, es la libertad de expresión, prerrogativa que primero el constitucionalismo liberal y después el internacionalismo democrático impusieron -historias de censuras y dictaduras mediante- sin reservas y pocas excepciones.

Mientras la lucha contra la censura estatal dejó de estar en agenda en tanto nadie pone en discusión el derecho de

expresión de cualquier ciudadano sin diferencias de género, raza o ideología, los discursos de odio, las fake news y la desinformación, los acosos de troll, la desacreditación y afectación digital al honor, se han convertido en expresiones impunes “en contextos de plataformización digital de los flujos de información y comunicación pública” con amplios vacíos legales que “resguarda[n] la inmunidad de las compañías de Internet” (Becerra y Waisbord, 2021:296).

Las plataformas y redes sociales operan en dos dimensiones: en el espacio público ejerciendo “un poder sin precedentes en la regulación global de la expresión pública dado su vasto, inusitado alcance” (p. 297), y respecto de los usuarios mediante contratos por adhesión a estrictas cláusulas privadas sin ningún tipo de regulación normativa estatal.

En este escenario, Martín Becerra y Silvio Waisbord (2021) de “repensar la ortodoxia de la libertad de expresión en la comunicación digital”, a partir de un análisis crítico que equilibre la actual noción maximalista asentada en el receptor, con la libertad de quien escucha, entiende y recibe información/opinión (Fiss: 1986), que en el actual entorno interactivo adquiere una relevancia desconocida respecto a la unidireccionalidad de los medios tradicionales, quienes, a pesar de todo, son pasibles de responsabilidad ante la vulneración de derechos personalísimos, como las injurias y calumnias por noticias falsas o inexactas.<sup>1</sup>

Entonces, mientras los actores digitales son equipados en la protección a la libertad de expresión<sup>2</sup> con los medios tradicionales, no siempre son judicialmente asimilados en cuanto a responsabilidades. La idea de una gran biblioteca digital cuyo bibliotecario es incapaz de saber qué libros tiene ni cómo ordenarlos, es la interpretación que los absuelve ante daños a terceros<sup>3</sup>. Sin embargo, las nuevas prohibiciones sobre discursos de odio o noticias falsas confirman la actualizada función editorial (curación y moderación algorítmica del contenido) de las plataformas sociales, tarea que “durante décadas ejercieron los medios tradicionales (...) como “curadores” o moderadores del discurso público”, y sobre cuyas consecuencias recaían responsabilidades jurídicas indiscutidas.

En este sentido, la Resolución N° 68/167 de la Asamblea General de las Naciones Unidas sobre el derecho a la privacidad en la era digital (2013) “Exhorta a todos los Estados a que: a) Respeten y protejan el derecho a la privacidad, incluso en el contexto de las comunicaciones digitales; y b) Adopten medidas para poner fin a las violaciones de esos derechos y creen las condiciones necesarias para impedirlos, como cerciorarse de que la legislación nacional pertinente se ajuste a sus obligaciones en virtud del derecho internacional de los derechos humanos”.

En 2019, en la Declaración Conjunta del Vigésimo Aniversario de la OEA, denominada “Desafíos para la Libertad de expresión en la próxima década”, los representantes de los tres continentes<sup>4</sup> reconocieron “la necesidad de abordar, dentro del marco del derecho internacional de los derechos humanos, los problemas graves que surgen en el contexto de las tecnologías digitales, entre los cuales se encuentran la desinformación; la incitación al odio; la discriminación y la violencia; el reclutamiento y la propaganda terroristas; la vigilancia arbitraria e ilegal; la interferencia respecto al uso de las tecnologías de encriptación y el anonimato, y el poder de los intermediarios en línea”.

---

1 “Hay una desconexión clara entre lo que el canon de la libertad de expresión habla, regula o inspira y las condiciones contemporáneas de la expresión plataformizada con ediciones mediadas por algoritmos y estándares desparejos definidos por compañías tecnológicas de alcance global.” (pp. 310)

2 Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión e Internet de 2011 y 2012 (ONU)

3 Excepto cuando ese contenido atenta contra algunos delitos internacionalmente sancionados: pornografía, pedofilia o propiedad intelectual.

4 Relator para la Libertad de Opinión y de Expresión de la ONU, el Representante de la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE) para la Libertad de los Medios de Comunicación, el Relator Especial de la Organización de Estados Americanos (OEA) para la Libertad de Expresión y la Relatora Especial sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP)

Sus propuestas para proteger la libertad de expresión frente al dominio de las empresas privadas (redes sociales, plataformas de búsqueda y otros intermediarios) son: “a) Desarrollar mecanismos de supervisión transparentes y que cuenten con garantías de independencia e involucren múltiples partes interesadas, para abordar las reglas privadas de moderación de contenido que podrían ser contrarias al derecho internacional de los derechos humanos o interferir con el derecho de las personas a ejercer su libertad de expresión; b) Medidas regulatorias que aborden los modelos de negocios de ciertas empresas de tecnología digital que dependen de modelos de publicidad que fomentan un entorno que puede ser utilizado para la viralización, inter alia, de engaños, desinformación y expresiones de odio; c) Implementar un marco de responsabilidades de las empresas según los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, respaldado por regulaciones o la supervisión del Estado para mitigar los daños a los derechos humanos, mediante el desarrollo de compromisos, políticas y evaluaciones públicas del impacto persistente en los derechos humanos; d) Soluciones legales y tecnológicas que permitan transparentar la curación y moderación algorítmica del contenido, con la posibilidad de auditar de forma completa y permanente los datos que informan la inteligencia artificial; e) Soluciones basadas en los derechos humanos para enfrentar los problemas causados por la desinformación, incluida la creciente posibilidad de falsificaciones tecnológicas profundas „deep fakes“, de manera transparente, creíble y orientada, mediante enfoques compatibles con los estándares internacionales en materia de legalidad y la legitimidad del objetivo perseguido, cuando sea estrictamente necesario y proporcional, y f) Establecer reglas y sistemas eficaces para remediar la concentración indebida de la propiedad y las prácticas que representen un abuso de la posición dominante de las empresas que proporcionan servicios de comunicación digital.”

### **Intimidad, Privacidad y Honor**

No es una novedad que las diversas concepciones jurídicas que describen y regulan estos institutos estén estrechamente relacionadas con las transformaciones socioculturales, y que los cambios tecnológicos han cumplido un rol determinante en la delimitación de sus características y límites. De allí que la tradición clásica individualista del «right to privacy» como «the right to be alone» (Warren-Brandeis: 1890) haya derivado en la protección de la intimidad desde la “esfera de la persona que está exenta del conocimiento generalizado por parte de los demás”, a ser entendida como privacidad en relación a aquellas “acciones voluntarias de los individuos que no afectan a terceros”, pues “si violentan exigencias morales sólo lo hacen con las que derivan de ideales de una moralidad privada, personal o autorreferente” (Nino, 2002: 304,317). Para cerrar el siglo XX con una discusión sobre los alcances de dichos derechos, enfocada a dar respuestas a la protección de la vida privada y los derechos fundamentales, como el honor y la dignidad, frente al omnipotente poder de Internet en su indiscriminado y voraz acopio y almacenamiento de datos de usuarios.

En este sentido, la contemporánea intimidad online denota cierta tendencia a la anomia e imprecisión que atenta contra una protección eficiente (Laje, 2014: 45), debido a que «las acciones privadas de los hombres» dejaron de estar reservadas a dios y pasaron a ser propiedad privada de las plataformas y redes sociales que se apropian de las publicaciones personales para construir su modelo de negocios, construyendo indirectamente una identidad digital susceptible de vulnerar derechos fundamentales y tener implicancias públicas por su «espectacularización», en la cual «la concepción de vida privada o acciones privadas excluye la consideración espacial, la distinción de las personas y de tipos de información” (p. 4).

Con modalidades cada día más sofisticadas y creativas, la penetración tecnológica digital y las comunicaciones electrónicas en las rutinas cotidianas genera un poder de disposición sobre la intimidad de los dueños del «capitalismo de plataforma» (Srnicek: 2018) que, paradójicamente, encastra con el deseo de exposición que los nativos digitales viven como nueva normalidad, una especie de intimidad consensuada en el ecosistema digital que ilusoriamente gestiona cada individuo mediante el consentimiento voluntario y expreso.

A partir del antecedente jurisprudencial alemán de 1983, comenzó a desarrollarse el denominado principio de auto-

determinación informativa, entendido como la facultad de las personas para decidir y controlar qué, quién y cómo se realiza el tratamiento de sus datos en bases de datos públicas y privadas. La reforma constitucional de 1994, en el art. 43 3er párrafo y la ley de protección de datos personales o habeas data del año 2000, son la expresión normativa que en nuestro país regula el derecho de toda persona de conocer, actualizar, rectificar y suprimir toda información personal recogida en archivos o bancos de datos públicos y privados destinados a dar informes. La protección comprende el derecho de información en la obtención, recolección y calidad de los datos, el derecho de impugnación respecto de la disposición y control de estos ante la violación de derechos personalísimos, y el consentimiento expreso, voluntario y revocable de los sujetos afectados.

Aunque vigente, esta ley está notoriamente desactualizada en relación a cuestiones referidas a la intimidad y el honor que se suscitan en el entorno online, y a la que se apela para compensar la ausencia de regulación del derecho al olvido digital.

## **Derecho al olvido digital**

Si acordamos que ni la libertad de expresión ni de información y comunicación son absolutos y que, además, entran en tensión con el derecho a la protección de la intimidad y a la autodeterminación informativa, la forma en que se privilegie alguno de ellos determinará las relaciones y responsabilidades que todos los actores digitales deberán asumir en el ecosistema digital. Y viceversa.

Ponderar derechos significa que el “perjuicio que experimente el valor sacrificado no debe guardar excesiva desproporción respecto al beneficio obtenido por el otro valor en conflicto” (Basterra, 2012: 11). Esto impone una equilibrada proporcionalidad y una detallada reglamentación que determine excepciones de interpretación restrictiva, las cuales no necesariamente dependan del ámbito judicial, superen la lógica jurisdiccional de los Estados o se adapten a la desterritorialización de las plataformas.

En esta colisión de derechos se erige la discusión en torno al derecho al olvido digital, una prerrogativa que poco tiene de olvido y mucho del poder de disposición y control sobre datos personales falsos, desactualizados o deshonorosos sin ningún tipo de interés público, histórico, cultural o científico en internet que, desde hace décadas, ha sido legislado en casi todo el mundo.

El olvido digital es “el derecho a desaparecer del sistema” (Corredoira y Alfonso y Lorenzo Cotino, 2013, 452), la necesidad de que algunas informaciones “no resuciten milagrosamente, una y otra vez, mediante la acción de Google, empresa que monopoliza, a nivel mundial, el negocio de la búsqueda en internet” (Tomeo, 2014: 5).

Para la profesora belga Celine de Terwangne (2012:3) el derecho al olvido presenta tres facetas: “el derecho al olvido del pasado judicial, el derecho al olvido establecido por la legislación de protección de datos y un nuevo derecho digital y aún polémico al olvido, que equivaldría a la atribución de una fecha de caducidad a los datos personales o que debería ser aplicable en el contexto específico de las redes sociales”. Y los actores sobre los cuales se configura son los “i) Internautas, ii) Buscadores, gestores o motores de búsqueda, en línea, iii) Páginas o portales web, iv) Enlaces web o links, v) Información del afectado publicada en la Red, devenida en anacrónica e inexacta, y vi) El afectado.” (Puccinelli, 2017: 11).

Respecto de la eliminación de datos penales (pasado judicial) y financieros de las personas, en los sistemas jurídicos de tradición civilista como el nuestro, el derecho contempla múltiples manifestaciones con el mismo fundamento: “la amnistía, la prescripción adquisitiva y la extintiva, la prescripción y la cancelación de antecedentes penales, y de una manera especial, atendiendo a su naturaleza diferenciada, el principio de responsabilidad por culpa” (Corredoira y Alfonso y Lorenzo Cotino, 2013, 454)<sup>5</sup>. Es decir, nada nuevo para aplicarlo por complementariedad.

5

“(…) el nacimiento de este nuevo y eventual derecho subjetivo, en un caso de la jurisprudencia estadounidense, del que se da

En relación a esta noción, es muy interesante el análisis de Juan Otero (2020) a partir de una resolución de la Agencia de Acceso a la Información Pública, en la cual se “propuso una suerte de ‘derecho a saber más’, como un reverso del ‘derecho al olvido’: mientras que el segundo intenta solucionar un problema de privacidad por medio de la eliminación de los datos personales, el primero procura hacerlo agregando más y más capas de información”. Esta propuesta, nacida a partir de un caso particular<sup>6</sup>, sería una especie de derecho de rectificación ante información que resulte perjudicial al afectado y que, de resultar procedente, obligaría a actualizar, completar o rectificar la información perjudicial mediante enlaces o hipervínculos adicionales visibles y accesibles” (p. 5).

Como mencionamos en párrafos anteriores, el derecho a la autodeterminación informativa fue el primer mecanismo que se utilizó para evitar la publicación privada en Internet de los datos personales que pudieran constar en bases de datos públicas o privadas. A partir de los años noventa surgieron las múltiples leyes de Protección de Datos Personales en casi todos los países.

La ley argentina N° 25.326 reconoce el “derecho de rectificación, actualización o supresión” para cualquier tipo de datos personales negativos y para la “prestación de servicios informatizados” y para los “servicios de información crediticia”<sup>7</sup>. (Puccinelli, 2017:9). Sin embargo, aunque es una ley de orden público “no siempre es invocada cuando se encuentra disputado el derecho a la privacidad en internet” (Otero, 2020:6).

La ley garantiza el derecho al honor y a la intimidad de las personas, así como el acceso a la información que sobre las mismas se registre. Además, brinda definiciones sobre datos que resultan personales, sensibles de los que no, consagra derechos de los titulares (Habeas Data), crea una autoridad nacional encargada de controlar la aplicación de la ley (Dirección Nacional de Protección de Datos Personales), y establece excepciones para su supresión ante situaciones taxativamente establecidas.

La última acepción propuesta por de Terwangne es aquella que le da nombre al ‘derecho olvido digital’ ya que refiere a la acción de desindexar, desvincular determinada información que puede afectar el honor, la imagen o la intimidad de una persona a ciertos resultados de búsqueda, es decir, que no se elimine el contenido de la información, sino que deje de aparecer en el buscador retirando los enlaces.

Esta interpretación fue consagrada jurisprudencialmente en el año 2014 por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea en el leading case “Google Spain, S.L., Google Inc./ Agencia Española de Protección de Datos, Mario Costeja González”, que reconoció que los particulares tienen derecho a solicitar a los buscadores de Internet que desindexen ciertos contenidos de sus resultados, cuando la información es inexacta, inadecuada o no pertinente por ser desactualizada. El caso fue promovido por el ciudadano español Mario Costeja González quien era vinculado, en sus búsquedas de Google, a dos páginas del diario La Vanguardia, en las que se ofrecía un remate de inmuebles por un embargo originado en deudas de Seguridad Social que Costeja González había resuelto hacía mucho tiempo: “el embargo

---

cuenta en una obra de 1989 de Pablo Salvador Coderch (1987:97) donde se relata que ‘una joven prostituta que llegó a ser juzgada por asesinato, abandona este tipo de vida, contrae matrimonio y lleva una vida ejemplar; años después, se produce una película que narra su vida, con el nombre real y expresando que era un caso verídico; la interesada demanda a la productora y gana el pleito; tenía el derecho al olvido. Lo cual no es otra cosa sino el derecho a la intimidad, que se ha visto lesionado por aquella película, ya que no el derecho al honor, por ser ciertos los hechos’”. (1987: 97)

6 Resolución AAIP N.º 124/2020. En ese caso, la Sra. X –su identidad se encuentra disociada en la resolución publicada por la Agencia– había solicitado a La Voz del Interior S.A. que eliminara su nombre de cierta noticia publicada en internet por el medio, a través de la cual había sido vinculada con una causa penal de tráfico de estupefacientes. La Sra. X explicó que la existencia de esa noticia en el portal online del medio perjudicaba seriamente su salud mental y sus posibilidades de obtener trabajo. Asimismo, explicó que había sido sobreesida de los cargos que se le imputaban. Oportunamente, frente al reclamo, La Voz del Interior S.A. contestó a la Sra. X que estaba dispuesta a incluir en la antigua noticia un enlace a la sentencia de sobreesimiento. No satisfecha con la solución ofrecida, la Sra. X interpuso una denuncia ante la AAIP requiriendo la disociación de su identidad de la noticia publicada por La Voz del Interior S.A. La AAIP entendió que el pedido de disociación de la Sra. X debía ser entendido como el ejercicio del derecho de supresión consagrado en el Artículo 16, inciso 1 de la Ley N° 25.326.” (p. 4).

7 Ver art. 4, ap. 7, art. 16 y art. 25, ap. 2 de la LDP, y art. 4, tercer párr, Decreto 1558/01. Y Comunicación “A” 4757/2008 del BCRA.

al que se vio sometido en su día estaba totalmente solucionado y resuelto desde hace años y carecía de relevancia actualmente”. Ante la negativa de Google de desvincular los resultados de búsqueda a su nombre, acudió a sede judicial donde se ordenó a Google desenlazar los resultados que afectaban su honor<sup>8</sup>.

Este derecho finalmente fue reconocido por la Unión Europea en el Reglamento General de Protección de datos (GDPR, art. 17) que comenzó a regir en 2018. También fue incorporado en las legislaciones internas de los países miembros, estableciendo las excepciones (de interpretación restrictiva) al olvido “hechos de corrupción, de terrorismo, de pedofilia o cualquier caso en que esté vinculado el interés público, la libertad de expresión e información” (Tomeo: 2014)

La justificación que legitime dicha pretensión debe estar fundada en diversos motivos “a) tratarse de informaciones obsoletas que carecen de interés actual; b) resultar informaciones que han sido olvidadas por la memoria colectiva, y cuya recordación no se encuentra fundada en intereses públicos o colectivos; c) ser informaciones que revelan datos sensibles del titular, y que han perdido su carácter ‘público’ por el transcurso del tiempo; d) resultar informaciones aptas por su contenido, para hacer conocer datos de su titular con virtualidad para establecer ‘perfiles’ que induzcan actitudes o tratos discriminatorios a su respecto, y que el paso del tiempo ha impedido sean recordadas, etc. (Peyrano, 2004 citado en Purricelli, 2017:10).

En Argentina, la impronta del “Caso Costeja” no ha sido aplicada por nuestros tribunales. Primero porque todos los conflictos relativos al tratamiento de datos personales de índole financiera y/o bancaria fueron oportunamente saldados mediante la aplicación de la LDP. Y segundo porque, desde el leading case «Rodríguez, María Belén»<sup>9</sup> hasta el mediático

«Denegri», en los cuales modelos y/o personajes públicos demandaron a los buscadores (Google y Yahoo) por vincular su nombre con sitios de contenido pornográfico y prostitución, además del uso indebido de su imagen y otros datos personales, la Corte Suprema ha sostenido que los buscadores de Internet solo son meros intermediarios y no deben responder por contenido ajeno, salvo cuando hayan tomado efectivo conocimiento de algún contenido potencialmente dañoso y ese conocimiento no sea seguido de un actuar diligente.

Esta posición confirma la responsabilidad subjetiva del buscador y que la actividad de este “importa el ejercicio pleno y regular de la libertad de expresión constitucionalmente protegida”. El máximo tribunal, al ponderar los derechos en juego, prioriza aquellos cultural e históricamente relacionados a nuestra sociedad: libertad de expresión y acceso de la información, como derechos humanos fundamentales para el mantenimiento de un robusto debate público democrático, aun a costa de ciertos excesos. Porque enfrente está el peligro de aplicar una censura que construya historias personales a medida y, por ende, una falsificación de la realidad social.

Esta visión, la diferencia de la posición del Tribunal Europeo, para el cual los buscadores son responsables de las actividades de encontrar, ordenar, almacenar y poner a disposición información y datos personales, al determinar los fines y medios de esas actividades. Al imponerles responsabilidad objetiva, el Tribunal protege a los ciudadanos ante los posibles resultados perjudiciales obtenidos obligando a las empresas a desvincularlos si resultan dañosos.

## Conclusiones

Brevemente, algunas anotaciones finales. La primera es asumir finalmente que tanto la comunicación como el derecho deben transformarse al ritmo de los cambios sociales que explican, describen y regulan. El carácter global y

<sup>8</sup> Días después de dictada dicha sentencia “Google puso a disposición de sus usuarios un formulario para que quienes decidieran ejercer este derecho lo solicitaran sin muchas complicaciones. También creó un consejo asesor, a fin de contar con lineamientos generales que les permitieran equilibrar los diversos intereses que se concentran en este tema. (Rosas: 2016)

<sup>9</sup> “Rodríguez, María Belén c/ Google Inc. s/ daños y perjuicios”, CSJN, 2014. Fallos: 337:1174. “Gimbutas, Carolina Valeria el Google Inc. s/ daños y perjuicios”. CSJN; 2017. Fallos 340:1236.

universal de la Red así como la velocidad, permanencia y fácil acceso de la información contenida en ella obliga a todos los actores involucrados -con responsabilidad primaria del Estado- a dejar de diagnosticar distopías amenazantes o futuros liberadores y trabajar en la concreción de mecanismos legales o instrumentos participativos que redefinan conceptos tradicionales para ser aplicados solo como ejercicio del derecho a Internet.

La actual laguna normativa es producto de una forma de pensar determinados institutos que se volvió obsoleta. Y la casuística es una manta corta. Prestadoras privadas de servicios digitales con contratos particulares de acceso para uso público están facultadas para ponderar derechos y bienes jurídicos, editar contenidos sin supervisión ni responsabilidad, relevar datos personales sin filtros ni formas de seguimiento, habilitar fuentes dudosas que viralizan noticias falsas o de interés público. Una libertad susceptible de causar daños y perjuicios irreparables y duraderos.

La respuesta no está en tal o cual regulación específica de ciertos derechos en juego, sino en la capacidad de volver a pensar el mundo con nuevos protagonistas. No se puede seguir viviendo con Internet como si Internet no existiera o peor aún, no entenderlo como lo que es: un riesgo para la libertad de los individuos por el enorme poder de información acumulado por las empresas que lo conforman. “Un poder que básicamente consiste, por un lado, en su capacidad de predecir los comportamientos de millones de personas – previo conocimiento, durante años, de sus intereses, de sus comunicaciones personales, de sus intercambios de opiniones, sus sitios favoritos, sus acciones profesionales, sus compras online, sus fotografías (...). Y por otro lado, en la generación de unos perfiles digitales que acompañen de por vida a los ciudadanos, determinando en muchos casos decisiones de su entorno profesional, etc. Este es el horizonte protegible de las nuevas versiones del derecho a la privacidad” (Azurmendi, 2016:136).

En estos últimos años hemos aprendido que ni la multiplicación de emisores asegura mayor libertad de expresión, ni la tolerancia de opiniones el triunfo de un discurso público, libre y transparente, ni la moderación de contenidos anti-sociales y antidemocráticos supone censura ni falta de neutralidad. La construcción normativa-comunicacional que legitimaba su funcionamiento en pos del debate democrático y plural, desconoce múltiples aspectos que condicionan la actual producción y circulación de ideas en el espacio público (2014: 306) y ha devenido en una vacancia que los dueños de internet usufructúan de modo insaciable.

En este sentido, la jurisprudencia nacional e internacional sobre la vulneración de derechos en el entorno digital nos propone pensar algunas soluciones. La primera es la necesidad de establecer una protección específica con pautas para el tratamiento de datos, contenidos informativos, tiempos de exposición y accesibilidad de los mismos, a fin de evitar perjuicios morales, económicos o profesionales. La segunda es una mayor celeridad de los mecanismos de indexación y/o supresión por parte de las empresas digitales, sin intervención judicial y al solo requerimiento de los involucrados. La tercera es la implementación de un control periódico por parte del Estado federal de las empresas digitales a fin de que los mecanismos legales creados y una autoridad de aplicación y control especializada (No el ENACOM), con competencias flexibles que les permitan adecuar su función a los constantes cambios en las modalidades de curación y moderación algorítmica del contenido. Y finalmente, en defecto de las anteriores, la creación jurisprudencial de la Corte Suprema de un estándar de interpretación constitucional aplicable como lo hizo con los medios de comunicación tradicionales (Campillay, Real Malicia y Amarilla), que equilibre los derechos fundamentales y los intereses económicos de los nuevos integrantes del ecosistema digital.

## Bibliografía

Abril y Pizarro Moreno, “La intimidad europea frente a la privacidad americana Una visión comparativa del derecho al olvido”, Revista para el Análisis del Derecho, Barcelona, Enero 2014.

Azurmendi, Ana (2016) Derecho de la Comunicación. Guía Jurídica para Profesionales de los Medios. Pamplona: Ediciones de la Universidad de Navarra.

Bárcena, José de Miguel, “Las transformaciones del derecho de la información en el contexto del ciberperiodismo”, Revista de Estudios Políticos, 173, julio/septiembre (2016), pp. 141-168; Bastera, Marcela (2012): Derecho a la información vs. Derecho a la Intimidad, Rubinzal Culzoni Editores, ps. 29-44;

Basterra, Marcela: Alcances de la tutela constitucional de la libertad de expresión. Los sitios de Internet, LA LEY, 2014-D, 36. Disponible AR/DOC/1702/2014;

Becerra, Martín; Waisbord, Silvio, "La necesidad de repensar la ortodoxia de la libertad de expresión en la comunicación digital". En Revista de Ciencias Sociales, Vol. 60, N° 232, 2021, pp. 295-313. Disponible en <https://ojs.ides.org.ar/index.php/desarrollo-economico/article/view/105>;

Jijena Leiva, Renato, "Internet, privacidad y derecho. Un desafío de cara al siglo XXI en el marco de la globalización", en Revista Electrónica de Derecho Informático, N.º 36. Disponible en [https://v2.vlex.cmlgobalredilredi\\_default.asp](https://v2.vlex.cmlgobalredilredi_default.asp);

Laje, Alejandro (2014): Derecho a la intimidad. Su protección en la sociedad del espectáculo. Buenos Aires, Astrea;

Loreto Corredoira y Alfonso y Lorenzo Cotino Hueso (2013) Libertad de Expresión e información en Internet. Amenazas y protección de los derechos personales, Cap. VI, pág. 455, Cuadernos y Debates N° 225, Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales;

Nino, Carlos (2002) Fundamentos de Derecho constitucional. Buenos Aires, Astrea;

Martínez de Pisón, José, "Vida privada sin intimidación. Una aproximación a los efectos de las intromisiones tecnológicas en el ámbito íntimo". Revista Derechos y Libertades, N° 37, Época II, junio 2017, 51-84;

Otero, Juan A. Privacidad en internet: el "derecho a saber más" como alternativa al "derecho al olvido", Diario Civil y Obligaciones Nro. 235 - 24.08.2020;

Peyrano, Guillermo, El tratamiento de datos personales extraídos de informaciones periodísticas, y su acceso a través de Internet. La protección de los datos personales y el derecho a la autodeterminación informativa, ante las nuevas formas de procesar y comunicar la información, "Estudios de Derecho – Estudios de Derecho Privado – Estudios de Derecho Público – Derecho Público y Procesal". Homenaje a la Facultad de Derecho de la Universidad Católica Andrés Bello en su 50 aniversario, Editorial Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, 2004.

Pérez de Acha, Gisela. Una panorámica sobre el derecho al olvido en la región. Santiago de Chile, 2015. Disponible en: <https://derechosdigitales.org/9324/una-panoramica-sobre-la-discusion-en-torno-al-derecho-al-olvido-en-la-region/>

Puccinelli, Guillermo, El 'derecho al olvido' en el derecho de la protección de datos. El caso argentino. Red Académica Internacional de Protección de Datos Personales. Revista Internacional de Protección de Datos Personales. Universidad de los Andes. Facultad de Derecho Bogotá, Colombia, No. 1. Julio – Diciembre de 2012.

Rosas, Israel. Google aclara cómo aplica el derecho al olvido. Disponible en: <https://www.fayerwayer.com/2014/>

Tomeo, Fernando (2014): El derecho al olvido en Internet, Buenos Aires, La Ley,

Torres Manrique, Jorge, Analizando el derecho fundamental al olvido a propósito de su reciente reconocimiento y evolución. Revista Misión Jurídica, Vol. 10 - Núm. 13/ Julio - Diciembre de 2017,

pp. 209 – 231. DOI: <https://doi.org/10.25058/1794600X.166>

Vaninetti, Hugo (2020): Derecho a la Intimidación en la Era Digital. Volumen 1, 2 y 3. Buenos Aires, Hammurabi.

# Marketing de Contenidos: Inteligencia Humana en vinculación con Inteligencia Artificial. Análisis del spot publicitario de Bizarrap

Moreno, Leonor del Carmen

Universidad Nacional de Tucumán

## Presentación del Trabajo

A lo largo del trabajo realizaré un análisis crítico de stop publicitario publicado por Bizarrap en la plataforma Instagram, para anunciar su primer show individual en Buenos Aires. <https://www.instagram.com/p/Cpv2kEPuR-Gi/?hl=es-la>

En primer lugar realizaré una descripción denotativa del material audiovisual seleccionado: el spot destaca en la implementación de la inteligencia artificial para convertir a su protagonista, Bizarrap, en animación, recorriendo lugares distintivos de Buenos Aires y formando él mismo la estructura para su show, luego se muestran imágenes reales capturadas en sus shows y cierra con la información principal de su primera fecha en la ciudad; esto es una simple enunciación de algunos de los elementos que se pueden describir del material.

Posteriormente haré una lectura connotativa, en donde analizaré la vinculación entre la Inteligencia Artificial y la Inteligencia Humana, a través del Marketing de Contenido, que hace uso del spot para potenciar las estrategias comunicativas a la hora de vender el recital, apela a muchos elementos para empatizar con su público y lograr su objetivo final.

## Propósito

Los aportes que busco realizar con el trabajo es profundizar el estudio sobre la Inteligencia Artificial y el rol que ocupa en el desarrollo de una campaña de publicidad. Mi objetivo es destacar la importancia de la inteligencia humana, que gracias a sus capacidades empáticas, involucra sentimientos y logra generar estrategias de valor para captar al cliente.

Es decir, que la IA, por lo pronto es un instrumento para que los profesionales de la comunicación desarrollen e implementen eficazmente su propuesta diferencial.

## Preguntas principales

¿Cuál es el rol que ocupa un profesional de la comunicación en la publicidad de una marca?

¿Qué aportes genera la Inteligencia Artificial al desarrollo de una campaña publicitaria?

¿Cuál es la diferencia entre la Inteligencia Artificial y la Inteligencia Humana?

¿Cuál es el propósito de trabajar con el Marketing de Contenidos?

## Estratégicas Teóricas Metodológicas

### Lectura denotativa



Para iniciar el análisis del spot seleccionado, me introduciré en una lectura denotativa.

El material audiovisual se crea con el fin de anunciar el primer show del joven artista en Buenos Aires, se lanza el 13 de Marzo del corriente año a través del perfil de Instagram del productor musical.

La pieza presentada innova con la utilización de la Inteligencia Artificial para transformar al artista en una animación gigante.

El Biza animado hace su aparición desde una pantalla gigante de las históricamente ubicadas en la intersección de las avenidas 9 de Julio y Corrientes.

Luego de esta secuencia, en pantalla se visualiza a una persona mayor, que en un bar lee un antiguo diario de papel, que aparenta tratarse del Diario Clarín, pero, en el lugar de su nombre se coloca "Biza" como nombre del periódico junto a la clásica imagen del hombrecito tocando el instrumento de viento. A su paso gigante todo vibra alrededor como si se tratara de Godzilla caminando por CABA.

Posterior, la animación, se viste con los accesorios que lo identifican; quita de la punta del Obelisco su típica gorra de visera. Allí toma sus lentes de sol del techo del Teatro Colón, y se lanza a caminar, pasando por la explanada de la Facultad de Derecho en Recoleta, para luego tomar sus auriculares que estaban colocados sobre el techo del Planetario.

Al llegar al campo del Hipódromo, la animación dibuja un escenario y hace uso de superpoderes, con fuego y agua lanzado por sus dedos, completa su creación y agrega luces, al ritmo de su BZRP Music Sessions #51 con Villano Antillano.

Luego de esta presentación, muestra en pantalla un mensaje directo "BZRP live tour,, y se muestran pantallazos de tomas reales de sus distintos shows, en donde se ve al artista tocar y a los asistentes bailar y cantar al compás de sus Sessions.

El spot cierra con la información de su presentación:

**“BZRP**

**20 de Abril**

**Hipódromo de Palermo**

**BS. AS.//// ARGENTINA”**

Acompañado de los logos de los sponsors del show: Adidas, Globant, Mercado Libre Argentina, Shell Argentina, Alto Palermo, Cerveza Brahma, Dr. Lemon Argentina.

### **Lectura connotativa**



Ahora bien, en cuanto a la lectura connotativa hay distintos elementos para analizar:

- El marketing 5.0
- Marketing de contenidos
- La inteligencia artificial
- Venta emocional

- La inteligencia artificial vinculada con la inteligencia humana
- Customer experience

El spot se sirve de diversos elementos tecnológicos para impactar, con los conocimientos humanos potencia las inteligencias utilizadas y se presenta como la puesta en acción del Marketing 5.0, la cual:

*Por definición, es la aplicación de tecnologías que imitan a los humanos para crear, comunicar, entregar y mejorar el valor. a lo largo del recorrido del cliente. Uno de los temas críticos del marketing 5.0 es lo que llamamos la próxima tecnología, que es un grupo de tecnologías que tienen como objetivo emular las capacidades de los especialistas en marketing humanos. Incluye IA, PNL, sensores, robótica, realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR), IoT y blockchain. Una combinación de estas tecnologías es el habilitador de Marketing 5.0. (Kartajaya, Setiawan, & Kotler, 2021, pp. 19-20)*

En relación a esto último, me parece considerable aclarar que en este trabajo se vincula la inteligencia artificial a la inteligencia humana para potenciar un anuncio publicitario, pero, como especialistas en el tema debemos estar atento a lo que propone la IA para poder conocer sus pros y sus contra, sus limitaciones y sus amenazas; para reconsiderar el rol en el que nos deja como profesionales de marketing, ya que, si bien genera muchos beneficios también ofrece la posibilidad de prescindir de tareas humanas.

Ahora bien, en relación al spot es necesario revisar cómo apela a lo emocional para lograr conectar, pone en el centro de atención a lugares emblemáticos de Buenos Aires, hace parte del anuncio a personas mayores, a elementos como el diario de papel que si bien el público final de esta publicidad no lo consume, lo tiene en su memoria emotiva.

A lo largo del video logra llevar a los usuarios por una experiencia compartida con el Biza animado. Si observamos en detalle la última parte, vemos como los especialistas que desarrollaron el spot ven la necesidad de dejar de lado la creación animada, y visualizar imágenes reales de los shows del artista, de esta manera hace parte real a los consumidores de la venta misma del concierto. Esto se involucra directamente con lo explicado por “Byung-Chul Han (2021) en su libro “No-cosas: quiebras del mundo de hoy,, en el segundo apartado titulado “De la posesión a las experiencias,, el filósofo plantea que consumir hoy información es experimentar. Además de afirmar que la libertad es ahora la experiencia en el sentido consumista. Consumimos experiencias y contenido informativo de una marca por encima del valor de uso de las cosas, es decir la economía de la experiencia hoy sustituye a la economía de la cosa. En el panóptico digital representamos y construimos la identidad del ser humano a partir de la producción de información digital.

La Inteligencia Artificial es la novedad del anuncio publicitario presentado, pero a su vez, deja a la luz el valor de la conexión humana que se requiere para conectar con los destinatarios. Por ello, “Nadie sabe “cómo los especialistas en marketing experimentados extraen conocimientos y desarrollan sabiduría. Y los tecnólogos no han logrado construir una máquina que pueda establecer una conexión a nivel humano con los clientes,, (Kartajaya, Setiawan, & Kotler, 2021, p. 22).

Es interesante revisar estos aspectos, ya que actualmente se difunde la idea de que la IA todo lo conoce, todo lo logra y desarrolla eficientemente; pero hay un punto diferencial en donde la inteligencia humana gana lugar, por el momento, y es en el poder emocional, en la capacidad de empatizar que podemos desarrollar y de la que la tecnología carece.

Además, considero importante ir más allá y no solo realizar la lectura de lo que se muestra gracias a la inteligencia artificial (como la animación del protagonista) sino también la utilización de la IA para la investigación previa que realizaron los especialistas para lanzar el anuncio; no es inocente el medio de difusión que utilizan para promocionar este evento. En vista de que, “la IA puede agrupar a los clientes en grupos, lo que permite a las empresas realizar segmentación y focalización del mercado basada en datos,, (Kartajaya, Setiawan, & Kotler, 2021, p. 106).

De igual modo, en el spot deja ver cómo se utiliza el marketing de contenidos, que según Kartajaya, Setiawan, & Kotler (2021) es una combinación de entretenimiento, educación e inspiración para llamar la atención de los destinatarios, que según Kotler, se define como aquel marketing que tiene como principio fundamental definir a la audiencia para que los profesionales puedan diseñar contenido que sea interesante, relevante y útil. Por lo tanto, la orientación a la audiencia es vital.

El audiovisual envía un mensaje impactante, donde la música actual avanza frente a las generaciones pasadas, a paso firme se desarrolla y forma su identidad (como lo representa la animación al vestirse), crea su propio lugar (el escenario) y brinda una experiencia única a través de la música (como se presenta en la última parte del video).

Podemos observar como el elemento clave en la estrategia comunicacional y publicitaria es la Economía de la Experiencia. En donde, “las nuevas formas de interactuar con un producto son ahora más atractivas que el producto en sí. La clave para ganar la competencia ya no reside en el producto, sino en cómo los clientes lo evalúan, compran, usan y recomiendan” (Kartajaya, Setiawan, & Kotler, 2021, p.116).

Los profesionales que desarrollaron el spot utilizaron la Inteligencia Artificial para innovar, para recolectar datos, segmentar, y agilizar las tareas, y a través de las diferentes estrategias mencionadas utilizar complementariamente la Inteligencia Humana para lograr crear un discurso final que conecte con su público.

De esta manera podemos decir, que tanto la Inteligencia Artificial como la Inteligencia Humana se complementan para obtener mejores resultados.

## **Conclusión**

La inteligencia artificial es uno de los desarrollos más mencionados en la actualidad así como también lo son los prejuicios y temores alrededor de ella.

El desconocimiento que existe sobre la Inteligencia Artificial genera miedo y rechazo en muchas personas; se divulgan mensajes en su contra asegurando que reemplazará el trabajo humano. En este sentido es importante que los trabajadores revaloricen sus acciones, ajusten sus tareas y saquen provecho de estas herramientas para potenciar sus actividades.

Retomando una de las preguntas principales que dió origen a este análisis:

“¿Cuál es el rol que ocupa un profesional de la comunicación en la publicidad de una marca?,,

Es oportuno intentar responder de la siguiente manera: “La automatización es un trampolín para llevar nuestra creatividad al siguiente nivel,, (Kartajaya, Setiawan, & Kotler, 2021, p. 119).

Los aportes que realiza la IA en la sociedad son diversos, los resultados que obtengamos va a depender de los usos que se le de en base a los objetivos que se planteen. De igual manera, “la clave es que esas empresas deben tener especialistas en marketing que entiendan cómo diseñar una estrategia que aplique la tecnología adecuada para varios casos de uso de marketing” (Kartajaya, Setiawan, & Kotler, 2021, p. 22).

Ahora bien, en cuanto a la diferencia entre inteligencia artificial, como antes se mencionó, está en lo sentimental, en lo emocional y valioso del pensamiento humano que deja de lado el cálculo y los datos, ya para eso está la IA, para enfocarse en impactar, en conectar y seducir.

Relacionado a esto, menciona Han (2021) en el apartado del libro titulado “Inteligencia artificial,, que la inteligencia artificial no piensa porque le falta espíritu. El pensamiento escucha y pone atención, la inteligencia artificial es sorda, es apática, pues solo calcula, y procesa hechos predeterminados.

Ésta última cita es cuestionable y debatible, ya que la perspectiva puede variar en relación a lo que se considera “pensar,, según esta perspectiva, se argumenta que la capacidad de pensar y tener conciencia está relacionada con la existencia de un “espíritu” o una esencia no física que la inteligencia artificial no posee.

Ahora bien, realizada esta aclaración y dejando de lado cuestiones filosóficas y metafísicas, si es cierto que la capacidad empática que tiene el ser humano si marca una diferencia entre la IA, otra diferencia importante es la adaptabilidad y flexibilidad que poseen los humanos, y el entorno del marketing que es dinámico y cambiante, necesita de estas habilidades para poder llevar a cabo proceso creativos. Además la inteligencia humana tiene la posibilidad de conectar a nivel humano con el cliente, algo fundamental.

Ahora bien, aunque la inteligencia artificial ha demostrado avances significativos en áreas como el procesamiento de datos y la toma de decisiones basada en algoritmos, su capacidad de discernimiento aún es limitada en comparación con la inteligencia humana.

La IA carece de la subjetividad, la intuición y la capacidad de evaluar situaciones desde una perspectiva ética, emocional y contextual que los humanos poseen.

Los humanos tienen la capacidad de evaluar el impacto social, ético y emocional de sus decisiones. Esta capacidad de discernimiento se basa en la experiencia, el conocimiento y la capacidad de comprender el mundo en su complejidad.

En este sentido, si bien la inteligencia artificial puede ayudar a los humanos en el proceso de toma de decisiones al proporcionar datos y análisis objetivos, sigue siendo necesaria la intervención humana para aplicar el discernimiento y la sabiduría necesarios para evaluar la información y tomar decisiones informadas y éticas en situaciones complejas y cambiantes.

Lo cierto es que, la inteligencia artificial se encuentra en desarrollo y hay muchos aspectos por descubrir, pero, podemos decir que en este escenario, que el marketing de contenidos es el punto de unión estratégico entre la Inteligencia Artificial y la Inteligencia Humana para poder sacar provecho de ambos elementos; es decir, que se parte de datos necesarios para poder desarrollar una campaña eficaz que logre empatizar con el público objetivo y obtener la meta deseada.

El futuro es incierto, pero sabemos que los desarrollos tecnológicos avanzan a pasos agigantados. Entonces, en este escenario es necesario que como profesionales de la comunicación nos formemos, capacitemos, estudiemos los desarrollos tecnológicos y nutramos nuestra capacidad creativa y emotiva, para estar, por el momento, lo suficientemente preparados para sacar provecho de los desarrollos tecnológicos sin tener que dar un paso al costado en nuestra labor profesional.

## **BIBLIOGRAFÍA**

(2021). No-cosas: Quiebras del mundo de hoy. Taurus.Han, B. C.

Kartajaya, H., Setiawan, I., & Kotler, P. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. John Wiley & Sons.

# La inteligencia artificial: entre la creatividad artificial y la creación de una nueva realidad visual

Romina Torasso  
rominatorasso@filo.unt.edu.ar

**Universidad Nacional de Tucumán**

## Introducción

Nuestro tiempo es reamente fascinante, el uso de las nuevas tecnologías está promoviendo el surgimiento de nuevas formas de comunicación. Es cada vez mayor la frecuencia evolutiva de la tecnología que divide al mundo en un antes y un después.

La Inteligencia Artificial y el Big Data son las piezas fundamentales detrás de una variedad de innovaciones tecnológicas que conforman el entorno digital actual. La inteligencia artificial está en absolutamente todo, tanto en el contenido que manejan las empresas como en el día a día de nuestras vidas y viene protagonizando una revolución equiparable a la que generó en su momento internet.

Es frecuente realizar compras por internet y mientras nos encontramos buscando nuestro producto comienzan a aparecer opciones similares; esto es provocado por el Machine Learning, una tecnología de inteligencia artificial que permite que los dispositivos electrónicos tomen decisiones basadas en datos.

Cuanto mayor sea la cantidad de información a la que puedan acceder los sistemas de Inteligencia Artificial, mayor será el aprendizaje de las máquinas, lo que permitirá optimizar los resultados y lograr mayor precisión y eficiencia.

La principal característica es la capacidad de comprender las palabras y conceptos formuladas por el usuario para luego, transformarlas en imágenes.

Esta tecnología, al ser cada vez más sofisticada e integrada, está provocando grandes cambios sociales y económicos. De hecho, como especie podríamos estar evidenciando una nueva revolución en nuestra historia, en la que las capacidades del ser humano han venido promoviendo grandes transformaciones tecnológicas que permiten a los sistemas computarizados conectar con el mundo más allá de los sentidos naturales.

## Hacia una nueva realidad visual

Estos avances suponen un punto de inflexión en la capacidad de las IAs. Hasta ahora la creatividad artística era considerada una actividad propia del hombre, donde recrear un aspecto de la realidad con un fin comercial o estético era un terreno reservado solo para los seres humanos, pero eso está cambiando.

Tal es el caso de OpenAI, un laboratorio de investigaciones centrado en la investigación y desarrollo de proyectos de inteligencia artificial, creado en el año 2015 y con sede en San Francisco.

Con la presentación de su programa DALL-E, (un acrónimo del surrealista Salvador Dalí y WALL-E de Pixar) la compañía hizo posible crear imágenes inauditas y arte realista a partir de un texto descriptivo, combinando una serie de atributos, conceptos y estilos.

En el caso de DALL-E-1 se basó en dos tecnologías de lenguaje, GPT-3 y GANS, ambas propias del machine learning.

Al ingresar en el programa una descripción simple de palabras como „cafetera + aguacate“, la herramienta posibilita producir aleatoriamente una combinación capaz de generar por sí misma un resultado visual con resultados impresionantes.



Ejemplos generados por DALL-E / Fuente: OpenAI

DALL-E está lejos de ser un banco de imágenes: las imágenes se crean a partir de descripciones textuales y tomando como punto de partida un texto, la aplicación crea imágenes a partir del significado de las palabras, generando una gran cantidad de imágenes en respuesta a unas indicaciones.

Primero realiza una recopilación de datos para crear una base, que cuanto más extensa sea, mejor serán los resultados, luego se prueba con imágenes para crear una relación con cada palabra.

DALL-E puede crear imágenes de objetos realistas, así como objetos que no existen en la realidad, manipular y reorganizar objetos en sus imágenes y es capaz de generar imágenes en una variedad de estilos, fotorealismo, pinturas y emoji.

Si queremos ver a David Bowie cocinando o a Donald Trump comiendo pizza, el programa puede hacerlo por nosotros, con un resultado un tanto perturbador pero no por eso menos fiel a la representación del “input” introducido.



Ejemplos generados por DALL-E de David Bowie cocinando y Donald Trump comiendo pizza Fuente: Fuente: OpenAI

## Como trabaja DALLE-2

La inteligencia artificial ha tomado un enfoque más visual gracias al Deep Learning . A diferencia de DALLE, esta segunda versión cuenta con hasta cuatro veces más de resolución y trabaja en base al aprendizaje profundo, técnica que más se acerca a la forma en la que aprendemos los humanos y está inspirado en nuestro cerebro.

Esta tecnología fue desarrollada para procesar información basándose en el cerebro humano, siendo el objetivo que imite el comportamiento de las neuronas en funciones de aprendizaje, razonamiento y toma de decisiones. Es el encargado de imitar la percepción humana y la conexión entre neuronas.

Con la AI se pretende imitar el funcionamiento de las neuronas humanas y resolver diversos problemas basados en el comportamiento humano a través de mecanismos matemáticos y lógicos.

Esto se logra mediante las redes neuronales artificiales, que al igual que las redes neuronales de nuestro cerebro emulan su comportamiento y se agrupan para ejecutar tareas complejas y luego ser entrenadas según el objetivo.

Los avances en DALL-2 son notorios, ya que permite lograr imágenes mucho más precisas que coinciden con el mensaje de texto e incluso permite modificarlas para incorporar diferentes estilos, siendo aún más específico que su antecesor.



DALL-E 1



DALL-E 2

„un cuadro de un zorro sentado en un campo al amanecer al estilo de Claude Monet”, el segundo con mayor nitidez y calidad // Fuente: OpenAI

El objetivo principal de los creadores es lograr que DALLE-2 pueda conectar la visión y el lenguaje, percibiendo el mundo de igual manera que lo hacen los humanos.

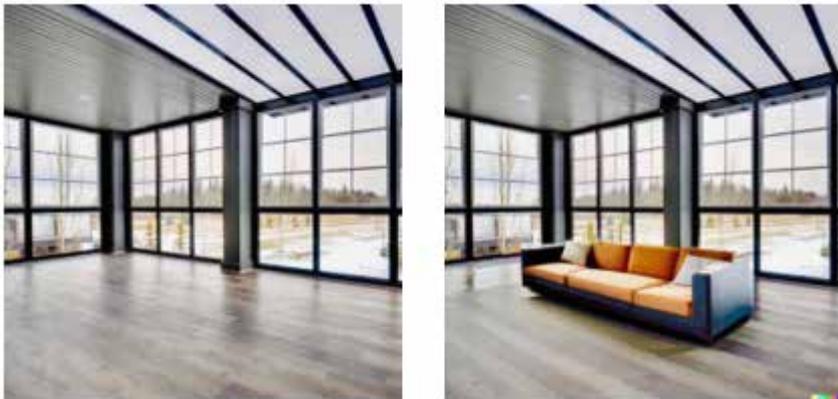
Por primera vez en abril de 2022 evidenciamos un sistema tan avanzado, capaz de generar cualquier cosa posible a través de texto, un sistema de inteligencia artificial haciendo el trabajo que realiza un artista, un diseñador o un fotógrafo, logrando resultados sorprendentes en cuestión de segundos.

Esta inteligencia artificial puede crear imágenes y arte digital y cualquier contenido que el usuario le plantee porque ha sido entrenada para aprender la relación entre las imágenes y el texto usado para describirlas.



DALL-E 2: „Un astronauta montado a caballo en estilo fotorrealista“ / Fuente: OpenAI

Puede agregar y eliminar elementos teniendo en cuenta las sombras, los reflejos y las texturas.



DALL-E 2 en IMAGEN ORIGINAL - EDICION DALL-E 2 / Fuente: OpenAI

Además es posible elegir una imagen y crear diferentes variaciones inspiradas en la imagen original.



1º imagen original „La joven de la perla, de Johannes Vermeer.

2º y 3º imagen con variaciones realizada por DALL-E 2. / Fuente: OPENAI

## Imagen, el nuevo proyecto de IA de Google

El revuelo causado por DALL-E 2 provocó la reacción de Google que se apresuró a lanzar IMAGEN, su propio proyecto de IA, similar al de la competencia pero más enfocado a la generación de imágenes realistas y superior en calidad y definición.

Al igual que DALL-E 2, también fue construido a partir de grandes modelos lingüísticos para lograr un mayor entendimiento del lenguaje que maneja su tecnología y trabaja con modelos de difusión para lograr imágenes con mayor fidelidad.



Foto 1: « Un retrato de alto contraste de un panda feliz vestido como chef en una cocina haciendo masa. »; Foto 2: „una galería de arte con obras de Monet. La galería está inundada. Robots se mueven por la galería utilizando tablas de Paddle board“» / Fuente: Imagen

## Como OpenAI y Google evitan generar herramientas de discriminación

Detrás de cada búsqueda que realizamos en la web e incluso mediante el uso de programas o aplicaciones, hay algoritmos que se convierten en herramientas de discriminación y reproducen sesgos y estereotipos de raza o religión, entre tantos otros. OpenAI pretende derribar el mito que postula que la tecnología es objetiva e imparcial y por ello busca garantizar su correcto uso en pos de beneficiar a toda la humanidad, empoderando a las personas para que se expresen de forma creativa.

A la fecha, agosto de 2022, DALLE 2 continúa en su versión beta permitiendo que millones de personas sean generadoras de nuevas imágenes. La compañía eliminó el contenido explícito de los datos de entrenamiento para evitar que se generen imágenes violentas, de odio, racistas o para adultos, evitando además que se generen versiones fotorrealistas de IA de rostros de personalidades públicas o famosos.

Por su parte, Google ha decidido trabajar de manera cerrada en su avanzada tecnología y por ello mantenerla completamente aislada, evitando publicar los códigos o hacer demostraciones públicas sobre la generación de las imágenes, permitiendo que actualmente solo esté disponible como documento científico.

A pesar de las buenas intenciones, este tipo de tecnología es difícil de implementar de manera responsable. Cuando nos exponemos al uso de una nueva tecnología, nos enfocamos en sus usos más gratificantes ignorando como podría ser mal utilizado en manos de compañías no tan escrupulosas.

Como el caso de Midjourney, una IA similar a DALLE 2 pero con un enfoque más artístico y sin ningún tipo de censura, al

igual que Stability. Ambas buscan generar ideas innovadoras para convertirlas en soluciones, sin miedo de ir en contra de las normas establecidas, explorando la creatividad y anteponiendo la innovación por encima de la tradición.



Foto 1: Ejemplos de Midjourney. Fuente:silocreativo.com. / Foto 2: Ejemplos de Stability. Fuente:Stability

## Hacia una creatividad artificial

Cada vez son más las IAs que impulsan una revolución visual con ilustraciones e imágenes realistas. A las anteriormente nombradas se suman Make a Scene de Meta, Nuwa de Microsoft y muchas más que día a día se abren camino.

Se ha vuelto casi imposible diferenciar las imágenes reales de las generadas por una IA, es por eso que debemos comenzar a preguntarnos cuales son las implicaciones que puede llegar a tener esta tecnología para fotógrafos, creativos, diseñadores o ilustradores y como la nueva capacidad artística de la inteligencia artificial pone en la mira la noción de creatividad.

A la fecha, lo que estos sistemas permiten, es seguir amplificando la creatividad humana proporcionando herramientas que permiten optimizar el tiempo y las tareas.

Tal es el caso del proyecto desarrollado por la Revista Cosmopolitan para generar la primera portada creada por una inteligencia artificial y que lanzó el pasado 21 de junio de este año.

Editores de la revista, integrantes de OpenAI y una artista digital se unieron en busca de la portada perfecta para la tapa de la tradicional revista.

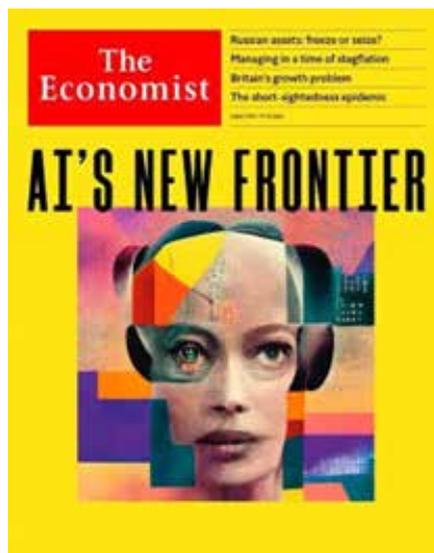
Al compartir el proceso de trabajo, la artista Karen X. Cheng hizo referencia a la complejidad del proyecto y los nuevos desafíos a los que se exponía hasta poder dar con las palabras exactas que describían la imagen que ella quería obtener, teniendo en cuenta ángulos de cámara específicos, tipos de lentes y condiciones de iluminación.



Una toma de gran angular desde abajo de una mujer astronauta con un cuerpo femenino atlético caminando con arrogancia hacia la cámara en Marte en un universo infinito, arte digital de onda sintética

Portada Revista Cosmopolitan / Fuente: Cosmopolitan

Por su parte la revista The Economist, también generó posteriormente una portada con Dall-E 2 para su número especial sobre inteligencia artificial.



Portada Revista The Economist: „AI's New Frontier“ diseñada por DALL-E / Fuente: The Economist

La empresa Ferrero, fabricante de Nutella, trabajó con la agencia de publicidad Ogilvy italia en el proyecto titulado „Nutella Unica“, diseñaron una serie de patrones con combinaciones de líneas, formas, lunares y zigzags junto a un algoritmo que mezcló los colores logrando diseñar la primera edición limitada con siete millones de combinaciones y frascos diferentes, dándole a cada uno un código de identificación personalizado para garantizar que no haya dos etiquetas iguales.



Portada Revista The Economist: „AI’s New Frontier“ diseñada por DALL-E / Fuente: The Economist

## Conclusiones: Una vuelta de rosca a la creatividad

Propuestas como DALL-E 2 o IMAGEN, entre tantas otras, pueden llegar a convulsionar industrias enteras y alterar la forma en que pensamos la creatividad. Al ritmo a cómo van los tiempos y cuando estas tecnologías sean de dominio público y estén integradas a los dispositivos que usamos, vamos a pensar en ellas como el inicio de una evolución creativa. Esto puede terminar afectando la forma en que percibimos la creatividad y la forma en la que interactuamos con ella. La línea que separa la creatividad de las máquinas, lo que nos determina como especie, comienza a desdibujarse.

Cuál será el impacto que tendrá en la noción de inspiración y en lo que se percía como su resultado?

Para Walter Benjamin, la reproductividad técnica devaluó la obra de arte y difuminó su aura, esa especie de “alma” que hace que una obra auténtica solo pueda existir en un lugar y momento determinado.

Para el autor, el arte se rinde ante la reproducción mecánica y pierde lo que este denomina aura, confrontando al ser humano y su naturaleza con los objetos.

Tendríamos que preguntarnos si eso pasa de igual forma con la creatividad digital, que se interpone entre el hombre y el mundo, convirtiéndose en unidades reduccionistas que solo muestran lo que las audiencias prodigan ver.

¿Podrá el hombre dotar a la inteligencia artificial de una conciencia creativa que le permita expresar más allá de los parámetros y secuencias impuestas y generar un propio valor aurático a sus creaciones?

Para que una súper inteligencia sea posible y adquiera la capacidad del cerebro humano, deberá igualar o superar la capacidad de información de ese órgano y contar con el soporte tecnológico necesario para hacerle efectiva.

Solo así se conocerán los secretos tan poderosos que encierra el cerebro humano, siendo fuente de inspiración para nuevas innovaciones.

## Referencias:

Schwab, Klaus (2021) La cuarta Revolución Industrial. Editorial Debate.

Benjamin, W. (2013): La obra de arte en la era de su reproducción mecánica, Buenos Aires, Amorrortu.

Puro Marketing (21 de febrero de 2022) Inteligencia Artificial y Publicidad. <https://www.puromarketing.com/126/36042/inteligencia-artificial-publicidad-mejor-esta-llegar.html>

[https://elpais.com/retina/2019/03/20/innovacion/1553091666\\_474946.html](https://elpais.com/retina/2019/03/20/innovacion/1553091666_474946.html)

Designership (01 de marzo de 2021) Algorithm-Driven Design. <https://thedesignership.com/resource/algorithm-driven-design>

BBVA OpenMind. La inteligencia artificial y el futuro del trabajo: una perspectiva china.

<https://www.bbvaopenmind.com/articulos/inteligencia-artificial-y-futuro-del-trabajo-perspectiva-china/>

<https://openai.com/dall-e-2/>

<https://marketing4ecommerce.net/asi-es-imagen-el-proyecto-de-ia-de-google-para-competir-con-dalle-2/>

<https://www.artnews.com/art-news/news/new-ai-technology-dall-e-2-1234625354/>

[https://as.com/meristation/2022/06/23/betech/1655991441\\_077343.html](https://as.com/meristation/2022/06/23/betech/1655991441_077343.html)

<https://www.elmundo.es/tecnologia/2022/06/10/62a314d0e4d4d8522f8b457e.html>

<https://www.codificandobits.com/blog/autoencoders-explicacion-y-tutorial-python/>

<https://www.zendesk.com.mx/blog/machine-learning-deep-learning-diferencias/>

<https://www.campusbigdata.com/big-data-blog/item/165-gpt-3-un-paso-mas-cerca-de-la-inteligencia-artificial>

<https://hipertextual.com/2022/05/dall-e-2>

<https://www.codificandobits.com/blog/autoencoders-explicacion-y-tutorial-python/>

**MESA 13**

# Comunicación y Educación

# La performance artística como herramienta de intervención pedagógica

Sandra Galvalicio  
sgalvalicio@gmail.com  
Daniel Esteban Zanetti  
dezanetti@unsl.edu.ar  
Gerardo Putelli  
gap1061@gmail.com)

**Universidad. Nacional de San Luis**

## Introducción

El presente trabajo está enmarcado en el Proyecto de Investigación PROICO: “Comunicación y Teatro: Deconstrucción del acontecimiento teatral argentino en torno a los DDHH” de la Universidad Nacional de San Luis. El mismo intenta poner en valor la dimensión comunicativa, expresiva y didáctica pedagógica, de la performance artística, en el ámbito de la educación superior, desde una perspectiva sensible, reflexiva e integradora.

Es una invitación a repensar algunos métodos de enseñanza en la educación superior, ofreciendo propuestas más amplias y creativas, a partir del diseño y la intervención pedagógica desde la acción artística performática.

La propuesta versa en la comunicación de una experiencia educativa, artística, estética y sensible concreta: Una intervención artística performática en la educación superior, desarrollada en el Profesorado Universitario en Educación Primaria en la localidad de Tilisarao provincia de San Luis, a 150 km de la ciudad capital, en la materia: Dificultades de Aprendizaje e Intervención Pedagógica de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis.

Experiencia Educativa, entendiendo el contexto de desarrollo y la generación de saberes y conocimientos que se obtiene, en un primer momento a partir de la investigación / reflexión artística, y también el conocimiento que se materializa en el diseño, la construcción y la acción de dicho constructo artístico.

Experiencia Artística, en tanto, son los lenguajes artísticos escénicos y visuales, los que emergen como los principales elementos que nutrirán la experiencia educativa.

Experiencia Estética, entendiendo la estética, no como una construcción hegemónica universalmente aceptada, sino como un acuerdo colectivo del gusto, en donde convergen variedad de subjetividades.

Experiencia Sensible, desde una mirada sensitiva del arte a partir de búsquedas, reflexiones y acciones que tienen como fin, materializar en un objeto artístico visible, la interioridad de los sujetos y las diferentes maneras de ver el mundo.

Un espacio para la reflexión propia y del otro y una manera particular de conocer, en ofrecer alternativas didácticas, a partir de la creación artística integradora, que permitan el desarrollo de la creatividad y el pensamiento crítico.

## Contexto

El Profesorado Universitario de Enseñanza Primaria surge a partir de la posibilidad de presentar un proyecto de Territorialidad de Nación, para sacar la Universidad del espacio y llevarla a las localidades del interior. Desde esta perspectiva, se establecieron comunicaciones con el municipio de la localidad de Tilarao, quienes habían demandado la carrera anteriormente. En el marco del proyecto de Territorialidad y en articulación de la Universidad Nacional de San Luis y la Municipalidad de Tilarao, se decide, en el año 2017, crear la carrera: “Profesorado Universitario de Enseñanza Primaria”, bajo la modalidad presencial y “a término”.

Más tarde, por decisiones políticas la carrera abrió una segunda cohorte en el año 2021, en la misma localidad de Tilarao y con un triple acuerdo entre: la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis, la Municipalidad de Tilarao y la Cooperativa Telefónica, donde funciona el Centro Universitario de la UNSL.

El Valle de Conlara, donde se encuentra la localidad de Tilarao, es un valle agroganadero muy rico, pero no tienen una oferta académica que les permita tener carreras universitarias o carreras técnicas superiores para insertarse en el mercado laboral, tampoco hay cines, teatros, ni expresiones culturales a los que pobladores puedan asistir, es por esto que la carrera ha tenido gran aceptación y ha sido muy demandada. Al inicio, se inscribieron 370 alumnos; si bien el cupo inicial era de 80 ingresantes se decidió ampliarlo a 100, y actualmente el profesorado tiene aproximadamente 69 alumnos no solo de la localidad de Tilarao sino también de pueblos vecinos.

Los equipos docentes están conformados entre dos y tres profesores, que son los que participaron en el armado de los contenidos mínimos; cada materia dictada en la carrera tiene un equipo de al menos tres docentes.. Es importante destacar que los profesores lo hacen por voluntarismo y por el deseo de colaborar en la formación de maestros.

Es alto el porcentaje de estudiantes que se presentan en el profesorado luego de algunas “frustraciones” en sus pretensiones de formación profesional. Esto en parte responde a problemas económicos y/o sociales, que han impedido continuar con estudios en otras localidades, no les fue posible sostener la carrera.

También, emerge como un elemento importante, que muchos estudiantes, no han tenido la oportunidad de trasladarse a otros centros de capacitación. Es decir, no les fue posible comenzar algún trayecto de formación, y resignado sus aspiraciones por una salida laboral por la premura económica.

Desde la presente contextualización social, económica, política y académica, es posible inferir la importancia, para la región, de la presencia universitaria con una carrera formación.

## Desarrollo

Esta propuesta intenta poner en elevación la dimensión comunicativa y expresiva del arte en el ámbito educativo, desde una perspectiva integradora.

Es una invitación a repensar algunos métodos de enseñanza, ofreciendo propuestas más amplias y democráticas, a partir de la creación de objetos artísticos performáticos. Es ofrecer alternativas didácticas, a partir de la creación artística integradora, que permitan el desarrollo de la creatividad y el pensamiento crítico.

Encontramos en la creación performática, una alternativa para la construcción artística y colectiva en el aula, como también un espacio para el desarrollo de las dimensiones creativas, comunicativas y expresivas de nuestros estudiantes desde un enfoque crítico de la sociedad.

La performance es entendida como un canal que posibilita la intervención experiencial en un tiempo y espacio determinado, allí el estudiante a diferencia del teatro convencional, no ocupa únicamente el lugar del espectador pasivo, sino que hace parte de la acción contrastando su carácter social, con las relaciones y experiencias que se gestan

de este dispositivo en entornos educativos.

Diana Taylor y Richard Schechner, reconocen características en común frente a la naturaleza de la performance y sus posibles campos de acción. Para Taylor, la performance se relaciona con los “acontecimientos como danza, teatro, rituales, protestas políticas, funerales, etc., que implican comportamientos teatrales, predeterminados o relativos a la categoría de ‘evento’” (Taylor & Schechner, 2008, pág. 30) mientras que para Schechner “El término performance también significa combinación, mezcla de elementos artísticos y campos diversos, como la danza, la música, las artes plásticas o el teatro” (Marulanda Martínez 2020, pag. 17). Según Cruz Sanchez y Hernández Navarro plantean que el cuerpo se puede entender como un sitio, un lugar nada neutral, ni pasivo, sino más bien obsesivo en el que convergen y se proyectan a la vez discursos críticos y prácticas artísticas que nos llevan a hablar, por un lado, de la experiencia individual del cuerpo (la esfera de la experiencia individual), pero también de un cuerpo social, de un cuerpo rasgado y exhibido como un espectáculo, en suma de un cuerpo político a la esfera pública de la experiencia.

En este sentido consideramos que la performance puede ser, en el ámbito educativo, un canal de expresión de mundos interiores y un modo particular de decir, otro modo de comunicarnos, es una estrategia significativa para establecer diálogos entre todos los miembros de la comunidad, relacionando aspectos contextuales relevantes de tratar en las prácticas educativas.

El cuerpo como lenguaje vivo y de expresión, aparece como lente fundamental cuando nos referimos a la performance. Si bien para el músico su instrumento es de vital importancia, para el pintor su paleta y una gama de mil colores como valiosas herramientas, para el que va a ser partícipe de la performance (profesor, alumno, creador escénico), resulta irremplazable acudir al cuerpo como el primer espacio experimental y de creación, cuerpo en constante escucha entre su interior y su exterior, constructor de puentes comunicativos y lenguajes activos de expresión.

En esta experiencia educativa es importante resaltar el carácter creador del profesor en la medida en que es él, quien construye, dimensiona y dinamiza las estrategias y dispositivos al servicio de los y las estudiantes (espectadores activos y constructores críticos, reflexivos y sensibles), quienes hacen parte de la creación de la acción, la contrastan, detonan, intervienen, reconstruyen, para reconocer y apropiarse de sus propias herramientas y saltar entre el cuerpo individual y el cuerpo colectivo en función a un objetivo en un espacio.

Como se expresa en la Ley Nacional de Educación 26.206 “...sujetos de derechos y partícipes activos/as de un proceso de formación integral, miembros de una familia y de una comunidad...” entendemos que se debe ofrecer una enseñanza integral, desde los contenidos tradicionales, como también de la Cultura y el Arte. Brindar oportunidades equitativas a todos/as los/as niños/as para el aprendizaje de saberes significativos en los diversos campos del conocimiento, en especial la lengua y la comunicación, las ciencias sociales, la matemática, las ciencias naturales y el medio ambiente, las lenguas extranjeras, el arte y la cultura (Cap III. ART.27).

En este sentido, se justifica la importancia de investigar en nuevas herramientas educativas que nos ayuden a comprender la realidad que nos rodea ofreciéndonos nuevas perspectivas de la habitual. Según Eisner (2004) el arte hace visibles aspectos del mundo que otras formas de visión no pueden revelar. Por lo tanto, este trabajo se centra en el arte de la performance ya que se trata de una práctica experiencial.

En este marco de referencia, la performance, es susceptible de ser estudiado como fenómeno artístico, estético, político, simbólico, expresivo y comunicacional. También dentro de la enseñanza en el profesorado de Educación Primaria, la performance puede ser considerada como un espacio de desarrollo profesional y un recurso didáctico. Un corpus de conocimiento para explorar, experimentar, construir y reconstruir.

El uso de diversos recursos didácticos es un pilar básico en la formación docente, particularmente en la formación de docentes de Educación Primaria. Consideramos de suma importancia que los futuros docentes sean capaces de producir sus propios materiales didácticos, de modo de darle sentido y significado a los contenidos que enseñan en

el ámbito de desempeño profesional.

La propuesta en este profesorado permite un abordaje dialógico entre la teoría y la práctica, siendo imprescindible la síntesis de aprendizajes anteriores y la perspectiva de la práctica docente para dar sentido a la elaboración de materiales didácticos.

Desde esta perspectiva de trabajo se articulan dos lenguajes artísticos como lo es el lenguaje corporal y el visual. Esta articulación se presenta como un espacio para el desarrollo de diferentes capacidades en los futuros y futuras docentes. Estas capacidades son: El desarrollo de la imaginación y la fantasía, la capacidad de resolución de problemas estéticos, expresivos y comunicativo, la conceptualización, la simbolización como estrategia comunicativa, el trabajo en equipo, la división de roles, la construcción colectiva, el debate constructivo, etc.

Los dos lenguajes mencionados, el lenguaje corporal y el visual, son permanentemente articulados en una dimensión lúdica y reflexiva, en la que, por un lado se trabaja la alfabetización del movimiento y lo visual en una dialéctica permanente. Es decir: de lo visual al movimiento, del movimiento a lo visual, del movimiento a la narrativa, de la narrativa a lo visual, cual usina de conocimiento y autoconocimiento en la que se relacionan y retroalimentan la teoría y la experiencia sensible.

Por otro lado, y en estrecha relación con la alfabetización, se encuentra la reflexión, la sensibilización y la construcción creativa. Esta construcción creativa da cuenta de procesos internos y externos, individuales y grupales, teóricos y sensibles. En ocasiones, estos constructos son tangibles, observables y comunicables, otras, son procesos internos que solo se expresan en un gesto, un cambio de actitud, o se expresan entre líneas en un texto reflexivo.

La metodología de trabajo durante el cuatrimestre con los y las alumnas del profesorado fue a partir de la implementación de taller vivencial, creemos que es el modo de trabajo más pertinente desde estas dinámicas educativas ya que está concebido y orientado a un trabajo grupal y colaborativo, donde la construcción del objeto artístico y el sentido del mismo está dada por colectivo artístico.

Entendemos que los talleres, tal como lo expresa Pitlux, “... se presentan como espacios que abren las puertas de las instituciones a dinámicas más abiertas, a tareas con diferentes significados, y al trabajo con los otros como un motor para producir, compartir y disfrutar” . (PITLUX, L. 2008)

Algunos de los supuestos que emergen como principales características de esta propuesta son:

- Es un aprender haciendo.
- Es una metodología participativa.
- Es una pedagogía de la pregunta, contra la pedagogía de la respuesta. Es un aprendizaje desde la reflexión para la comprensión
- Es un entrenamiento que tiende al trabajo interdisciplinario. Implica y exige trabajo grupal y el uso de técnicas adecuadas. Incluye una construcción creativa, reflexiva y singular.
- Entre otras, estas son algunas de las virtudes que caracterizan a este modo de enseñanza y lo posicionan como el más pertinente para la implementación de esta propuesta.

## Implementación de la propuesta

A partir del primer encuentro, en el momento de la presentación del equipo, una de los integrantes se presenta como una empleada de limpieza que interrumpe la presentación. La profesora, caracterizada, interrumpe permanentemente el discurso e interpela a los estudiantes y al resto del equipo. La profesora solicita quedarse en la clase ya que nunca pudo estudiar nada. Los profesores Gerardo y Daniel, en complicidad con la empleada de la limpieza, Sandra, (todos actores de la acción performática), expresaban una permanente resistencia a esta “extraña” presencia. Esto tenía cierta lógica, esa extraña persona no categorizaba para ser enseñada, menos para ser considerada estudiante con derechos. Los estudiantes, desconociendo que forman parte de una actuación premeditada, le preparan amablemente un lugar y expresan que no les molesta que la señora se quede y le ofrecen útiles para que ella tome notas. El extraño personaje, a estas alturas, con su irrupción, ha generado una ruptura, en el comienzo de una nueva materia con un nuevo equipo de docentes. Los otros profesores de la materia que modulaban la presentación, develan el misterio al fin, ¡chicos, Sandra, la empleada de la limpieza, es la tercera integrante del equipo!- Los estudiantes estallan en sorprendidas sonrisas y algunos aplausos.

Esta presentación performática improvisada, fue el disparador para muchas intervenciones. En primer lugar fue la plataforma sobre la cual se pudo comunicar la propuesta de trabajo. También, se interpellaron a los estudiantes acerca de cómo se habían sentido por la interrupción de la empleada de limpieza, si la misma podía ser parte del grupo, sobre los derechos a la educación, las barreras, los prejuicios y pruritos. Por último, sentó las bases para crear, el tan importante vínculo docente/ estudiante, desde una dimensión sensible, reflexiva y creativa.

Los encuentros estaban precedidos por ejercicios de relajación, juegos en equipos, resolución de problemas lúdicos, reflexiones individuales y grupales, etc. En algunas ocasiones se comenzaba desde una acción corporal, luego la reflexión, el desarrollo teórico y nueva reflexión. En otras oportunidades se partía de un desarrollo teórico, reflexión, construcción grupal de objeto artístico simbólico, para terminar en la socialización, es decir comunicación de un constructo teórico, de una propuesta mejoradora de la enseñanza, expresión de experiencias educativas (negativas y/o positivas) o una particular visión de mundo respecto al tema debatido.

Cada acción, sea lúdica, corporal o plástica, contenía momentos de reflexión, grupales o individuales. Estas reflexiones siempre conectaban la acción con la teoría. También demandaban una nueva acción reflexiva que daba cuenta de una apropiación del nuevo saber, como también una visión sensible del ejercicio de la docencia. Las acciones fueron múltiples y diferentes: Visionado de films, lectura de cuentos, debates a partir de textos de cátedras, resignificaciones personales, construcción de bitácora o diario de viajes, construcción de máscaras, narrativas, diseños de acciones performáticas, construcción de mensajes visuales conceptuales, entre otros.

Estos modos de organizar la clase con las actividades descritas anteriormente, que usan distintos espacios físicos además del aula e incorporan el trabajo con música, imágenes u objetos diversos, involucra siempre un movimiento de los cuerpos en el espacio y una reflexión sobre las emociones que tales actividades despiertan. Esto es poner en palabras todas las sensaciones y sentires. Pero no nos quedamos en lo emocional o sentimental, es proponer a los estudiantes un abordaje de lo teóricos desde otro lugar, es ofrecer un espacio para que la experiencia los atraviese. Es conocer el mundo desde otro lugar, desde la sensibilidad.

Este modelo de enseñanza propone un sistema de evaluación procesual, es decir, se enfoca en observar la apropiación de saberes del estudiante en cada intervención y en una construcción final que deberá dar cuenta de una integración reflexiva y creativa de los conceptos abordados. Esta integración final que no es una exposición oral ni escrita, cuenta con dos momentos: una narrativa producción individual donde el estudiante construye su propio aprendizaje recuperando los conceptos centrales de la materia abordados en todo el recorrido a partir de su propia experiencia. Por otro lado, se les pide en diseño de una intervención grupal performática. En la misma cada actor personifica un concepto abordado caracterizado en una máscara construida para tal fin. Cada concepto deberá ser integrado a

partir de una interrelación dialógica, creativa y reflexiva con otros conceptos que se harán estéticamente comunicables en la acción performática.

### **Conclusiones:**

Como docentes, entendemos, que las enseñanzas tradicionales, basadas en el tecnicismo en donde se privilegian los aprendizajes memorísticos, no garantizan una formación integral, y en muchos casos no dan cuenta de un saber real. La docencia es también poner el cuerpo, un cuerpo que piensa, se duele, se alegra, comprende o no, tiene dudas, tiene esperanzas, está limitado, le pasan cosas. En este sentido y desde esta perspectiva, creemos que es de suma importancia brindar a los futuros, docentes en su formación académica, un espacio donde se pueda dar una integración de un todo, o al menos ampliar esa integración con la incorporación del cuerpo y el ser.

Esta integración ampliada es posible advertirla en el testimonio de los estudiantes. Ellos no solo se apropiaron de un saber teórico, (que es lo que la academia demanda), sino que ahora ese saber está acompañado de una comprensión desde sus cuerpos, sus emociones y sus palabras. También cuentan con otras herramientas para expresar sus “decires”, herramientas corporales, plásticas, simbólicas y lúdicas.

A la luz de las respuestas de los estudiantes que emergen de sus trabajos, comentarios circulantes y encuestas realizadas, entendemos que ellos también pueden advertir, valorar y disfrutar, estos nuevos modos de circulación y apropiación de saberes. Ellos expresan cosas como: haber superados miedos, cambios en sus gestualidades, han adquirido otro posicionamiento para enfrentar la tarea docente, reconocen sus virtudes, reconocen que tienen que trabajar en sus limitaciones, también reconocen haber desarrollado otra actitud frente al acto de enseñar como al del aprender.

Sabemos que, cuando el conocimiento solo circula desde el plano teórico, desvinculado de una experimentación sensible, que permita conocernos y reconocernos, solo será un saber transmitido y retransmitido. Esto está diametralmente opuesto a la contextualización, resignificación y comprensión.

Desde esta propuesta entendemos que se generan nuevos diálogos, nuevas comunicaciones. En primer lugar, es una nueva forma de comunicar un saber de forma más amplia y que involucran otros elementos constituyentes del ser. También emerge una nueva forma de comunicación interna, nuevas subjetividades se expresan en la dialógica: enseñante, conocimiento enseñado. Finalmente surge una nueva comunicación mediada por la materia, con la gestualidad, con el cuerpo, una comunicación cargada de sentido simbólico, singular y creativo.

### **Bibliografía**

AKOSCHKY, Judith y otras (1998) “Arte y Escuela, Aspectos curriculares y didácticos de la Educación Artística” Ed. Paidós, Buenos Aires- Argentina. Colección Clave para la innovación educativa – Editorial Laboratorio Educativo – Grao, España

EISNER, Elliot (1995) “Educar la Visión Artística”, Paidós, España, 1995.

HERNADEZ, Fernando. “¿De qué Hablamos cuando hablamos de Cultura visual?” Disponible en la web: [seer. ufrgs. br/educacaoealidad/article](http://seer.ufrgs.br/educacaoealidad/article)

[/viewFile/12413/7343](#)

KALMAR, D. y GUBBAY, M. (1985) “La expresión corporal: una manera de Danzar, Danzar: una manera de vivir”. Documento de la Primera Escuela Argentina de Expresión Corporal.

MARTINEZ LUNA, Sergio-(2014) “Cultura visual y educación de la mirada: Imagen y Alfabetización”. disponible en la web. <http://www.redalyc.org/pdf/3370/337032941002.pdf>

MARULANA MARTINEZ, Andres Felipe (2020) “La performance como estrategia educativa”. Universidad Pedagógica Nacional. Bogotá.

PITLUK, Laura (2008) “La modalidad talleres en el nivel inicial. Recorrido y posibilidades para la educación actual” Ed. Homo Sapiens - Rosario. Argentina.

SANCHEZ, C. y HERNANDEZ NAVARRO. (2004) "Cartografía del cuerpo: la dimensión corporal en el arte contemporáneo".

STOKOE, Patricia (1967): "La expresión corporal y el niño". Buenos Aires, Ricordi Americana.

TURNES, V. W y SCHECHNER, R. (1988). "Antropología de la performance".

Editorial S/B. Buenos Aires.

TAYLOR, Diana (2011) "Estudios avanzados de performance". Arte Universal.

México.

TAYLOR, Diana (2012) "Performance". Buenos Aires. Asunto Impreso Ediciones.

### Anexo 1: Fotografías de intervenciones



Performance



– Juegos inclusivos



Técnicas de relajación



Presentación y defensa de collage "senderos de mi ser"

## Anexo 2: Testimonios de los estudiantes

- Impacta en mi forma de pensar y ver las cosas. (Roxana)
- Me convengo cada vez más de lo importante que es ser y formar personas sensibles, empáticas capaces de ponerse en el lugar del otro. (Celeste)
- Vivencie muchas emociones que no me imaginé que iban a ocurrir. (Daniela)
- Siento que aprendí en este cuatrimestre a conocerme a partir de las emociones.(Glenda)
- Lo que aprendimos fue desde lo reflexivo.. (Florencia)
- Me ayudó mucho a ser consciente de mis emociones y a perder un poco la vergüenza, la desconfianza y animarme un poco más. (Nadia)
- Estas emociones, estas maneras de expresarse están reprimidas en todos los ámbitos. (Gabriela)
- Después de moverme, me siento más vacía de tensiones y despierta, atento el cuerpo y la mente.
- En particular, me ayuda a identificar mis emociones, es importante trabajar con el cuerpo para liberar y relajarse. (Giarella)
- Nos motiva, nos posicionamos desde el cuerpo. (Lara)
- Otro método de enseñanza nuevo a lo tradicional, para trabajar en las escuelas e incluir a todos los niños. (
- Me ayudo a perder la vergüenza de poder hablar y desenvolverme. (Facundo)
- A través del cuerpo pude encontrar un montón de sentimientos y posturas que las tenía escondidas. (Gisela)
- La práctica hace al maestro", digo esto porque al poner en acción mi cuerpo, mis sentimientos, me ayuda a sensibilizarme, a ponerme en el lugar del otro. (Tamara)
- Este modo de enseñanza me ayudó a desenvolverme. A encontrarme desde otro lugar. (Valentina)
- Me parece muy interesante e importante expresar a través del cuerpo, las distintas dificultades que se pueden presentar en los alumnos.(Celeste)
- Emocionalmente hace que me posicione en el lugar del otro. (Estrella)
- No todo es sentarnos y escribir, podemos hacer mucho con nuestro cuerpo. (Estrella)
- Descubrí a mi cuerpo como una herramienta y eso me parece realmente asombroso. (Melisa)
- Debo expresarme con mi cuerpo que es mi herramienta de trabajo principal. (Melina)
- Pude aprender a expresar los sentimientos que tenía reprimidos en mí. (Melina)

# Conformación de Espacios y Narrativas Transmedias en la educación.

Javier Andrés Vigil

javierandresvigil81@gmail.com

**Universidad Nacional de Rosario**

## **Narrativas Transmedias y Educación. 1- Narrativas Transmedia**

### 1.1. ¿Qué son las Narrativas Transmedias?

La cultura del entretenimiento es una de las propulsoras más entusiastas del mundo virtual. Como sociedad nos estamos adaptando al paso del mundo analógico al mundo digital donde los hábitos y estilos de vida se han visto transformados en gran parte por la aparición de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Nuestras prácticas diarias para comunicarnos, socializar, leer un libro, organizar un viaje o hacer un compra se desarrollan en un nuevo ámbito virtual, y en este sentido, el ocio, el entretenimiento, y el desarrollo humano tampoco ha resistido la influencia de esta tendencia.

La tecnología une al mundo de maneras nuevas e inéditas. Las imágenes, la información, la enseñanza, el entretenimiento, los eventos se mueven a través del mundo casi instantáneamente.

Desde el 2020, con un mundo enfrentando a una pandemia, se nos plantea la necesidad de un nuevo estudio sobre los comportamientos en masa y el replanteo de conceptos de 'comunidad' y las acciones de 'compartir', 'encontrar', 'reunirse', 'participar'. El chatGPT irrumpe como prototipo de inteligencia artificial desafiando nuestros puntos de encuentro, nuestras formas de consulta y hasta nuestras creencias de un relato.

Las Narrativas Transmedias (NT), entendidas como una forma novedosa de narración incentivada por las tecnologías de la comunicación, vienen desarrollando y conformando un corpus de entendimiento que han aportado nuevas herramientas en materia educativa.

Las investigaciones sobre estos temas son innumerables en la manera de consentir, entender y/o construir el aula como espacio de aprendizaje para los alumnos. Pueden aportar un mayor nivel de motivación en la aprehensión a estudiar, una mayor capacidad de comunicación de ideas, y una mejor y más práctica posibilidad de evaluación docente acerca del contenido aprendido. Además de una más fácil y rápida inserción del graduado en el mercado laboral actual.

Pero, ¿qué entendemos por Narrativas Transmedia? Una Narrativa Transmedia existe cuando se genera un universo narrativo formado por distintas plataformas, donde el usuario tiene diferentes puertas de entrada que consiguen una alta inmersión en su experiencia y un alto grado de participación.

Transmedia es un proceso que consiste en expandir un universo narrativo, fragmentado a través de diferentes experiencias desde cada plataforma donde esas historias se desarrollen. Es decir, contar una misma historia, potenciándola según cada medio donde se produce.

Carlos Scolari entiende que las NT “son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.). Las NT no son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro: la historia que cuenta el cómic no es la misma que aparece en la pantalla del cine o en la microsuperficie del dispositivo móvil”. (Scolari: 2013, p. 24)

Por ejemplo, podemos comenzar en el cine bajo el formato de película, y luego expandirse a un videojuego, un cómic, un movisodio o una red social donde pueda expandir su historia. Lo importante aquí es que cada uno de los textos cuente algo diferente de la historia y así amplíe el mundo narrativo.

De esta manera, podemos llegar a los consumidores por distintos canales. Por la característica emocional de la historia, es posible hacer que ellos se enganchen a la narrativa, empezando por un formato que les dirija a los contenidos de otros medios.

Fernando Irigaray define las NT como:

*Un nuevo sistema estético, narrativo y tecnológico personalizado, que pone en contacto obras híbridas y accesibles desde diferentes puntos de la historia, desde diversas puertas de entrada a la narrativa donde los usuarios pueden moverse libremente. (Irigaray: 2018)*

La tecnología va ligada siempre a los desarrollos culturales, y la cultura cambia gracias a las formas que tenemos de adaptarnos.

Se abre una pluralidad de lenguajes, o más bien una pluralidad de formas de lenguajes dentro de los clásicos modelos y, por supuesto, de nuevas formas de expresión. Y también se abre la necesidad de un nuevo lenguaje polifónico. Un lenguaje que articule los conceptos de los sistemas analógicos hacia las nuevas formas digitales. Un lenguaje que permita la interacción y la interactividad comprensible. Un nuevo lenguaje expresivo que facilite la producción y la recepción de contenidos insertados en la industria cultural y por supuesto, en la educación.

Este planteo inicial puede desprender algunos interrogantes sobre los lineamientos de la investigación:

¿Qué aportan las Narrativas Transmedias a la educación? ¿Y a la educación superior? ¿Qué aportan de nuevo y de bueno las Narrativas Transmedias a la capacidad de aprendizaje del alumno? Y finalmente, ¿qué aporte y rol pueden jugar los alumnos en estas construcciones abiertas y colaborativas?

Desde lo educativo, ¿Qué aportan las NT para asimilar los nuevos usos tecnológicos de los alumnos? ¿En qué medida las NT pueden potenciar la capacidad de aprendizaje?

## 1.2. Comunicación interactiva.

La participación del usuario es clave para componer una Narrativa Transmedia.

Desde la mirada del receptor/espectador, las audiencias dejan de circular por un único camino, para pasar a recorrer un entramado complejo de senderos, en donde deben tomar decisiones de a dónde ir y por qué lugar atravesar. Esto exige desempeñar un papel más activo en la lectura: ¿Qué buscar?, ¿Qué elegir? ¿Dónde puedo encontrar lo que quiero?.

Para atravesar esto, es fundamental definir los conceptos de interacción e interactividad de los cuales algunas veces pareciera ser lo mismo, aunque no lo sean: La Interacción se concibe cuando existe una comunicación entre el usuario y el productor digital y la Interactividad a la relación de participación entre los usuarios o la capacidad de los entornos virtuales por responder a los requerimientos de los usuarios. Ej: poner like a un video.

El autor Henry Jenkins aporta una mirada sobre la cultura de la convergencia:

*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, p. 14)*

Los usuarios deben tener la posibilidad de crear contenidos que aporten al sentido total del producto. Un proyecto de NT debe contemplar la participación y la disponibilidad de audiencias que adquieran una importancia fundamental. Debemos pensar en incluir formatos con acceso a contenidos generados por los usuarios. Para poder hacerlo es clave prever la creación de plataformas para albergar esos contenidos y la gestión de los mismos. Por otra parte se debe indicar las formas en que se motivará la participación.

Un ejemplo podría darse con un grupo de alumnos y docentes que trabajen en la construcción de un proyecto transmedia sobre la Guerra de Malvinas. Desde el guión y la producción podemos pensar en ideas como: crear un mapa histórico interactivo, microdocumentales, una app sobre historias de combatientes, un storyboard, un videojuego, etc. Un proyecto que complemente los contenidos de clases y nos permita conocer sobre el tema desde otra perspectiva: los proyectos transmedias obligan a investigar, a estudiar y a incorporar nuevos conocimientos para crear nuevas sus propias historias. Esta construcción de alfabetismo mediático puede expandir la participación de manera muy activa. Si creamos espacios y gestión de contenidos, el usuario podrá ingresar a nuevas narrativas y complementarlas con historias, con datos, y hasta con experiencias.

El equipo de producción debe disponer de una visión clara del despliegue transmedia, determinando dónde, cuándo y cómo se expande la narrativa. Este mapa expansivo debe ser flexible, ya que en muchos casos dependerá de los recursos obtenidos o de la respuesta de los consumidores.

Por otra parte, se deberá pensar en la creación de un sistema de gestión de contenidos para poder mantener bajo control todo el conjunto global, y que no es más que una base de datos que alimenta y permite gestionar las expansiones narrativas.

Cada medio o plataforma genera diferentes experiencias con los usuarios, es un interfaz con un tipo de consumidor. Hay medios en los que la experiencia es más individual mientras que otros proponen un espacio de construcción social.

Como dijimos, es posible llegar a los consumidores por distintos canales por la característica emocional de la historia, por la identificación de un “nicho” o un gusto particular. Alegría, tristeza, amor, nostalgia son algunas de las emociones que llevan a la acción. Puede ser a través de comentarios, fotos, videos, etc. En definitiva, son actos que se hacen con un sentido, porque algo lleva a hacerlo, porque tiene para cada uno, un significado y porque produce una emoción.

Las historias son las que hacen ricas nuestras narrativas, su sentido y su riqueza, no los datos estadísticos que podamos aportar sobre algún tema.

Así es como las narrativas transmedia comienzan a construirse, tratando de pensar en una experiencia acorde a cada medio, que enriquezca la historia y la haga crecer, que haga partícipe al usuario.

### 1.3. Nuevos modos de narrar historias.

Carlos Scolari relata que “cuando se hace referencia a las NT no estamos hablando de una adaptación de un lenguaje a otro (por ejemplo del libro al cine), sino de una estrategia que va mucho más allá y desarrolla un mundo narrativo que abarca diferentes medios y lenguajes. De esta manera el relato se expande, aparecen nuevos personajes o situaciones que traspasan las fronteras del universo de ficción”. (Scolari: 2013, p. 25)

Desde esta perspectiva, el feedback de la audiencia, los análisis de estadísticas, y la participación cada vez más

activa del usuario, generó la posibilidad de pensar en un proyecto integral que planteó la necesidad de trabajar con una calendarización específica, comprender los perfiles del público objetivo, y plantear estrategias concretas de producción.

Para los jóvenes, estos entornos se presentan como algo natural. Hacer videos, producir un reel de tik tok, actuar como youtubers y en la mayoría de los casos hay una actividad constante de visualizar y compartir.

El tiempo de atención cambia, la forma de socializar es diferente y la manera de incorporar conocimiento toma una nueva perspectiva. Desde lo educativo se debe comenzar a incorporar estas prácticas naturalizadas por los alumnos aprovechando su potencial.

Las prácticas del mundo del entretenimiento deben ser pensadas por la educación para crear universos narrativos con destrezas creativas. Comprender qué medio potencia y fortalece las historias para crear experiencias educativas de mayor inserción. Comprender también que el conocimiento de cada alumno puede ayudar al aprendizaje de otro. La experiencia compartida en los nuevos modos de narrar historia genera una situación de aprendizaje diferente y cercanos a los propios intereses de los alumnos.

Un nuevo modelo educativo busca acercar los nuevos formatos a las propuestas creativas de los chicos para acompañar los procesos de producción y el trabajo compartido e intenta que los usuarios puedan realizar acciones de aprendizaje a partir de la producción de sus propios contenidos guiados por una consigna.

Mariana Maggio (2018) en su libro *Reinventar la clase en la Universidad* plantea la necesidad de una enseñanza como proyecto colectivo en tiempos inmersivos.

Por su parte, la autora Nuria Molas Castells afirma que “el uso de la narrativa transmedia con una finalidad educativa es una de las propuestas que surgen como respuesta a los desafíos que la sociedad digital plantea a la educación”. (Molas Castells: 2018, p. 57).

La ecología mediática cambia a pasos agigantados. El crecimiento tecnológico del entretenimiento es más rápido que nuestra capacidad de entendimiento. Este contexto crea experiencias transmediáticas: desde filmar con el celular, armar ‘un vivo’ por twitch, crear memes desde una nueva app, o animar personajes con motion sketch. Estos usos se propagan y los usuarios adquieren nuevas competencias. La transmediatización se vuelve cada vez más rica, y nos plantea un desafío interesante para llevar al aula. Capturar los conocimientos de los alumnos abre un camino de aprendizaje desde el hacer.

#### 1.4. Tecnología en la educación. Los nuevos pizarrones.

Para comenzar a entender de qué manera las nuevas tecnologías pueden ser consideradas como opción para la implementación en educación es importante enumerar algunos ejes de análisis.

Entendiendo un cambio de actitud respecto a las formas tradicionales de alfabetismo mediático en primer lugar, las tecnologías aplicadas a la educación aportan diversos contenidos y narrativas. Los alumnos tienen un sin número de variadas puertas de ingreso al mundo educativo. Es una propuesta en donde el aula ya no debería ser cuatro paredes en determinados horarios (cambiar el concepto de tiempo y espacio en la educación) sino un universo ampliado de propuestas creativas viables, alcanzables, analizables y sostenibles. Al mismo tiempo aporta originalidad en las propuestas de producciones de aprendizaje, desde el universo literario digital (translectores), las producciones audiovisuales, el ‘brandin’ entendido como diseño atractivo de propuestas visuales y de diseño, y las infinitas posibilidades de interacción.

Fabio Tarasow en referencia a la educación online señala que “la educación en línea es un campo complejo en el que

la tecnología es el combustible de la imaginación pedagógica. Una propuesta educativa basada en la red, no importa la plataforma tecnológica que utilice, no podría considerarse de educación en línea si el aprendizaje no estuviera sustentado en las actividades de los estudiantes, donde exista una fuerte presencia docente y en la que se apueste al diálogo y construcción horizontal de los conocimientos.” (Tarasow: 2014, p 22)

En segundo lugar, otro eje que debe ser contemplado, es la motivación del alumno. Los contenidos digitales aplicados a la educación tienen un carácter inmersivo y motivacional. En la posibilidad de creación de nuevos mundos narrativos, los alumnos encuentran acciones motivadoras para llevar adelante proyecto de clases, trabajos, producciones, y nuevos aprendizajes provocando la interacción de múltiples usuarios.

Para lograr esto es fundamental el rol del docente. Un rol activo que acompañe los procesos de adaptación, donde implique un compromiso en la actualización de contenidos y en el uso tecnológico para crear experiencias enriquecidas.

Rebeca Anijovich sobre este tema nos dice que “necesitamos contar con docentes que tengan lo que llamamos una mentalidad en crecimiento, es decir, que vean en los alumnos un mundo de posibilidades. Los educadores deben saber que la dedicación invertida en capacitarse y ser aprendices permanentes de sus alumnos los pone en una situación de mayor seguridad para afrontar cualquier dificultad.” (Rebeca Anijovich: 2014, p 42)

En tercer lugar, las tecnologías en educación tienen un carácter de inserción. La estrategia transmedia permite la llegada a un mayor número de usuarios. Se busca pensar en una convergencia espacio-temporal y generar una mayor inmersión del espectador en la historia, fomentando su implicación y participación, y por tanto, rompiendo con el tradicional rol del espectador pasivo.

El juego es sin duda la forma de experiencia social más investigada en los niños y jóvenes. Es fundamental para su desarrollo motor, cognitivo, emocional y social. La gamificación en educación es una deuda pendiente que desde las aulas deberíamos aportar para la adquisición de conocimiento. Evelia Derrico sobre esto afirma que “en el contexto del comportamiento de los niños de la Educación Infantil, la mediación instrumental que se produce tanto en el nivel de los objetos como en el del lenguaje, por lo cual las actividades a través de artefactos permiten crear nuevos modos, con nuevas ideas, nuevas expresiones verbalizadas y nuevos significados. Los jóvenes participan en su ambiente involucrando sus sentimientos y su simbolización del mundo, organizando de esta manera sus scripts particulares.” (Derrico: 2019, p 23)

Por último, nos encontramos frente a un universo ampliado con posibilidades para desarrollar contenidos que plantea un aspecto clave: la originalidad creativa. El universo transmedia crea historias a través de medios o plataformas diferentes, diseñando experiencias educativas interactivas diversas. Cada medio muestra una perspectiva distinta de la historia y en cada uno se producen nuevas aportaciones que hacen crecer el relato. La originalidad del relato es un aspecto central para trabajar contenidos que atraigan al prosumidor y presente otras experiencias de clases.

Mario Luis Rodríguez Suárez señala que “es necesario un entorno virtual en donde el empleo de las tecnologías de la información y de las comunicaciones, y siempre a partir de un modelo pedagógico, cree condiciones y facilidades con las que los estudiantes puedan trabajar a su propio ritmo, puedan interactuar entre ellos y con los profesores, puedan apropiarse de conocimientos, habilidades y experiencias. No se puede confundir la existencia de un ambiente virtual con el entorno de aprendizaje, puesto que este conlleva un andamiaje y un constructo que guía a los alumnos hacia los objetivos deseados a través del desarrollo de sus habilidades que desencadenen su creatividad.” (Rodríguez Suárez: 2009, p 87)

Por supuesto que esta propuesta no será efectiva en tanto no facilitemos herramientas que construyan una posibilidad narrativa que despierte el interés de los alumnos y se piense en actividades inclusivas y heterogéneas.

## 1.5. La innovación en la educación.

“Los prosumidores del siglo XXI son activos militantes de las narrativas que les apasionan” Henry Jenkins

Asistimos a un cambio radical en los modelos de fabricación de la nueva industria de producción cultural. En general, ya no se piensa en las obras despojadas de su inserción en nuevas plataformas, redes sociales, formatos publicitarios digitales, etc. La educación debe buscar adaptarse a un nuevo modo de relato, de experiencias con el alumno, de nuevos canales, y el desafío de buscar nuevas formas de comunicar una idea.

Un relato expandido pareciera ser clave en las formas de expresión educativa, en creadores jóvenes de generaciones que transitan el paso de sistemas analógicos a sistemas digitales. Aparecen otros ámbitos donde los espacios de productor/realizador/público se redefinen constantemente y nos reclaman un nuevo punto de vista al análisis de los comportamientos en entornos digitales.

La educación superior, si bien ha ido incorporando herramientas y experiencias de la Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las últimas décadas, requiere un renovado proceso de enseñanza que logre superar el modelo clásico de clase magistral hacia un modelo actual de aula como espacio de construcción de conocimiento.

Al mismo tiempo, en esta coyuntura histórica definida por muchos autores como la economía de la atención caracterizada por la hiperestimulación sensorial y la rápida pérdida de interés en contenidos en los ambientes educativos, las Narrativas Transmedias, y las lógicas que las sustentan, aplicadas a educación tienen un carácter inmersivo y motivacional. En la posibilidad de creación de nuevos mundos narrativos, los alumnos encuentran acciones motivadoras para llevar adelante proyecto de clases, trabajos, producciones, y nuevos aprendizajes provocando la interacción de múltiples usuarios.

En este sentido, Roberto Igarza (2008) advierte:

*Para disfrutar plenamente de una historia, el usuario ve la película, debate en foros y blogs, juega con los videojuegos y lee los cómics. Recepciona los contenidos y se involucra en intercambios comunicativos utilizando, alternativamente, diversos dispositivos polifuncionales en los que se integran textos, imágenes y audios. (Igarza: 2008)*

Se debe analizar también de qué manera convergen las NT en el campo de la educación y definir el alfabetismo mediático: un número infinito de puertas de entradas a la formación.

Como venimos sosteniendo, los procesos creativos, la adaptación de las aulas, la originalidad del relato y las competencias docentes son aspectos centrales para trabajar contenidos que atraigan al alumno y presente otras experiencias de clases.

Mariana Maggio destaca que:

*Un escenario enriquecido es aquel donde la inclusión de nuevas tecnologías a la enseñanza se produce en formas complejas, que requieren un compromiso enorme, habilidades tecnológicas específicas y una clara comprensión del sentido de esas incorporaciones en relación con la enseñanza y lo que se busca promover en términos de conocimiento. (Maggio: 2012, p. 12)*

Es importante reconocer en los entornos de clases, nuevas y cada vez más crecientes necesidades. Los espacios físicos con docentes hablando frente a una multitud no es suficiente. Para esto, podríamos pensar en algunos aspectos que deben ser trabajados: El escenario, los actores y los canales.

El aula, pocas veces adaptada a nuevas prácticas debe contar con recursos que estimulen el aprendizaje. Ya no bastan las filminas, ya no podemos pretender que los alumnos tengan el mismo tiempo de atención. Necesitamos

modelos más diversos esforzados en impartir conocimiento desde otras lógicas de recepción.

Como ya vimos, los docentes necesitan adaptar contenidos a diversos modos de enseñanza, a nuevos medios narrativos, y proponer dinámicas de clases que propicien la atención y potencien la incorporación de contenidos.

Por último, los usos bibliográficos ya no pueden estar atados a links de libros digitales o pdf con resúmenes de clases. Se debe comprender la existencia de un sin número de formas y canales de aprendizaje para ampliar el espectro en el que el alumno consume esa información. Nuevos medios como youtube, apps, redes sociales, plataformas educativas o proyectos inmersivos nos pueden dar una idea de cómo son las propuestas que podemos innovar a la hora de educar.

Construir un aula heterogénea implica repensar y diseñar la manera de trabajar en los espacios formativos con principios didácticos diferentes al modelo tradicional.

## Bibliografía consultada

- Anijovich Rebeca (2014). Gestionar una escuela con aulas heterogéneas. Paidós.
- Derrico, Evelia. (2019) Gamificación y estrategias de pensamiento. El uso didáctico de los juegos digitales y en red para la consolidación de esquemas cognitivos. SIED UDE Virtual - Universidad del Este. 8° Seminario Internacional RUEDA.
- Igarza, R. (2008) Nuevos medios: Estrategias de convergencia. La Crujía.
- Irigaray, Fernando G y Lovato, Anahí, (2018) El periodismo transmedia y la ciudadanía comunicativa. Diario La Capital de Rosario
- Jenkins, H. (2006) Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós
- Maggio, M. (2016). Las tecnologías de la información y la comunicación en las prácticas de la enseñanza. Hacia una tecnología educativa re-concebida. Filo Uba
- Maggio, M. (2018) Reinventar la clase en la universidad. Paidós
- Maggio, M. (2012) Enriquecer la enseñanza. Paidós
- Molas Castells, N. (2018) La guerra de los mundos. La Narrativa Transmedia en educación. Outeredu.
- Rodríguez J (2017) La evaluación de los materiales didácticos digitales.
- Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa. RELATEC
- Rodríguez Suárez M. (2009) Comunicación y educación en entornos virtuales de aprendizaje. Evaluación y calidad en los programas de educación superior en entornos virtuales: aportes metodológicos y decisiones políticas. Política universitaria y virtualidad en la experiencia cubana.
- Schwartzman G y Odetti V (2013) Materiales didácticos hipermediales: una mirada desde la lectura de los estudiantes. Rueda
- Scolari, C. (2013) Narrativas transmedia : cuando todos los medios cuentan. Ediciones Deusto.
- Tarasow Fabio, Schwartzman G, Trech M. (2020) De la Educación a Distancia a la Educación en Línea. FLACSO

# Página Cero: mirada y voces de jóvenes de escuelas secundarias a través de una plataforma digital y redes sociales

Garello, Pedro Ignacio  
pgarello@unc.edu.ar

**Universidad Nacional de Córdoba**

## Introducción

La Facultad de Comunicación Social-UNC tienen una responsabilidad político-social de ser participe de la construcción, vinculación y búsqueda de posibles caminos para la resolución de problemáticas sociales. El proyecto Página Cero tiene más de cinco años de recorrido, a través de diferentes formatos, modalidades, becarios, financiamientos y metas. El objetivo principal de la propuesta era vincular escuelas del nivel medio de Córdoba que contasen con proyectos editoriales, como revistas escolares, con la FCC, para desarrollar talleres, generar producciones y contenidos que luego serán publicados y difundidos en una página web y sus redes sociales.

Durante la pandemia fue posible consensuar y crear la plataforma web Página Cero que fue alojada en el sitio institucional de la FCC: <https://paginacero.fcc.unc.edu.ar/>, en articulación con docentes responsables de cada una de las escuelas participantes. Se lograron los consensos necesarios, aunque no se pudo avanzar en el trabajo colaborativo con los estudiantes en el territorio por la virtualidad. En un paso posterior se crearon sus redes sociales para ampliar el impacto e incursionar en los medios digitales que consumen los públicos y audiencias del proyecto. La flexibilización de las restricciones escolares por la pandemia permitió incursionar con talleres de producción de contenidos para redes sociales.

La propuesta está formulada y desarrollada desde la concepción de Eva da Porta que postula a la comunicación/educación como un “campo estratégico en tanto que sus prácticas y procesos pueden poner en cuestión las lógicas hegemónicas políticas y de mercado”, generando espacios para que los jóvenes expresen con su propia voz sus inquietudes, reflexiones y cuestionamientos (Da Porta, 2011, p. 03). De esta manera, ocho escuelas del nivel medio de la ciudad de Córdoba y otras localidades pudieron difundir contenidos generados por sus estudiantes que participan en los espacios de producción comunicacional que se generan en las aulas (revistas y radios escolares, producciones audiovisuales, en formatos analógicos y digitales). En este sentido, Da Porta señala que las revistas escolares, videos, blog, experiencias de radio “van configurando una trama discursiva que desde hace unos años comienza a rodear a la escuela pero que la excede”, y agrega que son los propios dispositivos los que permiten el vínculo con el afuera de las instituciones. (Da Porta, 2011, p. 33)

## Antecedentes

El proyecto encuentra sus bases fundacionales en las dos ediciones de la jornada “Página Cero. Jóvenes, papeles y pantallas” (2018-2019): un encuentro de escuelas secundarias de la provincia de Córdoba que poseen revistas escolares impresas y digitales, organizadas por la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Docentes y estudiantes de alrededor de 20 escuelas presentaron sus proyectos editoriales, compartieron sus experiencias, dialogaron con otros y participaron de talleres de capa-

citación. Se trata de un nutritivo espacio donde se aprecia una multiplicidad de temas que son abordados por los mismos estudiantes y que se vuelven visibles desde sus propias narrativas. A partir de este antecedente se procuró dar un paso más para crecer en el afianzamiento de una comunidad educativa atravesada por la comunicación.

En un contexto donde la digitalización de procesos y actividades crece a ritmos vertiginosos, y los ecosistemas digitales llegaron para quedarse, este proyecto apuntó a ser una vía de expresión y articulación que logró romper las barreras del papel y cobró una especial importancia en un contexto de pandemia que obligó a adaptarse a la virtualización. La tarea extensionista también vivió un gran desafío que con buena predisposición de los actores se pudo llevar adelante con éxito.

El proyecto Página Cero procura fomentar el vínculo entre jóvenes de distintos sectores de la sociedad cordobesa, a través de la construcción de nuevos sentidos, desde la mirada propia de un sistema cultural juvenil. Para esto se planificó la creación de una plataforma digital que difunda contenidos generados por estudiantes de escuelas del nivel medio de Córdoba. A partir de una Beca SEU se trabajó durante 2020 para la producción y edición Página Cero Web y sus redes sociales, las cuales se presentaron en noviembre de ese año<sup>1</sup>. El equipo del proyecto de extensión logró la renovación para su continuidad en 2021, año en que se afianzó el trabajo en redes sociales y se sumaron más escuelas<sup>2</sup>.

Durante el período 2021-2022 la experiencia se enriqueció con la convocatoria a estudiantes de la FCC a través del Compromiso Social Estudiantil (CSE). Más de 15 estudiantes desarrollaron diferentes tareas de producción, edición y gestión de contenidos y redes para Página Cero Web bajo la coordinación de los becarios. Esto permitió potenciar y fortalecer la publicación en web y redes sociales desde la perspectiva de convergencia de medios, un eje transversal del proyecto. El aporte del CSE posibilitó sostener la publicación periódica de diversos contenidos, además de generar un espacio de formación y práctica para estudiantes de la FCC desde una mirada experimental en la innovación y la práctica disruptiva.

En la plataforma digital se pueden encontrar una multiplicidad de temas que son abordados por los mismos estudiantes y que vuelven visible sus propias narrativas, donde los jóvenes vuelcan su creatividad, problemáticas e intereses. Con el proyecto, los integrantes del equipo se propusieron y lograron trascender las fronteras del papel y los proyectos institucionales, para potenciar y visibilizar aún más esos contenidos, ampliar formatos, lograr multiplicidad de lenguajes y retóricas hacia los nuevos espacios que propone lo digital.

En la primera edición de la Beca se convocaron cinco escuelas que poseen proyectos editoriales: CENMA Profesora María Saleme de Burnichon Anexo 9, IPEM 185 Perito Moreno, Instituto Educativo Nuevo Milenio (Unquillo), IPEM 207 Raúl Requena e Instituto San Luis Gonzaga. Los IPEM (Instituto provincial de educación media) son escuelas secundarias de gestión estatal. El CENMA es una escuela pública para jóvenes adultos. Y los dos restantes son de gestión privada. En la segunda etapa, con la continuidad del proyecto se amplió la participación y se sumaron tres escuelas más: IPEM 112 Doctor Cesar Iñiguez Montenegro (Sebastián El Cano), IPEM 294 de Jesús María, e IPEM 40 Deodoro Roca. En el proyecto 2023 se ha sumado el IPEM 12 Pte. Perón, Anexo Socavones.

El proyecto logró conformar una red de escuelas en un mapa variado de propuestas comunicacionales, de gestión estatal y gestión privada, lo cual permitió fortalecer el vínculo a través de una plataforma digital entre jóvenes de distintos sectores de la sociedad cordobesa, mediante la construcción de nuevos sentidos, desde la mirada propia

---

1      Página web: [paginacero.fcc.unc.edu.ar](http://paginacero.fcc.unc.edu.ar) Redes sociales: Facebook: Página Cero; Instagram: @paginacero\_web Twitter: @cero\_pagina

2      Beca SEU 2020: directora María Inés Loyola, co-director Pedro Garello, becarios Gastón Vega y Paula Lafforgue. Beca SEU 2021 director Pedro Garello, co directora María Inés Loyola, becarios Gastón Vega y Paula Lafforgue. FCC-UNC.

de un sistema cultural juvenil (Urresti; 2008).

## **Re-adequación al contexto de pandemia**

La metodología propuesta para realizar la experiencia se centró en la investigación con acción participativa, haciendo hincapié en la formación y la producción. El proyecto se desarrolló a partir de entender que el conocimiento se construye desde la experiencia, la participación y la colaboración, por lo tanto, se propusieron una serie de acciones para fortalecer el vínculo entre los actores intervinientes para la elaboración de productos comunicacionales.

Sin embargo, debido al ASPO y DISPO (aislamiento y distanciamiento social, preventivo y obligatorio) decretados por el contexto de pandemia, y a raíz de la dinámica de escuela remota, no fue posible durante el 2020 realizar los tres talleres presenciales previstos en cada uno de los colegios participantes. Esta dinámica aula-taller estructuraba la participación de los estudiantes favoreciendo el aprender haciendo en un contexto de trabajo cooperativo.

También resultó muy difícil generar instancias virtuales con los estudiantes de las instituciones. La situación era compleja, heterogénea y muy diversa debido a las dificultades de conectividad y vinculación, la falta de recursos y tiempos disponibles en el marco de una sobrecarga que tuvieron los docentes durante gran parte del ciclo lectivo. Por lo tanto, se modificó la dinámica del taller participativo y se generaron instancias participativas con los docentes.

## **Estrategias de producción**

Página Cero tuvo que adaptarse a la virtualidad en el contexto de pandemia. En consecuencia, enmarcado en el ámbito educativo propio de las escuelas de la provincia de Córdoba, la crisis sanitaria a nivel global condujo las propuestas didácticas hacia la virtualidad, por ende se analizaron las actividades interactivas y recursos didácticos. Esto requirió incorporar nuevos recursos para la enseñanza, formatos y una lógica capaz de pensar una didáctica diferente de la producción periodística en la cual el principal desafío fue reforzar la relación de implicancia de los y las estudiantes con los contenidos.

En este marco, se propusieron y desarrollaron otras estrategias de intervención y articulación con las escuelas. Se fortaleció el rol de coordinación y vinculación de los docentes participantes con quienes se generaron instancias virtuales con diferentes objetivos: evaluar las condiciones de trabajo en el marco de la escuela remota, planificar el trabajo durante las diferentes etapas de producción y desarrollo de la plataforma digital, fortalecer el vínculo y la articulación con los becarios, entre otros. Dichas reuniones con los docentes permitieron la conexión con los estudiantes y la toma de decisiones de manera colectiva.

A su vez, los docentes de las ocho instituciones participantes estuvieron a cargo de seleccionar contenidos producidos por sus estudiantes en sus proyectos de revistas escolares –ya sea durante 2020-21 o año anterior-, generar un puente entre proyecto y becarios con estudiantes, coordinar encuentros con estudiantes para grabar spots audiovisuales de lanzamiento, participar con estudiantes de la instancia virtual de presentación del proyecto y lanzamiento de la plataforma digital Página Cero Web con sus redes. Todas actividades que fueron coordinadas y acompañadas por el equipo del proyecto (becarios, directora y codirector), a las que se sumaron estudiantes del CSE.

Para tomar decisiones editoriales con respecto al desarrollo de la plataforma digital se generaron reuniones virtuales, en las cuales el equipo del proyecto debatió con los docentes las distintas propuestas en cuanto a estética, estructura, secciones, contenidos, página inicial, entre otras. Estas instancias contemplaron el contexto, la mirada y la realidad de cada escuela y grupo de estudiantes. A esas tareas se sumaron la selección y edición de contenidos que los estudiantes fueron produciendo durante el año en sus proyectos y espacios curriculares específicos, corrección y edición del material. En ese proceso, la mayor dificultad, que a lo largo del año pudo sortearse, fue el trabajo colaborativo con los estudiantes y el poder contribuir con su aprendizaje. El aporte de los estudiantes de la FCC que

colaboraron desde el CSE fue muy valioso para esta etapa de producción y edición de materiales que enviaban desde las escuelas.

Por otro lado, se pudieron producir dos spots de promoción y lanzamiento con estudiantes de las escuelas participantes durante el mes de septiembre de 2020 cuando se había flexibilizado el ASPO. Fueron muchos los estudiantes que elaboraron contenidos para el medio y pudieron participar.

## Publicación y difusión del proyecto

En noviembre de 2020 se realizó la presentación virtual del proyecto, la plataforma y redes, a través del zoom institucional de la FCC. Allí participaron el equipo del proyecto, docentes y estudiantes de las cinco escuelas. Luego se realizó la difusión por medios de comunicación de la FCC y los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la UNC acompañado de la viralización de página, redes sociales, spots y video de la presentación, que se pueden consultar en los siguientes links:

- Presentación y lanzamiento de la plataforma en FCC:  
<https://www.youtube.com/live/mig7jlcMnug?si=mOPof4E8HNWYcMCL>  
<https://fcc.unc.edu.ar/novedades/noticias/paginacero-plataforma-digital>  
<https://fcc.unc.edu.ar/novedades/noticias/paginacero-presentacion-y-lanzamiento-de-la-plataforma-digital-para-publicacion>
- Página web:  
[paginacero.fcc.unc.edu.ar](http://paginacero.fcc.unc.edu.ar)
- Redes sociales:  
Facebook: Página Cero  
Instagram: @paginacero\_web  
Twitter: @cero\_pagina  
Youtube: [https://www.youtube.com/channel/UCa5FSNtw7zMJEkp\\_hqRJe0Q](https://www.youtube.com/channel/UCa5FSNtw7zMJEkp_hqRJe0Q)
- Página Cero en los SRT: [https://www.youtube.com/watch?v=8lNc6bLvp4E&ab\\_channel=Canal10C%C3%B3rdoBa](https://www.youtube.com/watch?v=8lNc6bLvp4E&ab_channel=Canal10C%C3%B3rdoBa)

De esta manera, se lograron garantizar, pese al contexto pandémico y a la particularidad de la escuela remota, los objetivos principales del proyecto:

1. Desarrollar, producir y administrar de manera colaborativa y participativa una plataforma digital donde se publiquen contenidos generados por las escuelas intervinientes en el proyecto.
2. Compartir, exponer, visibilizar y propiciar la construcción discursiva de nuevos sentidos y narrativas a partir de la producción de los y las jóvenes estudiantes de diferentes escuelas de la provincia.

Además, se propuso generar un espacio de formación y actualización en materia de comunicación digital que permita un proceso de articulación con las producciones comunicacionales realizadas por los estudiantes. También discutir y reflexionar sobre los derechos de los niños, jóvenes y adolescentes a la comunicación, y proponer mecanismos de sustentabilidad tendientes a la perdurabilidad de los proyectos comunicacionales. Durante 2021 se afianzaron los procesos de producción y publicación de contenidos en las redes sociales y la página web. Se logró una dinámica de trabajo entre docentes, becarios y estudiantes del CSE. Cabe destacar que durante ese año las escuelas transitaban tres sistemas de cursados diferentes: burbujas, virtual, burbujas y cursos completos. El ingreso de agentes externos siguió vedado durante el 2021. Esto también dificultó y demoró la aplicación del cronograma planificado, sin embargo se pudieron hacer instancias virtuales y una presencial que se compartió de manera asin-

crónica con las otras escuelas.

## Comunicación y Educación

Eva da Porta postula a la comunicación/educación como un “campo estratégico en tanto que sus prácticas y procesos pueden poner en cuestión las lógicas hegemónicas políticas y de mercado” (Da Porta, 2011, p. 03), generando espacios para que los jóvenes expresen con su propia voz sus inquietudes, reflexiones y cuestionamientos. En este sentido, Da Porta señala que las revistas escolares, videos, blog, experiencias de radio “van configurando una trama discursiva que desde hace unos años comienza a rodear a la escuela pero que la excede”, y agrega que son los propios dispositivos los que permiten el vínculo con el afuera de las instituciones. (Da Porta, 2011, p. 33)

En Latinoamérica la relación educación/comunicación ha sido abordada por uno de los mayores y más significativos pedagogos del siglo XX, Paulo Freire, tanto en su producción teórica como en la experiencia práctica. En su propuesta incorpora al mundo de la educación el concepto de “universo vocabular” con el que hacer referencia no solo a las palabras o los lenguajes con y desde los cuales interpretan el mundo los sujetos que participan de un espacio educativo, sino también a los temas y problemas que son significativos para esos sujetos en su contexto cultural histórico, y que tienen relación directa con los hechos y preocupaciones que viven. En este sentido, destaca la importancia de registrar ese “universo vocabular” en nuestra práctica.

Por su parte, Raúl Fuentes Navarro, piensa la comunicación y la educación como:

*...una relación social constitutiva, como el mecanismo omnipresente que permite construir los consensos, pero también los desacuerdos, no a la unanimidad sino la diversidad respetuosa y mutuamente comprensiva, la acción social que articula proyectos y sujetos, estructuras y prácticas, que produce y desarrolla una nueva ecología cognitiva y comunicativa. (...) Comunicación y educación son procesos dialécticos (...) son procesos simbólicos, mediados primariamente por el lenguaje, constitutivos básicos de las tramas culturales que le dan forma específica, desde un tiempo y un lugar determinados, a las relaciones del hombre con el mundo. (Fuentes Navarro, 2007. p 65-66)*

Jorge Huergo también mira esa relación (comunicación/educación) en un sentido democrático y liberador. Afirma que resulta necesario “inscribir las prácticas, los medios, los procesos en las luchas por la liberación de nuestros pueblos” (Huergo, 2013, p. 10) en un contexto de pugna entre ideas populares liberadoras y proyectos desarrollistas/modernizadores que se sitúan a principios de los sesenta en nuestros territorios. De esta manera, resurgen las raíces de la educación/comunicación y sus convicciones primarias, pero en un contexto distinto. Ya sea en la educación institucionalizada o fuera de ella, en las prácticas de las organizaciones en territorio. En este sentido, el desafío es poner las tecnologías al servicio del reconocimiento, del decir, significar y sentir de los sectores marginalizados. Huergo insiste en ese punto y señala que, de lo que se trata, no es la “producción de lenguajes aislados del lenguaje (como si eso fuera posible), sino en la producción de espacios y escenas de comunicación/educación que posibiliten otro tipo de experiencias y otras formas de ser nombradas” (Huergo, 2011, p.25)

En este marco, a partir del proyecto se propuso la creación de un espacio digital de difusión de los contenidos generados por jóvenes estudiantes que participan en los espacios de producción comunicacional de las escuelas secundarias de la provincia de Córdoba. Al respecto Jesús Martín Barbero (2002) puntualiza:

*(...) si comunicar es compartir la significación, participar es compartir la acción. La educación sería entonces el decisivo lugar de su entrecruce. Pero para ello deberá convertirse en el espacio de conversación de los saberes y las narrativas que configuran las oralidades, las literalidades y las visualidades (Martín Barbero, 2003, p. 53)*

El proyecto “Página Cero: jóvenes, voces y redes” se planteó como un nodo para fortalecer tal encuentro significativo. En un entorno como el actual donde predominan las redes y las mallas de dispositivos móviles se vuelve

indispensable pensar la escuela como un espacio propicio para las transformaciones de las subjetividades (Sibilia, 2012). La constitución de espacios de visualización e intercambio de la producción discursiva de los jóvenes en su interfaz con la escuela aparece como una necesidad básica para una educación democrática, crítica y potencialmente liberadora.

El proyecto buscó fomentar el vínculo entre jóvenes de distintos sectores de la sociedad cordobesa, a través de la construcción de nuevos sentidos, desde la mirada propia de un sistema cultural juvenil (Urresti; 2008), que nace en su mayoría, a partir de la inserción de estos jóvenes en el sistema educativo formal. Para esto se propuso la creación de una plataforma digital para la difusión de los contenidos generados por estudiantes que participan en los espacios de producción comunicacional que se generan en sus aulas.

### **Jóvenes, lenguajes y miradas**

Teniendo en cuenta la importancia de estos espacios donde los jóvenes vuelcan su creatividad, problemáticas e intereses, este proyecto se propuso trascender las fronteras que impone el papel y los proyectos institucionales de cada escuela, para potenciar y visibilizar aún más esos contenidos, ampliar formatos, lograr multiplicidad de lenguajes y retóricas hacia los nuevos espacios que propone lo digital. Por eso se convocó a escuelas que han participado en las dos ediciones de Pagina Cero y que cuentan con proyectos institucionales editoriales y equipos de trabajos consolidados.

En este sentido, uno de los objetivos de esta experiencia fue afianzar los vínculos intra e inter escolares, generar espacios de formación en comunicación digital con una perspectiva crítica, inclusiva y comprometida con la realidad que rodea a los/las estudiantes. Socializar producciones de estudiantes que viven distintas realidades en nuestra provincia, a través de canales de comunicación digitales, permite poner a circular nuevas narrativas juveniles, empoderar la palabra y fomentar la participación ciudadana de estos sectores. Esto mismo genera la posibilidad de construir nuevos marcos de relación, por parte del sector juvenil, de cara a la sociedad en su conjunto, fomentando la producción de contenidos responsables.

Esta iniciativa permite ampliar lecturas y audiencias que multipliquen a la vez los materiales. Lograr que los jóvenes hablen sobre temas que les preocupan, gustan y/o motivan también es una instancia de participación y ejercicio del derecho a la libertad de expresión y derecho a la comunicación. Asimismo, consideramos que la potencialidad de alcance de los medios digitales, permiten disparar debates sobre temas troncales referidos al sector juvenil en la actualidad.

Los destinatarios directos de la experiencia fueron los docentes involucrados en proyectos de revistas escolares y sus estudiantes participantes en producciones gráficas de las escuelas intervinientes en el proyecto. Pero la experiencia también abarcó otro público de manera indirecta: jóvenes pertenecientes a las otras escuelas que participan del proyecto "Página Cero"; estudiantes y docentes de escuelas públicas o privadas de Córdoba; profesionales de distintas áreas a los que pueda interesar la temática de la producción en condición escolar; medios de comunicación; realizadores independientes y colectivos de producción audiovisual interesados en problemáticas y producciones de los jóvenes; espacios de formación docente de comunicación, como el Profesorado en Comunicación de la FCC, y otras áreas; comunidades educativas y sociedad en general.

### **Periodismo y Medios escolares**

Llegado a este punto del trabajo y de la exposición, será conveniente enmarcar el proyecto en lo que se conoce como el periodismo escolar y los medios escolares. La concepción y el eje comunicación/educación permiten desarrollar proyectos comunicacionales en un marco conceptual que deberá ser complementado con otros conceptos.

El Programa Nacional de Medios Escolares del Ministerio de Educación de la Nación tiene el propósito de contribuir a la formación y a la trayectoria escolar de las y los estudiantes por medio de la creación de sus propios discursos (periodísticos, narrativos e informativos). En ese marco, el programa se propone:

- Impulsar, en la interacción de los medios escolares con la comunidad, estrategias de revinculación, inclusión y extensión educativa.
- Estimular la producción local de contenidos y favorecer el respeto de las diferentes voces e identidades.
- Ofrecer herramientas pedagógicas que apunten al desarrollo de sentido crítico.

Este Programa incluye en la categoría de Medios Escolares a los proyectos desarrollados en todo el país, sustentados por políticas socioeducativas nacionales tales como Centros de Actividades Juveniles (CAJ) o nacidos de proyectos jurisdiccionales: Radios escolares (emisoras con frecuencia modulada); Emisiones de streaming; Medios audiovisuales escolares; Medios gráficos escolares; Otros medios digitales.

Según la presentación del Programa en el portal oficial, estos formatos escolares propician un mayor compromiso de las y los jóvenes en sus procesos formativos, les permite vincularse de diferentes modos, tanto entre pares como con sus docentes y con las diferentes áreas de aprendizaje. Además, favorecen el encuentro con otros miembros de la comunidad, ampliando y expandiendo los sentidos de la escuela. Desde esta perspectiva, las diferentes propuestas incluidas en el proyecto de medios escolares (talleres de edición digital, podcasts, lenguaje radiofónico, análisis de medios, artística radial, entre otras opciones) deben ser diseñadas teniendo en cuenta su gran aporte a la transformación de la escuela. Estos espacios también son escuela, expanden los límites del aula tradicional y permiten la circulación de la palabra, de saberes y de roles. En ellos, las y los jóvenes toman la palabra, se convierten en protagonistas de sus procesos de aprendizaje y resignifican lo escolar<sup>3</sup>.

En este sentido, un proyecto de medios en el marco de la escuela significa pensar a los medios como: Una herramienta pedagógica y de inclusión educativa; Un espacio para la promoción de la participación y del protagonismo juvenil; Un lugar de intercambio con la comunidad. En la descripción del Programa se sostiene que estos formatos escolares propician un mayor compromiso de las y los jóvenes en sus procesos formativos, les permite vincularse de diferentes modos, tanto entre pares como con sus docentes y con las diferentes áreas de aprendizaje. Además, favorecen el encuentro con otros miembros de la comunidad, ampliando y expandiendo los sentidos de la escuela.

Desde esta perspectiva, las diferentes propuestas incluidas en el proyecto de medios escolares (talleres de edición digital, podcasts, lenguaje radiofónico, análisis de medios, artística radial, entre otras opciones) deben ser diseñadas teniendo en cuenta su gran aporte a la transformación de la escuela. Estos espacios también son escuela, expanden los límites del aula tradicional y permiten la circulación de la palabra, de saberes y de roles. En ellos, las y los jóvenes toman la palabra, se convierten en protagonistas de sus procesos de aprendizaje y resignifican lo escolar.

Será pertinente profundizar en la relación de medios escolares con comunicación/educación, propósitos escolares, aspectos curriculares, valor y significado otorgado a las producciones comunicacionales, entre otros.

Estas experiencias socio-educativas mediadas por lo comunicativo, permite tener una mirada integral de lo que han sido los medios escolares en la vida extraclase y curricular de algunas instituciones educativas. Son experiencias susceptibles de propiciar intercambios simbólicos y culturales de los sentires y significados de la vida cotidiana de los jóvenes. Es posible encontrar en el mundo juvenil de estos estudiantes productores de medios escolares, posturas dialogantes que conversan desde lo transitorio que significa el presente en clave del futuro porque para estos mu-

---

<sup>3</sup> <https://www.argentina.gob.ar/educacion/iniciativas-programas/programa-nacional-de-medios-escolares>

chachos el tiempo que importa es el ahora. Otra dimensión que se destaca es el contrapeso que se da entre la esfera de lo público y lo privado. Se puede observar el trabajo colectivo, la polifonía de ideas y sentires diversos que, muchas veces, sobrepasaron los límites de lo estrictamente escolar, para comprender que la producción de contenidos a través de los medios escolares, también puede contribuir en el desarrollo de las comunidades.

Al finalizar el siglo XX, algunos autores latinoamericanos trajeron de nuevo los planteamientos de Freinet para discutir sobre las prácticas de los medios de comunicación en la escuela. Huergo y Fernández (2000) destacan que el periódico escolar, en la perspectiva de Freinet, no se concebía como una actividad complementaria, ni como una innovación educativa, sino como el reconocimiento de las propias realidades: La narración que expresaba el conocimiento de lo local en sus condiciones concretas y el intercambio con otras narraciones a través de un medio, el ‘periódico escolar’. Una comunicación fuerte y densa cuya textura era la realidad histórico-cultural y el conflicto social de distintas zonas de Francia (Ceballos Sepúlveda. 2020. P. 27).

En Latinoamérica, el modelo que prevalece en la producción de medios de comunicación en la escuela es el de los medios tradicionales, tanto en los formatos (periódicos, emisoras, noticieros, presentaciones) como en sus contenidos que tienen un propósito: informar sobre aquello que sucede en la institución (consumo cultural).

En esta medida, los alcances de las prácticas, aunque valiosos, son limitados: mejorar las “competencias comunicativas” (redacción, manejo de signos de puntuación, entre otros aspectos), pero se deja de lado otros aspectos más sustantivos que tienen que ver con la producción de sentidos: la autonomía, el reconocimiento de la diferencia, la interpretación y comprensión del propio mundo, la creatividad para elaborar los contenidos, la conciencia de a quién se dirige el contenido, entre otros aspectos. Lo primero (las competencias comunicativas) bien puede ser complementario para garantizar la calidad de la forma necesaria para el contenido, algo que también importa. (Ceballos Sepúlveda. 2020. P. 29)

Según Paulo Freire es importante tener presente el reto que plantea frente a lo que se comunica: “el mundo pronunciado, a su vez, retorna problematizado a los sujetos pronunciantes, exigiendo de ellos un nuevo pronunciamiento” (1985, p. 100). Hacer público un relato, un contenido significativo, debe ser un ejercicio reflexivo y consciente, para propiciar ese encuentro con el Otro, con un propósito, tal vez, más profundo: transformar el mundo, empezando por el propio. Dice Freire: “decir la palabra, referida al mundo que se ha de transformar, implica un encuentro de los hombres para transformarlo” (Ceballos Sepúlveda. 2020. P. 30).

Este tipo de enfoques conduce a la relación de comunicación/educación, que tiene por objeto “la articulación de la formación de sujetos (objeto de la educación) y producción de sentidos (objeto de la comunicación)” (Huergo, en antes citado). Es en este territorio donde puede tener asiento los proyectos de medios escolares, en el que tanto la comunicación como la educación establecen un diálogo permanente y recíproco que va más allá de la acumulación de datos y de la transmisión de información, es una relación de unos sujetos reflexivos, creativos, lectores de sus contextos que buscan comunicar sus mundos con sus relatos y narraciones. Así, se puede propiciar una labor de concientización sobre aquello que se va a comunicar: cómo se va a decir, qué palabras o lenguajes son los más apropiados para expresarlo a sus interlocutores, qué tipo de relatos se deben promover.

En estos espacios, también es necesaria la ruptura con los esquemas tradicionales que establecen los medios para informar sobre algo y llevarlos, como lo propuso a su vez Freinet, a hablar de sus propios mundos lo cual requiere como indicó Mujica (2001): salir a la calle, relacionarse con otras escuelas, buscar otras fuentes, tener en cuenta otras miradas del tema de manera que puedan establecer otro tipo de interrelación con el contexto que los rodea y luego explorar diferentes maneras de narrar o comunicar aquello que viven, sienten y piensan que pueden ser más cercanas a la vida de ellos mismos y de sus interlocutores. (Ceballos Sepúlveda. 2020. P. 31)

Otro aspecto a destacar, es la posibilidad de buscar puntos de relación entre el concepto de sujeto político y el de producción de sentidos, en el marco de la escuela. En primera instancia, es importante considerar algunos rasgos constitutivos del sujeto político que proponen Rojas y Arboleda (2014): empoderamiento, capacidad de acción, sentido crítico, asertividad, deliberación y toma de decisiones de manera colectiva. Las autoras señalan: “el sujeto político se constituye como mediación de la interacción con el otro, no se puede hablar del sujeto político en lo individual” (p. 129). Algunas características del mismo son: responsabilidad, apertura, conciencia crítica, capacidad de disenso y liderazgo.

Teniendo en cuenta el contexto educativo y los proyectos de medios de comunicación escolar, se puede abordar otro concepto de sujeto político a partir de dos posturas: primera, Fernández (2015) lo define como un ser “democrático, con sentido de comunidad, en capacidad de desarrollar una opinión personal y establecerse como receptor activo, generador y transmisor de conocimiento en su cotidianidad”. Señala que un camino de construcción del sujeto político, en este caso, pasa por el reconocimiento esencial de la humanidad, la necesidad de actuar y movilizarse, reconocer la existencia de una responsabilidad social, buscar trascendencia y transformar realidades, y “observa lo que ha construido y deconstruido en una mirada hacia atrás y en ella desarrolla la capacidad de reflexión sobre su actuar, que es justamente la capacidad que se posibilita a continuar generando realidad” (p. 95). Sobre la construcción de realidad, indica algo importante en el ámbito educativo, relacionado con la formación del sujeto político: “empieza en las pequeñas cosas, en las oportunidades de expresión, en las posibilidades de participación y en el reconocimiento de capacidades. Todo esto trasciende en la conciencia del sujeto- estudiante para luego convertirlo en un sujeto apto para movilizar su propia realidad y obrar en construcción”. (Ceballos Sepúlveda. 2020. P. 32)

En la segunda postura, Rojas y Arboleda (2014) señalan que una particularidad especial del sujeto político es la pluralidad: “entendida no solo desde la interacción o comunicación entre iguales, sino más bien a través del respeto por la diferencia, de la aceptación del otro diferente a mí en su forma de pensar, de actuar y de accionar en el mundo de lo simbólico y real”. Esto es esencial en un escenario, como son los medios escolares, si se consideran que son un territorio en permanente construcción en la medida que los estudiantes deben aprender a reconocer la diferencias (ideas, pensamientos, formas de ver el mundo), sobre todo, en el proceso de producción del medio, en el que se debe debatir, discutir, negociar, llegar a acuerdos y respetar las posiciones contrarias cuando se dan, ya sea entre pares o con los maestros. (Ceballos Sepúlveda. 2020. P. 34)

## **Nuevos escenarios: convergencia, disrupción e innovación**

El abordaje de la experiencia Página Cero y los medios escolares, su análisis y desarrollo, se enmarca en la denominada ecología de los medios (Scolari, 2013; 2015), en tanto comprensión del sistema como la integración de variados procesos de la esfera tecno- socio- comunicacional. La ecología de los medios presenta un encuadre apropiado para debatir las nuevas formas de la comunicación porque involucra varias disciplinas para analizar los fenómenos y los procesos: la comunicación, la gramática, la retórica, la semiótica, la teoría de los sistemas, las artes y la tecnología misma.

### **La convergencia de medios**

A su vez, surgen conceptos centrales que guía e interpelan esta experiencia, como son: convergencia, disrupción, narrativas transmedia, ubicuidad. Henry Jenkins (2008) entiende la convergencia no solo como la integración de tecnologías y redes o como estrategia económica, sino también como integración de lenguajes y narrativas que dan origen a otras gramáticas y como nuevas formas de interacción social. Es decir, como un fenómeno con múltiples dimensiones: empresarial, tecnológica, profesional y de contenidos. En cualquier caso, implica modificaciones culturales profundas. Jenkins aborda, de manera concomitante al de convergencia, los conceptos de cultura participativa e inteligencia colectiva y señala que deben pensarse de manera relacionada. En su interacción, en el marco de la cultura de la convergencia, entiende que se ubica la alternativa al poder mediático.

En relación al escenario convergente, partimos de la premisa de que en el campo del periodismo se ha modificado de tal manera el proceso productivo de la información, que ya no es posible pensar ni la práctica profesional ni la enseñanza con los parámetros del siglo anterior. En este sentido, en el proyecto Página Cero se desarrolla un proceso de producción en el cual convergen revistas escolares impresas y digitales, producciones gráficas y audiovisuales que se realizan en diferentes espacios curriculares de las escuelas, redes propias de los medios escolares, blogs, proyectos editoriales, entre otros, en la web y las redes sociales, en las plataformas digitales.

## **La disrupción**

Ligado al concepto de convergencia aparece el de disrupción, que alude a una lógica diferente, a un cambio de mentalidad, a la experimentación; en definitiva, a la innovación. En este sentido, la experiencia de Página Cero demostró como las producciones escolares con contenidos periodísticos, en diferentes formatos, soportes y lenguajes, pueden emerger desde los espacios educativos formales para trascender las aulas y los espacios institucionales. Por lo tanto, a partir de las plataformas digitales y redes sociales esas producciones logran irrumpir en estos nuevos escenarios, generando interacción y comunidad, procurando poner en agenda temáticas propias, rompiendo con una lógica comunicacional a partir de la emergencia de nuevos actores comunicacionales, nuevos emisoras y productores de sentidos.

En este marco, el concepto de innovación en el periodismo hay que repensarlo en función de tres dimensiones: el desarrollo tecnológico, el papel de las audiencias y la formación de comunicadores. El análisis de nuevas narrativas fue trabajado en los ámbitos de la comunicación y cultura y de la comunicación y educación. En este último caso, en la formación de periodistas. Las multiplataformas interactivas de comunicación y las interfaces, al ser más amigables, han abierto el ecosistema mediático a nuevos usuarios. Esta situación cambia el equilibrio del sistema: la sociedad es parte del proceso, tanto en la producción como en la redistribución de contenidos a través de redes sociales y otras plataformas.

De esta manera, se trabajó en la construcción de una plataforma contenedora de las producciones periodísticas realizadas en las escuelas secundarias. El objetivo es socializar las producciones de estudiantes que viven distintas realidades en nuestra provincia, a través de canales de comunicación digitales y poner a circular narrativas juveniles, empoderar la palabra y fomentar la participación ciudadana de estos sectores. Esto genera la posibilidad de construir nuevos marcos de relación entre el sector juvenil y la sociedad en su conjunto fomentando la producción de contenidos responsables.

## **A modo de evaluación y cierre**

El equipo del proyecto, las escuelas participantes y la FCC apostaron a la construcción de un espacio y un medio de comunicación que aportara otra mirada desde la perspectiva de la juventud donde se pudieran integrar una gran variedad de producciones escolares en soporte digital. Se logró construir íntegramente una herramienta digital en la que los ocho colegios participantes sumaron producciones propias de diferentes géneros, formatos y lenguajes, generando así un espacio genuino estudiantil. Esto permitió visibilizar gran parte del trabajo que se realiza en las aulas y que muchas veces no puede ser visto por las escuelas y la comunidad en general.

El resultado del trabajo realizado fue la producción y lanzamiento de la plataforma Página Cero Web con sus redes sociales, que estuvo acompañado de un spot publicitario, una presentación virtual en canal de youtube de la FCC y la posterior promoción y difusión en medios locales. Página Cero pudo mostrar diferentes experiencias, intereses y trayectorias de los y las estudiantes insertos en el sistema educativo formal. Resultó muy interesante observar el trabajo participativo en relación a los materiales que se publicarían y el compromiso de alumnos y alumnas y docentes. En las distintas secciones de Página Cero es posible observar cómo se implican educadores y estudian-

tes para retratar y visibilizar problemáticas sociales, prácticas culturales y la configuración de nuevos espacios de ciudadanía.

A su vez, se desarrolló y fortaleció el vínculo entre las escuelas y la FCC, lo que permite abrir un horizonte posible a los y las estudiantes secundarios, generar una retroalimentación entre las instituciones y renovar la relación de egresadas y egresados de nuestra institución que trabajan en instituciones educativas. Pero principalmente, aproximar los conocimientos y aprendizajes para la construcción de experiencias colectivas y colaborativas.

A modo de síntesis, y focalizando en la experiencia de los destinatarios, se destacan las palabras de uno de los docentes que intervino en el proyecto, Ramiro Vera del IPEM 207 Raúl Requena:

*“Evaluamos positivamente el proyecto a pesar del año difícil. Sirvió para mostrar producciones y material con contenido diverso y de calidad. También para fortalecer la identidad de los y las estudiantes en relación a la institución, el territorio y la revista. Fue un año difícil, complicado, con poco contacto con los estudiantes. Esperemos que este año 2021 podamos participar más. Al principio pensamos que con la pandemia iba a resultar imposible hacer un proyecto de esta envergadura. Sin embargo, se pudo lograr gracias a que cada colegio puso sus esfuerzos en realizar sus propias producciones. Cuando vimos más de cerca que se podía concretar Página Cero fue un motivo más para trabajar en pos de este objetivo y alentar a los y las estudiantes. Nos llevamos la grata satisfacción de saber que estimuló a los y las alumnos y alumnas a la investigación, a la redacción, al sentirse protagonistas de un gran logro.”*

Desarrollar la plataforma web con sus redes sociales permitió que muchos y muchas estudiantes divisaran un horizonte común y encontraran un espacio digital para compartir, unirse, romper las barreras del aislamiento de manera virtual y volcar su creatividad para continuar conectados. También posibilitó a las escuelas convocadas visibilizar parte de las producciones realizadas con sus proyectos durante el aislamiento y el año de bimodalidad. La constitución de espacios de visualización e intercambio de la producción discursiva de los jóvenes en su interfaz con la escuela es una necesidad básica para una educación más democrática, crítica y potencialmente liberadora. Por ello resultó valioso la concreción de este espacio digital y completar el proceso que fue pensado para dar visibilidad al trabajo de docentes y estudiantes en un espacio donde se presente una multiplicidad de temas (género, ambiente, diversidad, medios, adolescencia) y formatos (fotografías, podcast, crónicas), que son abordados por los mismos estudiantes y que se vuelven visibles desde sus propias narrativas.

Los proyectos de medios escolares pueden servir de escenario para la formación de los alumnos como seres de palabra, con capacidad de interpretar y expresar sus mundos, sus experiencias de vida, con el fin de ser publicados y generar diálogo, ya sea entre sus interlocutores o con los integrantes de sus propias comunidades educativas. Se trata, entonces, de considerar que la escuela asuma la relevancia que puedan tener los medios escolares, no como proyectos aislados, sino como espacios que propician otras alternativas de educación, en este caso, como formadores de productores de sentidos y de sujetos políticos, como lo señalan Rojas y Arboleda, generar procesos de acompañamiento a “sujetos pensantes y hablantes, con habilidades y fortalezas en la comunicación, que recuperen la palabra” (2014, p. 137) que se potencian en este tipo de proyectos. Aquí es necesario traer lo propuesto antes como comunicación (Najmanovich) y la palabra (Freire), como una manera de resignificar el sentido tanto de la comunicación y el valor de la palabra, como de la educación, conducentes a la producción de sentidos y, por tanto, a la formación de productores de sentido. Los medios escolares pueden resignificarse, más que canales o medios para divulgar datos o noticias institucionales, también son espacios que posibilitan la formación de niños y jóvenes en autonomía, responsabilidad, liderazgo, sentido de lo común, respeto a la diferencia y de otras maneras de comunicar, relatar, narrar el mundo que piensan, sienten y viven. Para ello se requiere cambiar el concepto y el propósito de los medios escolares. (Ceballos Sepúlveda. 2020. P. 34-35).

En el cierre del presente trabajo, a modo de reflexión sobre el proyecto, surgen interrogantes que nos interpelan y abren una nueva etapa de exploración, para evaluar y medir. Por un lado, con respecto al proyecto en sí: ¿cuál es el

impacto del proyecto? ¿qué repercusión tienen en las diferentes comunidades educativas? ¿cómo se puede garantizar la continuidad y la autogestión del proyecto? ¿de qué manera fortalecer la red de escuelas? ¿cómo profundizar la participación en la producción de medios escolares de instituciones educativas públicas y privadas?

Por otro lado, en cuanto a los estudiantes: ¿se genera apropiación de los jóvenes? ¿qué aporta el proyecto a la formación del estudiante, como sujeto político? ¿Qué sentidos y significantes se generan? ¿qué se aprende, como se construye conocimiento y prácticas desde los curricular, metodológico? ¿Cuál es el interés y la motivación?

Sin embargo, mientras se indague en estas preguntas, cabe resaltar el valor de fortalecer, potenciar y ampliar proyecto de medios escolares, en la variedad de formatos y lenguajes, con la diversidad y pluralidad que brinda el campo heterogéneo de las escuelas de nivel medio de Córdoba, con orientación en comunicación o no. Página Cero promueve la formación y difusión de la cultura juvenil, a partir de la apropiación y desarrollo de redes y recursos digitales. Se destaca un espacio que otorgue vos propia a los jóvenes desde sus miradas y visiones de mundo. Cabe destacar la importancia de generar y garantizar espacios comunicacionales para que las juventudes puedan expresarse, fortaleciendo la ciudadanía, la libertad de expresión y el derecho a la información, a 40 años de la Democracia.

## Bibliografía

- Ander Egg, E. (1994). El taller: una alternativa de renovación pedagógica. Buenos Aires. Argentina. Editorial Magisterio del Río de la Plata.
- Carbone G. (2004). Educación y medios de comunicación social: desde el divorcio, el recelo y la denuncia sus articulaciones posibles, en Escuela, medios de comunicación social y transposiciones. Buenos Aires. Argentina. Miño y Dávila Editores.
- Ceballos Sepúlveda [y otros 3], J.C. (2020) Medios escolares, posibilidades y retos para empoderar sujetos políticos y productores de sentido en la escuela / 1 edición 2020 – Medellín ISBN: 978-958-764-800-3 / 978-958-764-801-0 (versión digital)
- Da Porta, E (Comp.) (2011). Comunicación y educación. Debates actuales desde un campo estratégico. Córdoba. Argentina. Gráfica del Sur.
- De Vincenzi, A. (2009). La práctica educativa en el marco del aula taller. En Revista de Educación y Desarrollo, No 10. Pp. 41- 46. Abril-junio de 2009. Argentina.
- Freire, P. (2005). Pedagogía del Oprimido. México. Siglo XXI Editores 2 edición.
- Fuentes Navarro, R. (2007). Instituciones y redes académicas para el estudio de la comunicación en América Latina. México. Editorial Instituto Tecnológico de estudios superiores de occidente.
- Huergo, J. (2013) Mapas y viajes por el campo de la Comunicación/ Educación. Conferencia Inicial de COMEDU, Universidad Nacional de la Plata, en Tram[p]as de la comunicación N° 75, 19-30. Argentina Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/0B4yyO4InVncvTFZvNU8yaEUzbnM/view?resourcekey=0-qCMGEuUr5gkonyJGWUnhAQ>
- Huergo, J. (2011) Comunicación /Educación: Del desorden cultural al proyecto político. La Plata. Argentina. Universidad Nacional de la Plata.
- Martín Barbero, J. (2003). La educación desde la comunicación. Buenos Aires. Argentina. Editorial Norma.
- Menéndez, G. et ál. (2016). Integración docencia y extensión 2: otra forma de enseñar y de aprender. En Revista de Extensión Universitaria +E Núm. 6 Enero-diciembre (2016). 1a ed. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral. Argentina.
- Morabes, P. (2006). Algunas articulaciones posibles desde la "mirada comunicacional. La investigación en el territorio de Comunicación/ Educación". En Tram[p]as de la Comunicación Octubre 2006. 37-45. La Plata. Argentina. Universidad Nacional de La Plata. Recuperado de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/34041/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/34041/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Nigro, P. (2008). La Educación en medios de Comunicación, contenido transversal.

Buenos Aires. Argentina. Grupo Editorial Lumen.

Urresti, M. (2008). *Ciberculturas Juveniles*. Buenos Aires. Argentina. La Crujía Ediciones.

Sibilia, P. (2012). *¿Redes o Paredes? La escuela en tiempos de dispersión*. Buenos Aires. Argentina. Editorial Tinta Fresca.

Enlaces:

<https://www.argentina.gob.ar/educacion/iniciativas-programas/programa-nacional-de-medios-escolares>

<https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/5210> <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/cprofestenerifesur/2022/02/09/i-encuentro-de-periodismo-escolar/>

<https://www.cippecc.org/innovaciones-educativas/periodismo-escolar-en-internet/>

# Miradas acerca de la evolución en los estudios sobre las alfabetizaciones transmedia en Latino América

Díaz, María Natalia  
diaz.marianatalia@gmail.com

Universidad Nacional de San Juan

## Resumen

En el presente trabajo realizaremos un análisis descriptivo de las investigaciones realizadas en torno a las alfabetizaciones digitales en estudiantes de comunicación social.

Para la realización de nuestra investigación recuperaremos estudios publicados e indexados en bases de datos académicas. Para la selección tuvimos en cuenta la pertinencia en el campo, además de seleccionar aquellos trabajos actualizados, también se consideró la solidez metodológica, así como los principales hallazgos.

Los estudiantes, inmersos en un entorno digital dinámico, en el que se multiplican y convergen pantallas, plataformas y canales, resulta esencial que la educación promueva el desarrollo de competencias mediáticas para enfrentarse al contexto tecnológico y a las nuevas prácticas comunicativas para esto es necesario conocer las competencias que nuestros estudiantes ya han adquirido y ponen en práctica en el cursado.

Como señala Morduchowicz (2018), Echazarreta (2014), Cobo (2019), si bien los jóvenes de hoy han vivido desde siempre en contacto con múltiples dispositivos digitales, esto no significa que no necesiten formaciones sobre determinadas habilidades, aptitudes y conocimientos, dado el carácter dinámico y de rápido cambio que caracteriza a las tecnologías sociales.

Las universidades y en particular las carreras de comunicación precisan investigar sobre las nuevas formas de aprender de los estudiantes ya que es innegable la necesidad de estrategias educativas que promuevan el uso de los alfabetismos digitales de los estudiantes al respecto Scolari expresa que:

*“La emergencia de estas nuevas prácticas que producen, comparten y consumen medios está retando a investigadores y educadores; la alfabetización mediática ya no se puede reducir al análisis crítico del contenido de los medios o a la adquisición de las competencias dentro del sistema educativo formal. El consumidor tradicional de medios de comunicación es ahora un «prosumidor» (un concepto acuñado por Toffler en 1980) o «creador participativo» (Meyers, Erickson y Small, 2013), un sujeto activo que crea contenido nuevo y lo comparte en las redes digitales”.*(2018,p16)

Conocer las alfabetizaciones digitales de nuestros estudiantes, y en particular aquellas que tienen que ver con el uso del dispositivo con más penetración en casi todos los grupos etarios, se constituye en una ventaja que permitirá determinar con más certeza objetivos académicos dentro de los programas de las diferentes asignaturas.

## Introducción

La evolución y la popularización de los celulares inteligentes en conjunto con el crecimiento de las posibilidades de conectividad han dado lugar a una importante transformación en la vida diaria de los usuarios que permanecen conectados durante la mayor parte del día.

Los estudiantes universitarios se encuentran inmersos en un entorno digital dinámico, en el que se multiplican y convergen pantallas, plataformas y canales. Resulta esencial promover el desarrollo de competencias mediáticas que le brinden a los estudiantes herramientas para desenvolverse en un contexto tecnológico.

Como señalan Morduchowicz (2018), Echazarreta (2014) y Cobo (2019), si bien los jóvenes de hoy han vivido desde siempre en contacto con múltiples dispositivos digitales, esto no significa que no necesiten aprender determinadas habilidades dentro del sistema formal.

Las universidades y en particular las carreras de comunicación precisan investigar sobre las nuevas formas de aprender de los estudiantes ya que es innegable la necesidad de estrategias educativas que promuevan el uso de las competencias digitales adquiridas por los estudiantes en su interacción diarias con los dispositivos digitales al respecto Scolari dice que:

*La emergencia de estas nuevas prácticas que producen, comparten y consumen medios está retando a investigadores y educadores; la alfabetización mediática ya no se puede reducir al análisis crítico del contenido de los medios o a la adquisición de las competencias dentro del sistema educativo formal. El consumidor tradicional de medios de comunicación es ahora un «prosumidor» (un concepto acuñado por Toffler en 1980) o «creador participativo» (Meyers, Erickson y Small, 2013), un sujeto activo que crea contenido nuevo y lo comparte en las redes digitales. (2018, p.16)*

## De la alfabetización digital a la alfabetización transmedia

La evolución de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), asociada al desarrollo de las redes de conexión y a su vez a los dispositivos móviles, así como también la gran variedad de plataformas ya sean redes sociales, plataformas colaborativas e interactivas han generado nuevas formas de acceder, construir y comunicar el conocimiento. Dando lugar a la cultura de la convergencia como ya mencionamos anteriormente.

Este nuevo y cambiante escenario es lo que hoy nos hace pensar en nuevas alfabetizaciones desde una cultura participativa que ponga en tensión lo global y lo local. Por otra parte, esta evolución de las tecnologías trae aparejado la necesidad de contar con ciudadanos alfabetizados digitalmente que puedan hacer uso y sacar provecho de estas herramientas. Esta alfabetización no es entendida solamente como un conjunto de competencias que se requiere y cómo adquirirlas, sino también en su aspecto más comunicativo, social y participativo.

El concepto de “alfabetización digital” es una evolución del concepto de alfabetización funcional, que como dijimos en el apartado anterior se ha transformado y sigue transformándose en la medida que el conjunto de conocimientos básicos que éste término comprende también han cambiado conforme lo ha hecho la sociedad.

En este punto, centramos nuestro interés en una primera aproximación a la amplia gama de adjetivos que se emplean en relación a la tecnología digital y que, en consecuencia, acompañan al concepto de alfabetización. Motiva este interrogante el deseo de comprender, con mayor profundidad, el complejo tablero en el que circulan nociones tales como: alfabetización digital (Gutiérrez, 2010; Gros & Contreras, 2006), alfabetización mediática (Gutiérrez, 2010), alfabetización informacional (Livingstone, 2004) y, por último, alfabetización transmedia (Scolari, 2016; Grandío, 2015).

Sin restar protagonismo a la variedad de conceptos que componen el campo del saber de esta área, a continuaci-

ón dedicaremos un apartado a los conceptos de alfabetización digital y alfabetización transmedia por considerar que el primero -de alguna manera- comprende las habilidades digitales necesarias para que los sujetos puedan desenvolverse en el mundo actual; mientras que el último constituye lo que podríamos considerar como “un paso más” en el manejo de dichas habilidades al contemplar la capacidad de los usuarios de gestionar el flujo de las historias (transmedia navigation en palabras de Jenkins (2009)).

## **Alfabetización transmedia**

Como ya mencionamos en el apartado anterior las investigaciones del Profesor Carlos Scolari, forman parte de nuestro marco teórico. El investigador comienza alrededor del año 2015 una serie de estudios para conceptualizar y caracterizar la alfabetización transmedia, que son de interés en la presente investigación.

Scolari (2016) explica que los niños y adolescentes desarrollan habilidades transmediales en diferentes ambientes, tanto dentro como fuera de las aulas. Poniendo especial atención a las competencias que se desarrollan en entornos de aprendizaje informal, pero se pueden explotar y promover en contextos de aprendizaje formal (pp. 16- 19).

En el contexto de convergencia cultural en el que vivimos, los roles de estudiantes y profesores, de espectadores y productores, se vuelven intercambiables ya que cualquier persona puede crear contenido o participar en la creación de forma conjunta. Del mismo modo, en esta nueva configuración del espacio educativo el rol del docente debe cambiar en la medida en que: “el profesor es un facilitador del conocimiento, un actor que involucra a los alumnos en un proceso de aprendizaje participativo. En este contexto, el profesor es un actor flexible y descentralizado que promueve un aprendizaje de abajo hacia arriba” (Scolari, 2018, p.17).

Los contextos educativos han cambiado y se encuentran en permanente cambio por eso creemos que es necesario indagar las habilidades que nuestros estudiantes poseen así podremos repensar las prácticas educativas dentro de las aulas universitarias.

Nos motiva pensar nuevas posibilidades- quizás más participativas - para generar un ecosistema alternativo, complementario que, en algunos casos, nos permita dialogar con la realidad que viven nuestros estudiantes fuera de nuestras aulas.

Es acá donde introducimos la alfabetización transmedia, que de acuerdo a Scolari (2016):

se podría entender como una serie de habilidades, prácticas, prioridades, sensibilidades, estrategias de aprendizaje y formas de compartir que se desarrollan y se aplican en el contexto de las nuevas culturas participativas. Si la alfabetización tradicional se centraba en los libros o, en el caso de alfabetización mediática, en la televisión, entonces el alfabetismo transmedia sitúa las redes digitales y las experiencias con los medios interactivos en el centro de su experiencia práctica y analítica. (2018,p.17)

Por su parte, otro referente que intenta echar luz sobre este nuevo tipo de alfabetización es la investigadora española María del Mar Grandío. El planteo de Grandío resulta valioso ya que la teórica murciana no sólo coincide con la postura de Scolari sino que incorpora lo que podríamos considerar como el objetivo final de estas nuevas estrategias de aprendizaje. La investigadora española propone como meta del proceso de alfabetización que los usuarios desarrollen:

La capacidad para evaluar y crear contenido a través de múltiples plataformas con un sentido unitario y complementario teniendo en cuenta diversos lenguajes y experimentaciones creativas, presentando además una actitud ética hacia su propio contenido y el de los demás, y con el objetivo de fomentar la participación plena en contextos cada vez más interculturales. (2015, p. 37)

Ambas visiones coinciden en destacar la importancia de estas habilidades para la vida social y cultural de los indi-

viduos, así como también el valor detrás de su consideración e incorporación dentro del contexto educativo.

Siguiendo la propuesta de Scolari (2018), es importante recordar como ya se dijo anteriormente, que no se niega la necesidad de educar a los jóvenes en el desarrollo de las competencias vinculadas a los medios; por el contrario, se trata es de ampliar la mirada para incluir las practicas mediáticas que efectivamente están realizando los jóvenes en su vida cotidiana.

En este sentido “el alfabetismo transmedia interpela a los jóvenes en tanto prosumidores, creadores o distribuidores de contenidos mediáticos. En vez de estigmatizar esas nuevas prácticas mediáticas propone recuperarlas dentro del aula, pasando de lo informal a lo formal” (Scolari, 2018, p. 9).

Reconocer que los jóvenes que llegan a las instituciones educativas son individuos con experiencias propias y con conocimientos válidos que pueden ser de utilidad a la hora de adquirir nuevos conocimientos, constituye una de las premisas fundantes de la alfabetización transmedia. Es aquí donde esta investigación pone el foco, estudiando los procesos de producción que nuestros estudiantes son capaces de desarrollar, a través de la pantalla móvil.

Las competencias transmedia que se ponen en juego a la hora de producir son las que nos interesa observar y recuperar para su análisis. Esto nos permitirá pensar en futuras estrategias, que favorezcan más estas prácticas que ya se están dando. Siguiendo a Cobo (2016) sabemos que los aspectos críticos por resolver no están en los dispositivos como tales sino en los contextos, enfoques, modelos pedagógicos y procesos de transformación socio-tecnopedagógicos.(p.52), entonces como primer paso nos importa indagar más sobre los alfabetización transmedia presentes en nuestras aulas.

## **Estudios seleccionados**

En el presente apartado realizaremos un recorrido por una selección de estudios realizados, que desde diferentes dimensiones aportan a nuestra investigación. Así, comenzaremos por aquellos trabajos que son de alcance global para terminar haciendo un acercamiento hacia aquellos que son más acotados con respecto a su objeto de estudio pero, también, a la vez más locales.

Para nuestra investigación, que tiene como objetivo, indagar sobre la evolución en los estudios sobre las alfabetizaciones transmedia en Latino América, para así tener un panorama un poco más claro de donde estamos posicionados en esta temática. Tomaremos como punto de partida el mapa de competencias transmedia propuesto por el doctor Carlos Scolari en el 2018 como resultado del proyecto de investigación “Transmedia Literacy”. Si bien este proyecto no tiene sus raíces en Latino América se basa en muchos trabajos realizados por investigadores de prestigiosas Universidades Latino Américas.

En el mapa propuesto, las competencias transmedia han sido organizadas en 9 dimensiones, las cuales incluyen 44 competencias generales, y, en un segundo nivel, 190 competencias específicas descritas en profundidad.

El proyecto “Transmedia Literacy” surgió por iniciativa de un grupo de investigadores que comparten un interés por los adolescentes, la comunicación digital interactiva y los procesos de enseñanza y aprendizaje. El proyecto se ejecutó desde abril de 2015 a marzo de 2018, con un alcance internacional.

El equipo de investigación estuvo formado de forma interdisciplinar por más de 50 investigadores con experiencia en áreas como las alfabetizaciones digitales, narrativa transmedia, contenidos generados por los usuarios y cultura participativa, etnografía tradicional y virtual, y pedagogía e innovación en la enseñanza.

Los resultados del proyecto fueron publicados en el libro *Adolescentes, medios de comunicación y Culturas Colaborativas*. Aprovechando las competencias Transmedia de los Jóvenes en el aula los objetivos principales del proyecto han sido de acuerdo con su libro:

*Contribuir a una mejor comprensión de cómo consumen, producen, comparten, crean y aprenden los adolescentes en entornos digitales; crear un mapa de competencias transmedia y estrategias de aprendizaje informal utilizadas por chicos y chicas para identificar cómo se pueden 'explotar' en el sistema educativo formal; ir más allá de la identificación de las competencias/ estrategias y proponer un kit para (2018, p.10).*

El proceso de recolección de datos se llevó a cabo en 8 países España, Australia, Colombia, Finlandia, Italia, Portugal, Reino Unido y Uruguay, usando un enfoque de etnografía a corto plazo.

Otros investigadores destacados, que fueron parte de este trabajo, fueron María José Masanet Profesora de la Facultad de Información y Medios Audiovisuales de la Universidad de Barcelona de la cual tomaremos algunos artículos publicados en otras fuentes así también tomaremos aportes de Nohemí Lugo Rodríguez perteneciente al Departamento de Medios y Cultura Digital del Tecnológico de Monterrey que en su tesis doctoral titulada Diseño de narrativas transmedia para la transalfabetización, comienzan su recorrido en investigaciones respecto a esta área del conocimiento.

En un artículo más reciente titulado Educación Transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes y publicado por la revista Latina de Comunicación Social, 74 los investigadores Scolari, Masanet y Logo Rodriguez realizan un estudio de caso de esta investigación nos pareció interesante el diseño de la experiencia dentro del aula que les permitió concluir que:

*las competencias desarrolladas en ambientes informales, son de utilidad en el desarrollo de prácticas formales, conviene recordar que tanto a nivel analítico como práctico es aconsejable mantener un intercambio constante entre ambos entornos. Por este motivo la alfabetización transmedia, entendida como una praxis educativa, se propone recuperar de ntro del aula los saberes desarrollados fuera del entorno formal. ( Scolari et al., 2019,p.15)*

El artículo titulado Competencias transmedia en estudiantes de Periodismo: producción y edición de contenidos informativos multimedia, publicado en el 2020 en la Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes, muestra el trabajo de investigación que tenía por objetivo conocer las características del periodismo transmedia y del transmedia literacy adquiridas por estudiantes de grado de segundo año de Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), en el desarrollo de la práctica de fin de curso de la asignatura Escritura Periodística para Multimedia e Interactivos.

El artículo nos permite hacer un recorrido por las diferentes etapas de la investigación brindándonos dimensiones e indicadores que nos servirán como marco en la etapa de diseño de los instrumentos.

En cuanto a la realidad latinoamericana sobre el tema de alfabetización transmedia, encontramos el artículo titulado Alfabetismo transmedia. Una introducción (Scolari et al, 2018). El cual resume experiencias desarrolladas en Latinoamérica que centran su atención en los modos en que niños y adolescentes operan con los medios digitales. Ahí encontramos reseñada una experiencia titulada el Aprendizaje y participación DIY de fans y makers mexicanos (p. 11). Este estudio explora las formas de participación y prácticas centradas en el “hágalo usted mismo” Do it yourself, plantando la necesidad de incorporar a las prácticas educativas estas habilidades desarrolladas.

Resulta interesante explorar para nuestra investigación las “prácticas de apropiación creativa dentro de lógicas de colaboración y aprendizaje comunitarias, donde se pone en tensión la relación consumo-producción” (p.12).

El trabajo de tesis de maestría, Alfabetización digital y su relación con las habilidades investigativas en estudiantes de una universidad de Lima, publicado en el año 2022, pone el foco en discriminar cuáles son las habilidades digitales puestas en juego a la hora de desarrollar estrategias de investigación y cuáles son las habilidades creativas. Nos parece importante este trabajo en cuanto pone en tensión habilidades de tipo instrumentales con habilidades críticas.

El artículo Millennials y entornos digitales: Qué y cómo aprenden estudiantes en el Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey, describe un estudio que realizó en el año 2018 y tuvo como objetivo describir los dispositivos digitales que prefieren los estudiantes al efectuar ciertas actividades académicas. Así, algunas de sus conclusiones muestran que los jóvenes prefieren la “computadora principalmente para estudiar, y la tableta y el teléfono móvil para complementar la información vista en la sesión de clase o para búsquedas rápidas.” (Miranda-Villanueva, 2019, p. 22).

Por último, recuperamos un trabajo reciente de investigación que toma como eje las alfabetizaciones transmedia para desarrollo de narrativas multimediales en el nivel superior. Es relevante para la presente investigación la profundización que se realiza en las competencias de producción en el ámbito universitario.

En un trabajo titulado El transmedia en la Educación Superior. Una investigación cualitativa, publicado recientemente en enero del 2023 investigadores de Perú, Colombia y España toman como objeto de estudio a las narrativas transmedias y el modo en que se utilizan dentro de las estrategias de enseñanza. El valor de este trabajo radica en que, al igual que la presente investigación, se focaliza en analizar cómo las aplicaciones de estas narrativas van de la mano de las alfabetizaciones de los estudiantes.

Con el fin de dar respuesta a su problema de investigación, el estudio se llevó adelante a partir de entrevistas hechas a 21 directores académicos y expertos en el ámbito de las comunicaciones y los medios interactivos en la educación superior en América Latina, España y Portugal.

Uno de los resultados más destacados fue la construcción de un mapa del transmedia storytelling en la universidad desde la observación de sus recursos humanos y materiales, con los que cuentan para realizar este tipo de prácticas dentro del entorno educativo, el equipo de investigación llegó a la conclusión que:

*Se constata un avance progresivo en la presencia del transmedia storytelling en los currículos universitarios y un vacío, señalado por parte de los docentes, con respecto a las iniciativas de capacitación concretas dirigidas hacia ellos como profesores e investigadores de parte de los centros de estudio. (Gomero et al., 2023, p. 10)*

De esta investigación se desprende que, si bien existe acuerdo respecto de la incorporación de las competencias de producción en el entorno universitario, se constata que es necesario fortalecer la capacitación de los docentes en lo que se refiere al trabajo con los procesos de alfabetización transmedia y sus potencialidades en contextos educativos.

## **Discusiones para la reflexión**

Con la revisión del estado de la cuestión en lo referente a las investigaciones en alfabetización transmedia en las carreras de comunicación se buscó esclarecer las limitaciones y los aciertos en estos procesos. Que son de mucha importancia en los contextos actuales.

Se puede ver que las estrategias de aprendizaje se dan en ámbitos formales e informales, pero que ambas contribuyen a una mejor adaptabilidad del futuro profesional al mundo digital.

Una de las competencias necesarias en el perfil del futuro comunicador es el de prosumidor, ante el proceso cultural participativo transmediático; se necesita la participación activa desde los contenidos es decir las habilidades que les permitan construir contenidos multimediales. En otras palabras, no basta con dominar ciertas herramientas tecnológicas para alcanzar habilidades transmediales en los jóvenes, sino también, se requeriría de visión crítica.

## Bibliografía

- Cobo, Cristóbal (2016) *La Innovación Pendiente. Reflexiones (y Provocaciones) sobre educación, tecnología y conocimiento*. Colección Fundación Ceibal/Debate: Montevideo. Corona
- Rodríguez, J. (2018). De la alfabetización a los alfabetismos: aprendizaje y participación DIY de Fans y Makers mexicanos. *Comunicación y sociedad*, (33), 139-169. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i33.7073>
- Gomero, G., Barredo-Ibáñez, D., & Hernández-Ruiz, J. (2023). El transmedia en la educación superior. Una investigación cualitativa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 155-170. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1838>
- González-Martínez, J., Serrat-Sellabona, E., Estebanell-Minguell, M., Rostan-Sánchez, C., & Esteban-Guitart, M. (2018). Sobre el concepto de alfabetización transmedia en el ámbito educativo. Una revisión de la literatura. *Comunicación Y Sociedad*, (33), 15-40. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i33.7029>
- Grandío-Pérez, María del Mar (2015). Indicadores para la evaluación de la alfabetización transmedia en los estudios universitarios de Comunicación. Peinado Miguel(coord). *Formación, perfil profesional y consumo de medios de los alumnos en Comunicación* (pp. 35-47). La Laguna. Tenerife: La Hornera.
- Grandío-Pérez, María del Mar (2016). El transmedia en la enseñanza universitaria. Análisis de las asignaturas de educación mediática en España (2012-2013). *Palabra Clave*, 19(1), 85-104. doi: <https://doi.org/10.5294/pacla.2016.19.1.4>
- Gutiérrez, Alfonso (2010). Creación multimedia y alfabetización en la era digital. En R. Aparici (Coord.) *La educomunicación más allá del 2.0.* (pp. 171-186): Gedisa.
- Lugo Rodríguez, Nohemi (2016) *Diseño de narrativas transmedia para la transalfabetización*. (Tesis inédita doctorado). Universitat Pompeu Fabra. Barcelona.
- Miranda-Villanueva, O. M. (2019). Millennials y entornos digitales: Qué y cómo aprenden estudiantes en el Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey. *Razón Y Palabra*, 22(103), 297-320. Recuperado a partir de <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1315>
- Morales, Soledad, Cabrera, Magela, & Rodríguez, Gabriela. (2018). Estrategias de aprendizaje informal de habilidades transmedia en adolescentes de Uruguay. *Comunicación y sociedad*, (33), 65-88. <https://dx.doi.org/10.32870/cys.v0i33.7007>
- Morduchowicz, Roxana (2018). *Ruidos en la web. Cómo se informan los adolescentes en la era digital*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones B.
- Núñez Cortes, J., Tablado, M. (2015). *El desafío de alfabetizar en el siglo XXI*
- Pedró, F. (2006). *Aprender en el nuevo milenio: Un desafío a nuestra visión de las tecnologías y la enseñanza*. Documento OECD-CERI
- Pereira, S., FILLLOL, J. & MOURA, P. (2019). Young people learning from digital media outside of school: The informal meets the formal. [El aprendizaje de los jóvenes con medios digitales fuera de la escuela: De lo informal a lo formal]. *Comunicar*, 58, 41-50. <https://doi.org/10.3916/C58-2019-04>
- Scolari C., Lugo Rodríguez N., Masanet M J. Educación transmedia: de los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes = Transmedia education: from the contents generated by the users to the contents generated by the students. *Revista latina de comunicación social*. 2019;(74):116-32. DOI: 10.4185/RLCS- 2019-1324
- Scolari, C. (2018). Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula. *UniversitatPompeuFabra*. Barcelona Recuperado en <https://repositori.upf.edu/handle/10230/34245>
- Scolari, C., Lugo Rodriguez N., Masanet MJ. (2019). "Educación Transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes". *Revista Latina de Comunicación Social* 74.( pp. 116 a 132) DOI: 10.4185/RLCS-2019-1324
- Scolari, C., Winocur, R., Pereira, S., & Barreneche, C. (2018). Alfabetismo transmedia. Una introducción. *Comunicación Y Sociedad*, (33), 7-13. Recuperado a partir de <http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/7227>

# ¿ Pensar en imágenes ?

## Una experiencia de producción audiovisual desde el aula

Natta, Pablo

pablonatta@unc.edu.ar

De Bórtoli, Cecilia

cecidebortoli@gmail.com

**Universidad Nacional de Córdoba**

### Introducción

Destacamos la importancia de esta instancia de reflexión que permite el “pasaje” de un hacer convulsionado y compulsivo, a escribir una pieza que permita reconstruir el contexto de producción de la clase para revisar las prácticas, los recorridos, las posiciones. En el texto que sigue, realizaremos una breve narración de la experiencia que analizaremos, la cual se desarrolló en una escuela urbano/periférica de Córdoba con jóvenes del CO de la escuela, allá por 2009. El Panel sobre jóvenes por jóvenes representó un momento y un producto de proceso pedagógico que atravesó materias, prácticas, aulas y temporalidades diferentes entre 2007 y 2010.

Intentaremos narrar la experiencia al tiempo que la revisamos críticamente, desde el ahora y recuperando también reflexiones que se fueron plasmando en el proceso de difusión de la experiencia, años después de ocurrida. Por ello, además de nuestra palabra reflexiva, aportamos algunas concepciones de la Sociología Clínica y del constructivismo. Allí, trataremos de vincular la experiencia narrada con los señalamientos de Vigotsky (ZDP), Ausubel (su perspectiva cognitiva) y Bruner, sobre todo en lo referido a las formas en que se despliegan los aprendizajes en vinculación con la experiencia y la matriz cultural de los estudiantes. También recurrimos a Bombini para pensar “la escritura en la formación docente”.

### Desarrollo

Pretendemos reflexionar sobre un producto específico que formó parte de un proyecto coordinado por Pablo Natta en 2009, desarrollado con un grupo de jóvenes de Quinto A (orientación Comunicación) del IPEM 136 Alfredo Palacios de Barrio Villa Bustos. El producto resultante fue la grabación cámara en mano de un Panel sobre jóvenes por jóvenes que se puede visualizar aquí: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_EKtSZTYzs4&t=268s](https://www.youtube.com/watch?v=_EKtSZTYzs4&t=268s)

En 2007 comenzamos a trabajar ordenada y reflexivamente las potencialidades del lenguaje audiovisual en experiencias áulicas en conjunto con los docentes de Lengua, Geografía, Artes plásticas y Comunicación. Al final de 2007 fundamos Festicortos para que nuestros estudiantes pudieran compartir sus producciones con sus pares de otras escuelas. La diferencia con otros festivales fue que no era una muestra competitiva, la centralidad estaba en un hacer reflexivo y no en la calidad técnico realizativa de los productos. No era un negocio, sino el corolario de un proceso educativo.

Para 2009, la realización audiovisual era una herramienta organizadora de los recorridos pedagógicos en las materias del C.O. Comunicación del IPEM 136. Ese año desarrolló el proyecto Compartir nuestras miradas sobre quienes somos, que hace hincapié en el hacer como forma de construcción del conocimiento. Propone a sus estudiantes convertir el aula en una productora. “Sentarse en grupos a discutir un relato, fusionar las ideas que cada estudiante aporta, pen-

sar la historia en su totalidad con personajes, lugares y acciones, son los puntos de partida. Después, trabajar el vestuario, la escenografía, la musicalización y los efectos sonoros. Cada etapa requiere de un minucioso trabajo en equipo que exige asumir roles a cada joven según cualidades, habilidades e intereses” señala uno de los coordinadores (1).

En el proyecto, los jóvenes “crean, realizan y filman sus propias historias. Una experiencia de producción integral que promueve el protagonismo de las y los estudiantes en su formación e invita a reflexionar acerca del lugar de la escuela en el vínculo con los jóvenes y su realidad cotidiana” explicamos en la revista Educar (1).

Educar desde la comunicación, implica abordar y compartir herramientas que les permitan a los jóvenes la expresividad y la construcción de su propia identidad en relación a su historia y su contexto.

“En los medios suceden dos cosas: por un lado, cuando se abordan temas de educación, tienen como fuentes a autoridades y especialistas, y en general no se prioriza la voz de los docentes y mucho menos la de los estudiantes. Es decir, hablan sobre nosotros los de afuera, los que no están en las escuelas. Y por otro lado, estamos acostumbrados a que la educación es noticia cuando hay algún conflicto y muy rara vez se difunden experiencias y proyectos positivos” reflexionamos en ese momento (2).

En ese marco, filmamos el Panel. El objetivo específico de esa actividad era que les jóvenes se piensen en su devenir y desnaturalizaran las representaciones que adultos y medios masivos construyen sobre ellos. Las semanas anteriores habían realizado lecturas, talleres y actividades que referían a la construcción de la identidad, los procesos de infantilización de los jóvenes y el lugar que adquirirían en el sistema educativo: pasivos, vacíos, moldeables por una educación bancaria. (FREIRE, P. 1970).

La realización del Panel representa un “ponerse en los zapatos de otro en educación” ya que posiciona al docente como alguien curioso que intenta comprender, mediante una entrevista abierta, las posiciones que adoptan los estudiantes en relación a temáticas generales sobre las que se les propone reflexionar. Adoptar “la perspectiva del actor” -como señala la Sociología Clínica- que se construye sobre la escucha, el saber de la experiencia y la consideración del conocimiento que los actores tienen de su mundo social (TARACENA RUIZ, 2010), es lo que parece guiar la experiencia.

En ésta revisión entendemos que la práctica estaba orientada intuitivamente por posturas constructivistas que consideran al conocimiento como producto de las experiencias individuales dentro de un contexto social. El enfoque del proceso de enseñanza se centraba en el estudiante, y el aprendizaje se concibe como la creación de nuevos significados a partir de un conocimiento previo y de las experiencias. El docente se posiciona como guía o facilitador para que tomara valor y centralidad la experiencia, el contexto social y cultural de los alumnos, para que pudieran conocer y elegir una temática sobre la que reflexionar y producir discursos. El rol docente era el de acompañar en el proceso de búsqueda y autoconocimiento.

Para pensar la dimensión técnica del proceso de producción audiovisual, tratamos de alejarnos de la fascinación por el tecnologicismo. Como dice Vygotsky “el desarrollo humano es un permanente proceso de culturización en el que el sujeto interioriza una serie de instrumentos que le permiten controlar sus procesos mentales y su comportamiento”.

“No se trata de enseñarles a usar una cámara, sino ayudarles a construir los marcos interpretativos y críticos para que puedan decidir qué utilización darle y para qué. Ofrecer un recorrido pedagógico respecto de estas tecnologías, en términos de proceso” señalamos (1).

En este mismo sentido, un valioso aporte de Vigotsky a la educación es su tesis sobre la existencia de una Zona de Desarrollo Próximo (ZDP). La propuesta conceptual en relación a la ZDP, la expone como “la diferencia entre el nivel de desarrollo real actual (ZDR) y el nivel de desarrollo potencial, determinado mediante la resolución de

problemas con la guía o colaboración de adultos o compañeros más avanzados”. Esto resulta fundamental en la puesta en relación de un conjunto de conocimientos complejos (la producción audiovisual) en contextos no idóneos (pobreza material de las escuelas) y con formación técnica limitada (de docentes y alumnos).

## **Aprendemos a la par**

La propuesta de realización del Panel se asienta sobre dos ejes complementarios que guiaron el proceso de producción: los Derechos Humanos, con atención a los derechos de los jóvenes, por un lado; y los procesos de construcción de identidad, con hincapié en el modo en que las subjetividades de los jóvenes son afectadas por lo que les rodea: la escuela, el barrio, las familias y los discursos mediáticos sobre los jóvenes.

Recuperando el trayecto realizado y evaluando sus potencialidades, en esa nota comentamos: “Partimos de la premisa de que el docente no tiene que desesperarse por no poder resolver los aspectos técnicos, y que debe asumirse como imprescindible en la construcción del marco ético y político del recorrido educativo que propone. El desafío es garantizar que el docente pueda –de a poco– ir retirándose de la producción. Construir un trabajo sin la necesidad de la presencia del poder censor y disciplinador en la educación”. (1)

Si leemos con David Ausubel que “en la estructura cognitiva se ponen en juego variables ligadas al aprendizaje como lo nuevo, lo viejo y el anclaje. Pensamos en el anclaje como un puente que vincula las ideas (afines) ya interiorizadas con las (nuevas) ideas que se les presenta a los estudiantes. En el aprendizaje significativo los conocimientos nuevos deben relacionarse sustancialmente con lo que el alumno ya sabe” (AUSUBEL, D. 1983). La mirada de los estudiantes es más audiovisual que la de sus docentes, y el manejo de la tecnología les es más amena y accesible. Descentrar la adultocentralidad.

Ese es uno de nuestros desafíos como docentes, la búsqueda del desarrollo potencial de cada estudiante, que son sujetos con historia, con un contexto social previo y con ciertas construcciones previas de sentido. Pensando en evaluaciones integrales y de los procesos de los jóvenes.

Bruner concibe al “hombre como un ser cultural que construye y deconstruye los significados para asimilar su realidad”. De la Psicología cultural toma la “existencia de un mundo interno en el que se encuentran las creencias y los deseos, y un mundo fuera del hombre que es la cultura. Al relacionarse, estas dos le permiten al hombre transformar sus creencias, sus acciones y su entorno”. Este es un supuesto básico del constructivismo. Por eso la coincidencia con el autor en “atribuir importancia a las narraciones y la negociación en la construcción de significados que realiza el ser humano”. (BRUNER, J. 1980)

Se podría decir que seguimos a Vigotsky en tanto ansiamos mover en el aula significados que luego puedan engendrar acciones de conciencia creciente y compleja. Vigotsky dice que a través de la internalización de los “procesos psicológicos superiores”, que permite la construcción de los significados, el ser humano adquiere “la capacidad de crear estímulos artificiales que pasan a ser causas inmediatas de la conducta” (VYGOSTSKY, L. 1978).

Y coincidimos en que así “el ser humano puede tomar cada vez mayor independencia de las determinaciones impuestas por el marco perceptivo sensorial inmediato, su acción se descontextualiza subordinándose cada vez más a los significados que él mismo construye y reconstruye en constante relación con otros”.

## **Un cierre (siempre) provisorio**

Como conclusión a ésta relectura, quisiéramos revisar la propuesta desde el texto “La planificación didáctica”, aportado por la cátedra Taller de Práctica Docente III de la FCC. Por ello, los entrecomillados que siguen remiten a ese material. También recuperamos a Bombini y Labeur.

En el proceso, realizamos una planificación didáctica que, como proceso, implicó “partir de nuestros pensamientos para generar una serie de rutinas, guiones e hipótesis de trabajo” que no quedaron plasmados en un programa escrito. Pudimos como equipo docente “anticipar, prever, organizar y decidir cursos de acción” y nos planteamos de antemano “qué íbamos a trabajar con el grupo y de qué modo, cómo íbamos a presentar tal tema, de qué manera despertar el interés de los alumnos”. (BOMBINI, G. y LABEUR, P. 2013). Sin embargo, nunca llegamos a un producto escrito, ni en una planificación, ni en un programa.

“La complejidad e imprevisibilidad de las prácticas educativas nos exige la capacidad de adaptarnos a las circunstancias y de estar preparado para modificar el rumbo si es necesario” y ese fue el espíritu que animó el surgimiento del Panel. Un imprevisto, un nucleamiento de voluntades que en un momento específico permitió captar el momento en un hacer. “La flexibilidad constituye un principio necesario de toda planificación”.

En este sentido, reflexionamos acerca del aporte valiosísimo de la escritura en estos procesos, el poder plasmar y registrar todo lo que fue sucediendo, las decisiones que se fueron tomando y las intenciones que fueron dando forma al mismo. En este sentido analizamos de la mano de Bombini y Labeur, la importancia del texto escrito, como herramienta para imaginar y pensar, para reflexionar y volver sobre lo conjeturado, para revisarlo y elaborar nuevas posibilidades, lo convierte no en el cierre de un aprendizaje, sino en un insumo para aprender acerca de la práctica de enseñanza.

Las investigaciones de corte cognitivo acerca de la escritura han hecho hincapié en el valor epistémico de la práctica de escritura; tal como lo afirman Alvarado y Cortés (2001): “todos esos abordajes coinciden en que la escritura promueve procesos de objetivación y distanciamiento respecto del propio discurso [...] ese descentramiento permite la revisión crítica de las propias ideas y su transformación”

En la reflexión sobre esta experiencia, podemos revisar también que el diseño de los objetivos se orientaron a “metas globales, holísticas más ligadas al proceso que al resultado”. Aunque muchas de las metas pretendían cristalizar “objetivos en términos de logro de competencias o capacidades”, sobre todo aquellos que permitían ir monitoreando el proceso educativo en paralelo con el proceso de producción audiovisual.

En el mismo sentido, advertimos que los contenidos de la materia se fusionaron e interrelacionaron con las lógicas de la producción audiovisual que no eran tema de la asignatura. El contexto escolar y el nivel de formalización y control por parte de la escuela y la inspección era muy laxo, los diseños curriculares no habían llegado en 2009, y el margen de acción era alto. Sin embargo, pensamos muy ajustadamente la secuenciación, si “secuenciar implica ordenar en el tiempo el abordaje de los diferentes contenidos y asignar una duración”.

Los contenidos se iban desarrollando a partir del despliegue del proceso de producción audiovisual y los requerimientos que cada etapa exige: guionar, secuenciar escenas, pensar vestuarios y locaciones, iluminación, cámaras, etc. Por ello, entendemos que pudimos “presentar los contenidos a partir de estructuras o sistemas” en los que quedaron “reflejadas sus relaciones. Plantear los contenidos de esta manera favorece su construcción y apropiación y favorece aprendizajes significativos”. Y recuperamos otra idea del documento: “Un aprendizaje es significativo cuando efectuamos enlaces sustantivos y lógicos entre nuevos conceptos y conocimientos preexistentes. De allí la necesidad de anticipar o promover ... estos enlaces para lo cual es fundamental considerar los conocimientos y saberes previos del que va a aprender y sus experiencias educativas”.

Atendiendo a la metodología, utilizamos clases expositivas para resolver en forma rápida cuestiones técnicas referidas al encuadre, las posiciones de cámara, los tipos de iluminación, los elementos de la narración, etc. Clases furtivas, rápidas, concretas, que alimentaban la realización del proyecto. En esos momentos pudimos reivindicar “el lugar del aula como lugar de la voz del profesor (Larrosa), a la exposición como estrategia que facilita la comprensión (Perkins), el lugar del profesor y la transmisión de su saber (Steiner).” Sin embargo, entendemos que el horizonte en el que nos movimos refiere al método de proyectos que desarrolla Cristina Davini en su libro *Métodos*

de Enseñanza.

Por último. La evaluación estuvo relacionada con la realización de actividades puntuales y productos parciales: un guión, una escaleta, el manejo de cámaras, sonido y luces en el proceso de producción, la edición, etc.

Aquí y ahora, revisamos con los autores que esta práctica audiovisual tan valiosa y potente, hubiese sido superadora planteando un mapa de acción, un guión conjetural para ir escribiendo y reflexionando las prácticas. También porque es de suma importancia que proyectos de esta envergadura queden por escrito en las instituciones como insumo para otros docentes que ocupen estos espacios curriculares involucrados. Esa escritura de la experiencia se fue dando en forma fragmentada, dispersa, en artículos de revistas o papers, en fragmentos audiovisuales que se proyectaban en “Festicortos” y se incorporaban en algunos programas de materias. Sin embargo, faltó una instancia de escritura colectiva de parte de docentes y estudiantes, una puesta en común de las reflexiones, una lectura crítica superadora que se convirtiera en proyecto educativo transversal, en discusión de las formas del hacer pedagógico en la escuela, en acumulación que enriqueciera nuestras propuestas futuras.

Sin embargo, no puede dejar de interpelarnos las condiciones materiales de existencia y trabajo docente en las escuelas secundarias de Córdoba, el escaso reconocimiento a ese plustrabajo que implican las horas extras de escritura y revisión, discusión, lecturas y puestas en común de nuestras producciones. La exigencia por esas condiciones de producción intelectual deben integrarse a la lucha salarial y la discusión de la profesionalización docente.

## Fuentes consultadas

<https://revistaeducar.com.ar/wp-content/uploads/2013/02/educar25web.pdf>

<http://tallerdocentefcc.blogspot.com/2016/11/tpdii-decima-aproximacion.html?m=0>

<http://festicortoscordoba.blogspot.com/p/2008.html>

ALVARADO, M y CORTES, M (2001). “La escritura en la universidad. Repetir o transformar”. Lulú Coquette. Revista de didáctica de la lengua y la literatura. Año 1, N° 1.

AUSUBEL, David y otros. (1983) Psicología Educativa Un Punto De Vista Cognoscitivo.

BOMBINI, G. y LABEUR, P. (2013). Escritura en la formación docente: los géneros de la práctica.

BRUNER, Jerome (1980). Investigaciones sobre el desarrollo cognitivo.

FREIRE, Paulo. (1970) Pedagogía del oprimido.

GRASELLI y SALOMONEN. (2012-2013) Sociología clínica. En Revista de Ciencias Sociales Prisma social 9.

La planificación didáctica (Material de cátedra de Taller de Práctica Docente III)

TARACENA RUIZ, Elvia. (2010) La sociología clínica. Una propuesta de trabajo que interroga las barreras disciplinarias. En Veredas. Revista del pensamiento sociológico.

VYGOSTSKY, Lev. (1978) Pensamiento y Lenguaje.

# Prácticas de comunicación-educación en el Colegio Nacional Agrotécnico “Ing. Julio C. Martínez” y sus representaciones sociales en la comunidad en la que se inserta

Gordillo, Alejandra María

agordillocorominas@gmail.com

Vichi, Zulma del Valle

zulmavichi@gmail.com

**Universidad Nacional de Chilecito**

## Resumen

Presentamos los resultados del proyecto de investigación “Análisis de prácticas institucionales en el CoNAg “Ing. Julio C. Martínez”: su relación con las representaciones sociales de la comunidad educativa de zonas rurales y periurbanas de Chilecito”. Describimos el problema de investigación y la institución educativa (CoNAg) en la que analizamos las prácticas de comunicación interna y externa. Analizamos las representaciones sociales vinculadas a dichas prácticas en los padres y tutores de estudiantes de 7mo. grado y directivos de las escuelas primarias rurales y periurbanas aledañas al CoNAg. Nos focalizamos en las comunicaciones institucionales que desplegó el mismo en tanto discursos que calan en el imaginario en relación a un tema o una institución. Recuperamos aportes de la teoría de las Representaciones Sociales, el Análisis Institucional y la Comunicación Institucional. Es una investigación cualitativa de corte para comprender, describir y valorar los datos. Aplicamos la teoría fundamentada para explicar el contenido de las Representaciones Sociales (RS). La investigación se llevó a cabo en el periodo comprendido entre marzo de 2020 a noviembre de 2021.

## Introducción

En este trabajo recuperamos las representaciones sociales en las comunidades educativas de nivel primario de la zona rural y periurbana en la que se inserta el Colegio Nacional Agrotécnico “Ing. Julio C. Martínez” (CoNAg), generadas a partir de las prácticas institucionales de comunicación- educación que el citado Colegio despliega. El marco conceptual seleccionado hace foco en las comunicaciones institucional que desplegó el CoNAg en tanto discurso que cala en el imaginario colectivo y da lugar a un modo de interpretar la realidad y crear una representación social (RS) en relación a un tema o una institución. Se trata de una investigación cualitativa e interpretativa que permitió comprender, describir y valorar los datos. Se apeló a la teoría fundamentada para explicar el contenido de las Representaciones Sociales (RS). Lo que a continuación se expone es el resultado de un trabajo de investigación ejecutado entre marzo de 2020 a noviembre de 2021.

## Marco conceptual de las Representaciones Sociales

El abordaje de las RS posibilita entender la dinámica de las interacciones sociales y aclarar los determinantes de las prácticas sociales, pues la representación, el discurso y la práctica se generan mutuamente (Abric, 1994, en Araya

Umaña,2002, p.12) .Este concepto expresa la importancia de conocer, desentrañar y cuestionar el núcleo figurativo de una RS alrededor del cual se articulan creencias ideologizadas, pues constituye un paso significativo para la modificación de una representación y por ende de una práctica social. Esta teoría explica cómo los sujetos se apropian de los conocimientos e informaciones que circulan en la sociedad, la construcción del saber que circula cotidianamente que se retroalimenta con la interacción entre los sujetos sociales en la vida diaria, en las relaciones entre los sujetos y entre estos y la estructura social.

Para Moscovici, las RS son:

*(...) una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos... La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación (1979, p.17-18).*

Por su parte, Robert Farr (1984) señala, desde una perspectiva esquemática, que éstas aparecen cuando los individuos debaten temas de interés común o cuando existe el eco de los acontecimientos seleccionados como significativos o dignos de interés por quienes tienen el control de los medios de comunicación. Para el autor, las RS cumplen la doble función: hacer que lo extraño resulte familiar y lo invisible perceptible, ya que lo insólito o lo desconocido son amenazantes cuando no se tiene una categoría para clasificarlos. Parafraseando a Moscovici, Farr (1984) señala que las RS son:

*Sistemas cognoscitivos con una lógica y un lenguaje propios. No representan simplemente "opiniones acerca de", "imágenes de", o "actitudes hacia" sino "teorías o ramas del conocimiento" con derechos propios para el descubrimiento y la organización de la realidad. Sistemas de valores, ideas y prácticas con una función doble: primero, establecer un orden que permita a los individuos orientarse en su mundo material y social y dominarlo; segundo, posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un código para el intercambio social y un código para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal (Farr, 1984, p. 496)*

Existen diferentes modos de apropiación de la teoría de las RS: el enfoque procesual, interesado en el contenido de las RS en términos de su sentido y significación y el enfoque estructural interesado en los mecanismos de organización de dichos contenidos (Ceverio de León, Olmedo, Vichi, 2016) que conducen a desarrollos metodológicos diversos,(cualitativos como cuantitativos). Esta investigación se abordó desde el enfoque estructural y la metodología cualitativa.

El enfoque estructural de las RS reside en la definición teórica y metodológica de la estructura de las RS:

*... el análisis de una RS y la comprensión de su funcionamiento necesitan obligatoriamente una doble identificación: la de su contenido y la de su estructura. Es decir, los elementos constitutivos de una representación son jerarquizados, asignados de una ponderación y mantienen entre ellos relaciones que determinan la significación y el lugar que ocupan en el sistema representacional. Esto implica, necesariamente, una metodología específica de recolección (Abric, 1994, en Araya Umaña, 2002, p. 51).*

Por su parte Abric (1994) desarrolla un modelo conceptual para explicar la organización de las RS a partir de dos sistemas denominados núcleo central y sistema periférico. El núcleo central es fundamental de la RS ya que determina la significación y su forma de organización. Es el elemento más estable de la representación y cumple dos funciones: generadora y organizadora. La primera refiere al elemento mediante el cual adquieren sentido los demás componentes de la Representación y la segunda da cohesión a la Representación al determinar la naturaleza de las relaciones entre los elementos que la constituyen. Ese núcleo central se define a partir de tres factores: a) la naturaleza del objeto representado, b) la relación que la persona o el grupo

mantiene con dicho objeto; c) el sistema ideológico (valores, normas) que enmarcan la relación entre el sujeto y el objeto.

Araya Umaña (2002) afirma que empíricamente la teoría fundamentada explica y describe. Esto es lo que hace de esta metodología una alternativa indicada para el estudio de las RS por cuanto permite el estudio de sus contenidos (aspecto descriptivo) como de su estructura interna (aspecto explicativo).

En el análisis descriptivo, se reconstruyen inductivamente categorías generales a partir de elementos particulares, así como contenidos socialmente compartidos por medio de comparaciones de representaciones singulares. Concluida esta etapa se obtiene una descripción exhaustiva de los contenidos de las RS del grupo investigado. En el análisis relacional se reconstruye la estructura interna de las RS, conformada por relaciones y jerarquías existentes entre sus diferentes contenidos. Esta teoría se convierte en un método inductivo que permite crear una formulación teórica basada en la realidad tal y como se presenta, usando con fidelidad lo expresado por los informantes, buscando mantener la significación que estas palabras tienen para sus protagonistas. Este enfoque se basa en cuatro pasos diferenciados claramente: codificación abierta de los datos o información, codificación axial de la información, codificación selectiva y delimitación de la teoría emergente.

### **Acerca del objeto de la investigación**

Desde su creación en 2010, el CoNAG priorizó el ingreso a estudiantes residentes en la zona rural y periurbana aledaña a la localidad donde se instaló: Tilimuqui, Chilecito, La Rioja. Su oferta educativa agrotécnica, pre universitaria y sus prácticas fue generando una mayor demanda de un sector socio económicamente más favorecido de la sociedad chiliciteña, y un paulatino decrecimiento de la matrícula de ingresantes provenientes de distritos rurales y periurbanos. Una de las probables causas sobre las que se especuló fue que la cantidad de estudiantes que egresan del nivel primario de la zona urbana y periurbana (Distritos) es en conjunto inferior al de las escuelas de la ciudad de Chilecito, pero aún así, el porcentaje de ingresantes es bajo. La otra surge de una investigación previa: “la especificidad de la formación agrotécnica, y la duración de los estudios (6 años) son factores que inciden en la elección del estudiante”. (Gordillo, 2016,p.73). Otros aspectos que podrían estar incidiendo en la elección educativa del CoNAG se consideran::gastos (traslados, comida, uniformes), tipo de comunicación que establece con esas escuelas primarias, medios de comunicación que emplean, valoración que hacen de la oferta educativa. Se identificaron estrategias comunicacionales e institucionales implementadas desde su fundación por la dirección del CoNAG, algunas de ellas tendientes a captar estudiantes de las escuelas primarias de las zonas rurales y periurbanas, en tanto principales destinatarios del proyecto educativo. Los datos fueron analizados a la luz de las RS, asumiendo que las mismas inciden en las decisiones de optar o no por la oferta educativa del CoNAG. Preguntas de investigación: ¿Cuáles son las prácticas de comunicación institucional que lleva adelante el CoNAG? ¿Influyen esas prácticas en la configuración de las RS de los padres de las escuelas priorizadas? ¿Inciden las RS que poseen los padres de los estudiantes de las escuelas primarias de las zonas rurales y periurbanas en la consideración de la oferta educativa del CoNAG?

¿Existen estrategias de comunicación institucional que vinculen al CoNAG y con las direcciones de las escuelas primarias de las zonas rurales y periurbanas aledañas al CoNAG?

A través de un formulario on line se entrevistaron a los sujetos seleccionados (directivos y padres de estudiantes de 7mo. grado de escuelas primarias de la zona priorizada) atendiendo a la situación de Aislamiento Social Preventivo Obligatorio del momento. La decisión de consultar a padres o tutores y directivos y no incluir a estudiantes se fundamentó en el hecho que para asistir al CoNAG los estudiantes requieren solventar gastos – traslado, comida, uniforme – que asumen los padres o tutores, por lo que son, en gran medida los decisores de la elección de la oferta educativa. Las directoras son el vínculo con las instituciones educativas de nivel medio y actúan de nexo con el CoNAG.

Se abordaron las dimensiones: información, actitud, campo de la representación.

a. Dimensión “información”: Refiere a la organización de los conocimientos que tiene una persona o grupo sobre un objeto o situación de la realidad social. Esta dimensión conduce, necesariamente, a la riqueza de datos o explicaciones que sobre la realidad se forman las personas en sus relaciones cotidianas. (Araya Umaña, 2002, p.40). Responde a la pregunta ¿qué se sabe sobre el objeto social en cuestión?

b. Se considera como primer insumo para la construcción de las RS, a la circulación de la información, es el elemento más abundante y posee “... condiciones de circulación e interacción, que están mediadas por el intercambio de conocimiento, la educación, el grupo social y el natural” (Araya Umaña, 2002 p.33) sin embargo, justamente esta característica estimula la generación de un sin número de acercamientos que, en muchas ocasiones, son superficiales hacia el objeto social en cuestión, que para este caso es el concepto “de prácticas institucionales de comunicación-educación del Colegio Nacional Agrotécnico “Ing. Julio C. Martínez” de Tilimuqui” (CoNAg).

c. Dimensión “actitud”: Es el aspecto más afectivo de la representación, por ser la reacción emocional acerca del objeto o hecho y también es el elemento más primitivo y resistente de las representaciones y está siempre presente aunque los otros elementos no estén. Es decir, una persona o un grupo puede tener una reacción emocional sin necesidad de tener mayor información sobre un hecho en particular. (Araya Umaña, 2002, p. 40). En este caso hacen referencia a la decisión de los padres o tutores de optar o no por la oferta educativa del CoNAg. Esta respuesta actitudinal está vinculada con la valoración que hacen de la oferta educativa.

d. Dimensión “campo de representación”: alude al orden y jerarquía de los elementos de la RS, concretamente es la organización interna que adoptan esos elementos cuando quedan integrados en la representación; en términos de actitudes, opiniones, imágenes, creencias, vivencias y valores presentes en una misma RS.

### **Codificación abierta de datos**

En esta etapa se organizaron los datos para incluir la información recabada dentro de las categorías conceptuales y se elaboraron tablas referenciales para cada dimensión de las RS. Luego se definieron las categorías: información acerca del CoNAg, actitud, en relación a la valoración de su desempeño como institución educativa y oferta educativa y campo de la RS, en tanto imagen o concepto preponderante en la mente de las personas. Esta categorización permitió comprender la compleja relación entre ideas y significados.

### **Codificación axial de la información**

En esta etapa se seleccionaron los aspectos relevantes en el estudio, agrupando categorías para identificar la variable central que explica el núcleo de sentido de las RS.

### **Codificación selectiva: integrando conceptos**

En esta instancia se buscó delimitar la teoría, establecer los componentes del marco teórico y clarificar la historia que los informantes tienen para contar acerca del fenómeno. Los datos se organizaron eliminando elementos redundantes y llenando espacios vacíos en otras categorías que forman parte de los esquemas analíticos de la información. Se realizó un nuevo proceso comparativo entre las categorías para determinar las más importantes y desarrollar la teoría. Una vez revisadas se analizó la relación entre la categoría central y las categorías que la apoyan. Luego se delimitó la teoría emergente para descubrir uniformidades en el grupo original de categorías y sus propiedades y formular una teoría con un grupo pequeño de conceptos de alta abstracción, delimitando la terminología y el texto.

## Análisis de datos

De la lectura de las frases más significativas referentes a las dimensiones y categorías del mismo nombre de las RS - relacionadas a comunicaciones institucionales y oferta educativa que brinda el CoNAg - se elaboraron las primeras categorías constituidas por una agrupación de frases coincidentes provenientes de diferentes informantes. A continuación se nombraron las categorías en función de la recurrencia de las significaciones e interpretaciones que contenían cada una de ellas para los y las entrevistados/as de la zona rural y periurbana. Las categorías emergentes se ubicaron en torno a una categoría central: “es un buen colegio” (campo de la RS)

- conocen al CoNAg y su oferta educativa - cuestiones económicas y sociales dificultan a estudiantes rurales asistir a este Colegio (dimensión información).
- valoran su calidad educativa y el perfil de los egresados.(dimensión actitud)

## Análisis de Representaciones Sociales

La dimensión información se relevó a través de un cuestionario on line enfocado en conocer que saben los tutores y directoras de las siete escuelas objeto de indagación sobre la existencia, ubicación, oferta educativa, dependencia, perfil del estudiante que promueve y formación. 58 de los 67 tutores consultados respondieron afirmativamente (el 86,56 %). Lo mismo sucedió con las Directoras: 4 de las 6 (66,7 %) respondieron afirmativamente.

## Conocimiento sobre el nombre del CoNAg

Se ofrecieron opciones: el nombre correcto del CoNAg y otros nombres afines con los que se lo suele denominar: Escuela Agrotécnica, Escuela Secundaria de Tilimuqui, Colegio de Tilimuqui.

Nombre del CoNAg	Observaciones
<p>Los resultados indican que el 60,3% lo conoce por su nombre, el 32,8% lo reconoce como <b>Escuela Agrotécnica</b>, el <b>13,43 % no sabe/no contesta</b> y el 6,9% lo denomina <b>Escuela secundaria de Tilimuqui</b>.</p>	<p>60,3% de tutores responde correctamente sobre la denominación del Colegio. El 39,7 % asocia el nombre con “<b>agrotécnica</b>” o “<b>Tilimuqui</b>”. El dato es valioso porque implica un cierto nivel de conocimiento: no existe otro establecimiento educativo <b>agrotécnico</b> en Chilecito y también la <b>ubicación geográfica</b>, porque es el único establecimiento secundario en ese Distrito.</p>

Cuadro 1 - Reconocimiento acerca del nombre de la institución - Elaboración propia

### Información sobre la dependencia institucional

Dependencia institucional	Observaciones
¿Sabe Ud. de quién depende el CoNAG?	Las respuestas indican un alto nivel de información: <b>79,3 %</b> dijo que depende de la Universidad de Chilecito, <b>20,7%</b> del Ministerio de Educación de La <u>Rioja</u> y el <b>13,43 % no sabe/no contesta.</b>

Cuadro 2 - Reconocimiento acerca de la dependencia institucional de CoNag con UNdeC - Elaboración propia

Que el 79,3 % relacionara al CoNAG con la Universidad Nacional de Chilecito es un dato significativo que muestra un indicador de reconocimiento, ya que es el único establecimiento educativo de nivel medio de esta Universidad.

### Información relacionada con el establecimiento

Se relacionaron las actividades de articulación como prácticas habituales entre los establecimientos educativos de nivel primario y secundario, y en especial las visitas de estudiantes y maestros acompañados por directivos, las que se asumen como prácticas de comunicación institucional que establecen vínculos con la comunidad educativa. La entrevista con la Vicedirectora a cargo del CoNAG permitió identificar las actividades con participación de la comunidad: las Intertribus y el Día de la Familia. Según sus expresiones, en estas actividades hay una expresa comunicación entre la escuela y la comunidad así como con las familias de los estudiantes. Los datos obtenidos indican que: el 53,4 % conoce el establecimiento porque lo visitó, no así el 33,17 % que no lo visitó y un 13,43% no sabe /no contesta. En cuanto a los motivos de las visitas realizadas por ese 33,17 % surge que fue porque asistieron a actos escolares o por invitación de las autoridades.

Sobre la recepción de comunicaciones referidas a oferta académica se detallaron los recursos que en este sentido emplea el CoNAG. La opción “otros medios” apuntó a conocer si accedieron a esa información por propia iniciativa. El 43 % de los tutores respondieron que NO, mientras un 15 % respondió afirmativamente. El resto no sabe o no contesta.

Folletos	Flyers	Reuniones	A través de docentes	Actividad Intertribus	Visitas en el hogar	Mensajes radiales, televisivos, multimediales	Otros A través de preceptores	No sabe/no contesta
4	2	2	6	2	1	2	1	52

Cuadro 3 - Recursos de comunicación institucional que emplea el CoNAG

Las Directoras recibieron información a través de folletos, flyers, mensajes radiales, televisivos, redes sociales y comunicaciones interpersonales con docentes y preceptores del CoNAG. Se identifica una debilidad en la estrategia comunicacional externa del CoNAG que podría estar relacionada con diferentes factores - no se hizo mapeo de destinatarios, la estrategia de comunicación fue muy general, no se trabajó estrechamente con las escuelas primarias de zonas priorizadas, entre otras posibles razones-.

### Conocimiento sobre la oferta educativa

Se consultó acerca de la duración de los estudios, el horario de clases, el título al acceden los egresados. En el primer caso las opciones que se ofrecieron fueron: 6 años, 5 años, no sabe/no contesta. Como es la única oferta de

nivel medio con una duración de 6 años es un dato significativo que se toma como un indicador de identificación sobre el CoNAG: 59 % de los padres respondieron correctamente. En relación al horario de clases – también un aspecto que diferencia al CoNAG de otras ofertas educativas de nivel medio en este Departamento- se obtuvieron los siguientes resultados: el 67 % de los consultados respondieron correctamente: doble jornada, el 15 % turno mañana y el 18 % dijo turno tarde o no supo la respuesta. Sobre el título de los egresados se ofrecieron las opciones: Técnico Agrónomo, Perito mercantil, Bachiller, No sabe/no contesta. El 78 % respondió correctamente (Técnico Agrónomo), Perito mercantil y bachiller compartieron el 4,5 % cada una y el 4% no supo la respuesta.

## **Dimensión actitud**

En esta etapa se recuperaron las valoraciones personales de los sujetos entrevistados, las que se nutren de las comunicaciones informales, interpersonales, del fondo de la cultura acumulada, de todo el legado de saber cotidiano o popular. Esta dimensión brinda datos sobre las motivaciones que conduce a tomar decisiones. Se abordaron las siguientes categorías dentro de la dimensión actitud:

### **Importancia que le otorga a la oferta educativa del nivel medio preuniversitario del CoNAG**

La valoración de las Directoras fue muy importante (3) e importante (3). Dentro de los aspectos más valorados indicaron: la ampliación de la oferta educativa en zona rural; el reconocimiento de una oferta específica (agro técnica) en una zona productiva como Chilecito; la salida laboral que ofrece el CoNAG; la cercanía y la posibilidad de que los hijos de empleados rurales asistan al colegio. Los tutores, en un porcentaje menor al 2 % - valoraron positivamente al CoNAG, porque “brinda una excelente educación”, “les da una buena base que les permite a los alumnos insertarse en la Universidad sin problema alguno, permitiéndole estudiar una amplia gama de carrera desde las Ciencias Naturales a Sociales”, “es una excelente escuela y tiene un muy buen nivel de enseñanza”. A este grupo se le consultó también acerca de las opiniones que escucharon por parte de terceros sobre la educación que brinda CoNAG. Un alto porcentaje - aproximadamente del 90 % - indicó haber escuchado muy buenos comentarios: “la formación que brinda el CoNAG le permite al estudiante insertarse en el plano laboral y/o estudiar cualquier carrera universitaria.” Otros tutores indicaron “haber escuchado que es muy buena escuela” o “que es muy buena escuela”, “da muy buena base”, “es excelente la enseñanza”.

### **Valoración sobre las prácticas educativas del CoNAG**

Sobre este aspecto, 5 Directoras manifestaron conocerlas, su valoración es positiva: “son muy buenas”, “excelentes”, “muy interesantes” resaltando la vinculación entre la teoría y la práctica. Los tutores destacaron: “la utilidad de lo que aprenden para aplicarlo en el trabajo de las fincas”, “la doble escolaridad”, “el título de Técnico Agrónomo que obtienen los egresados”, “los profesores que trabajan allí dependen de la UNdeC”, “... no sólo se abocan a lo agropecuario... (el alumno) puede completar sus estudios... o seguir estudios universitarios.” Simultáneamente aparece una valoración negativa relacionada con la doble escolaridad.

### **Aspectos o razones que pueden dificultar la elección del CoNAG**

Las Directoras identificaron las siguientes dificultades: desconocimiento de la comunidad sobre la oferta educativa, lo cual se corresponde con la dimensión información, la que reflejó una muy baja difusión de la oferta educativa. El factor económico, el nivel socio económico de los estudiantes que asisten al CoNAG. Por su parte, los padres y tutores indicaron las siguientes razones: económicas (transporte, ubicación geográfica, distancia, las tres íntimamente relacionadas).

## Valoración sobre la dependencia institucional del CoNAg con UNdeC

En este caso aparecen de manera reiterada: importancia de la institución UNdeC, excelencia académica, importancia para la sociedad de Chilecito, calidad de la trayectoria educativa de los estudiantes, respaldo de la Universidad.

### Dimensión campo de la representación

Aquí es dónde se materializa la representación de la situación por medio de una imagen o modelo. ¿Qué reconstrucción significativa hicieron los entrevistados sobre el CoNAg? Considerando lo identificado en las dimensiones información y actitud, se advierte:

- a. Valoración de la educación de calidad que brinda,
- b. Su categoría de pre-universitario, siendo esta significación la que se posiciona como núcleo de estructura significativa, quedando en un lugar menor las críticas negativas y desfavorables.
- c. La opinión de terceros mencionada por los entrevistados acerca de la educación que brinda el CoNAg se manifiesta preponderante en MB y B.

En tutores, el núcleo de la representación sobre la elección de la escuela secundaria anida en la calidad educativa, ubicación geográfica y perfil del egresado. El leitmotiv de dicha elección se centra en la utilidad de su formación y título que otorga. La no elección del colegio se posiciona en el aspecto económico (gastos de almuerzo y transporte) y en la falta de vocación agropecuaria o interés en las ciencias agronómicas.

### Conclusiones

Esta investigación develó que los estudiantes de familias que residen en la zona rural y periurbana al CoNAg asisten a otras escuelas secundarias ubicadas en la zona de incidencia del CoNAg. Los tutores a la hora de elegir una escuela secundaria para los estudiantes prefieren una institución educativa que brinde educación de calidad y en el supuesto de elegir al CoNAg lo harían por la formación y utilidad que ésta implica para el trabajo agrario. Otra razón para seleccionarla es por la dependencia de la UNdeC. No obstante se advierte que en mayor porcentaje las familias no proyectan la posibilidad de que los jóvenes de la zona rural ingresen a la CoNAg por los gastos que implican (traslado, comida, uniformes).

Más del 50 % de las directoras de las escuelas entrevistadas valoran positivamente la educación que brinda el CoNAg. Dato que guarda correspondencia con los padres o tutores. Asimismo las directoras consideran que la formación de los/las estudiantes del CoNAg se focaliza en el desarrollo de competencias agropecuarias, agroindustrial y de agro servicios e implica la formación de sujetos que a futuro operará críticamente sobre la realidad para transformarla.

Como aspecto positivo se destaca el perfil del egresado y la utilidad de la formación que reciben los estudiantes para trabajar en tareas agropecuarias y/o ingresar con mejor capacitación a la universidad en la carrera de Ingeniería Agronómica (UNdeC).

Considerando el marco de referencia, en lo teórico y en la versión reconstruida a partir de los datos analizados según cada dimensión de la RS respecto del CoNAg y sus prácticas educativas, este colegio es apreciado como un medio para llegar a ser profesionales, y desempeñarse exitosamente e ingresar a la universidad. Otro aspecto valioso es que se lo considera como una institución donde se adquieren habilidades y conocimientos que facilitarán el trabajo en el agro o labores afines, en el marco de la ruralidad.

## Bibliografía

ARAYA UMAÑA, S. (2002), Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión. Cuaderno de Ciencias Sociales 127. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Disponible en: <http://www.flacso.or.cr/fileadmin/documentos/FLACSO/Cuaderno127.pdf>

ABRIC, Jean-Claud, (1994), "L' Organization interne des représentations sociales". En: Guimelli, C., Structures et transformations des représentations sociales. Delachaux et Niestlé, Lausanne.

CEVERIO DE LEON, I.; OLMEDO, C.; VICHIZ. (2016). Representaciones sociales: ¿cómo se representan los habitantes de Nonogasta (provincia de La Rioja, Argentina) el sufrimiento ambiental vinculado a la contaminación que produce la curtiembre? Fundamentos en Humanidades Universidad Nacional de San Luis – Argentina Año XV – Número II (30/2014) pp. 9 – 25

GORDILLO, A.M., (2016) Tesis de Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades – orientación Comunicación. UNQ – El marco institucional del Colegio Nacional Agrotécnico "Ing. Julio

César Martínez": su relación en la conformación del vínculo Comunicación-Educación. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/795>

# ¿Es posible pensar experiencias pedagógicas auráticas desde una didáctica transmedia?

Arias, Nancy Beatriz

nancy.arias@mi.unc.edu.ar

Restagno, María Alejandra

alejandra.restagno@unc.edu.ar

**Universidad Nacional de Córdoba**

Hoy nos enfrentamos a temporalidades y espacialidades estalladas, las que quedaron visibilizadas durante los años de pandemia. Alrededor del centenario de su producción teórica, acudimos a Benjamín, quien como tantos de su generación, sufrió los horrores de la guerra. Horrores de los que, según Alessandro Baricco, escapamos cambiando el juego, quien en su obra *The Game*, plantea un recorrido temporal por una cartografía de las innovaciones tecnológicas.

Hoy, en tiempos de inteligencia artificial y modelos de lenguaje generativos, pensar en el aura de los objetos se corresponde sin duda con la idea planteada por Silvia Duschatzky acerca de la necesidad de llevar adelante una pedagogía de la interrupción: interrupción del tiempo y el espacio, burbuja que flota en un lugar y un momento otros que permiten el juego, la experimentación y el error, que habilitan condiciones para un aprendizaje profundo y significativo.

En este marco, pensar experiencias auráticas de aprendizaje significa pensar en experiencias únicas para cada sujeto en tanto están ligadas al ritual y a lo que es „valioso“ para cada quien. Esto implica detonar procesos de búsqueda, de autoconocimiento, de valoración, de creación. Diseñar experiencias auráticas de aprendizaje requiere planificar en 3D, adaptar a cada comunidad de aprendizaje las propuestas de enseñanza, diseñar en capas paralelas que aborden el campo disciplinar como un territorio a explorar, a descubrir, en el cual sumergirse y donde construir, nuevas ciudades, nuevos edificios, nuevos jardines, nuevos caminos para recorrerlo.

Consideramos que la Didáctica transmedia nos aporta las herramientas necesarias para este desafío. En los procesos educativos transmedia, las experiencias de aprendizaje pueden nutrirse de diversas fuentes, formatos y lenguajes, los contenidos pueden expandirse con producciones propias y colaborativas. En palabras de Miriam Kap (2023), “En este mestizaje de entornos y teorías, de prácticas y experiencias, reconocemos algo único que permite des-regular e intervenir el poder normativo, cuestionándolo (...) interpela y sostiene una interrogación permanente, se cuestiona y también confronta con la realidad circundante, con los límites, involucra las emociones que constituyen la posibilidad de enseñar y aprender, los sentimientos, el lenguaje, los discursos, las relaciones de poder, las experiencias intersubjetivas y da cuenta de nuevos emergentes en las prácticas, en las miradas y en las subjetividades.”

## **La problemática de la técnica en la cultura occidental**

Pensar la dimensión técnica carente de ideología supone colocar sobre ella un manto de ingenuidad al análisis. Partimos de la idea de considerar a la técnica como un constructo social producto de relaciones sociales que se dan en un tiempo y un espacio determinado. A la vez que, debemos destacar que hacemos referencia a la cons-

trucción de esta idea que se hace desde Occidente y se presenta como hegemónica e histórica, ya que otras civilizaciones desarrollaron matrices sociotecnológicas muy diferentes a las occidentales.

La idea o concepto de la técnica está fuertemente ligado a la Modernidad. La Revolución Industrial fue posible por el desarrollo que había alcanzado la ciencia y la técnica hasta ese momento y a partir de entonces se supone que no dejó de avanzar. Anderson recupera la caracterización y crítica que hace Marx sobre la acumulación de capital al plantear que: “Los tres adjetivos: continuo, incesante y constante denotan un tiempo histórico homogéneo, en el que cada momento es perpetuamente diferente de los demás por el hecho de estar próximo, pero –por la misma razón– es eternamente igual como unidad intercambiable en un proceso que se repite hasta el infinito” (Anderson, 1993, p 16).

En este sentido, vivimos en un espacio y un tiempo donde la idea de la técnica se encuentra matizada por la productividad, la eficacia y la eficiencia economicista, herencia que nos viene dada desde la Revolución Industrial bajo un sistema capitalista que entiende a la historia en forma lineal dirigida siempre hacia el progreso. Esto es lo que Benjamín critica cuando define al progreso según la teoría socialdemócrata como “la representación de un progreso del género humano en la historia es inseparable de la representación de la prosecución de ésta a lo largo de un tiempo homogéneo y vacío” (Benjamín 1982, p.137).

Es decir, la idea de progreso como un proceso de la propia humanidad, inconcluyente, lo que implica la infinita perfectibilidad humana que es esencialmente incesante. En términos de Anderson, “la idea de modernización implica una concepción de desarrollo fundamentalmente rectilíneo, un proceso de flujo continuo en el que no hay una auténtica diferenciación entre una coyuntura o época y otra” (Anderson, 1993, p.16)

En tanto que Benjamín, desde el materialismo histórico presenta su crítica a esta concepción al considerar que no se puede entender la historia como capas que se superponen, como “ruinas sobre ruinas”, por ello, la idea de que sólo “haciendo saltar el continuum de la historia”, allí encontramos el hecho revolucionario cuando el tiempo se convierte en una experiencia de tiempo pleno, “tiempo-ahora”. (Benjamín, 1982, p.188).

La técnica como matriz sociocultural y política se presenta como una dimensión más de los sujetos en la que se encuentran en tensión distintas subjetividades hasta que una logra instaurarse como hegemónica dominando la vida social e imponiendo sus modos de acontecer en la experiencia del mundo.

La Modernidad adquiere toda su fuerza en el control de tiempo disociando los acontecimientos humanos, instaurando “la creencia en un mundo independiente de secuencias matemáticas mensurables: el mundo especial de la ciencia” (Munford,1982; p.16)

Así lo plantea Munford cuando expresa: “El reloj, no la máquina de vapor, es la máquina clave de la moderna edad industrial. En cada fase de su desarrollo el reloj es a la vez el hecho sobresaliente y el símbolo típico de la máquina: incluso hoy ninguna máquina es tan omnipresente” (Munford,1982; p.16) El reloj, este instrumento de la técnica, se introduce en la cotidianeidad de los sujetos regulando nuestra vida hasta el nivel de las funciones orgánicas: no comemos cuando sentimos hambre sino cuando se indica las horas de almuerzo y cena, sin ir más lejos podemos hacer referencia a la célebre frase “Five o’clock tea” que identifica a la cultura británica.

Como afirma el autor en su libro Técnica y civilización, el reloj como elemento de la técnica moderna ya había aparecido en la Edad Media como elemento de los monasterios con la finalidad de ordenar las prácticas de oración de los monjes. En los tiempos previos a la aparición del reloj y su control mecánico de la vida, ésta acontece regulada por los procesos naturales y biológicos, el tiempo se experimenta en el organismo humano teniendo en cuenta el ciclo natural de la vida, por ende, el desarrollo tiene su propia duración, es acumulativo y se mueve en una sola dirección; mientras que el tiempo mecánico se nos presenta como medible en horas, minutos y segundos. Si el tiempo es medible, por tanto es cuantificable, esta abstracción de la temporalidad requiere de una mentalidad

cuantificadora del mundo y esa mentalidad cuantificadora se da en la modernidad. A partir de este cambio de mentalidad es posible pensar en los procesos de automatismos de la técnica, y por ende, en la aceleración de los avances tecnológicos.

De esta manera, la técnica configura la experiencia sensible de los sujetos en el mundo interviniendo en las subjetividades, modificando las percepciones de tiempo y espacio, y por ende, el acontecer del hombre sobre la tierra, es decir, la vida. Hay una pérdida en la percepción de la experiencia sensible ligada al mundo de la naturaleza, lo viviente se ha convertido en absoluta artificialidad. Lo que en otros tiempos de la civilización estaba regulado por los ciclos de la naturaleza: los tiempos de la siembra y la cosecha, las estaciones, los ciclos de la luna y el sol. La organización temporal de secuencias matemáticamente iguales, le ha implicado al hombre crear una serie de objetos científico-tecnológicos que le permitan aprovechar el tiempo.

La relación entre técnica y cultura remite a un estado de tensión puesto que problematiza la concepción de cultura, el sentido de la técnica, además de preguntarse cuándo un objeto de la cultura es considerado arte procurando romper con los preconceptos del sentido común que ven al arte como el espacio más elevado de la cultura, el reino de lo bello y la expresión de una interioridad, quién o quiénes lo determinan, es decir, hace referencia a una dimensión política e institucional del arte.

En esta oportunidad, tomaremos la idea de arte como momento de creación, como instante creativo para definir que allí donde no había nada, ahora algo irrumpe. Y en este sentido el acontecimiento pedagógico se presenta como ese estado de creación como un momento creativo.

Entonces, surge la problemática de lo nuevo que se pone de manifiesto a través de las vanguardias. Cabe mencionar que, toda vanguardia se encuentra adelantada a su tiempo, a veces el tiempo no alcanza a la vanguardia y se produce un colapso de comprensión que genera una perturbación. Dadá dice que ninguna lectura es amena, si es amena es acomodaticia porque la vanguardia busca que el arte sea un despertador de la conciencia que convoque la pregunta. En este sentido, la acción pedagógica, la situación de aprendizaje es entendida como un momento en el que se genera una provocación.

Para la lectura mercantilista e instrumentalista de la cultura, la relación arte-vida es uno de los motivos fundacionales de la vanguardia puesto que plantea la reconciliación de la vida, vivir como si nuestra existencia fuera una obra de arte. Esa vanguardia, lo novedoso hoy está en las empresas de tecnología.

Dentro de esa serie de objetos científico-tecnológicos, que nacen con una clara función instrumentalista, se encuentran los diseños de software destinados a usos pedagógicos. Como ya fuera expresado toda tecnología supone ideología, es por ello que, las grandes corporaciones en materia de software educativo acrecentaron su agresiva política comercial en el marco de la pandemia. Por este motivo, uno de los mayores desafíos del Estado, la sociedad y la educación pública es reflexionar sobre el vínculo de los usuarios con los productos y diseños de software tecnológico (software privativo), sobre cómo esas prácticas condicionan el vínculo del usuario con el mundo y cómo esos mundos construidos generan diferentes posicionamientos en el modo de construir relaciones sociales con otros.

“Pensar la industria cultural, la cultura de masa, desde la hegemonía implica una doble ruptura: con el positivismo tecnologista, que reduce la comunicación a un problema de medios, y con el etnocentrismo culturalista que asimila la cultura de masa al problema de la degradación de la cultura. (p. 95)

“Las tecnologías no son meras herramientas transparentes, y no se dejan usar de cualquier modo, son en última instancia la materialización de la racionalidad de una cultura y de un modelo global de organización del poder”. (p. 201) Jesús Martín- Barbero, 1987

Reflexionar sobre tecnología, educación y enseñanza, en particular, es pensar sobre el encuentro y el diálogo permanente entre el sujeto y la cultura en una relación dialéctica. La enseñanza implica una intencionalidad, la selección de un contenido considerado relevante a transmitir operando con diferentes márgenes de autonomía en las diversas escalas del sistema. Es en esa intencionalidad de la enseñanza donde se pone de manifiesto una formación integral de la persona, una visión del mundo y de la humanidad, es decir, no existe una práctica neutral, la enseñanza es indisociable de una dimensión ética-política. Es en esa visión de mundo, en donde se definen cuáles son los bienes culturales y simbólicos a los que los sujetos tienen derecho a acceder.

En este sentido, la enseñanza tiene un propósito fundamental: lograr la emancipación del individuo, generar la posibilidad de que adquiera los medios para alcanzar su autonomía. De esta manera, los modos en que dicha enseñanza se lleva a cabo, los dispositivos didácticos disponibles en las prácticas pedagógicas adquieren fundamental importancia en tanto objeto de enseñanza como en la necesidad de establecer diferentes puertas de acceso a esa relación con el saber. No obstante, cabe preguntarse: ¿Cuánta emancipación tecnológica se estuvo determinando en el marco de la pandemia?

Dado que la enseñanza se da en el encuentro entre sujetos, en la mediación de un saber que se pone en juego con una gran complejidad, durante el estado de pandemia, dicha relación con el saber escolar ha estado fuertemente mediatizado y condicionado a partir del uso y acceso a las tecnologías. En particular, a partir del uso del WhatsApp. Entonces, surge preguntarse: ¿Cuánto de esas mediaciones se ven limitadas, sometidas y configuradas por la herramienta y el acceso a ella?

Para Pierre Lévy (2007) estas tecnologías digitales, son capaces de configurar “las formas dominantes tanto de información, comunicación y conocimiento como de investigación, organización y administración” (Lévy, 2007, p.7)

Atendiendo a esta sola idea podemos dar cuenta que el universo de diseños de aplicaciones y software estuvo absolutamente atravesado durante el 2020-2021 por los consumos y adaptaciones pedagógicas que los docentes debieron realizar a partir de las herramientas digitales disponibles al momento de decretarse las medidas de confinamiento que implicó llevar el cien por ciento de las prácticas pedagógicas a la virtualidad.

### **Aula-sujetos-tiempos: el momento aurático del conocimiento**

Y, la escuela somos nosotros, dijo. Como si no quedara otra que aceptar esa verdad tan simple como evidente, como si se resignara. Y es que quienes nos encontramos todos los días de lunes a viernes somos nosotros, quienes tratamos de enseñar y aprender somos nosotros, no hay tu tía.

Llegamos a veces dormidos, somnolientos, otras con todas las pilas. Llegamos para encontrarnos, para celebrar el encuentro a pesar de todo y de todos, a pesar de nosotros mismos y de quien tenemos al lado. Nos juntamos para hacer día a día, hora a hora y timbre a timbre, la escuela. Traemos nuestros cuerpos. Usted que es más joven, suba a la biblioteca y pregunte si podemos ir dice la profe cuando ya no puede con el ciático y menos con el alma. Pero seguimos, porque la escuela somos nosotros que habitamos esta interfaz como un territorio. En medio de la cultura digital nos preguntamos si la escuela sigue siendo la misma que conocimos allá lejos y hace tiempo, para lo que resulta indispensable pensar qué hace que una escuela sea una escuela...

Si decimos que la escuela es una tecnología, como una serie de conocimientos y técnicas que permiten al ser humano modificar su entorno, tendremos que aceptar que cambiar el mundo es una parte esencial de lo escolar, pero bien sabemos quienes la habitamos que reproducir el mundo tal cual está, garantizar el acceso a la herencia cultural, también es parte de nuestro mandato. La escuela es una gramática con trampa, un candado que viene con la llave colgada, un espacio de ruptura y de modelización. Toda gramática crea en torno a sí misma un ambiente con sus propias lógicas, categorías y posibilidades, como “aquella máquina de aquellas soñadas invenciones” que volvió loco a Don Quijote, nos interpela y nos enfrenta a nosotros mismos, a quienes fuimos, a quienes creemos que

somos y a quienes pretendemos ser en un futuro. Yo vengo a la escuela porque quiero ser alguien el día de mañana, dijo... Yo no conozco a nadie que no sea alguien aunque no haya ido a la escuela, le dije y me miró.

Lo dicho, lo actuado, lo silenciado, lo repetido sin sentido también es lo escolar, también es ese hábitus que hace que cualquier persona que ha pasado por la escuela sepa cómo es “sentarse bien”. Gramatizar para contar, para dar sentido. ¿Qué hace que la escuela sea una escuela sin importar cómo se ve o si está hecha de ladrillos, de pixeles o de ramas a través de las que se cuele el sol?

En este lugar, en este aquí y ahora, las tecnologías ocupan un rol central, los dispositivos y artefactos se encuentran en simbiosis con la construcción de sentido, las representaciones sociales, los imaginarios, la identidad. ¿quiénes somos en esta cultura digital en la que un algoritmo puede predecir nuestro comportamiento mejor que nosotros mismos? ¿cómo hacemos escuela en un mundo cada vez más virtual, más competitivo, en el que somos consumidores/as de nuestra propia vida? Encerrar los cuerpos para educarlos fue el sistema de la escuela por varias décadas, ¿encerrará el alma y la mente también la escuela de la cultura digital? ¿las pantallas serán puntos de fuga o anclas con cadenas brillantes? Posiblemente ninguna de las dos cosas y las dos. Somos nosotres no más encontrándonos para izar la bandera y empezar el día. Pero usted no controla sus dispositivos, me dijo desde el enlace de Twitter, a sus dispositivos los controla el software con el que fueron escritos, esos nuevos escritas digitales que controlan el mundo ¿vio? No, porque esta tecnología que manejamos es opaca, nos fuimos de rosca con las interfaces gráficas y ahora cualquier gesto es gramatizable, hecho cálculo, como ya lo explicó Stiegler. Claro, y de ahí fuimos a la desobediencia tecnológica, a los gestos no previstos, a buscar los márgenes de libertad para quitarse el barbijo digital y volver a respirar.

El problema es que ya no sabemos cómo funciona, qué magia opera la tecnología. Por eso leemos a Hui y comenizamos con él a imaginar unas tecnologías diversas, pero para imaginarlas hay que saber que los programas pueden reescribirse, hay que saber que los programas existen, que hablan diferentes lenguajes y que quizá no todo está escondido, que sólo hay que levantar la tapa, hacer algunas preguntas y apoderarse de las palabras, de las letras, de los códigos. Somos nosotres, detrás de cada log in, de cada tecla que continúa sonando

¿podremos añadir nuestra voz a las máquinas que nos rodean? ¿lograremos que la polifonía suene dentro de las escuelas y vuele a través de las ventanas más allá de las aulas, de los patios, de los pasillos, de las aulas virtuales y las actividades entregables? ¿serán posibles formas escolares del hackeo que logren recuperar el sentido de lo mágico en el aula para que la construcción del conocimiento emerja con la paciencia con la que el alfarero modela la arcilla?

## **La experiencia transmedia como búsqueda de la originalidad**

En estas nuevas geografías es necesario cartografiar los territorios no sólo con nuevos instrumentos sino con miradas innovadoras sobre lo que consideramos posible. En el uso de los tecnomedios, socializamos, construimos conocimiento e identidades y aprendemos nuevas capacidades que suelen ser ignoradas por la escuela. Muchas de estas habilidades o competencias digitales desarrolladas por los/as estudiantes en los medios fuera de la escuela permiten pensar en otras estrategias de aprendizaje más ligadas al tutorial, al aprendizaje entre pares, a la consultoría, al taller y al laboratorio.

Por eso resulta fundamental comprender que los procesos de subjetivación digital han cambiado para siempre los modos en los que aprendemos y por lo tanto los modos en los que enseñamos. No se trata ya de “ingresar aparatos” en las escuelas. Si bien la disponibilidad física (conectividad y dispositivos) es fundamental, se trata de la base: sin la tecnología no se puede pero sólo con la tecnología, no alcanza. Otro aspecto, en el mismo sentido de esta “configuración maquina”, es la comprensión profunda de que “nosotros los de antes ya no somos los mismos” como decía Neruda.

Queda claro que dejar afuera del aula, afuera del proceso de enseñanza y aprendizaje, las tecnologías, es negar la propia identidad de quienes aprendemos y enseñamos. Somos cyborg y esta hibridación entre mundo físico (biológico y maquínico) y mundo virtual es hoy nuestra realidad. Esto significa que cualquier propuesta educativa debe contemplar esta identidad, estos lenguajes que hoy forman parte de nuestras sensibilidades, de nuestras formas de relacionarnos con el mundo, aún cuando en esa propuesta particular no intervengan las TIC.

Miriam Kap (Kap, 2020) plantea que la didáctica transmedia en tanto praxis reflexiva que se expande a través de diversos medios y lenguajes para co-crear un conocimiento basado en el intercambio y la innovación mediada por tecnología, puede dar lugar a intervenciones epistemológicas que se conviertan en un nuevo acontecimiento creador.

Llamamos educación transmedia a la praxis de planificar e implementar experiencias educativas donde los aprendizajes y contenidos curriculares se plantean como un relato educativo que se expande a través de diversos medios y lenguajes y se enriquece con el contenido generado por estudiantes y docentes. De esta manera la escuela se configura como un lugar de entrecruzamiento de los diversos modos de lectura, escritura, pensamiento de la comunidad educativa y da paso a las voces, a los lenguajes, a las sensibilidades de los/as jóvenes, generalmente invisibilizadas en el ámbito educativo. Hablar de transmedia es hablar de polifonía, de participación, de apropiación.

Las formas que asume, la apropiación de los tecnomedios por parte de los diversos grupos sociales se ve predefinida por el poder de las grandes empresas dueñas de los datos, las tecnologías y por el propio uso que las personas hacen de los dispositivos y sus aplicaciones.

En este sentido, la posibilidad que brinda la educación transmedia para contrarrestar la automatización de la recepción y para habilitar márgenes de participación ciudadana en el actual ecosistema comunicacional, vuelve a la escuela un lugar estratégico.

En definitiva, transcurrimos nuestra vida en un contexto dilemático de creciente digitalización por un lado, mientras que por el otro existe una importante brecha digital que halla su origen no sólo en la falta de conectividad y la desigualdad económica y social, sino también en los divergentes niveles de apropiación de tecnologías y software que se derivan de esas falencias.

Frente a esto consideramos que una de las estrategias posibles para lograr avances en los aprendizajes es la de diseñar nuevas propuestas de enseñanza y aprendizaje que apelen a lo transmedia como un camino de inclusión de diversos lenguajes, sensibilidades, saberes y voces. Consideramos que el trabajo colaborativo con los y las estudiantes como una comunidad de aprendizaje permitirá transformar las trayectorias esperadas, preestablecidas, en experiencias educativas auráticas, creativas y creadoras.

### **Algunas derivas a modo de... reflexiones?**

La idea de tiempo lineal, productivo que se dirige hacia el progreso ilimitado instaurado en occidente con la Revolución Industrial está en crisis y el período de pandemia permitió visibilizar dicho estadio aún con fuertes resistencias.

Así como Benjamín plantea que los cambios se producen cuando se logra hacer saltar el continuum del tiempo, Silvia Duschaztky propone ejercer una pedagogía de la interrupción con la idea de “escuchar la experiencia sensible que nos avisa que eso que hasta ahora resultaba posible se vuelve imposible (...) para salir del impasse propone darle acogida a lo “intruso” para pensar desde sus reverberancias cómo hacer para que algo inédito exista”. (2021).

Será en esa experiencia en el sentido benjaminiano de Erfahrung, es decir, una experiencia sensible que posibilita el vínculo aurático de la intervención pedagógica y los sujetos, una experiencia disruptiva, que pueda cuestionar el orden instituido y por ende, que conlleve a la acción política.

Planificar la clase desde una perspectiva transmediática nos invita a reflexionar sobre estos nuevos escenarios educativos desplegados en la pandemia y post pandemia, sobre los modos, los intereses, las formas de construir conocimiento para generar estrategias y metodologías pedagógicas con sentidos críticos que fortalezcan el surgimiento de un ciudadano digital acorde a esta nueva era.

En palabras de Miriam Kap (2023), “En este mestizaje de entornos y teorías, de prácticas y experiencias, reconocemos algo único que permite des-regular e intervenir el poder normativo, cuestionándolo y abrir la posibilidad de incorporar nuevos abordajes que habitan entramados en el campo y no como experiencias periféricas o excepcionales.

Una didáctica indisciplinada interpela y sostiene una interrogación permanente, se cuestiona y también confronta con la realidad circundante, con los límites, involucra las emociones que constituyen la posibilidad de enseñar y aprender, los sentimientos, el lenguaje, los discursos, las relaciones de poder, las experiencias intersubjetivas y da cuenta de nuevos emergentes en las prácticas, en las miradas y en las subjetividades.”

Esta didáctica indisciplinada, la didáctica transmedia nos confiere un marco de acción para pensar renovadas formas de enseñar y aprender, no por lo novedosas o porque no se hayan aplicado antes, sino porque significan un cambio de rumbo respecto a los modos que la escuela ha asumido. Unos modos relacionados con un discurso único, con un temario a ser aprendido en tanto reproducido y que hoy se da de bruces con nosotros/as mismos/as, con nuestro estar en el mundo, con nuestras capacidades, expectativas y posibilidades.

La aparición de nuevos actantes como las inteligencias artificiales nos demandan nuevas respuestas. La era de la reproducción y del broadcasting tanto en comunicación como en educación dan lugar a procesos creativos inimaginados hasta hace poco y a procesos pedagógicos donde los saberes no son propiedad del docente y su libro para ser transmitidos a los/as estudiantes sino que fluyen en comunidades que aprenden: la mayéutica reloaded podríamos pensar para dar lugar a estas nuevas subjetividades.

Como lo plantea Philippe Meirieu en su libro *La opción de educar. Ética y pedagogía*, sobre cómo el dispositivo escuela genera sujetos y subjetividades:

La máquina de aprender siempre corre el riesgo de segregar la máquina que aprende y el ideal educativo lejos de favorecer la emergencia de sujetos libres están condicionados de tal modo que no pueden dejar de hacer lo que deben hacer. (Meirieu, Philippe 2001)

No tenemos certezas, no disponemos de respuestas, en nuestro haber sólo surgen preguntas y traemos la invitación a continuar trabajando en la creación y reflexión de intervenciones pedagógicas que generen genuinas acciones de acceso y alfabetización digital que habilite a las nuevas generaciones a experimentar este mundo tecnológico con profundo sentido transformador.

Imaginamos una experiencia más amorosa para quienes aprendemos y enseñamos, una escuela que deje de lado la angustia que muchas veces genera en las personas y sus familias. Soñamos con procesos de evaluación que habiliten el crecimiento y no que sean motivo de frustración y abandono. Les dejamos una invitación a generar miradas optimistas en educación, a humanizar la escuela y la academia, a trabajar por espacios más saludables y sustentables para la comunidad educativa.

## Bibliografía

•Anderson, Perry. “Modernidad y revolución” en Nicolás Casullo (comp.), *El debate modernidad postmodernidad*. Buenos Aires, El cielo por asalto, 1993.

•Benjamin, Walter. “Tesis de filosofía de la historia” en *Discursos interrumpidos I*. Madrid, Taurus, 1982.

•Benjamín Walter. “La obra artística en los tiempos de su reproductibilidad técnica” en *Textos esenciales*.

Buenos Aires, Ediciones LEA S.A, 2014.

•Duschatzky Silvia. "Pedagogía de la interrupción. O un salto afuera" en Revista Adynata, Febrero 2021  
<https://www.revistaadynata.com/post/pedagog%C3%ADa-de-la-interrupci%C3%B3n-o-un-salto-afuera-silvia-dsuchatzky>

•Dussel Inés : "Cada vez más delegamos el conocimiento en las máquinas que nos responden dudas".  
(2018). Recuperado de <http://isep-cba.edu.ar/web/2018/11/20/ines-dussel-cada-vez-mas-delegamos-el-conocimiento-en-las-maquinas-que-nos-responden-dudas/>

•Hui, Yuk. (2020). Fragmentar el futuro. Ensayos sobre tecnodiversidad. Buenos Aires:Caja Negra Editora.

•Kap, M. (2020). Nuevas mediaciones en el campo de la didáctica: Derivas sobre mutaciones y transmedia.

Artículo digital.

•Kap, M (2023) Nuevos agenciamientos en el campo de la didáctica: mediaciones, subjetividades y prácticas emergentes en Vol. 27, No 1 enero abril 2023. E - ISSN 2313-934X. pp. 1-22. <https://dx.doi.org/10.19137/praxiseducativa-2023-270106>

•Lévy, Pierre. (2007) Cibercultura: informe al Consejo de Europa (1.ed). Rubí (Barcelona) Anthropos.

•Litwin, Edith, (2008) "El oficio de enseñar. Condiciones y Contextos. Cap.3 "Para pensar los aprendizajes"  
Paidós, Bs. As.

•Maggio, M. (2021). Educación en pandemia. Guía de supervivencia para docentes y familias. Paidós.

•Martín-Barbero, Jesús (1987) "De los medios a mediaciones – Comunicación, cultura y hegemonía".  
Editorial Gustavo Gili. 2da Edición. México.

•Meirieu, Philippe (2001). La opción de educar. Ética y pedagogía. Editorial Octaedro SL. Barcelona,  
España.

•Mumford, Lewis. "Preparación cultural" en Técnica y civilización. Madrid, Alianza, 1982.

# Las narrativas transmedia y la educación superior.

## Caso de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva a Distancia de la Universidad Nacional de Rosario

Analía Martínez Fittipaldi  
analiarmartinezfittipaldi@gmail.com

**Universidad Nacional de Rosario**

### Resumen

Esta propuesta busca analizar de las características del momento comunicacional actual, describir el rol del alumno-translector dentro de ese contexto, y finalmente, dar cuenta de las similitudes que existen entre la narrativa transmedia y la clase, como célula del sistema educativo.

Nuestro estudio se propone como una investigación de carácter exploratoria que persigue el objetivo de conocer el modo en que las tecnologías digitales promueven para los translectores una nueva forma de aprender y de enseñar; dar cuenta de las prácticas de los usuarios y de los procesos cognitivos que se ponen en juego, y las formas de apropiación del conocimiento con la digitalización de la educación.

Una segunda premisa tiene que ver con que en este escenario la educación está en crisis: existen muchas universidades que fallan en áreas como cobertura e inclusión, pero también en aspectos relacionados con pertinencia, eficacia, flexibilidad e innovación.

Se trata de un momento en donde, como educadores y comunicadores, estamos obligados a: deconstruir el sistema actual para adaptarnos a los tiempos que corren.

### Uno es uno y sus circunstancias

#### 1.1 El ecosistema de medios

Para llevar a cabo el desarrollo de esta investigación, propondremos pues tres categorías que servirán como pilares fundamentales: ecosistema de medios, educación a distancia y narrativa transmedia. La misma estará ejemplificada a partir de la carrera de Posgrado “Maestría de Comunicación Digital Interactiva a distancia” de la Universidad Nacional de Rosario.

Alicia preguntó: “¿Cuánto es para siempre?” y el conejo blanco le dijo: “A veces, sólo un segundo”. Si pudiéramos en perspectiva la historia de la humanidad y los avances tecnológicos que acompañaron el tránsito de la misma por nuestro planeta, podríamos afirmar que el ecosistema “cultural hipertecnológico y dinámico”, como lo llama Scolari (2014, pág. 2) en el que vivimos actualmente, se ha gestado hace menos de un segundo y probablemente tal cual lo conocemos, no vaya a durar mucho más.

Se trata de un ecosistema de medios representado por contexto cambiante en el que tanto las plataformas, los dispositivos y las aplicaciones quedan desactualizados de un día para el otro, pero que, a la vez, no dejan de existir, sino que empiezan a convivir con nuevos dispositivos, nuevas plataformas y nuevos lenguajes dando lugar a la generación de nuevos roles en los medios y al surgimiento de nuevos usuarios. En este escenario está inmersa la Maestría en Comunicación Digital Interactiva a distancia y por lo tanto, los usuarios del ecosistema, que son a la vez los usuarios-alumnos de la carrera, interactúan en ella, desde ella y hacia ella.

Ineludiblemente el uso de las tecnologías trae consigo consecuencias incuestionables, sobre todo, en las grandes metrópolis, donde se puede evidenciar a simple vista la articulación que existe entre el tiempo laboral y el del esparcimiento. En un ambiente colmado de momentos de ocio articulados con la actividad laboral, los dispositivos móviles y los nuevos medios, conforman un rol primario en la vida cotidiana de los individuos y en el uso que éstos les otorgan. Nos desplazamos en medio de la ciudad intentando apropiarnos de conocimiento que se presenta siempre desde interfaces diferentes (Martínez Fittipaldi, 2019).

Los nuevos lenguajes, géneros y formatos transforman en profundidad las formas hasta ahora conocidas de producir y de consumir los productos de la industria cultural. Según Igarza, éstos “tienen un impacto gravoso para las formas tradicionales a través de las cuales el consumidor se relacionaba con el sistema mediático cultural” (2009, pág. 11).

Por otro lado, al ubicarnos en el “afuera” de las interfaces educativas, podemos retomar el concepto planteado por Carpenter y McLuhan (1974) quienes afirman que existen muchas universidades que fallan en áreas como cobertura e inclusión, pero también en aspectos relacionados con pertinencia, eficacia, flexibilidad e innovación. Y si a ello le sumamos las deficiencias del sistema educativo que dejó al desnudo el paso por la Pandemia Covid-19, podemos decir que también hay una carencia con respecto a la democratización de los contenidos, al acceso a la tecnología y al alcance de materiales educativos accesibles.

Jan Philipp Schmidt (2010), docente de la Universidad de las Naciones Unidas, sostiene que los modelos de la educación superior actuales están en crisis, debido de problemas que tienen que ver con la diferencia entre las habilidades que se enseñan a los alumnos y las que el mundo técnico-profesional les demanda; un incremento desmedido del precio de las matrículas; una formación de corto alcance que no prepara adecuadamente para los desafíos del futuro inminente; o la adopción de planes de formación rígidos, fragmentados y expuestos a quedar obsoletos tras tres o cuatro años de estudio (Martínez Fittipaldi, 2019).

Nos plegamos, pues a la idea de Schmidt (2010), que todos estos vectores del ecosistema actual convergen en la necesidad de pensar en modelos de aprendizaje continuos, en dosis concentradas y flexibles por antonomasia, y “que no solo promuevan la adquisición de contenidos, sino que también estimulen el desarrollo de competencias que respondan a las demandas del mundo actual”, en palabras de McLuhan.

## **1.2 Educación a distancia. Virtualización online en Argentina**

Las primeras experiencias de virtualización de los estudios universitarios propiamente dichos en Argentina, según Alberdi (2009) tienen lugar a fines de la década de 1990 y se van consolidando durante las siguientes décadas. El contexto en el que estas experiencias se originan está signado por un rápido desarrollo y expansión de las tecnologías de la información y comunicación (en adelante TIC), donde se consolida la gestión del conocimiento como fuente principal de la producción social, cultural y económica, en el marco de la denominada Sociedad de la Información (Copertari 2018, pág. 162), como hemos estudiado previamente (Martínez Fittipaldi, 2019).

## **Rosario cuna de la Bandera y de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva a distancia (MCDI)**

Sobre el estado del arte Alberdi (2009) sostiene que “llega hasta el año 2000, momento en que la autora plantea que su equipo de investigadores fue convocado por la Dirección de Comunicación Multimedial con el fin de desarrollar el Campus Virtual Puntoedu y la oferta educativa virtual a distancia. Este punto es crucial como antecedente y adquiere una significación particular para con nuestro trabajo de investigación, ya que implica un referente directo en la genealogía de este, como vimos anteriormente” (Martínez Fittipaldi, 2019).

### **MCDI: La primera maestría de Comunicación online de la UNR**

El trayecto de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva comenzó a escribirse a partir de otra de las carreras de Posgrado de la Facultad de Ciencia Política y RRII de la Universidad Nacional de Rosario, la Especialización en Comunicación Digital Interactiva, que lanzó su primera cohorte en el año 2009. La misma no solo compartía la dirección a cargo del Mg. Fernando Irigaray<sup>1</sup>, sino que el contenido curricular de la Especialización se correspondía, en parte, al del primer año de la Maestría, la que fuera lanzada en el año 2013 con modalidad presencial (Martínez Fittipaldi, 2019).

Al cabo de algunos años, en febrero de 2017, comienza a dictarse la primera cohorte de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva a Distancia (MCDIaD) de la UNR, la cual, hasta la fecha, va por el séptimo año consecutivo de cursado, con un promedio de 55 alumnos por cohorte.

Esta Maestría se enmarca en los lineamientos de la Resolución 2641E/2017, del 13/06/2017 del Ministerio de Educación y Deportes, que en el punto 3.2.2. Carreras a Distancia, que define por Educación a Distancia “a la opción pedagógica y didáctica donde la relación docente alumno se encuentra separada en el tiempo y/o en el espacio, durante todo o gran parte del proceso educativo, en el marco de una estrategia pedagógica integral que utiliza soportes materiales y recursos tecnológicos, tecnologías de la información y la comunicación, diseñados especialmente para que los/as alumnos/as alcancen los objetivos de la propuesta educativa. Asimismo, se entiende que quedan comprendidos en la denominación Educación a Distancia los estudios conocidos como educación semipresencial, educación asistida, educación abierta, educación virtual y cualquiera que reúna las características indicadas precedentemente. Para que una carrera sea considerada desarrollada en el marco de la modalidad de educación a distancia se requiere que la cantidad de horas no presenciales supere el cincuenta por ciento (50%) de la carga horaria total prevista en el respectivo plan de estudios. El porcentual se aplicará sobre la carga horaria total de la carrera sin incluir las horas correspondientes al desarrollo del trabajo final o tesis. Las carreras en las que la cantidad de horas no presenciales se encontrara entre el treinta por ciento (30%) y el cincuenta por ciento (50%) del total, deberán someter a evaluación el Sistema Institucional de Educación a Distancia.”

El Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED) de la U.N.R. para implementación de la modalidad educativa a distancia, a través del Campus Virtual de la UNR se sustenta en el diseño de entornos virtuales de aprendizaje que incluyen soportes digitales, encuentros programados con los docentes a través de videoconferencias<sup>2</sup>

---

1 Magíster en Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (UNED – España), Licenciado en Comunicación Social y candidato a Doctor en Comunicación Social, en la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Director de la Maestría / Especialización en Comunicación Digital Interactiva y de Comunicación Multimedial en la UNR. También es Director Ejecutivo de la Cátedra Latinoamericana de Narrativas Transmedia (ICLA-UNR). Miembro del Comité Académico de la Cátedra Julián Assange de Tecnopolítica y Cultura Digital del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL). Realizador audiovisual y productor transmedia.

2 La videoconferencia o encuentro virtual sincrónico es una instancia de clase virtual en donde a través de la plataforma Zoom el docente, el tutor y los alumnos que cursan el módulo en cuestión se conectan en una fecha y horario establecidos previamente en el cronograma de la carrera. Por cada unidad del programa del módulo, hay una videoconferencia de 120 minutos de duración que tiene como fin abordar los principales conceptos de cada unidad del módulo en cuestión. La asistencia de los/as maestrandos/as a la videoconferencia es obligatoria, constituyendo la presencia en el espacio virtual uno de los indicadores para cumplimentar la

y material de apoyo específico en diferentes formatos: textos articuladores, piezas de video complementarias, presentaciones multimedia, lecturas guiadas, material bibliográfico, actividades prácticas y foros de consulta y debate.

Una investigación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) arroja que en América Latina “más del 80% de hombres y mujeres cuentan ya sea con un teléfono móvil básico, un teléfono con algunas funciones o con un teléfono inteligente o Smartphone. La brecha de género favorece a los hombres (el 89% de ellos tiene un teléfono móvil mientras que el 85% de las mujeres cuenta con este dispositivo). Los distintos usos posibles para actividades de educación incluyen el acceso a páginas web de estudio, lectura de noticias, recurrir a textos en línea y participar en grupos de estudio vía WhatsApp.” (Aguëro, A., Monoserrat, B., Viollaz, 2020).

### 1.3 Narrativas Transmedia

Adherimos al concepto que plantea Molas Castells (2018) de narrativas transmedia, el cual retoma de Jenkins (2013), como esa historia dispersa en diferentes medios, formatos o plataformas, que a pesar de esta condición, cumple con una coherencia y consistencia en cada una de sus partes, y en la articulación de todas ellas, nos permite ver un mundo narrativo en su totalidad (Martínez Fittipaldi, 2019).

Para tener una comprensión total de ese relato “hay que hacer converger cada una de las informaciones y aportaciones que realizan los diferentes medios. Este conjunto de prácticas reclama un papel activo por parte de la audiencia, que permita unificar e integrar las informaciones con el objetivo de conseguir una comprensión global de la historia” Molas Castells (2018).

Será luego, esta audiencia, conformada por prosumidores, la que no sólo consumirá esa historia, sino la que se apropiará de la misma imprimiéndole un contenido particular, “creando materiales complementarios o alternativos a la historia original”. (Molas Castells 2018: 31)

En palabras de Jenkins (2003) entendemos a la narrativa transmedia como “un proceso según el cual los elementos de una ficción se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales de distribución con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada. Lo ideal sería que cada medio hiciera una contribución exclusiva al desarrollo de la historia.” (Molas Castells 2018: 32)

La narrativa transmedia se erige sobre tres pilares: la convergencia, la ubicuidad y la actividad. Entendemos a la convergencia como el “proceso de juntar las informaciones que están distribuidas en diferentes medios y momentos para construir e interpretar el argumento. Se refiere a distintos contenidos que fluyen por múltiples canales”. (Molas Castells 2018: 40). Para explicar el término “ubicuidad”, la autora sostiene que “el momento de experimentación puede variar según cada destinatario este hecho también se relaciona claramente con el uso de dispositivos móviles. La experiencia transmedia puede producirse en cualquier momento y en cualquier lugar, en gran parte la ubicuidad se amplía gracias a las posibilidades técnicas de los medios que permiten una noción de la actividad como un proceso relacional así la movilidad posibilita entender que la experiencia transmedia no es una práctica aislada entre ámbitos de la vida de una persona”. (Molas Castells 2018: 42). Y finalmente a la hora de acuñar el concepto de “actividad”, Molas Castells (2018), fundamenta que “el consumidor también es productor y realiza una doble actividad existe un proceso de búsqueda y recolección de información es, de construcción de significado, de decodificación, a través de la convergencia y de la significación que cada participante construye, influenciado por su contexto y su ‘background’. Por el otro, destacan los espacios de producción. (Martínez Fittipaldi, 2019).

Entendemos que el proceso educativo no va por fuera de ello, sino que es parte del mismo. A partir de una clase, de un seminario dictado en la MCDI, contamos una historia (Martínez Fittipaldi, 2019). Dentro de estas narrativas trans-

---

condición de alumno regular de la asignatura.

media, adherimos a la idea de Maggio (2018) quien sostiene que las series pueden ayudarnos a revisar formatos con respecto al planteo de las clases (Maggio 2018: 56).

La autora argumenta que “llegó la hora de liberarnos de los sesgos de la didáctica clásica que no nos permiten favorecer los modos contemporáneos de construcción del conocimiento”. Y justifica que para ello no es suficiente con acceder a dispositivos tecnológicos, ya que en muchas oportunidades la tecnología es utilizada para reproducir y profundizar esos sesgos. (Maggio 2018: 65).

“Recrear las prácticas de la enseñanza nos exige entender profundamente esas otras formas narrativas”, dice la autora y ejemplifica sosteniendo que las series de televisión ofrecen una vía de reflexión entre muchas otras. “Plantear una clase inolvidable no es fruto del azar sino una creación compleja que requiere una búsqueda constante, saberes y reconstrucción en sucesivas”. (Maggio 2018: 66).

Al respecto podemos agregar que el desafío para pensar la clase actualmente es el de repensar la forma de comunicar e intercambiar información, que sean simultáneas y desarrollar contenidos que requiera de la participación. “Hay que apuntar a contenidos 2.0. Contenidos que soportan inmediatez, que están disponibles todo el tiempo, actualizados e interactivos”, tal como sostuvo Igarza (2010: 15) en el marco del 2° Foro de Periodismo Digital de Rosario. Ya no podemos pensar en otro contenido que no implique trabajar colaborativamente. El usuario es prosumidor y buscará colaborar e interactuar.

#### **1.4 El perfil del usuario-alumno**

Los consumidores dentro del proceso de convergencia, son los públicos son los protagonistas generadores de nuevas formas de cultura participativa que con su actuar convierten al consumo de medios en un proceso colectivo que modifica todos los aspectos de la vida tales como la religión, el derecho, la política, la publicidad, el mundo militar e incluso la educación.

Además, como síntoma del vigente ecosistema educativo, Internet, más precisamente la web 2.0, se ha transformado, desde hace tiempo, en un entorno participativo fundamental e irremplazable para las organizaciones, pudiendo cubrir un “amplio abanico de funciones” (Capriotti Peri, 2009) para relacionarse con su público, como ser un medio publicitario con fines persuasivos, un medio educativo o informativo, un medio comunicativo o interactivo y un medio para relacionarse y entretenerse.

Frente a este contexto y a través de este trabajo de investigación, entendemos, tal como sostiene Aparici (2011), que hay un público cada vez más numeroso de internautas que no se contenta con la mera recepción ver, oír, leer, sino que desea interactuar, explorar, experimentar, construir y ser sujeto de la comunicación. “Es uno de los mayores retos a los que se enfrentan los sistemas educativos a la hora de desarrollar y poner en práctica modelos y prácticas basadas en la interactividad, dado que afecta a los principios de construcción del conocimiento, a la micropolítica del poder y al establecimiento de nuevas formas de aprender y de enseñar que no tiene precedentes a nivel masivo, excepto experiencias puntuales desarrolladas por comunicadores o pedagogos en contextos o espacios determinados”. (Aparici 2011, pág. 5).

Por otro lado, y siguiendo con la dimensión del usuario, podemos observar respecto del uso de la tecnología, que hay una predisposición y apertura hacia aquellas las modalidades que difieren de las presenciales. En este nuevo contexto, los consumidores también buscan producir contenidos y compartirlos de manera virtual. Es entonces cuando citamos el término planteado por Igarza (2009) de “usuario-prosumidor”, que es el resultado de un ente que se moviliza dentro de un contexto donde los tiempos de descanso, placer y ocio fueron mermando para convertirse en su totalidad en tiempos de consumo (Martínez Fittipaldi, 2019).

Como sostiene el mismo autor, esta “redistribución y entremezclado de los tiempos productivos y ociosos” (Igarza 2009, pág. 11-12), más la irrupción de las NTICs, promovieron que “el ocio se consuma en pequeñas píldoras de fruición, brevedades que pueden disfrutarse en los microespacios que dejan las actividades laborales o en los fragmentos de dedicación ociosa que el usuario se adjudica durante los desplazamientos o en su tiempo libre en el hogar” (Igarza 2009, pág. 43).

Los nuevos ciudadanos, a quienes Igarza inserta en la categoría de “Generación Y” (2009, pág. 117), han experimentado esta virtualización de sus experiencias, mediada por las TICs, y en consecuencia nuevas formas “de participar, de intervenir, de comunicarse y no solo de consumir, y de hacer ambas cosas al mismo tiempo con el mismo dispositivo, en cualquier momento, en cualquier lugar” (2009, pág. 150). Se trata de las llamadas audiencias multitasking, multisharing, que realizan gran cantidad de tareas en simultáneo, navegando de ventana en ventana mientras se desplazan de un lugar de la ciudad a otro durante sus tiempos de ocio.

Estos ciudadanos son los mismos que Gardner (2014, pág. 63) enmarca en la denominada “Generación APP”, de quienes se puede saber cómo sienten, cómo piensan y qué les gusta a través de las aplicaciones que utilizan, ya que, a través de las mismas, podemos identificar a cada individuo según su particular combinación de intereses costumbres y relaciones sociales (Martínez Fittipaldi, 2019).

Por otro lado, y tal como sostiene Cabello (2013), podemos afirmar que estos prosumidores son protagonistas de las migraciones digitales, siendo aquellos “procesos mediante los cuales se ponen a disposición un conjunto de condiciones, orientaciones, acciones y recursos que, de manera planificada y explícita, sistemática y recurrente, contribuyen a que las personas puedan relacionarse del modo más fluido posible con las tecnologías digitales, apropiándose de ellas en sus múltiples posibilidades y para sus diversos usos, integrándolas en sus planes de acción e interacción, evaluando sus alcances y limitaciones, y tomando nota de sus cambios” Cabello (2013, pág. 22).

## Metodología

Nuestro estudio se propone como una investigación de carácter exploratoria que persiguió el objetivo de conocer el modo en que las tecnologías digitales promueven una nueva forma de aprender y de enseñar; dar cuenta de los procesos cognitivos que se ponen en juego, identificar los actores que intervienen en este proceso y las formas de apropiación del conocimiento con la digitalización de la educación desde la perspectiva y el discurso de los actores involucrados. La misma se llevó a cabo en 2018 y tuvo el foco en la MCDI a distancia (Martínez Fittipaldi, 2019).

Con el fin de caracterizar a los alumnos y de dar cuenta del grado de utilización de las herramientas de la plataforma con respecto de horarios de acceso, la valoración de la interfaz y de la propuesta de la modalidad a distancia, las apps de su preferencia, se realizaron encuestas enviadas a los 44 alumnos de esa cohorte, de los cuales respondieron 25.

Este trabajo arrojó entre otros resultados, que:

- En los momentos de ocio el 76 % de los alumnos-usuarios de la carrera aseguraron preferir navegar en internet desde sus teléfonos inteligentes.
- Lo eligen porque sostienen que este dispositivo es más cómodo, más ágil, más estable, y pueden hacer uso del mismo en cualquier momento y lugar.
- Las apps más usadas son whatsapp, facebook, instagram, twitter y snapchat por donde eligen conectarse entre pares.
- Los alumnos aseguran que dentro de los beneficios de cursar a distancia está el poder ingresar al campus virtual en cualquier momento con el fin que sea, principalmente desde el dispositivo móvil.

“La pantalla de la PC, del móvil, de la tableta, del Smart TV, en cambio, agregan una dimensión interactiva a las historias en adhesión a su condición multimedial e hipertextual. De formas alámbricas o inalámbricas, incluso tocando la pantalla los usuarios pueden seleccionar contenido, recorrer, explorar, agregar, reordenar, modificar e intervenir los relatos. El panorama se amplía todavía más si se piensa en las interfaces de realidad aumentada y realidad virtual, donde los usuarios involucran su cuerpo físico y sus experiencias sensoriales para habitar circunstancialmente las historias” (Lovato, 2017).

El celular es sin dudas el protagonista en este escenario, la llave de entrada actual al mundo de internet y en este caso a la MCDI. En este dispositivo convergen aplicaciones, plataformas y medios, es decir que aquellas tecnologías que antes eran independientes o tenían aplicaciones específicas, se fusionan y se integran en una sola plataforma o dispositivo. La esfera educativa se ve incluida en el panorama y el uso del móvil sigue aumentando su protagonismo en dicho escenario.

## Conclusiones

Entendemos a la MCDI a distancia como una narrativa transmedia por su estructuración conformada por elementos dispersos sistemáticamente a través de múltiples canales de distribución, es decir, multiplataforma:

Campus Virtual y sus herramientas (Moodle)

Las clases sincrónicas y sus herramientas multimediales (Zoom)

Los mismos conforman un todo: se trata de una experiencia educativa integrada y coordinada en forma interactiva que está basada en la convergencia, la ubicuidad y la actividad de los distintos usuarios translectores. Dentro de esa gran narrativa transmedia que es el sistema educativo y más precisamente la carrera de posgrado en cuestión, sostenemos que el alumno circula por la red, lugar en donde están distribuidos el contenido y el conocimiento, dejando huellas, marcas, que otorgan nuevos sentidos, y actuando así, como curadores para otros alumnos translectores, que luego van a producir nuevos expandiendo la narrativa.

Concebimos que se trata de un momento en donde, como educadores y comunicadores, estamos no solo invitados, sino obligados en una primera instancia a deconstruirnos, a analizar con cuáles de todas las herramientas con las que venimos trabajando vamos a seguir poniendo a disposición del aula en su conjunto y de la dinámica que ésta presente de acuerdo a las individualidades que confluyen y que la constituyen como tal, sino que, deberemos también examinar y distinguir aquellas de las cuales tendremos que despojarnos y dejar de lado, al menos por este momento educativo (Martínez Fittipaldi, 2019).

Es necesario en un segundo momento, colaborar en la deconstrucción del sistema actual educativo, partiendo desde nuestro lugar de docentes dentro de las instituciones, ayudando a repensar esas interfaces educativas desde el adentro, desde la experiencia del usuario de la mano de las tecnologías disponibles y a aceptar ese desafío como propio. A partir de esta investigación entendemos como punto de quiebre la concepción del poder que tiene el alumno como translector y productor de sentido dentro de la propuesta pedagógica

Para que una experiencia pueda ser perdurable a través del tiempo, debe dejarnos alguna marca, alguna huella, algún interrogante que llegue para abrir un paréntesis de reflexión en medio de la rutina de la clase. De ese momento debemos salir modificados, transformados, con ganas de volver al próximo encuentro para que se dé un proceso de enseñanza poderosa tanto desde la perspectiva del rol del alumno como desde el rol del docente (Maggio, 2018). Ya no seremos los mismos a partir de un encuentro donde la propuesta didáctica y la empatía del docente y del alumno se conjuguen para que veamos el mundo con otros ojos.

## Referencias

- Aguëro, A., Monoserrat, B., Viollaz, M. ¿Desigualdades en el mundo digital?: Brechas de género en el uso de las TIC. (2020). Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Carpenter, E. & McLuhan, M. *El aula sin muros. Investigaciones sobre técnicas de comunicación* (1974). Editorial Laia. Barcelona.
- Cobo, C. & Moravec, J. W. *Aprendizaje invisible. Hacia una nueva ecología de la educación* (2001). Colección Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona. Barcelona.
- Gardner, H. & Davis, K. *La generación APP* (2014). Editorial Paidós.
- Igarza, R. *Burbujas del ocio, Nuevas formas de consumo cultural* (2009). Editorial La Crujía. Buenos Aires.
- J. P. Valenzuela y N. Yañez, “*Trayectoria y políticas de inclusión en educación superior en América Latina y el Caribe en el contexto de la pandemia: dos décadas de avances y desafíos*”, Documentos de Proyectos (LC/TS.2022/50), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2022.
- Igarza, R. *Presencias imperfectas. El futuro virtual de lo social. La Marca Editora*. Buenos Aires.
- McLuhan, M. *Aldea global* (2002). Editorial Gedisa.
- Maggio, M. (2012). "Enriquecer la enseñanza. Los ambientes con alta disposición tecnológica como oportunidad". Editorial Paidós.
- Maggio, M. (2018). *Reinventar la clase en la universidad*. Grupo Planeta - Argentina.
- Martínez Fittipaldi, A. (2019). *Las carreras de posgrado online como narrativas transmedia. Caso de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva a Distancia de la Universidad Nacional de Rosario*. Argentina.
- Martínez Fittipaldi, A. Congreso Redcom. “*Las condiciones del contexto que propician y facilitan migración de la modalidad presencial a la modalidad a distancia en la Educación Superior en Argentina*” (2019). Argentina.
- Scolari, C. (2016). El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación. En J. A. Millán, *La lectura en España. Informe 2017* (págs. 175-186). Madrid: Federación de Gremios de Editores de España.

# El relato en el taller: herramientas para una intervención ecléctica

Carolina Bruck

carolinabruck@gmail.com

**Universidad de Buenos Aires**  
**Universidad Nacional de las Artes**

## Resumen

El relato forma parte de la interacción oral cotidiana, del discurso de las redes sociales (twitter, instagram, facebook), de los medios de comunicación, de la política, de la publicidad, del derecho, de algunos géneros académicos. La narración es más que una estructuración prototípica de los discursos o un tipo de texto, se trata de una de las modalidades más habituales de organización del pensamiento humano y, en tanto tal, de producción de conocimiento (Bruner, 2003). Por esta razón, la escritura de narrativa (y en particular, la de ficción) es un eje fundamental de la propuesta de Taller de Expresión I de Ciencias de la Comunicación de la UBA, una materia que se dicta en las instancias iniciales de la carrera.

En el marco de esta asignatura, nos preguntamos cómo intervenir significativamente en la producción narrativa de las y los estudiantes para propiciar que desarrollen habilidades metacognitivas y puedan desplegarlas en los diversos géneros que atraviesan la carrera, como la crónica y el ensayo. Se trata de un tipo de intervención que requiere de la o el tallerista un andamiaje (Vigotsky, 1995) con herramientas teórico prácticas eclécticas, que involucran la escritura de ficción, la edición literaria, la teoría literaria, las ciencias del lenguaje, la escucha psicoanalítica, entre otras. Este trabajo, de carácter cualitativo, se propone explorar las estrategias de intervención docente desarrolladas a lo largo de una secuencia de trabajo, y analizar de qué manera esas estrategias impactaron en las sucesivas versiones de los relatos de las y los estudiantes, particularmente en el armado de la representación y en la construcción del verosímil. Los relatos analizados surgen de una secuencia de producción narrativa breve propuesta a partir de un corpus de fotografías artísticas y documentales, y plantean una situación retórica similar a la que podrían enfrentar las y los estudiantes como comunicadores.

## Introducción

Tanto en la esfera privada como en la pública, en lo cotidiano como en lo profesional, estamos hechos de relatos. En nuestras comunidades urbanas contemporáneas, el relato forma parte de la interacción oral cotidiana, del discurso de las redes sociales, de los medios de comunicación, de la política, de la publicidad, del derecho, de algunos géneros académicos.

La narración es más que una estructuración prototípica de los discursos o un tipo de texto, se trata de una de las modalidades más habituales de organización del pensamiento humano. El psicólogo cognitivo Jerome Bruner hace referencia a dos modalidades de pensamiento: la paradigmática y la narrativa. Según este autor, la primera de estas modalidades se sostiene en un sistema formal de descripción y explicación, mientras que la segunda implica una construcción de sentido a partir de la articulación de experiencias en una trama narrativa, lo que supone elaborar una secuencia de acontecimientos vinculados en forma causal (Bruner, 1998). Cuando se produce un hecho inespe-

rado, un imprevisto, es necesario integrarlo en nuestros esquemas y para esto se recurre a la narración. “Contar historias —escribe Bruner en *La fábrica de historias*— es un instrumento para llegar a un acuerdo con las sorpresas y lo extraño de la condición humana. Como también con nuestra imperfecta comprensión de esa condición” (Bruner, 2003, p. 126).

Las ideas de Bruner se vinculan con la hipótesis de la identidad narrativa que el filósofo Paul Ricoeur postula en *Tiempo y narración* (Ricoeur, 1995). Los humanos, propone Ricoeur, poseemos una “inteligencia narrativa”, es decir, un saber sobre el relato que proviene de nuestra familiaridad cultural con distintos tipos de tramas. Esa inteligencia nos habilita a comprender y producir relatos, y es a la vez, de acuerdo con el filósofo, la que nos permite procesar la experiencia de la temporalidad, integrar presente, pasado y futuro. Para este autor, respondemos a la pregunta “¿Quién soy?” o “¿Quién eres?” contando una historia. Reunimos acontecimientos heterogéneos de nuestra vida y los integramos en una trama que los organiza con un principio y un final.

Además de centrarse en las historias de vida, Ricoeur (1995) presta atención a dos tipos de relatos, el histórico y el ficcional. Pero, como ya señalamos, la narración está presente en una gran diversidad de textos. En la segunda mitad del siglo XX se produjo el denominado “giro narrativo” en las Ciencias Sociales, por el que distintos intelectuales reconocieron la importancia del relato en la producción del conocimiento en estas áreas. De acuerdo con los géneros discursivos en los que se incorpore (crónica, pieza de oratoria, texto histórico, biografía, reseña, ensayo, relato de ficción), la narración presentará ciertas particularidades.

Por esta razón, la escritura de narrativa (y en particular, la de ficción narrativa) es un eje fundamental de la propuesta de Taller de Expresión I de Ciencias de la Comunicación de la UBA, una materia que se dicta en las instancias iniciales de la carrera. En ese marco, nos preguntamos qué actividades proponer y cómo intervenir significativamente en la producción de las y los estudiantes. Nuestro objetivo es propiciar que desarrollen habilidades metacognitivas y puedan desplegarlas en los diversos géneros que atraviesan la carrera.

Este trabajo se propone explorar las estrategias de intervención docente desarrolladas a lo largo de una secuencia de producción narrativa breve propuesta a partir de un corpus de fotografías artísticas y documentales. La secuencia se organizó en una serie de etapas que involucran una propuesta de lectura y análisis, una consigna de escritura, el comentario de borradores en el marco del taller y la instancia de reescritura.

## La propuesta de lectura

En una entrevista, Manuel Puig comentaba que su forma de leer había cambiado después de haberse convertido en escritor. No podía, confesaba, leer literatura sin un lápiz en la mano, atento a las estrategias del autor para construir el relato, preguntándose todo el tiempo “cómo lo hizo”. Algo de esta lectura “desviada” proponemos en la materia Taller de expresión I; cada secuencia didáctica se inicia con una consigna de lectura centrada en los recursos puestos en juego en el texto para la construcción de sentido. Los estudiantes se acercan al análisis de esos recursos a partir de la propuesta clásica de la narratología, en particular desde las categorías desarrolladas por Gerard Genette (1972). Si bien desde la crítica y la teoría literarias esta propuesta se ha desestimado, resulta productiva a los fines de sistematizar los recursos discursivos y construir un lenguaje en común para describir los relatos leídos, y las producciones de las y los estudiantes.

Así, al acercar lecturas observamos que a menudo, cuando leemos un relato (ya sea ficcional o no ficcional) nos encontramos con que comienza *in media res* o por el final, que se altera la velocidad de lo que se cuenta (porque se ralentiza o porque se acelera) o que se emplea una determinada voz para contarlos. Es decir, entre lo que se cuenta y el modo de hacerlo se interponen una serie de recursos y estos, según Genette (1972), pueden observarse en distintos niveles de análisis. Las y los estudiantes identifican esos niveles: la historia (qué se cuenta), el relato (cómo se lo cuenta) y la narración (quién lo cuenta).

Pero los recursos de la narratología no resultan suficientes para articular la lectura con las propuestas de escritura. Por esta razón, muchas veces acudimos a ensayos de narradores o entrevistas, que nos proporcionan herramientas para abordar, por un lado, la lectura crítica de los relatos que funcionan como una suerte de “modelo” del género discursivo propuesto y, por otro, la práctica de los estudiantes. Por ejemplo, en el caso de esta consigna resultó muy productivo sumar los conceptos de “imagen poética” y de arco narrativo propuestos por Mauricio Kartún (2017), asociados a la idea de extrañamiento de la percepción, que ya habían trabajado desde la narratología; la teoría del iceberg expuesta por Ernest Hemingway en una entrevista realizada por George Plimpton (Plimpton, 1996) y la importancia de mostrar a través de acciones antes que explicar, expuesta por la narradora Flannery O`Connor (1997).

La secuencia se inició entonces con la lectura de la crónica “Las flores del argelino”, de Marguerite Duras, publicada por primera vez en *France-Observateur* en 1957 (Duras, 1993). Si bien Duras no había partido de una imagen fotográfica para escribir el texto, este se originó en una escena que presencié la autora en París. Esta crónica, que cuenta cómo un grupo de mujeres francesas le compran a un inmigrante argelino las flores que hace un momento un policía le ha tirado a la calle, nos permitió identificar diversos recursos: el arco narrativo y la transformación que este implica; cómo el sentido puede construirse a través de la acción, sin explicaciones ni moralejas y, al mismo tiempo, permanecer en parte “sumergido” como si se tratara de un iceberg.

Por otra parte, los estudiantes analizaron los relatos breves “Como quien oye llover”, de Juan José Millás (2016), “Beso de fuego” de Juan Guinot (2018) y “Leo” de Mauricio Koch (2018). El texto de Millás pertenece a la sección *La imagen*, del diario *El País*, en la que el autor resignifica cada semana en una columna de pocos párrafos una foto de actualidad. Los dos últimos textos pertenecen a la antología *3 historias en 1 clic: complicidades creativas y colaborativas* (AA.VV., 2018), una propuesta de la Fundación PH15 en la que un conjunto de escritores argentinos produjo relatos breves a partir de imágenes tomadas por un grupo de chicos de 10 a 20 años en situación de vulnerabilidad.

Veamos el relato “Leo”, de Mauricio Koch, que el escritor produjo a partir de la siguiente imagen:



Fuente: *3 historias en 1 clic: complicidades creativas y colaborativas* (AA. VV., 2018)

### **Leo, por Mauricio Koch**

Nosotros las robábamos porque era divertido. O ni siquiera tanto. La idea de saltar alambrados, trepar a los árboles y, sobre todo, la posibilidad de que el dueño nos viera y nos largara los perros o llamara a la policía nos despabilaba un poco, nos sacaba por un rato del tedio. Arrancábamos tres o cuatro, a veces alguna más, para comer una o dos

y luego, con las que sobraban, hacer puntería contra un poste o estallarlas en la pared de algún vecino pulcro.

Pero Leo no. Él no sacaba tres o cuatro sino veinte o treinta, todas las que pudiera. Se acomodaba el buzo adentro del pantalón para poder cargar más. Abría el cuello y las iba largando ahí a medida que las arrancaba.

Entrábamos todos juntos al patio que habíamos elegido robar esa noche y en un instante lo perdíamos, nadie sabía dónde estaba ni a qué árbol se había subido, y cuando dábamos la señal de salida lo llamábamos pero no respondía. Aparecía al rato, caminando como un muñeco inflado, un gordo con la panza llena de protuberancias. Nosotros nos reíamos, pero él, callado y sin hacernos caso, se sentaba en el piso con las piernas cruzadas, abría el buzo y por abajo manaban en cascada las naranjas más pintonas; las pelaba a una velocidad asombrosa y comía con ansiedad. Y se enojaba cuando nosotros empezábamos a hacer malabares, a tirarnos con las naranjas, que para qué las robábamos si no las íbamos a comer, nos decía.

Una mañana, en la clase de educación física, el profesor nos hizo correr la prueba de los doce minutos. La odiábamos; queríamos jugar al fútbol, no perder el tiempo corriendo. Esa vez, a poco de haber empezado, vimos que Leo se tambaleaba y se detenía a un costado de la pista. Vomitó. El profesor detuvo la prueba, preocupado, se acercó a ayudarlo y le preguntó qué había desayunado esa mañana. La respuesta sorprendió al profesor, pero no a nosotros: dos naranjas.

En primer lugar, observamos solo la imagen e intercambiamos interpretaciones sobre ella; posibles historias que, para los estudiantes, sugería. Identificamos cuándo las sugerencias de los estudiantes constituían estructuras narrativas y cuándo no lo eran, ya sea porque fueran solo descripciones o reflexiones de tipo argumentativo. Luego, leímos el relato breve de Mauricio Koch. Observamos que Koch había tomado distintas decisiones. Por un lado, había construido un mundo ficcional a partir de un despliegue de imágenes sensoriales convocadas por el chico de la foto, e ideado una trama que involucraba a otros personajes y configuraba un arco narrativo sólido. Por otra parte, para construir el relato, Koch había jugado con la temporalidad: había insertado en primer lugar un segmento iterativo, para narrar la rutina del robo de naranjas y en segundo lugar un segmento singulativo, para narrar la prueba de los doce minutos y el episodio final del vómito. Koch había decidido, además, construir un narrador interno, homodiegético plural, testigo de los acontecimientos, que al no ser protagonista del relato dejaba vacíos de información que debía completar el lector. Todos estos recursos se ponían en juego para la construcción de una multiplicidad de sentidos que se desprendían de la configuración de la acción, sin necesidad de argumentaciones o explicaciones. De esa forma el relato permitía, según Paul Ricoeur, la redescripción de la experiencia. El título del relato, “Leo”, llamaba la atención sobre el nombre del protagonista, pero también sobre el acto de leer en profundidad, que era lo que finalmente Koch estaba haciendo con la imagen propuesta.

Después de trabajar de manera similar con el relato de Guinot (que genera extrañamiento a partir del relato desde una perspectiva infantil) y el de Millás (anclado en lo referencial), propusimos a las y los estudiantes la consigna de escritura.

## **La consigna**

En su ensayo “Una concepción ordinaria para el dramaturgo criador”, Mauricio Kartún escribe: “La imaginación no es la capacidad de concebir imágenes, sino la de transformarlas en un movimiento constante” (Kartun, 2017, p.29). La inventio, sostiene Maite Alvarado (2013), no es una instancia de invención sino de búsqueda. Desde ese marco, ideamos esta consigna de escritura cuyo disparador es un corpus de imágenes fotográficas que, a nuestro criterio, tenían el potencial de desplegar tramas significativas.

La consigna propuesta fue la siguiente:

Trabajo práctico: escritura de un relato breve

Construí una historia o escena narrativa a partir de alguna de las fotos propuestas. Imaginé un texto breve, de un máximo de 400 palabras, que se pueda publicar como columna en el suplemento cultural de un diario. Las situaciones referidas pueden ser ficticias.

En el marco del taller trabajamos en grupo para generar por asociación libre posibles historias que podían desplegarse a partir de las imágenes. Mientras algunas y algunos estudiantes propusieron relatos con un anclaje referencial claro (como los incendios en Córdoba o la crisis de refugiados por la guerra de Ucrania), otras y otros se inclinaron por construir relatos ficcionales menos anclados, ya sea con un verosímil realista o fantástico.

Veamos algunas de las fotografías propuestas.



Fuente: Instagram Sebastián Miquel (Miquel, 2023)

Esta imagen fue tomada por el fotógrafo y politólogo Sebastián Miquel, cuya obra, valiosa tanto en lo artístico como en lo político, se caracteriza por rescatar momentos significativos en la existencia de personas que viven en la periferia. En el taller, nos propusimos integrar la imagen en una secuencia narrativa, nos preguntamos por los perfiles de los personajes, por el antes y el después de ese salto, por el tiempo y el espacio en que podía desarrollarse la acción. En las y los estudiantes disparó ideas narrativas tan disímiles como el relato de una atracción homoerótica no correspondida o la narración de un fratricidio.

Además de esta imagen, propusimos fotos de autores y autoras muy disímiles, como Marcos López, que suele trabajar con fotomontaje desde una estética camp o como esta, de la fotógrafa estadounidense Dorothea Lange:



Fuente: “*Madre migrante*” de Dorothea Lange (1936) (Viloria, 2014)

La foto de Dorothea Lange retrata a Florence Thompson, una migrante interna estadounidense en la época de la Gran Depresión. Sin embargo, tal como señala Ignacio Viloria, la imagen resulta una “alegoría eterna de la pobreza y la injusticia social provocada por las crisis económicas” (Viloria, 2014). Así, algunos estudiantes la tomaron como disparador para imaginar historias en el marco de una guerra o con referencia a la problemática de los refugiados, mientras que otros (como el ejemplo que veremos) tomaron el personaje de la madre en situación de vulnerabilidad y la trasladaron a otro contexto.

En la puesta en común de las primeras ideas se destacaron aquellas con mayor potencial narrativo, y se sugirieron lecturas literarias o periodísticas para andamiar el proceso de escritura. Así, se propuso a cada estudiante que para la siguiente sesión de taller elaborara una primera versión del relato.

### **El comentario de borradores en el marco del taller**

Los estudiantes, entonces, se acercaron al taller con sus producciones para compartirlas con las compañeras y compañeros, y recibir una devolución que les permitiera volver sobre ese texto. Desde sus inicios, en la materia Taller de Expresión I nos preguntamos qué tipo de intervenciones resultan más provechosas para generar cambios significativos en la producción escrita de los estudiantes. Por lo general, ellos llegan a la materia con una representación de la corrección en términos escolares y solo prestan atención a las marcas en la superficie del texto como si se tratara de indicaciones de cambios puntuales. Así, presentan segundas versiones prácticamente idénticas a las anteriores, en las que solo “pasan” las correcciones. Para evitar ese tipo de malentendidos y generar reescrituras sustanciales pensamos en dos tipos de estrategias, que se inspiran en la tarea que un editor literario realiza con los originales de una autora o autor.

En primer lugar, proponemos una guía de preguntas para revisar el texto (tanto propio como del o la compañera), que considera tanto los recursos narratológicos como el resto de los procedimientos trabajados en taller. En segundo lugar, junto a las indicaciones puntuales en la superficie del texto, las y los docentes elaboramos lo que Gloria Pampillo denomina el “comentario” (Pampillo, 1982). Este consiste en un párrafo breve que contempla observaciones tanto acerca de las decisiones más generales (el tema, el arco narrativo o la perspectiva, entre otras) como de aspectos puntuales (referidos, por ejemplo, al empleo de adjetivos o a las decisiones verbales, entre otras). Tanto

la guía como el comentario apuntan a que las y los estudiantes reflexionen sobre sus procesos cognitivos y los de otros integrantes del grupo.

Las y los estudiantes leyeron sus relatos en el marco del taller, y a partir de la guía, sus compañeras y compañeros elaboraron una devolución sobre el texto. La guía se estructuraba a partir de preguntas que apuntaban a los tres niveles de análisis de Genette (historia, relato y narración), e indagaban, de manera muy general, decisiones en torno de la construcción o no de una trama, la verosimilitud, la exploración de la sensorialidad a partir de la representación narrativa, la progresión dramática, el punto de vista, la voz narrativa y en torno a este último punto, aspectos vinculados con el uso del lenguaje.

No se trataba de responder cada pregunta, sino de tenerlas en cuenta en “atención flotante” (en términos psicoanalíticos) a la hora de discutir el texto del o la compañera para evitar tanto la crítica valorativa (me gustó/no me gustó) como la apelación a aspectos de la normativa o la gramática.

Luego del análisis grupal, cada estudiante recibió su primera versión acompañada de un comentario global y comentarios específicos o subrayados. Veamos uno de estos trabajos.

A partir de la fotografía de Dorothea Lange, la estudiante Marcela Conte produjo el siguiente relato:

### **Sombras**

María se desplomó en el banco. Llevaba huyendo dos días y dos noches sin pausa y sus piernas acalambradas, estalladas en várices, ya no podían moverse. Esa tarde, cuando tomó la decisión, se fue con lo puesto: la camisa todavía sucia de la tierra escarbada, una bolsa con galletas de campo, agua, la estampita de la Virgen que le había dejado su mamá antes de morir y Dorothea. Esa bolita de pelusa que agotaba sus fuerzas succionando imperturbable como si no supiera hacer otra cosa, como si no tuviera otra misión en la vida que pegarse como un abrojo a la teta y desparramar mocos y gritos desesperados cuando María intentaba independizarse de esa esclavitud.

Su madre ya se lo había advertido, hace tiempo, el diablo tiene modos de encontrarnos en el camino.

María pensó que saliendo de ese pueblo desolado, yendo para la ciudad podría despistar al enemigo. Y ahora, desde su incipiente ceguera se veía pesada, hambrienta, sucia, y desorientada en su esperanza de haberse alejado de él.

El sueño empezó a avanzar como la niebla en el campo, el entumecimiento de su cuerpo le jugó una mala pasada y no pudo resistir la inclinación a dejarse caer, las piernas despatarradas, los brazos flojos, los ojos entrecerrados por el sol ganaron oscuridad.

Fue un minuto, dos como mucho, un intenso olor a azufre la despertó de un sobresalto. Enfrente sólo adivinó sombras agazapadas, silenciosas, la maldad misma pensó y una imagen atravesó su cerebro como un rayo y un dolor agudo perforó su vientre. María tensó los brazos y agitó sus manos como queriendo retener algo donde ya no había nada.

Resultó particularmente interesante conversar, en el marco del taller, cómo a partir de esta foto había resultado un texto que cruzaba el verosímil realista y el fantástico, para redescubrir una experiencia que atravesaba con mucha intensidad a las y los estudiantes. La mayoría se encontraba involucrada en la militancia contra la violencia de género en sus diferentes expresiones.

Para comentar el texto de la estudiante se incorporó un breve párrafo al comienzo, que analizaba desde aspectos estructurales hasta de lenguaje y algunos subrayados o comentarios puntuales a lo largo del texto:

## Sombras

**(Comentario docente) El mundo propuesto se despliega a partir de la sensorialidad, aunque faltan datos para construir el espacio y algunos elementos no se sabe si son literales o metafóricos; habría que proporcionarle indicios al lector. Es bueno el juego con los vacíos de información, pero vos tenés que conocer aquello que decidís no contar.**

**Por otra parte, por momentos, el texto se vuelve un tanto evaluativo o sentencioso (ver marcas en amarillo). Esas evaluaciones del narrador deberían eliminarse o mostrarse a través de acciones. Tené en cuenta que, si bien el narrador es heterodiegético, la focalización es interna, en María. Ojo con las frases hechas, los adjetivos antepuestos y las personificaciones, que le imprimen un tono pretendidamente literario al relato. Revisá la configuración temporal para evitar incongruencias en las analepsis.**

María se desplomó en el banco. Llevaba huyendo dos días y dos noches sin pausa (ojo frase hecha) y sus piernas acalambradas, estalladas en várices, ya no podían moverse. Esa tarde, cuando tomó (ver marcas temporales, ¿analepsis?) la decisión, se fue con lo puesto (ojo frase hecha): la camisa todavía sucia de la tierra escarbada, una bolsa con galletas de campo, agua, la estampita de la Virgen que le había dejado su mamá antes de morir y Dorothea. Esa bolita de pelusa que agotaba sus fuerzas succionando imperturbable como si no supiera hacer otra cosa, como si no tuviera otra misión en la vida que pegarse como un abrojo a la teta y desparramar mocos y gritos desesperados cuando María intentaba independizarse de esa esclavitud (mostrar en lugar de decir).

Su madre ya se lo había advertido, hace tiempo (ver marcas temporales), el diablo tiene modos de encontrarnos en el camino.

María pensó que saliendo de ese pueblo desolado, yendo para la ciudad, podría despistar al enemigo. Y ahora, desde su incipiente ceguera (¿literal? ¿metafórico?) se veía pesada, hambrienta, sucia, y desorientada en su esperanza de haberse alejado de él (mostrar en lugar de decir).

El sueño empezó a avanzar como la niebla en el campo, el entumecimiento de su cuerpo le jugó una mala pasada (ojo personificación, frase hecha) y no pudo resistir la inclinación a dejarse caer, (puntuación) las piernas despatarradas, los brazos flojos, los ojos entrecerrados por el sol ganaron oscuridad.

Fue un minuto (volver a ubicar al personaje), dos como mucho, un intenso olor a azufre (¿literal? ¿metafórico?) la despertó de un sobresalto. Enfrente sólo adivinó sombras agazapadas, silenciosas, la maldad misma pensó y una imagen atravesó su cerebro como un rayo y un dolor agudo perforó su vientre. María tensó los brazos y agitó sus manos como queriendo retener algo donde ya no había nada.

## La reescritura

Una vez que los textos se discutieron en clase a partir de las guías de preguntas y se entregó a cada estudiante su relato comentado, se produjeron las reescrituras. En el caso del relato que comentamos, esta es la segunda versión, en la que la estudiante pudo resolver varios de los problemas observados en el primer borrador.

## Sombras

María se desplomó en el banco. Llevaba huyendo dos días y dos noches; ya no podía mover sus piernas acalambradas, estalladas en várices. La tarde en que se había precipitado todo, él no le había dejado opción: con la camisa todavía sucia de sangre, manoteó una botella de agua, medio paquete de Manón, guardó en un bolsillo la estampita de la Virgen que le había dejado su mamá antes de morir, se colgó a Dorothea a los empujones y cerró la puerta de un golpe.

Esa bolita de pelusa succionaba imperturbable como si no supiera hacer otra cosa, como si no tuviera otra misión

en la vida que pegarse como un abrojo a la teta. Pero era su carga más preciada.

Pensó que saliendo de ese pueblo desolado, yendo para la ciudad, podría despistar al enemigo. Y ahora se sentía pesada, hambrienta, sucia, y desorientada en su esperanza de haberse alejado de Luis.

El sueño empezó a avanzar como la niebla en el campo, el cuerpo se le entumeció y no pudo resistir la inclinación a dejarse caer; las piernas despatarradas, los brazos flojos, los ojos entrecerrados por el sol ganaron oscuridad.

Su madre ya se lo había advertido, años atrás, cuando le habían presentado a Luis en un cumpleaños. “El diablo tiene modos de encontrarnos en el camino”, había dicho.

Fue un minuto, dos como mucho, un grito la despertó de un sobresalto. Enfrente solo adivinó una sombra agazapada, silenciosa. “La maldad misma”, pensó. Una imagen atravesó su cerebro como un rayo y un dolor agudo le perforó el vientre. Tensó los brazos y agitó sus manos como queriendo retener algo donde ya no había nada.

Vemos acá cómo la estudiante se decidió por un verosímil realista, que incorpora para la resolución de la trama la presencia de la pareja violenta de la protagonista del relato. Pero lo hace solo a través de indicios, de modo tal que el trabajo de la interpretación queda abierto. Al mismo tiempo, la estudiante eliminó varias expresiones sentenciosas, evaluativas, y dejó que la representación, las imágenes, construyeran el sentido.

## Conclusión

En la misma línea que Paul Ricoeur y Jerome Bruner, los autores que citábamos al comienzo, el historiador Haydn White (1992) afirma en *El contenido de la forma*<sup>1</sup> que no hay cultura que no organice su conocimiento de forma narrativa (White, 1992). “Contar historias, afirma Ricardo Piglia en su conferencia “Modos de narrar”, es una de las prácticas más estables de la sociedad. Siempre se han contado historias y se seguirán contando, y si pensamos en el futuro, estoy seguro de que la narración persistirá porque es el gran modo de intercambiar experiencias” (Piglia, 2014). Por esta razón creemos que la práctica del relato es fundamental en la carrera de Comunicación, y que debemos encontrar las herramientas para estimularla.

A lo largo de este trabajo intentamos describir las intervenciones docentes en los diferentes momentos del proceso de escritura de un relato breve de ficción. Se trata, en todos los casos, de producir un andamiaje, en términos de Lev Vigotsky (1995), acompañar a las y los estudiantes en la resolución de una tarea que no pueden encarar solos, de modo tal que adquieran herramientas para poder hacerlo en un futuro.

En el momento de la lectura crítica, se buscó desarrollar una lectura “de la construcción”, atenta a los recursos discursivos involucrados en la producción de sentido. Luego, la consigna o propuesta de escritura se articuló con una instancia creativa conjunta de generación de ideas a partir de las imágenes y sugerencia de nuevas lecturas. Finalmente, el trabajo con las primeras versiones de los relatos involucró una instancia de análisis grupal a partir de una serie de preguntas por el funcionamiento del texto y una instancia de comentario docente elaborado con herramientas de la edición literaria, la narratología, las ciencias del lenguaje, los saberes del oficio narrativo. Se trata, sin dudas, de una intervención ecléctica y recursiva, cuyos resultados resultaron más evidentes al terminar la cursada del taller.

Ese resultado no se limitó, claro, a la adquisición de un conjunto de competencias de escritura. Las y los estudiantes descubrieron la singularidad de la ficción para hacer estallar el sentido y la potencialidad del relato para redescubrir la experiencia propia o de una comunidad. En otras palabras, descubrieron lo que John Berger escribe en su ensayo “El narrador”: “Conforme el acto de escribir se repite, su cercanía, su intimidad con la experiencia, aumenta. Finalmente, si uno es afortunado, de esta intimidad nace un fruto: el sentido” (Berger, 2004).

---

1

## Bibliografía

- AA. VV. (2018). *3 historias en 1 clic: complicidades creativas y colaborativas*, PH15 y Fa editora.
- Alvarado, M. (2013). *Escritura e invención en la escuela*, Fondo de Cultura Económica
- Berger, J. (2004). “El narrador”, trad. Ramón Vera Herrera, en *La Jornada*, Suplemento Ojarasca nro 84, 4 de abril. Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2004/04/19/oja84-jberger.html> [Consulta: 10 de febrero de 2019]
- Bruner, J. (1998). “Dos modalidades de pensamiento”, en *Realidad mental y mundos posibles. Los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*, Gedisa.
- Bruner, J. (2003). *La fábrica de historias. Derecho, literatura, vida*, Fondo de Cultura Económica, p. 126.
- Duras, M. (1993) “Las flores del argelino”, en *Outside*, Plaza y Janés.
- Genette, G (1972). *Figures III*, Lumen.
- Kartun, M. (2017). *Escritos 1975-2015*, Colihue.
- Koch, Mauricio (2018). “Leo”, en AA. VV., *3 historias en 1 clic: complicidades creativas y colaborativas*, PH 15 y Fa editora.
- Guinot, Juan (2018). “Labios de fuego”, en AA. VV., *3 historias en 1 clic: complicidades creativas y colaborativas*, PH 15 y Fa editora.
- Millás, J. (2016). “Como el que oye llover”, en *El País*, 13 de febrero. Dirección URL: [https://elpais.com/elpais/2016/02/11/eps/1455215253\\_376903.html](https://elpais.com/elpais/2016/02/11/eps/1455215253_376903.html) [Consulta: 16 de febrero de 2022]
- Miquel, S. [@sebasmiqel]. (2023). *Nacimiento* [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Ctg43wSusjL/>
- O’Connor, F. (1997). “Para escribir cuentos”. En Zavala, L. (Ed.) (1997). *Teorías del cuento III. Poéticas de la brevedad*, UNAM.
- Pampillo, G. (1982). *El taller de escritura*, Plus Ultra.
- Piglia, R. (1999). “Tesis sobre el cuento”, en *Formas breves*, Temas de grupo editorial.
- Piglia, R. (2014). “Modos de narrar”, transcripción de la conferencia dictada por Ricardo Piglia en la Casa central de la Universidad de Talca el 29 de marzo de 2006, en *Antología personal*, Fondo de Cultura Económica.
- Plimpton, G. (1996). Entrevista a Ernest Hemingway. En *Confesiones de escritores. Narradores I. Los reportajes de The Paris Review*. El Ateneo
- Ricoeur, P. (1995). *Tiempo y narración I, II, III*, SXXI.
- Vigotsky, L. (1995). *Pensamiento y lenguaje*, Paidós.
- Viloria, I. (2014). “Madre migrante” de Dorothea Lange (1936). En *Líneas sobre arte*, 17 de octubre. Dirección URL: <https://lineassobrearte.com/2014/10/17/madre-migrante-de-dorothea-lange-1936/> [Consulta: 25 de abril de 2023]
- White, H. (1992). *El contenido de la forma*, Paidós.

# Recuperar la palabra verdadera. Comunicación/educación en la Educación de Jóvenes y Adultos

TARABANOFF, Evangelina G.  
evangelina.tarabanoff@gmail.com

**Universidad Nacional de Chilecito**

“No soy esperanzado por pura obstinación  
sino por imperativo existencial e histórico”

Paulo Freire<sup>1</sup>

## Introducción

El presente trabajo pretende continuar una línea de indagación que venimos desarrollando a lo largo del Doctorado en Educación de Jóvenes y Adultos de la Universidad Nacional de Chilecito y que pone en discusión la legitimidad de la educación formal frente a una *educación-otra* producida en otros espacios y/o situaciones. Una educación que no se percibe como tal y que podríamos llamar “*inconsciente*” o “*no-demandada*”. Aun sabiendo que estos espacios son de los más variados (desde un dialogo en el almacén del barrio hasta el carácter organizativo de los movimientos sociales), nos centramos en el análisis de experiencias de radios comunitarias/alternativas/populares donde el conocimiento esta dado por la acción y reflexión de producir contenidos *en, por y para* la comunidad en la que está inserta, produciendo y reproduciendo cultura, creando sentidos y significados, formando sujetos, pero también subjetividades e identidades colectivas.

¿Qué sería “la educación” y qué sería “lo pedagógico”? Frente a esta interpelación, creemos que hay dimensiones educativas en las practicas cotidianas donde el vínculo pedagógico no pasa por lo intencional y lo consciente porque existen situaciones o hechos que no están regidos por la intención consciente de enseñar, pero enseñan.

El aporte de Paulo Freire, a partir de *Pedagogía del oprimido*, es indiscutible en este sentido porque en su revisión actual, nos permite formular algunos interrogantes tales como: ¿Cómo replicar estas experiencias de comunicación/educación en la EDJA “formal”? ¿Cómo invitar a les docentes de la EDJA a animarse a llevar a cabo experiencias de radio en la escuela como herramienta de *acción cultural* intencionada que se ocupe de generar conciencia crítica? ¿Qué emergentes podrían aparecer en una experiencia similar en la EDJA “formal” poniendo en relación el conocimiento legitimado de “la escuela” y el conocimiento popular de las/los alumnos de la EDJA?

El interés en estos interrogantes radica en que, a pesar de existir una larga producción de investigaciones que dan cuenta de la potencia de las radios comunitarias como fin y como medio para la transformación social, son escasas las que evidencian a la radio como recurso político-pedagógico desde la educación de jóvenes y adultos en nuestro País. Existen numerosos ejemplos de la potencia de las radios comunitarias/alternativas/populares que remiten a lo pedagógico desde un espacio-tiempo de construcción colectiva de conocimientos donde, a través de lo discursivo,

---

1 Citado por Rodríguez, Lidia M.; Marin, Carlos; Moreno, Silvia M.; Rubano, María del C. en *Paulo Freire: una pedagogía desde América Latina* - Ciencia, Docencia y Tecnología, vol. XVIII, núm. 34, mayo, 2007, pp. 129-171. Universidad Nacional de Entre Ríos. Concepción del Uruguay, Argentina.

la práctica en sí misma del *hacer* y el intercambio con otros, se construye un sujeto político-educativo-*otro* con un sentido-*otro*: una educación como acto político de resistencia y emancipación, una *acción cultural para la libertad* (Freire, 1972). En contraposición, las experiencias de radios escolares muchas veces trasladan la educación “formal” a formatos radiales no permitiendo la dialogicidad necesaria para la concientización y la transformación social, sino más bien, reproduciendo el tipo de educación bancaria donde hay un emisor que sabe y un/unos receptor/es que escucha/n.

En este recorrido, intentaremos fundamentar nuestro planteo que, sin lugar a dudas, es apenas un esbozo, una primera aproximación, y del que seguramente surgirán nuevos interrogantes para seguir enriqueciendo el debate.

### **La escuela como conocimiento legitimado.**

El término “escuela” se fundó en el imaginario colectivo como lugar legítimo del saber. La educación, de manera general, es percibida como un derecho y por ello, fundamental para todos los seres humanos. Nadie se animaría a afirmar lo contrario puesto que existe un reconocimiento casi dogmático sobre “la educación” donde los escolarizados, al concluir sus trayectorias educativas, obtienen ciertos conocimientos para, entre otras cosas, alcanzar a través de ella una vida plena en términos de desarrollo personal y (como si fuera una relación directa) la entrada asegurada al mercado laboral o, al menos, a la subsistencia si se logra obtener un empleo informal. Como institución social, la escuela obliga a una trayectoria escolar compartiendo un espacio y un tiempo determinado, donde niñas y niños, jóvenes y adultos, alcanzan cierto grado de desarrollo personal necesario para la vida en sociedad. En esta línea, la escolarización como tradición hegemónica:

*“alude a un proceso en que una práctica social como la escolar va extendiéndose a nivel masivo en las sociedades modernas. De este modo, la escuela se va constituyendo como institución destinada a producir un determinado orden imaginario social y a reproducir las estructuras y organizaciones sociales modernas existentes. En cuanto institución, la escuela recoge una representación cristalizada en el imaginario moderno: que educación es igual a “escolarización” (Huergo, 2002)*

Esta idea sobre la educación sin lugar a dudas tiene un poder simbólico e ideológico considerable porque, por un lado, imprime en los sujetos una configuración del ser (y a la vez un no ser, para los que quedan por fuera de la escuela) muy profundo y, por otro, reconfirma en la sociedad moderna la idea arraigada de que “se es alguien” a partir de la escolarización. Siguiendo a Huergo (2002):

*“Uno de los núcleos organizacionales que permitió la inserción de las personas, los grupos y las sociedades en la modernidad es la escuela (junto con los mercados, las empresas y las hegemonías; cfr. Brunner, 1992). La escuela surge en relación con los otros núcleos organizacionales, y con los rasgos propios de la modernidad: la sociedad capitalista, la cultura de masas, la configuración de hegemonías y la democracia formal o burguesa”.*

Entonces, ¿cómo no pensar, por sentido común, que es solo a través de la escuela, en nuestro paso por ella, donde accedemos al conocimiento?

Es innegable la importancia que se le ha otorgado a la educación como puente necesario para el desarrollo en términos económicos, productivos, sociales y culturales de los países en formación. Estar alfabetizados implica, de alguna manera, para la mayoría de las personas, un pase a un futuro más prometedor puesto que, como mencionamos anteriormente, el transitar procesos de alfabetización garantizaría resultados esperados en el ámbito de lo social. En este sentido, la UNESCO remarca el efecto “multiplicador” de la alfabetización puesto que *“empodera a los pueblos, les permite participar plenamente en la sociedad y contribuye a mejorar la calidad de los medios de subsistencia”* y además, *“es también una fuerza motriz del desarrollo sostenible ya que permite una mayor participación de las personas en el mercado laboral, mejora la salud y la alimentación de los niños y de la familia; reduce la pobreza y amplía las oportunidades de desarrollo durante la vida.”* (Unesco, 2013). Según esta ambiciosa definición, la alfabetización se consagra ya no únicamente como la base para obtener conocimientos fundamentales (saber leer y escri-

bir, sumar y restar) o para adquirir habilidades importantes consideradas “necesarias” para el desarrollo integral de las personas (mejorar la calidad de vida, por ejemplo) sino también como aquella que resolvería los problemas estructurales de los contextos socioambientales, culturales, económicos y políticos de los países en desarrollo.

Sin embargo, esta promesa de “desarrollo” es una promesa incumplida porque si la alfabetización es el marco de referencia para el desarrollo, ¿qué ocurre con aquellos miles que han quedado por fuera? Quienes quedan excluidos también reciben las consecuencias sociales de un sistema que legitima el saber solo desde la escuela. Las frases como “no puede estudiar porque tenía que salir a trabajar para ayudar a mi familia”, “intenté pero no me daban los tiempos”, “abandone la escuela porque no entendía nada”, “en mi pueblo no había escuela”, “ir a estudiar era imposible económicamente”, consignan sentidos de exclusión de quienes, ya adultos, no alcanzaron los objetivos planteados por el sistema educativo, bien por la imposibilidad de acceso a ella o bien por la omisión intencional por parte de los estados de esta franja de población.

Cabría preguntarse, también a qué se denomina desarrollo. ¿Desarrollo para quién/quienes? Pareciera ser que lo que se denomina “desarrollo” en el marco de proyectos político-pedagógicos formales, no tiene que ver con reunir habilidades que permitan acceder a nuevos conocimientos, prácticas sociales y/o acceso a los bienes culturales, o con formar seres humanos con capacidad crítica, plenos y libres en términos de Freire, sino con la formación de sujetos que, aun en su esforzado paso por la escolaridad, se encuentran sumidos en un contexto donde se *“privilegian la educación sobre la base de las competencias y la competitividad, para el éxito que requiere el mundo empresarial y de las grandes transnacionales, en un escenario economicista en el cual el conocimiento es también objeto del mercado”* (Chacon Arteaga, 2016). Así, la calidad de la educación solo es medida en cantidad, ya sea de competencias y/o habilidades, que los sujetos deben poder acumular y administrar para su exitoso desenvolvimiento en la sociedad y no por su capacidad de pensar auténticamente. En palabras de Freire *“el problema radica en que pensar auténticamente es peligroso. El extraño humanismo de esta concepción bancaria se reduce a la tentativa de hacer de los hombres su contrario- un autómatas, que es la negación de su vocación ontológica de ser más”* (Freire, [1970] 2017:80)

El origen del sistema educativo argentino se inició sobre la idea de proceso civilizatorio y de homogenización de la cultura de la nación en formación. El plan “civilización o barbarie” implicó también un programa de enseñanza bancaria que eliminó por completo todo rasgo de diversidad de saberes previos constituyentes de la pre-nación. Como afirman Rodríguez et al. (2007):

*“En la Argentina, en el marco del proyecto liberal oligárquico de construcción del estado nacional en el mismo momento del gran aluvión inmigratorio, el sistema escolar necesitó desarrollar diversas estrategias hegemónicas del universo cultural y el pensamiento pedagógico de los sujetos que estaban siendo subalternizados en el terreno político y económico. Ese sistema escolar creció y se desarrolló hasta mediados del siglo”* (Rodríguez et al, 2007:131)

Jurídicamente, el sistema educativo argentino, se consagró en el texto de la Constitución Nacional de 1853 desde donde se establece, en su artículo tercero, el derecho a educar y enseñar como una responsabilidad atribuida a los gobiernos provinciales. Sistema educativo que *“se sistematizó y prosperó con la Ley 1420 -Ley de educación laica, gratuita y obligatoria, promulgada en 1884”* (Tello, 2006) bajo la presidencia de Julio Argentino Roca y a través de la cual se expresan los principios generales sobre la enseñanza pública de las escuelas primarias. Dentro de esta Ley, para la educación de jóvenes y adultos específicamente, solo dos artículos refieren a ella: el Art. 11 y Art. 12; uno para establecerla, y el otro para fijarle contenidos mínimos (Rodríguez, 1992:52). Si bien la educación de jóvenes y adultos actualmente goza de una estructura y objetivos un poco más definida y específica, no fue un camino libre de obstáculos y vaivenes. Siguiendo a Rodríguez *“educación de adultos fue un objeto construido por la pedagogía dominante fundante del sistema escolar, como otro elemento dentro del discurso educativo general. “Adultos” es un eufemismo para referirse a la población que no alcanza a ser retenida en la educación infantil”* (Rodríguez, 1992: 51). Este modelo, hacia la década del ´60 comenzó a debilitarse,

*“Aquel mundo cultural desjerarquizado, reprimido, aquella "barbarie", aquel sujeto "oprimido" cuyo mundo cultural resistió de modos más o menos activos, encontró en el marco de esa crisis nuevas posibilidades de desarrollo. Comenzó a organizarse el campo de las "alternativas pedagógicas", como propuestas de reemplazo al tradicional sistema escolar. Ellas encontraron en Paulo Freire uno de los principales aportes”. (Rodríguez et. al, 2007: 131).*

Con este apartado, intentamos explicar el sentido que se le atribuye a la educación formal como lugar único legitimado de acceso al conocimiento y como motor del desarrollo de las personas, las sociedades y las naciones.

En lo que respecta a las personas, los sentidos están puestos en la configuración del ser (y no ser para lxs excluidos), la creencia dogmática de creer que “se es alguien” cuando pudo escolarizarse, la construcción de una subjetividad que privilegia el mérito individual del saber. Frente a esta idea, Freire propone a los oprimidos la tarea de “generar de su ser menos la búsqueda del ser más de todos” (2017:44), entregarse a la *praxis liberadora*, “*praxis que es reflexión y acción de los hombres sobre el mundo para transformarlo*” (2017:49).

En las sociedades, los sentidos de “lo educativo” están puestos en la “calidad cultural” de una sociedad, por definirlo de alguna manera; calidad medida en evaluaciones uniformadas para todo un conjunto específico de la población educativa, de un rango etario específico y descontextualizado de la realidad concreta de lxs evaluadxs. Evaluaciones que cuando se anuncian los resultados en pantalla grande casi siempre terminan encendiendo los discursos inquisitivos, faltos de toda contextualización previa sobre el tema y que expresan en el imaginario social la idea de “buena o mala calidad” de la educación.

En las naciones, porque con estadísticas y categorías “objetivas” pero raramente de expresión concreta de los territorios, los sentidos puestos en la educación definen el nivel de “desarrollo” alcanzado por su población, motivo de financiamiento o imposición de programas de apoyo exterior.

No obstante, como veremos más adelante, existieron y existen experiencias pedagógicas que lograron encontrar intersticios para romper con estas ideas de la cultura dominante. En el apartado siguiente nos aproximaremos a la conexión entre comunicación y educación y el aporte fundamental de Paulo Freire para la pedagogía latinoamericana y para la comunicación popular.

### **El surgimiento de los radios Comunitarias/alternativas/populares. Nuevos sentidos para la educación.**

En el marco de los procesos políticos ligado al desarrollo, se producirá en América Latina un crecimiento de variados movimientos populares con ciertos tintes de insurgencia revolucionaria. Esto produjo los cimientos de lo que se concretaría como la Alianza Para el Progreso, un plan de entrega de créditos a América Latina por parte de Estados Unidos efectuado entre 1961 y 1970 y cuyo propósito era la inversión de créditos en formación de capital humano, obras de infraestructura y asesoramiento a los gobiernos en la planificación de lo que se consideraba debía ser el “desarrollo” de los países latinoamericanos empobrecidos. Al respecto, Martínez (2017) refiere que:

*«En muchos casos, la Unesco se presentaba como un organismo mediador entre los países que venían implementando políticas en este sentido. También promovían que las Naciones Unidas enviaran misiones educativas para erradicar el analfabetismo de las naciones económicamente más pauperizadas. En América latina, esta bonhomía de la Unesco quedaba bajo sospecha de aplacar las intenciones de generar un clima político donde el capitalismo fuera el único modo posible de regulación de la economía. “La Alianza para el Progreso no fue más que la confirmación de este proceso” (Mattelart, 1993, citado por Martínez, 2017: 56)»*

Existen dos corrientes bien diferenciadas en este momento gestacional de la relación comunicación/educación. Una corriente “oficial” ligada al difusionismo desarrollista preocupada por la innovación de los métodos y técnicas educativas, con el impulso dado a la problemática por la Unesco, y su opuesto político denominada “comunicación educativa” surgida de la tradición latinoamericana fundamentalmente a partir de lo que se identifica como “comunicación educativa liberadora”. Esta última, tiene su fundador más reconocido en Paulo Freire, aunque exis-

te otra corriente llamada “educación” cuyos principales referentes son Francisco Gutiérrez y Mario Kaplún (Huergo, 2002).

El grandísimo aporte de Paulo Freire a la comunicación fue el desplazar las teorías lineales de la comunicación y colocar al diálogo en el centro de los procesos educativos reconociendo el lugar y el universo del otro. Es imposible pasar por alto sus palabras al expresar que:

*«El diálogo es una relación horizontal de A con B. Nace de una matriz crítica y genera criticidad. Cuando los dos polos del diálogo se ligan así, con amor, con esperanza, con fe el uno en el otro, se hacen críticos en la búsqueda común de algo. Solo ahí hay comunicación. Solo el diálogo comunica» (Paulo Freire, citado por Kaplún Mario, 1998:12)*

Las radios comunitarias surgen a la par del despertar de los movimientos sociales latinoamericanos que, emergiendo a partir de la década de los ´50 en adelante, buscan combatir las injusticias que los atraviesan. El reclamo por la vivienda, la salud, la educación, el cuidado y protección del medioambiente, la vida digna, fueron algunos de los factores que impulsaron la organización en la lucha por el reclamo de lo justo. En este contexto surge el campo propiamente dicho de la *comunicación/educación* y la *Educación Popular*.

Las ideas de Paulo Freire en su *Pedagogía del oprimido* junto con las provenientes de la *Teología de la liberación* tendrán un fuerte impacto entre educadores y militantes de estos movimientos populares. Las radios como recurso político-pedagógico comienzan a divulgarse y establecerse en el continente. Lazzaro explica que, en sus inicios “los usos se vincularon con su capacidad de cobertura masiva en amplias franjas territoriales, pero más tarde, la radio se insertó como una referencia territorial y de proximidad en los procesos de comunicación comunitaria y popular” (Lazzaro, 2021: 39).

Y es que poco a poco, esta “otra” comunicación se fue afianzando en y por la lucha por la recuperación de las democracias del continente y como una fuerza que venía a disputar la idea de una comunicación utilitaria y masiva por una comunicación con fuerte contenido social, comunitario, pero fundamentalmente político porque toda educación es política y es “en las luchas histórico-sociales por establecer determinados valores y relaciones sociales que se definen los modelos de sujetos y a ellas están ligados los modelos culturales y educativos” (Tosolini, 2018).

### **Algunas experiencias político-pedagógico desde la educación de jóvenes y adultos**

Las primeras experiencias de radios educativas dan cuenta del poder del medio para llegar a la población. Por un lado, *Radio Sutatenza* en Colombia, alfabetizando a miles de campesinos a través del transmisor y, por otro, *las radios de los mineros en Bolivia* surgidas de la inquietud de los trabajadores ante la necesidad de tomar la voz “para sí mismos”. Estos movimientos populares darán nuevos sentidos a la educación apoyados en la autopercepción como sujetos de derechos y en el reconocimiento de una acción político-educativa transformadora, una *acción cultural para la libertad*.

Las experiencias de radio escuelas de Bolivia y Colombia como alternativas al sistema formal, entendiendo como alternativas pedagógicas la “que abarca todas aquellas experiencias que en algunos de sus términos (educadores, educandos, ideología pedagógica, objetivos, metodologías, técnicas) maduran o alteran el modelo educativo dominante... intentando crear otra normalidad contra la normalidad existente” (Puiggrós y Gómez, 2005: 304, Citado en Tosolini 2018), son ejemplo de cómo a través de la perspectiva de la Comunicación/Educación puede evidenciarse la importancia del uso de las radios como herramienta y medio para una educación-otra, construyendo desde y con los sujetos implicados en el proceso (en el caso de Bolivia) y el uso de la radio como instituciones sociales que educan, siendo propuestas pensadas desde un lugar externo a la comunidad destinataria pero comprendiendo quiénes son los sujetos receptores de las propuestas de alfabetización (en el caso de Colombia).

Ambas experiencias remiten a la alfabetización como propuesta político-pedagógica destinada a promover el ac-

ceso no solo de la cultura sino de autoreconocimiento como sujetos de derechos. En este sentido, en palabras de Jesús Martín Barbero, *“la pedagogía se convierte así en política puesto que el acceso a la expresión y la creación cultural es experimentado por los alfabetizados como un proceso de lucha por hacerse reconocer en cuanto actores del proceso social”* (Barbero. 2003:43, Citado por Judith Gerbaldo, 2012).

Otra experiencia es la que sucede en el transcurso de 3 años en el programa radiofónico *“Uandákua-Pári”* (término que en el idioma purépecha significa “El que lleva la palabra”) y que ha logrado incorporar, para su elaboración, a más de 50 campesinos que han funcionado como corresponsales comunitarios con la colaboración de las instituciones y organismos que trabajan en la Zona Lacustre de Pátzcuaro (México) a través del personal del Departamento de Comunicación y Tecnología Educativa (DCYTE) del CREFAL. Allí también se realizó un proceso innovativo en el uso de la radio para apoyar programas de educación y desarrollo rural. Reyes Ruiz (1983) al respecto, remarca que el uso de los medios de comunicación no solo tiene que ver con “saber hacer radio” sino con hacer valer la propia voz y esa es la acción educativa transformadora:

*«Capacitar para hacer radio no es una mera instalación de conductas de producción radiofónica, no puede quedarse en el manejo de las grabadoras, ni en saber el proceso de producción de un programa. Mucho más que eso, es fomentar el cuestionamiento crítico, el análisis y la acción; es despertar en el campesino una conciencia de sí mismo como hombre complejo, como ser humano íntegro y no únicamente como eficiente productor de bienes agropecuarios. Esto significa que la capacitación debe estar enmarcada en un proceso educativo que promueva la liberación que lleve al campesino a hacer valer su derecho de emitir su propia intencionalidad y no aquella que le dicten desde afuera»* (Reyes Ruiz, 1983:s/n)

En este mismo sentido, rescatamos y profundizamos un poco más, en la experiencia argentina de la Red de Radios Campesinas del **MoCaSE-VC**, Movimiento Campesino de Santiago del Estero, que nace en los principios de los ´90 y quienes entre 2003 y 2012 crearon cinco radios. Habiendo establecido claramente los propósitos de la organización el paso siguiente fue comprender que era necesario, además, llegar a territorios alejados, a aquellas poblaciones aisladas geográficamente y que también debían estar incluidos en el proyecto del Movimiento. Para ellos, la radio fue el puente indiscutido. Sobre esta experiencia, Lamas pronuncia:

*“El proyecto de construcción de una red de radios comunitarias nació como parte de una estrategia de refuerzo de los lazos y la comunicación entre las comunidades, las organizaciones y los pobladores, severamente restringidos por las condiciones de aislamiento geográfico, los malos caminos y las grandes distancias que los separan (...) Cada uno de los proyectos radiofónicos proponen una discusión profunda y varias aristas acerca del modo en que se utilizan las tecnologías (...) Cada una de las emisoras convoca a imaginar la radio como herramienta, medio y espacio de intermediación y transformación político-cultural de cada comunidad”*(Lamas, 2017: s/n)

De igual manera, integrantes del Movimiento expresan en *“La Defensoría y el MOCASE”* (2015) las dificultades que tenían para acceder al derecho a réplica cuando eran estigmatizados en los medios de comunicación locales lo que llevo a la organización a pensar sus propios medios de comunicación. Afirman allí que *“la radio se ha venido pensando desde la organización para difundir la lucha que venía haciendo el MoCaSE y para contarle a la gente quiénes somos, qué hacemos”*. Al mismo tiempo, se evidencia en las imágenes cómo los jóvenes y adultos se fueron apropiando del medio aprendiendo a hacer radio “haciéndola”. Un operador de radio dice *“teníamos que hacer radio y no había operador y el locutor no sabía prender la radio y estábamos ahí y bueno, empezamos a toquetear los botones, cómo poner al aire al locutor ...”* Y un conductor de radio comenta *“yo mismo me decía quién me va a escuchar a mí porque en ese tiempo no había celular, solo con cartitas y cuando la gente me veía me decía < anoche te he estado escuchando, me has dedicado un tema >”*. Finalmente, comentan acerca de los talleres que fueron realizando con la Defensoría y “un montón de otras cosas” que se convierten en “la apuesta a seguir haciendo radio” a la vez que comparten la satisfacción del aprender con otros: *“Que te den una mano porque uno muchas veces no sabe de mucho y ellos están ahí guiándote y eso a uno le sirve después para también poder enseñarle a otros compañeros y también transmitirle el conocimiento que nos han transmitido a nosotros”* (testimonio dentro del Documental, 2015). De esta

manera, el conocimiento no es fragmentado, aislado, el conocimiento construido con otros, en comunidad, en acción y reflexión se constituye en un saber para toda la vida. Al respecto, Freire expresa que *“en el proceso de aprendizaje, sólo aprende verdaderamente aquel que se apropia de lo aprendido, transformándolo en aprehendido, Con lo que puede, por eso mismo, reinventarlo; aquel que es capaz de aplicar lo aprendido-aprehendido a situaciones existenciales concretas”* (Freire:28,1973).

De esta experiencia lo que interesa remarcar es cómo el reconocimiento de las problemáticas del contexto son punto de partida indispensable para construir aprendizajes significativos y liberadores y que, aun no proponiendo un vínculo pedagógico formal o consciente, educa y transforma. Pone en diálogo los saberes de la comunidad y los hace circular en ella proponiendo un saber colectivo, un proceso de acción/reflexión colectiva a través de la radio donde la participación es punto de inicio y partida al mismo tiempo.

## La importancia y vigencia de Freire para la comunicación

Como hemos referido más arriba, el aporte de Paulo Freire a partir de *Pedagogía del Oprimido* aparece como fundamental para el campo de la *comunicación/educación*, ya que esta obra se constituyó en hito fundacional del mismo. Allí, al poner el diálogo en el centro, Freire nos advierte acerca del lugar de la pedagogía y la cultura en la transformación social. Diálogo que no solo es gnoseológico sino también político. Pronunciar el mundo es comprenderlo, aprehenderlo. La frase disparadora inicial acerca de que hay situaciones o hechos que no están regidos por la intención consciente de enseñar, pero sucede, nos permite visibilizar y poner en valor situaciones pedagógicas que se producen al interior de los proyectos político-pedagógicos-comunicacionales y donde priman la construcción colectiva de conocimientos. Porque para llegar a montar un proyecto político-pedagógico comunicacional habrá sido necesario un trabajo previo territorial, teórico y práctico de construcción de espacios-momentos formativos específicos, un espacio-tiempo de construcción colectiva de conocimientos donde, a través de lo discursivo, la práctica en sí misma del hacer y el intercambio con otros, se construye un sujeto político-educativo-otro. Aquí, la praxis pedagógica esta mediada por la misma acción del aprender a “hacer radio”, aprender a comunicar(nos). Freire nos dice:

*“El diálogo es este encuentro de los hombres, mediatizados por el mundo, para pronunciarlo no agotándose, por lo tanto, en la mera relación yo-tú. (...) Si diciendo la palabra con que al pronunciar el mundo los hombres lo transforman, el diálogo se impone como el camino mediante el cual los hombres ganan significación en cuanto tales”* (Freire, [1970] 2017: 105).

En este trabajo nos centramos en el análisis de experiencias de radios comunitarias/alternativas/populares. Las radios comunitarias construyen subjetividad por intermediación de elementos de la cultura y su potencia es reafirmar y recrear la propia cultura en su territorio. En ellas el conocimiento esta dado por la acción y reflexión de producir contenidos en, por y para la comunidad en la que está inserta, produciendo y reproduciendo cultura, creando sentidos y significados, formando sujetos, pero también subjetividades e identidades colectivas. Contenidos que no se circunscriben a mera transmisión de información sino, como en el caso de las Radios del MOCaSE, por ejemplo, contenidos que tienen que ver con su propia realidad y su propia cultura. Angel, uno de sus fundadores rememora:

*“La de Pinto es la FM que más protagonistas internos tiene, con muchos programas, con una grilla muy variada, donde se distribuyen hora por hora programas de salud, de la tierra, de las culturas indígenas, de la soberanía alimentaria, de jóvenes, de mujeres, de música chamamecera, de deportes. Es una radio que ha disputado palmo a palmo con las radios municipales y comerciales de Pinto pero también de otros pueblos a los que llega como Sumampa, Real Sayana, incluso, hasta de Colonia Dora”.* (testimonio citado en Lamas, 2017: s/n).

Aquí, el pronunciar la palabra es una práctica política donde liberación y educación es un proceso que van juntos. En este caso, como en la gran mayoría de las radios comunitarias, es la experiencia de poder transformar lo que va produciendo educación y donde el plano educativo y el plano cultural es inseparable de la posibilidad transfor-

madora.

En este recorrido quisimos advertir cómo los proyectos político-pedagógicos de comunicación (como ejemplo citamos la experiencia del MOCaSE) materializan la síntesis de la relación comunicación/educación y Educación de Jóvenes y Adultos en tanto son el resultado de la subjetivación de los participantes inmersos en el proyecto. Hay, en el simple hecho de decidir poner un transmisor y planificar una programación distinta a la radio comercial, dominante y/o hegemónica, una potencia pedagógica formidable. Porque es en esa praxis cotidiana donde se forman los sujetos y, más aún, exceden ya a los miembros participantes del proyecto, propietarios de las Radios, porque alcanzan también a la comunidad en la que esta inserta la propuesta radial que a través de un transmisor de radio son los receptores - y reproductores - de los saberes, los sentires, los discursos, los contenidos específicos (como la soberanía alimentaria, agroecología, música popular, etc.) las alegrías y las luchas. Entonces la programación radial es la que se constituye como sujeto educativo hacia una comunidad que aprende y enseña desde un *lugar-otro* distinto a la educación “tradicional” y que alcanza a jóvenes y adultos que, de no haber recibido la escolaridad obligatoria, son ahora *sujetos pedagógicos* de la experiencia radial que desde lo discursivo construye sentidos (de pertenencia, de estar en red, de no sentirse solos o aislados) y desde la acción cultural los reafirma.

La radio se materializa como medio para la transmisión de los saberes y acceso a los bienes culturales negados, democratiza la palabra, la hace circular y la resignifica en relación con ese otro que es la comunidad radioescucha. Aparece entonces, en ese diálogo con la comunidad, la palabra verdadera. Como afirma Freire: “*ser dialógico para el humanismo verdadero, nos es llamarse, sin compromiso alguno, dialógico; es vivenciar el diálogo. Ser dialógico es no invadir, es no manipular, es no imponer consignas. Ser dialógico es empeñarse en la transformación constante de la realidad*”. (Freire, 1973:46).

Cuando proponemos desde el título de este trabajo “recuperar la palabra verdadera” planteamos, sin perder las esperanzas, por pura obstinación, la necesidad recuperar las experiencias que se dan por fuera de la educación formal y re-transformarlas para la EDJA “formal”. ¿Cómo podríamos pensar propuestas de radio en la escuela como herramienta de acción cultural intencionada que se ocupe de generar conciencia crítica? Creemos firmemente que el derecho a la comunicación es garantía de todos los demás derechos y la educación es uno de ellos. Hablamos de una comunicación en términos de Freire, ineludiblemente basada en el **diálogo**,

*“Solamente el diálogo, que implica el pensar crítico, es capaz de generarlo. Sin él no hay comunicación y sin ésta no hay verdadera educación. Educación que, superando la contradicción educador-educando, se instaura como situación gnoseológica en que los sujetos inciden su acto cognoscente sobre el objeto cognoscible que los mediatiza” (Freire, [1970] 2017: 111).*

Esto es importante fundamentalmente porque para quienes tienen una alfabetización nula, incompleta o una trayectoria escolar fragmentaria, la radio (así como otras posibilidades comunicativo-pedagógicas) se constituye en una acción educativa que puede dar cimientos sólidos para el acceso y reafirmación de los derechos ciudadanos, y construir sujetos político-pedagógicos críticos y actores de su propia formación.

Finalmente, vale aclarar que es imposible sintetizar y poner en discusión con nuestros interrogantes la extraordinaria obra de Paulo Freire. Sabemos que el trabajo aquí presentado es apenas la punta de un ovillo que puede seguir tejiendo otros caminos. No obstante, quedan pendientes nuevos interrogantes y nuevas relecturas para seguir enriqueciendo este diálogo.

## Bibliografía

Chacón Arteaga, Nancy L. (2016). *La educación de jóvenes y adultos en el contexto internacional. Una mirada en la época de globalización neoliberal*. Boletín Redipe, ISSN-e 2256-1536, Vol. 5, N°. 12, 2016, págs. 75-85

Freire, Paulo: *Sobre la acción cultural. Instituto de capacitación e investigación en reforma agraria*. Proyecto del Gobierno de Chile/Naciones Unidas/FAO. Santiago de Chile., 1972

Freire, Paulo: *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*, México, España, Argentina, Colombia, Siglo XXI, 1984.

Freire, Paulo: *Pedagogía del oprimido*, México, Argentina, 4ta ed. 2da reimp.-Buenos Aires: Siglo XXI, 2017.

Gerbaldo, Judith. (2012). *Rádios comunitarias de América Latina y Argentina, Marcas de época en la acción política y comunicativa*. Visionado en <http://eci.sociales.uba.ar/2012/10/07/radios-comunitarias-de-america-latina-y-argentina-marcas-de-epoca-en-la-accion-politica-y-comunicativa/>

Huergo, J. (2002) "Ficha de Cátedra. Hegemonía: un concepto clave para entender la comunicación". Visionada en <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/tac/practicos/>

Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. 1ra Ed. De la Torre, Madrid.

Lamas, E. (2017) *Red de Rádios Campesinas. Proyecto político-cultural MoCaSE-VC* en <https://ondarural.org/red-de-radio-campesinas/> Mocase, Vía Campesina

Lazzaro Haedo, Luis. (2021) *La radio como mediación pedagógica en la educación: radios que hacen escuela*. Buenos Aires. Visionado en <https://www.teseopress.com/radioescuela>

Martínez, Darío Gabriel (2017). *Confintea-Unesco: aconteceres histórico-políticos de la educación de adultos. Un análisis desde comunicación/educación*. Revista: Intersecciones en Comunicación; no. 11. Institución de origen: Facultad de Periodismo y Comunicación Social. ISSN: 1515-2332. Páginas: 47-84.

Reyes Ruiz, Francisco Javier (1983), *La participación del campesino en la radio: un apoyo al desarrollo rural. La experiencia del CREFAL*, Centro Regional para la Educación de Adultos y Alfabetización Funcional para América Latina. Pátzcuaro, Michoacán, México.

Rodríguez, Lidia. (1992). *La especificidad en la educación de adultos: Una perspectiva histórica en Argentina*. Revista Argentina de Educación, 18.

Rodríguez, L.; Marín, C.; Moreno, S.; Rubano, M. del C.: Paulo Freire: *una pedagogía desde América Latina*. Revista Ciencia, Docencia y Tecnología, Vol. XVIII, no. 34, mayo 2007. Pp. 129-171.

Rodríguez, Lidia (2022). *Apuntes de clase Seminario "Paulo Freire y la Pedagogía latinoamericana"*. Doctorado en Educación de Jóvenes y Adultos - UNDeC

Tello, César (2006). *El origen de la educación de adultos en Argentina. Hipótesis para el debate*. Revista Interamericana de Educación de Adultos, 28 (1), 58-74. [Fecha de Consulta 26 de octubre de 2021]. ISSN: 0188-8838. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=457545365004>

Tosolini, M. (2018). *No era solo una campaña de alfabetización*. Facultad de Ciencias Sociales. Centro de Estudios Avanzados. <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/11116>

Unesco, 2013 Unesco (2013) *Alfabetización*. Visionado en <https://es.unesco.org/themes/alfabetizacion>

"La Defensoría y el MOCASE" (2015) *La historia del Movimiento Campesino de Santiago del Estero y el trabajo que realizan junto con la Defensoría del Público* visionado en <https://www.youtube.com/watch?v=n4-oXECJ3JE>

# Nuevas lecturas, nuevas enseñanzas

María Victoria Barreto Kräme  
r mbarretokramer@uno.edu.ar

María Liliana Capalbo  
mcapalbo@uno.edu.ar

**Universidad Nacional del Oeste**

## **Nuevas lecturas, nuevas enseñanzas**

¿Qué es saber leer? ¿Cómo se enseña a leer en un sentido amplio y extendido a todos los niveles educativos? ¿Qué grado de libertad tiene un ciudadano que no comprende aquello que lee? ¿Qué prácticas se presentan como indispensables en una mirada prospectiva de la enseñanza del uso de la lengua en un contexto ideológico determinado?

La enseñanza de la lectura en un sentido restringido es una práctica que persiste. ¿A qué edad aprendimos a leer? La mayoría respondería a los 6, 7, 8 años. Una vez que el estudiante incorpora los signos y sus reglas de uso a la perfección, el sistema y la sociedad lo consideran alfabetizado. ¿Es suficiente esa concepción de enseñanza de la lectura en pos de una defensa férrea de la democracia?

Entre las nociones de texto y discurso hay una distancia sustancial que urge considerar.

No hay posibilidad de libertad de pensamiento si no existe una formación discursiva tanto para niños, como para jóvenes y adultos. La noción básica de lectura como práctica que consiste en decodificar un mensaje expone a los sujetos a situaciones de desigualdad y le da marco al determinismo social.

Para hablar de lectura será necesario dejar el singular y comenzar a pensar en lecturas. Enseñar a leer libros en papel es la tarea loable de los educadores, pero la actualidad que nos sumerge rápidamente en un mundo de voces múltiples e inteligencias artificiales, nos exige enseñar a leer redes sociales, plataformas, producciones artísticas, construcciones verbales, imágenes y todos aquellos consumos culturales que son parte de la vida cotidiana de este tiempo.

¿Qué relación existe entre la lectura y la libertad? ¿Cómo deberán refundarse las prácticas de enseñanza para abrazar académicamente la democracia?

Nos proponemos realizar un estudio de prácticas de enseñanza pasadas y actuales para finalizar en un análisis contextualizado del valor de la lectura como instrumento de justicia social.

## **La actualidad de los educadores en torno a la enseñanza**

En cualquier reunión sobre educación son frecuentes las quejas respecto de las dificultades de lectura de los alumnos, la falta de vocabulario o hábitos de estudio. Frente a estas problemáticas intentamos esbozar, desde hace años, posibles soluciones. Algunas propuestas parecen utópicas, otras más pragmáticas.

Lo cierto es que, probablemente, la deuda sea pensar en las razones por las cuales la lectura se ha convertido en la preocupación central de los educadores.

Rápidamente podemos decir y asumir que el mundo cambió y que los sujetos estamos expuestos a múltiples estímulos que compiten por nuestra atención. Para quienes tenemos el recuerdo de un mundo sin redes, ni dispositi-

vos móviles es más viable visualizar el problema y enfocarnos en tareas intelectuales.

Las propuestas para resolver las dificultades de comprensión lectora, al momento, no arrojaron resultados óptimos, probablemente porque nos falta considerar que los jóvenes no tienen registro de una existencia sin dispositivos lumínicos, sonoros e interactivos, sin aplicaciones adictivas que, además, van mutando permanentemente para capturar su atención. No recuerdan una vida sin redes sociales, que se han convertido en entes abstractos pero poderosos que legitiman sentimientos y relaciones, establecen estereotipos, instalan tópicos, etc. Allí una primera marca. Ningún adulto puede ponerse absolutamente en el lugar de los jóvenes.

## **Soportes y dispositivos a la hora de aprender**

El soporte también ha provocado un cambio en las prácticas lectoras. Con una mirada sincrónica nos espantamos por la metamorfosis del lector, nos lamentamos porque ahora los jóvenes no van a bibliotecas tradicionales y pensamos con añoranza en “nuestros” tiempos en los que leíamos con linterna por las noches (porque leíamos con tanta fruición que hasta nuestros padres nos tenían que mandar a dormir). Este recorte melancólico y de tono apocalíptico es, además, bastante restringido. Omite que, cuando la literatura pasó de la oralidad a la escritura, también generó pavor en los adultos. De repente, con la invención de la imprenta, los ancianos referentes de las comunidades dejaban de tener exclusividad en el acceso a las mentes de los niños y jóvenes. Repentinamente un objeto temerario al que la humanidad llamaría libro llegaba sin intermediarios, con historias que nadie sabía hasta qué punto condicionarían las ideas y conductas de las personas. Ese objeto fue visto en principio como un posible enemigo y la práctica de la lectura fue frecuentemente limitada y hasta prohibida a ciertos sectores sociales.

Unos cuantos siglos después el libro se convirtió en símbolo del conocimiento.

Actualmente los avances tecnológicos suelen ser culpados por las dificultades de lectocomprensión de los estudiantes. Fue apocalíptica la reacción de las comunidades educativas del mundo frente a los primeros Cd ROM. Se anunciaban como el fin de los libros en papel. Sin embargo, eso no sucedió. Los soportes digitales posteriores, como *tablets* o *e-books* vinieron, sí, a modificar las prácticas de lectura, pero de ninguna manera a eliminar el hábito lector.

Se necesita un detallado análisis sobre el impacto de la concentración de funciones en un único dispositivo. El celular es teléfono, cámara fotográfica, reloj, agenda, mapa interactivo, archivo, radio, grabador. Con el mismo dispositivo escribimos un documento, mandamos un correo electrónico, escaneamos páginas, interactuamos en redes sociales, visitamos aplicaciones sobre salud, pronósticos del tiempo, decoración y, como si fuera poco, nos ofrece propuestas lúdicas para distraernos en el pequeño tiempo del día en el que no estamos distraídos con todo lo antes mencionado. Es el entretenimiento del entretenimiento. Estamos permanentemente “entre”, somos “entre”.

El dispositivo móvil concentra funciones y desconcentra a nuestros alumnos. Parece un juego de palabras, pero es la síntesis de la angustia de la mayoría de los educadores del presente.

Hablar de coherencia en este sentido es arriesgado, pero necesario. Frente a la falta de contundencia en nuestros argumentos el adolescente deja de ser permeable a nuestras sugerencias o consejos de “expertos”, no por la materia que dicemos, sino por nuestra experiencia por haber sido jóvenes y adultos antes que ellos. ¿Cómo les explicamos que el mismo objeto que hasta 2019 la mayoría de los docentes demonizaba, luego de marzo de 2020 se convirtió en un aliado, en el marco de la virtualización por pandemia?

Se han hecho intentos dignos de ser mencionados. Escuelas que prohibían el ingreso de celulares en el establecimiento, otras que ponían cajas para depositar los teléfonos en el escritorio junto al docente; otras instituciones hicieron pruebas con inhibidores que en su mayoría fueron descartados porque interferían, además, en las comunicaciones de la institución, por ejemplo a nivel administrativo. Muy poco tiempo después, con la llegada de la pandemia del COVID 19, los docentes nos hicimos expertos en aplicaciones de videollamadas, en compartir archivos y en hacer correcciones digitales. Los dispositivos móviles pasaron a ser indispensables para ver a nuestros alumnos,

explicarles, evaluarlos y tantas cosas más. Luego de esta experiencia de “puesta en valor de la tecnología” sería muy inconsistente hablar de la tecnología como la culpable de las dificultades de aprendizaje.

Muchos docentes se inscribieron en capacitaciones, realizaron cursos, investigaron sobre el material disponible, crearon nuevo e incluso, volvieron a uno de los grandes aliados a la hora de enseñar que fueron los aspectos lúdicos. De repente algo tan demonizado como los videojuegos, fueron soportes para el aprendizaje en situaciones impensadas.

Dicen que leer fomenta la creatividad, el pensamiento crítico y la imaginación, dicen que leer genera ciudadanos capaces de discernir y tamizar las voces de los hablantes, pero eso ¿es realmente así en la práctica?

En el presente, los interrogantes van en aumento. ¿Es necesario enseñar a leer solamente como quien simplemente decodifica grafemas o hay una cuestión, que es mucho más profunda y que se está dejando de lado? ¿Cómo podemos hacer para que en este mundo mediado por las tecnologías la lectura no sea superficial?

Actualmente leer implica otros sentidos y otras competencias, ya que no es simplemente la palabra, sino que va mucho más allá. En esta sociedad de la información, del *big data* y de "todo" al alcance del usuario ¿sucede que los lectores desarrollan nuevas competencias para tamizar los contenidos reales, falsos y verdades a medias?

Ante este panorama, desde la docencia nos preguntamos qué podemos hacer para que las y los estudiantes aprendan a leer esta gran masa de información. El primer gran paso, y quizás uno de los más complejos a la hora de afrontar estos nuevos tiempos, es la capacitación docente. Realmente, ¿los docentes nos encontramos actualizados y con las herramientas necesarias para poder compartir la multiplicidad de lenguaje con los estudiantes? La respuesta no sorprenderá, el ambiente docente es tan heterogéneo que es posible divisar todo tipo relaciones entre docentes, tecnologías y lenguajes, esto fue evidente durante y después de la pandemia. Los docentes tuvieron la imperiosa necesidad de capacitarse en el uso de herramientas digitales, en aprender, al igual que los estudiantes, a leer a las nuevas tecnologías. Fue vertiginoso aprender a utilizar herramientas, a chequear la veracidad de los contenidos y a ser productores de materiales didácticos digitales.

A tres años de la pandemia, la percepción es que todo quedó atrás y algunas prácticas pre pandémicas se volvieron a implementar en las aulas.

Cuando todavía desde ciertos sectores puristas continúan defendiendo la educación tradicional de la lectura y desde otros se impulsa una noción de lectura extendida que contemple enseñar a leer libros, pero además guiones de televisión, documentales, titulares de noticias, series en plataformas, canciones, redes sociales, etc. Cuando muchos reducen la problemática a tener o no tener internet, cuando se siguen aplicando teorías y técnicas gestadas en otra época y en otro continente. Cuando todo eso tironea, paradigmas, costumbres y planes de clase, irrumpen en escena las inteligencias artificiales que nos obligan a repensar roles y prácticas.

No es posible hablar de democracia real si una sociedad no entiende aquello que consume en términos discursivos. Aunque el campo posible de análisis es tan amplio como situaciones interpersonales existen, en este caso nos referiremos a manuales de estudio, programas de noticias y redes sociales.

¿Qué se enseña sobre los manuales de estudio? ¿Cómo se los aborda? Son objetos representativos del saber, en los que se asume y se enseña a asumir que un libro de historia, por ejemplo, es portador de “la verdad”. En la práctica, para responder una guía de preguntas el alumno recurre al libro (o a la fotocopia suelta de alguna de sus hojas) a buscar la respuesta, lo correcto, la verdad. La deuda es enseñar a pensar que los libros tienen figuras enunciadoras que tienen perspectivas e ideología. Que un estudiante piense los libros como verdades absolutas es un error, pero que un docente los presente como relatos indubitables de principio a fin es un problema.

De modo análogo, los programas de noticias son presentados a la sociedad que los recibe inerte. Esos instrumen-

tos que necesitan los ciudadanos para ser independientes, revisten un componente verbal otro contextual y otro que está ceñido al medio por el cual se difunde el mensaje. Estos tres ejes deben ser parte de la formación académica básica. ¿Qué posibilidad de democracia existe si los medios vierten noticias falsas o construcciones tendenciosas y las personas no han sido instruidas en este sentido? Debería ser parte de la formación de base hablar de hechos noticiables, líneas editoriales, cargas subjetivas en titulares, música y colores sensacionalistas que se usan reforzando o para atenuar hechos (solapándolos con otros). Todo lo dicho y mucho más, también es enseñar a leer.

Sobre redes sociales el vacío es incluso mayor. Se utilizan las nuevas tecnologías, los docentes ponen su afán en usarlas, formarse y que se note esa implementación. En las planificaciones anuales de las asignaturas, los directivos suelen pedir que se consigne detalladamente “uso de nuevas tecnologías”. Son, sí, herramientas nuevas que, puestas al servicio de la educación, suman posibilidades de búsqueda de fuentes, agilizan la comunicación, la retroalimentación, etc. Sin embargo, la tecnología ha tomado tanto protagonismo que, con la masificación de las redes sociales, por ejemplo, es impostergable que pasen a ser objetos de estudio.

Ya hablamos de la importancia del estudio de los discursos sociales. En este caso, haciendo foco en las redes, la propuesta es organizar su enseñanza sistemática respecto de las condiciones de producción y circulación de los discursos.

Por el momento, sobre este tema, los ciudadanos vamos incorporando ideas intuitivamente, por intercambio de experiencias con otros o tomando como fuente las mismas redes sociales. Sabemos que dar un clic tiene consecuencias, que, si estamos preocupados porque la heladera no funciona, nos van a aparecer misteriosamente muchas publicidades de refrigeradores. Aprendimos que en tiempos de redes la privacidad no existe; que el producto que compramos por internet puede ser exponencialmente distinto al llegar a nuestras casas. Aprendimos que los rostros lozanos de Instagram pueden ser imperfectos en persona. Para proteger a los más chicos, aprendimos que alguien que en su perfil dice que tiene quince, puede tener cincuenta; que existe algo que se llama *grooming* y que ningún niño debería estar solo frente a una pantalla.

Todo este aprendizaje (valioso, por cierto) se dio sobre la marcha y a costas de situaciones lamentables (ciberestafas, falsas noticias, delitos contra la privacidad, acoso a menores, etc.)

Organizar y hacer efectiva la enseñanza sobre tecnología y redes sociales, será un paso necesario para una vida más segura. No obstante, no debe ser algo forzado, que aparezca en las planificaciones docentes o en los diseños curriculares como algo que sí o sí debe estar, sino que para que sea efectivo deben ser genuinos el deseo y la convicción de emplear estas herramientas. No podemos evitar involucrarnos, si es que deseamos enseñarlo. Desde el surgimiento de la televisión se plantean estas dicotomías entre la educación escolar y los medios de comunicación. Obviamente, con el surgimiento de internet, se potenció. Hoy, con la Inteligencia artificial y el chat GPT una mirada distópica interpreta que serán los encargados de destruir el sistema educativo tal cual lo conocemos. ¿No será que desde el mundo adulto nos estamos dejando llevar por el temor a ser obsoletos?

La venta de datos de usuarios de redes fue noticia a nivel mundial, sin embargo, no toda la ciudadanía es consciente de la manera en que se negocia la información sobre los intereses de las personas. Hasta que esto suceda la democracia será, por lo menos, frágil. Una realidad es que desde el rol docente debemos enseñar a nuestros estudiantes a cuidar sus datos personales, pero somos los primeros en aceptar todas las condiciones con la premura y la necesidad de instalar aplicaciones nuevas.

“Lo dice el libro”

“Salió en televisión”

“Lo vi en internet”

“Lo aprendí en tiktok”

Estas cuatro frases siguen sonando en las charlas cotidianas, por lo tanto, comunicadores y educadores estamos convocados a trabajar enfáticamente sobre nuevas prácticas de enseñanza que garanticen una democracia tangible, sólida y que resista los discursos de odio que intentan instalar las hegemónicas.

Quizás una apertura a todo esto, sea la de solicitar que los adolescentes tomen ese rol activo, que se involucren y cuestionen la información, que consoliden el deseo de la multiplicidad de voces que no todo lo que está en un libro, la tele o las redes sociales sean verdades indubitables, sino que sean hechos cuestionables, no por una rebeldía modélica, sino desde un rol de agentes que construyen su propio mañana. Que el exceso de oferta de información no reste habilidades, sino que las potencie. Sabemos que prima la noción de futuro como algo que viene, que nos acecha y para el que, como mucho, podemos prepararnos. La invitación es a repensar el futuro como construcción colectiva y no como tragedia inevitable.

### **Alfabetización digital, un camino hacia la democratización**

Una de las cuestiones fundamentales que requieren la profundización es cómo se alfabetiza desde lo digital, no es sólo aprender la utilización de las herramientas, sino que es fundamental enseñar a comprender y jerarquizar la información que circula. ¿Cómo se informan los jóvenes? ¿Acceden a sitios confiables? ¿Chequean la veracidad de la información? En nuestros estudiantes adolescentes esta es una de las problemáticas más comunes que se ven en el aula (después de la falta de acceso). Es entonces, una de las prácticas que hay que fortalecer. Como primera instancia, generar que los y las estudiantes se vinculen con el contenido de una manera crítica, que comprendan la información, y que la jerarquicen, otra cuestión no menor es que seann sujetos activos en este gran intercambio de información ya que requiere que sean productores de contenido. Y, la tercera parte de esta cuestión es que el docente, además debe enseñar cuestiones relacionadas con los aspectos éticos y responsables en la aplicación de tecnologías en la enseñanza.

Una de las premisas de las redes sociales está en la inmediatez y en que todo dura las 24 hs; que puedo subir una *story*, entonces, de a poco, estás ideas actúan sobre las prácticas en las escuelas. Las lecturas suelen ser con una suerte más de escaneo que de lectura profunda, el lenguaje tiende a ser más simple y escueto ya que es menester que la lectura sea rápida. Esto, genera que la capacidad de atención de los adolescentes sea cada vez menor, pues es un mero *scrolleo* por la información. Esto impacta sobre la comprensión lectora, la profundidad de saberes sobre un tema y el enriquecimiento del vocabulario. El gran objetivo es expandir lo que tiende a cerrarse.

Desde la mirada nostálgica que sostiene que el tiempo pasado supuestamente fue mejor, no llegamos a ningún lado. Tampoco debemos dejarnos obnubilar por las tecnologías, la inteligencia artificial y la realidad aumentada. Son herramientas. Buenas herramientas si se usan con ética y criterio, pero eso no basta para proponernos pensar un aprendizaje desde la democratización de saberes ya que una de las deudas radica justamente en pensar este acceso al conocimiento y a la tecnología.

Una de las grandes promesas fue que con la democracia se educaba. No alcanzó. La pandemia nos mostró las desigualdades a la hora de acceder a la educación en relación a los modelos de las tecnologías; las cifras hoy nos siguen ofreciendo pruebas de estas desigualdades a la hora de acceder a saberes, dispositivos y conexiones, entonces es fundamental reformular nuestras prácticas para que, desde las escuelas, se logre equiparar esta brecha.

¡Con cuánta liviandad muchos países se declaran libres de analfabetismo! Lo que sucede es que no sólo la palabra es obsoleta, sino que se ha utilizado por siglos sin reflexionar en la evolución de las prácticas. Decodificar grafemas en fonemas es un procedimiento que sigue teniendo la magia y la importancia de quien recibe un instrumento para abrir infinidad de puertas (o deberíamos decir páginas). No ha perdido ese momento de la escolarización (si sucede en una institución) o de la instrucción (si alguna persona que no es docente emprende la noble tarea de enseñar los

primeros pasos del silabeo a alguien).

¿Podríamos hablar de un nuevo analfabetismo? O de, al menos algunas posibles variantes de aquella carencia que solíamos definir con este término. Están quienes son referidos como los *analfabetos digitales*: personas que no logran utilizar las herramientas tecnológicas que se han masificado (enviar un correo electrónico, mandar un mensaje por Whastapp, editar documentos digitales, etc.) Quedaría pendiente acuñar un término para quienes decodifican a la perfección grafemas en sonidos y que hasta le ponen hermosamente énfasis a las oraciones exclamativas, pero que no consiguen leer entre líneas o detectar en los discursos que consumen, las huellas de subjetividad, las intenciones e ideologías.

### **Pistas y conclusiones para que las nuevas lecturas devengan en nuevas enseñanzas**

La relación que se establece en enseñar a leer con y en medios de comunicación, junto a la búsqueda de una real democratización nos permite evaluar una serie de sugerencias que quizás abran el juego para que las prácticas docentes sean un poco más acordes a las transformaciones propias que interpelan a las sociedades. Para eso entendemos que:

La capacitación es fundamental, es imposible solicitarles a los adolescentes que lean críticamente un lenguaje que los docentes (que intentan enseñarlo) no dominan. Entonces, el primer paso está dado por la capacitación docente constante.

Buscar equilibrios. Las nuevas prácticas no son ni tan buenas ni tan malas. No hay que dejarse llevar por el enamoramiento hacia las tecnologías, ni a su abolición estricta. En este plano no hay sólo opuestos

Seguir implementando la idea de aula activa con estudiantes participativos y productores de lenguajes y contenidos. Producir, expresarse es lo que genera esa humanidad a la que las tecnologías no llegan. Es buscar lo sensible y genuino en un mundo pensando en serie.

Adquirir habilidades antes que saberes. Aprender cómo actuar antes que la herramienta implica también el desarrollo de la capacidad de adaptabilidad.

En una era de hiperconexión, generar que los estudiantes desarrollen conexiones significativas entre los contenidos y que piensen como una totalidad el saber, implica que no sean conocimientos fragmentados y archivados en meras carpetas, sino que revistan una continuidad dinámica de saberes.

No hay recetas únicas, ni mágicas: ante la multiplicidad de individuos, múltiples estrategias.

No enseñemos que el uso de la palabra en el futuro es *devenir*, sino una construcción colectiva posible en la que la democracia empiece por un pueblo que se anime a interpelar discursos hegemónicos (porque los comprende).

# Análisis y reflexión sobre las Prácticas Educativas y Evaluativas en el aula universitaria desde los conceptos de Prácticas Pedagógicas y Docentes de Elena Achilli y Modelos Evaluativos de Zulma Perassi y otros autores

Suárez Di Genaro Mariela Fernanda

mfsuar77@gmail.com

Orozco Analia Ivana

analiaorozco@gmail.com

**Universidad Nacional de San Luis**

## Resumen

El presente trabajo es parte de la investigación que estamos llevando a cabo en nuestros trabajos finales para la Especialización y Maestría en Educación Superior, carreras de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis. En esta instancia nos hemos abocado al análisis descriptivo del proceso evaluativo que se realizó de los Integradores finales del año 2022 en las asignaturas anuales Taller de Periodismo Radiofónico y Taller de Periodismo Gráfico que se dictan en 2° año de la Licenciatura en Periodismo, e incorporamos los conceptos de Práctica Pedagógica y Práctica Docente de la Doctora Elena Achilli con la diferenciación que plantea en ambas, definiendo a la primera como la práctica que se realiza en el aula en relación a los procesos de enseñanza-aprendizaje y a la segunda, referida a las prácticas docentes que van más allá del trabajo áulico en el que se pone de manifiesto una determinada relación docente - conocimiento - alumno, centrada en el enseñar y el aprender.

Para fundamentar este análisis, se presentará en primer lugar, la conceptualización de evaluación de la Profesora Zulma Perassi, además de citar otros autores como Sanmartí, Álvarez Méndez, Alcaraz Salarirche, López Pastor y Pons-Serrano.

También se hará un recorrido por los distintos tipos de evaluación, para encontrar el tipo de instrumento evaluativo que utilizamos en nuestras asignaturas y, en segundo lugar, relacionar ese instrumento con los distintos métodos de evaluación vigentes en la Educación Superior.

Como eje central del trabajo plantearemos, cómo se evaluó a partir de la presentación de los instrumentos plasmados en las prácticas evaluativas de los Integradores Finales del año 2022, y un caso de Portfolio, analizado a la luz de los conceptos de los Modelos Evaluadores en la Educación Superior (herramientas) que permitirán posteriormente realizar una mejora en el desarrollo de los métodos utilizados en el proceso evaluativo del estudiante de estas asignaturas.

## Introducción

El siguiente trabajo es un análisis descriptivo del proceso evaluativo que se realiza en las asignaturas Taller de Periodismo Gráfico y Taller de Periodismo Radiofónico que se dictan en 2do. año de la Lic. en Periodismo de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis; las materias tienen un crédito horario de 120 horas en un período anual y están tipificadas Taller con teoría y práctica en aula. Para fundamentar este análisis, se hará en primer lugar, un recorrido por los distintos tipos de evaluación, para encontrar el tipo de evaluación empleada y el instrumento evaluativo, en segundo lugar, relacionar el instrumento evaluativo empleado, con los distintos métodos de evaluación vigentes en la Educación Superior, presentando también, un caso de Portfolio.

Para el análisis se utilizarán los exámenes integradores finales que se toman al finalizar el año, y la instancia de portfolio para el caso del Taller de Periodismo Gráfico, instrumento de seguimiento, que el alumno tiene que llevar al día con las prácticas cotidianas realizadas en clase.

Como eje central del trabajo plantearemos, cómo se evalúa en cada una de las asignaturas mencionadas, a partir de la presentación de los instrumentos plasmados en dos de las prácticas evaluativas que se realizan finalizando el dictado de la materia; para esto tomamos como punto de partida, qué se entiende por evaluación, presentando los diferentes tipos para circunscribir nuestro instrumento a la clase correspondiente y relacionar cada práctica evaluativa con los métodos que se emplean en la actualidad en la Educación Superior.

El interés por esta propuesta surge de la posibilidad de hacer una revisión de nuestras prácticas evaluativas en las materias e implementar, o llevar a la práctica, los métodos evaluativos para mejorar el proceso de Enseñanza-Aprendizaje, entendiendo la evaluación como *“espacio de aprendizaje responsable”*. (Perassi, 2017)

Además, y por lo expuesto anteriormente, resulta interesante analizar la temática o problemática presentada desde la conceptualización que hace la Dra. Elena Achilli acerca de la diferenciación entre Práctica Pedagógica y Práctica Docente, definiendo a la primera como la práctica que se realiza en el aula en relación a los procesos de enseñanza-aprendizaje y a la segunda, referida a las prácticas docentes que van más allá del trabajo áulico en el que se pone de manifiesto una determinada relación docente - conocimiento - alumno, centrada en el enseñar y el aprender, que comprende sin dudas al proceso evaluativo.

Como se mencionó anteriormente, en primer lugar, abordaremos el concepto de Evaluación, desde la premisa que contiene a la evaluación como *“espacio de aprendizaje responsable”*. (Perassi, 2017), y definiremos evaluación en sus variados significados, dependiendo del contexto donde se enuncie, teniendo en cuenta también la concepción del evaluador la cual tendrá relación con el contexto histórico, político, social y cultural donde desempeñe su profesión y su vida personal, de esta manera va construyendo una concepción de evaluación como sujeto, y esta estará supeditada a su formación y campo disciplinar, a los marcos teóricos afines, al ambiente laboral, a las prácticas, estilos evaluativos vigentes y a la cultura de la institución a la que pertenece. (Perassi, 2017)

Como señala Perassi, evaluación es una palabra polisémica y podemos asimilar a ella otros términos, como: verificación, medición, estimación, comparación, valoración, interpretación, apreciación, entre otros,

Partiendo de estas acepciones, es conveniente llegar a la conceptualización de Evaluación desde el ámbito que nos importa para este trabajo, que es el Educativo, en el cual la evaluación forma parte del proceso Enseñanza-Aprendizaje y que tiene un fin que es verificar en términos cuantificables, o estimar, valorar desde lo cualitativo, si se cumplieron los objetivos especificados con anterioridad. De esta forma, Ralph Tyler (1969), llamado el “padre de evaluación educativa”, se encarga de sistematizar a la Evaluación en el ámbito educativo como, *“una propuesta basada en formular objetivos curriculares muy precisos y comprobar la consecución o no de dichos objetivos”*. También, *“determinar el cambio ocurrido en los alumnos e informar sobre la eficacia en el programa educacional y en la educación continua del profesor”*. (Escudero, 2003)

Actualmente, nos encontramos en el período en el que la evaluación es llamada ecléctica, donde la escuela es considerada el centro de actividad educativa formal a la hora de evaluar y comprobar el logro en el proceso evaluativo. La apropiación de los principios, valores, y conocimientos tanto colectivos como individuales, son las consecuencias de rutinas, procesos y prácticas que con diferentes estrategias e instrumentos en diferentes versiones, permiten evaluar todo lo que ocurre al estudiante en el contexto educativo. En este proceso de evaluación se ha ido enfatizando del polo de la enseñanza al polo del aprendizaje, tomando así una definida relevancia en el momento de evaluar, con variedad de enfoques, métodos y agentes. Es importante destacar, según los autores *Serrano González-Tejero y Pons Parra*, cuáles son las funciones y los tipos de evaluación, para luego, circunscribir nuestra práctica al tipo correspondiente a nuestro análisis y revisión.

En primer lugar, en cuanto a las funciones de la evaluación, diremos que, actualmente existe un cambio marcado en relación a la evaluación tradicional y a los instrumentos empleados para llevarla a cabo.

Estas funciones se desprenden desde dos perspectivas fundamentales, la escolarización, que cumple la función de colaborar en la potenciación del desarrollo personal y de la socialización de los alumnos y la acreditación de los logros académicos de los alumnos por parte de la institución. En el primer caso, la función es comprobar si los procesos de enseñanza están resultando eficaces, eficientes y satisfactorios para promover los aprendizajes de los estudiantes en la dirección adecuada, y si no lo son, tomar decisiones de reajuste (Función Pedagógica). En el segundo caso, informar qué estudiantes han alcanzado los criterios necesarios a las diversas acreditaciones y abrirles o cerrarles futuras vías académicas (Función social- acreditativa). Por lo tanto, "la evaluación de los aprendizajes, puede estar o ponerse al servicio de un proceso de toma de decisiones pedagógicas o didácticas, con el fin de conseguir que los aprendizajes que llevan a cabo los alumnos sobre los contenidos escolares sean lo más amplio, profundos y significativos posible. Además de que los resultados de la evaluación están vinculados a un proceso de toma de decisiones sobre el posterior desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje a los que se refieren estos resultados". (*Pons, R., Serrano, J. 2012*).

En cuanto a los Tipos de Evaluación, que devienen de la coexistencia de las funciones pedagógicas y acreditativas, y que nos permiten alcanzar las metas que se proponen se clasifican en:

1. Según Finalidad y Función: Formativa y Sumativa.
2. Según la Extensión: Global y Parcial.
3. Según el Agente evaluador (auto- hétero y co-evaluación)
4. Según el momento de Aplicación (inicial, procesual y final)
5. Según el criterio de comparación: auto-referencial y hétero-referencial (Criterial y normativa).

A continuación, describiremos brevemente las características de los distintos tipos:

**Formativa:** su finalidad es poner en relación las informaciones relativas a la evolución del proceso de aprendizaje de los alumnos, a medida que se realizan estas actividades de enseñanza y aprendizaje.

**Sumativa:** también llamada final, es la que se plantea al término de una actividad de enseñanza aprendizaje y determinan hasta qué punto los alumnos han logrado los aprendizajes que se pretendían.

**Global:** en esta, se pretende abarcar todos los componentes o dimensiones del alumno, del centro educativo, del programa, etc. El objeto de evaluación se considera, como una totalidad que interactúa, cualquier modificación en uno de sus componentes tiene consecuencias en el resto. En este tipo, la comprensión de la realidad evaluada aumenta, pero a veces no es necesaria ni posible.

Parcial: se estudia o valora determinados componentes o dimensiones de un centro, programa o rendimiento del estudiante.

Interna: realizada y promovida por los integrantes de un centro o programa educativo. Evaluador y evaluado coinciden en las mismas personas. La Evaluación interna, incluye: la auto-evaluación, la hétéro-evaluación y la co-evaluación.

- Autoevaluación: los evaluadores evalúan el propio trabajo.
- Hétero- evaluación: evaluadores distintos a las personas evaluadas, evalúan una actividad, objeto o producto.
- Co- evaluación: sujetos o grupos se evalúan mutuamente (alumnos, profesores, equipos docentes, directores, etc.).

Externa: cuando agentes no integrantes de un centro escolar o de un programa evalúan su funcionamiento.

Inicial: también llamada diagnóstica y predictiva, es la que tiene lugar al comienzo de los procesos de enseñanza y aprendizaje, se realiza al comienzo del curso académico de un programa educativo o del funcionamiento de una institución escolar.

Procesual: consiste en la valoración a partir de la recogida continua y sistemática de datos, del funcionamiento de un centro, del proceso de aprendizaje de un alumno, de la eficacia de un docente, a lo largo de un período fijado para el cumplimiento de determinados objetivos. Es importante, este tipo de evaluación porque permite implementar mejoras sobre la marcha.

Final: es la recogida y valoración de datos al finalizar un período de tiempo para la realización de un aprendizaje, un programa, un curso escolar, o la concreción de algunos objetivos.

Criterial: en esta se compran los resultados de un proceso educativo con los objetivos fijados previamente. Comparamos el rendimiento de un alumno con los objetivos que debe alcanzar en un determinado lapso de tiempo, o los resultados de un programa de educación con los objetivos marcados.

Normativa: el referente de comparación es el nivel general de un grupo normativo determinado (alumnos, centros, programas, profesores). Se ordenan los resultados en función de aquel que más se acerca a lo que se tenía pensado. (Pons, R., Serrano, J. 2012).

Para finalizar con este recorrido por los conceptos básicos que sustentan este trabajo, nombraremos las técnicas, métodos o instrumentos de evaluación más utilizados en Educación Superior, por consiguiente, en nuestras asignaturas y para el caso del Taller de Periodismo Gráfico tomaremos como caso particular, además el Portfolio.

López Pastor en Evaluación Formativa y compartida en Educación Superior (2009), esquematiza los instrumentos evaluativos en el siguiente orden: Examen, Trabajo escrito, Ensayo, Póster, Informe, Recensión, Proyectos, Cuaderno de Campo, Fichas de práctica, Diario, Carpeta o dossier, Portfolio y Memoria.

## **Análisis**

Describiremos a continuación el caso del Examen Parcial Integrador y el Portfolio por ser los instrumentos más usados como práctica evaluativa habitual en la asignatura Taller de Periodismo Gráfico.

1. El examen, es un conjunto de preguntas a las que hay que contestar con la precisión suficiente. Las presentaciones de estos van desde, los que ya tienen las respuestas y hay que señalar la correcta y otros, cuyas

preguntas pueden responderse de manera abierta. Se desarrollan en un tiempo determinado fijado con anterioridad. Se puede realizar una autoevaluación o una evaluación compartida, definiendo los criterios para valorar las respuestas. Este tipo de instrumento, aumenta el grado formativo de la evaluación.

2. El Portfolio, es un sistema de evaluación alternativo, se utiliza ampliamente, tanto para evaluación del profesorado como del alumnado. En él se seleccionan las evidencias de un proceso de aprendizaje que contiene sólo lo importante. Requiere justificar la selección y llevar un hilo conductor que relacione sus componentes, además de contener o expresar las contribuciones elaboradas por la persona que lo realiza, por un grupo de trabajo o los docentes.

Para este caso en particular, nos enfocaremos en el Portfolio del estudiante, que se define como *“una acumulación ordenada por secciones, debidamente identificadas, que contiene los registros o materiales producto de las actividades de aprendizaje realizadas por el alumno en un período de tiempo, y que permite visualizar su progreso o desarrollo así como sus comentarios acerca de aproximaciones sucesivas en el logro de los aprendizajes”*. (López Pastor, V. 2009, p. 75)

Es importante decir, que el portfolio también permite la autoevaluación, la reflexión, en tanto el estudiante participa en ello en lugar de ser objeto de evaluación. Los portfolios cuentan las historias de los estudiantes, lo que saben y ellos pueden demostrarlo con ejemplos.

Es un portfolio de proceso, donde cobra protagonismo todo el proceso de enseñanza y aprendizaje, que trata de recoger pero que debe ir acompañado de la comprensión, la reflexión conjunta y la autoevaluación del sujeto que aprende. Lo importante es obtener un mérito final.

Esta herramienta, además, debe cumplir con algunas condiciones para la evaluación y el aprendizaje como: centrarse en el análisis y reflexión de los procesos y contextos de aprendizajes, fomentar un clima de libertad que propicie la comunicación, ver al error como fuente de aprendizaje, ser medio que recoja la voz del grupo, ayudar a la comprensión de la vida del aula como un todo y debe convertirse en un sistema de evaluación, el portfolio “es una oportunidad de evaluación para el aprendizaje más que sobre el aprendizaje”. (Alcaraz Salariche, 2016).

Por otra parte, mencionaremos las diferentes fases o momentos por los que debe pasar el portfolio para su elaboración y las describiremos brevemente, estas son:

1-Recolección: fase inicial del portfolio, implica la compilación de producciones, registros, observaciones, evidencias, que van dando cuenta del proceso de aprendizaje que recorre el estudiante. 2- Selección: el estudiante elige las evidencias en función de los criterios definidos previamente (documentos, elementos, producciones). 3- Reflexión: es la etapa de deliberación, análisis, argumentación, registro de pensamientos y emociones a partir de las evidencias seleccionadas. 4- Proyección: momento que permite construir alternativas de avance hacia el futuro. (Danielson y Abrutyn. 2002, citado por Perassi, 2015)

Estas fases concluyen con un “entrar en diálogo con la evaluación de los aprendizajes de cada estudiante que realiza el equipo docente”. (Perassi, 2015).

Partiendo de lo anteriormente expuesto, haremos el análisis de una etapa del proceso evaluativo de la asignatura Taller de Periodismo Gráfico, para el cual utilizaremos, una evaluación parcial Integradora del segundo cuatrimestre y el Portfolio correspondiente a la misma asignatura.

Comenzaremos por el parcial integrador final. Éste es un examen escrito mixto, es decir tiene una parte práctica y otra teórica. Estos exámenes, se configuran con una combinación de preguntas y enunciados que pueden tener respuestas por las que hay que optar, y en otros casos se pide el desarrollo del tema. Desde el punto de vista de “tipo de evaluación”, podemos decir que corresponde al tipo de Evaluación Parcial en cuanto a su extensión, “ya

que valora determinados componentes o dimensiones del rendimiento del estudiante” (Pons, R., Serrano, J. 2012), es decir, si en ese rendimiento, el estudiante ha sido capaz de incorporar los conceptos y comprender para aplicar, en el caso de responder a consignas que se enuncian como: describir, identificar características o criterios, señalar, mencionar, redactar, reelaborar, comentar, ejemplificar, etc. Además, corresponden al tipo Criterial, desde un orden de comparación en tanto, “se comparan los resultados de un proceso educativo con los objetivos fijados previamente. Comparamos el rendimiento de un alumno o alumna con los objetivos que debe alcanzar en un determinado lapso de tiempo” (Pons, R., Serrano, J. 2012). Así que, en estos exámenes, se establece esta consigna, de manera que, están pensados para evaluar al estudiante, en tanto si su rendimiento alcanza el o los objetivos que se ponen en claro al comenzar el dictado de la asignatura, más aún los fijados en el propio examen; establecemos un puntaje que se fija para el examen de acuerdo a la complejidad de la cada pregunta o enunciado, y en la corrección debe alcanzar como mínimo cuatro, pero esto no sólo tiene que ver con la sumatoria de puntos para la aprobación, sino que, la asignación del puntaje nos da la pauta de conocer, qué contenidos especificados en el parcial han sido los de mayor y menor dificultad, lo que nos lleva a comparar con los objetivos previos el rendimiento del alumno, en un período de tiempo, que para este caso son los dos cuatrimestres. Por último, en este punto de análisis, decimos que adquiere además, características de la Evaluación de tipo Formativa, en cuanto a su finalidad o función, ya que relaciona las informaciones del proceso de aprendizaje con la acción didáctica a medida que se desarrollan las actividades de Enseñanza y Aprendizaje. La finalidad de esta es valorar el desarrollo del proceso educativo, por lo que ayuda al docente a mejorar y a tomar nuevas decisiones, de ser necesario y en definitiva ayudar a los alumnos a mejorar su actividad de aprendizaje. Este es un punto a destacar, debido a que al interior de la cátedra, trabajamos tratando de observar estos detalles, más allá de los exámenes escritos o las prácticas habituales de los alumnos en clase; es tema de reuniones, de reflexiones, que generalmente nos invitan al cambio para mejorar, sobre todo en la didáctica, el lenguaje de llegada al alumno, el generar instancias diálogo, de propuestas alternativas, etc.

Nos preguntamos, sí ante este estado presentado y analizado desde estas tipologías y sus características, se cumple con la funciones pedagógica y acreditativa social de la evaluación, ya que también se busca la reflexión, y a partir de lo que enuncian Pons, R., Serrano, J. (2012), la función pedagógica “es comprobar si los procesos de enseñanza están resultando eficaces, eficientes y satisfactorios para promover los aprendizajes de los alumnos en la dirección adecuada, y si no lo son, tomar decisiones de reajuste”, en tanto que la función social- acreditativa “es informar de qué alumnos han alcanzado los criterios necesarios a las diversas acreditaciones y abrirles o cerrarles futuras vías académicas”, podemos decir que como explicitamos en el párrafo anterior se contempla la posibilidad de rever, modificar y buscar las alternativas para mejorar y guiar a los alumnos al aprendizaje adecuado, para la cual hay decisiones de ajuste, que en otros años, y haciendo una mirada retrospectiva, no llegaban a concretarse en la práctica, pero en estos últimos dos años, luego de la pandemia hemos podido ver en las producciones redaccionales, una mejora en ascenso, en particular referido a lo pedagógico y en relación a lo acreditativo- social, se puede ver una situación alentadora, si tomamos como caso, el de alumnos que continúan en la carrera docente o se insertan en el medio laboral específico del periodismo escrito o en algún aspecto de la comunicación.

El segundo caso a analizar del proceso evaluativo, es el Portfolio. Este instrumento, es utilizado en nuestra asignatura durante los dos cuatrimestres. Nuestro Portfolio se construye de las prácticas que se trabajan en cada clase, referidas al tema que se da en el día. En algunos casos se termina en la misma clase, en otros se lleva a casa para devolverlo el próximo encuentro, concluido. Esta práctica se revisa, se hacen correcciones y si es necesario se devuelve para su mejora. Sí no se realiza en clase, por ausencia, se debe completar y presentar, para acceder a la siguiente práctica. Con el uso de este instrumento, en la asignatura realizamos un seguimiento del estudiante a lo largo del año. Al finalizar cada cuatrimestre se retira para hacer la revisión final, a partir de la cual nos informamos, que esté completo, visado y corregido, esto en cuanto al cumplimiento normativo, y además valoramos, si en cada trabajo, se ha cumplido con la consigna, con el objetivo propuesto, y si se realizaron las correcciones pertinentes en algunos casos. Desde la cátedra vemos al Portfolio como un instrumento que “contiene los registros o materiales producto de las actividades de aprendizaje realizadas por el alumno en un período de tiempo, y que permite visualizar su pro-

*greso o desarrollo así como sus comentarios acerca de aproximaciones sucesivas en el logro de los aprendizajes*". (López Pastor, V. 2009. Pág. 75). Además, hemos observado que el alumno se autoevalúa y reflexiona acerca de sus propias prácticas, lo demuestran en las devoluciones colectivas, en la participación en clase, y en sus producciones. Analizando, qué tipo de Portfolio trabajamos, nos acercamos al Portfolio de Proceso, aquel en el que "cobra protagonismo todo el proceso de enseñanza y aprendizaje, que trata de recoger pero que debe ir acompañado de la comprensión, la reflexión conjunta y la autoevaluación del sujeto que aprende" (Alcaraz Salarirche. 2016). Con respecto al tipo de evaluación, y relacionada al tiempo de aplicación, el Portfolio es una Evaluación Procesual ya que "consiste en la valoración a partir de la recogida continua y sistemática de datos, del proceso de aprendizaje de un alumno, de la eficacia de un docente, a lo largo de un período fijado para el cumplimiento de determinados objetivos". (Alcaraz Salarirche. 2016). En cuanto a proceso que describimos anteriormente, traducido en un seguimiento de las prácticas de clase de la asignatura, y en cuanto al período, cada cuatrimestre, para, en definitiva, valorar si se lograron los objetivos fijados.

En el caso de la asignatura Taller de Periodismo Radiofónico, para el cual se utilizará, el Integrador Final de la materia correspondiente al año académico 2022 que consistió en un Programa en vivo: "Jóvenes a la tarde" producido por los estudiantes y se emitió por Radio Estudio de la Facultad de Ciencias Humanas de la UNSL.

El producto comunicacional se llevó a cabo en tres etapas: pre-producción, producción y postproducción con sus respectivas consignas. Con asesoramiento del equipo docente se trabajó con los primeros borradores de guiones radiofónicos que tenían que presentar con lo que contenía el producto final. Entre las temáticas que se abordaron: Festival Internacional de la Palabra en escena, Columnas del Mundial de Fútbol, medio ambiente, columna universitaria, música en vivo, entre otras.

Seguidamente, entre todos los estudiantes eligieron una cortina musical, que fue utilizada en el inicio y cierre del programa. A la hora de la realización del programa se debía respetar la siguiente estructura: un inicio con una cortina musical identificatoria y el nombre del programa, en el desarrollo con contenidos variados a desarrollar durante la emisión y el cierre con la despedida correspondiente y cortina musical, entre otros.

También debían realizar el guión radiofónico del programa. Esta Parte A se corresponde con las prácticas de la asignatura.

En esta parte, mencionamos como instrumentos de evaluación al Integrador Final (examen), entrevistas y columnas, como herramienta de comunicación.

Como aspectos evaluables, se tuvo en cuenta el desempeño de cada alumno en la elaboración del guión y el aporte de sus ideas para el armado definitivo del programa radial; una adecuada realización de la edición desde el punto de vista conceptual y técnico.

Cabe aclarar que se dispusieron varias clases de consultas para que los alumnos presentaran los borradores ya sean del guión (programa), las guías de preguntas para las entrevistas, las columnas para su revisión, así como el material de archivo seleccionado para el trabajo final.

Desde el punto de vista de "tipo de evaluación", según la finalidad y función, corresponde a la Evaluación Formativa, ya que podemos decir que tiene como finalidad poner en relación las informaciones relativas a la evolución del proceso de aprendizaje de los alumnos con las características de la acción didáctica a medida que se despliegan y avanzan las actividades de enseñanza y aprendizaje. Desde la cátedra se pueden tomar decisiones que le permitan mejorar la actividad docente para ayudar a los alumnos y al aprendizaje. Consideramos que también se da la Evaluación Sumativa porque un Integrador Final de una materia es lo que se fue desarrollando a lo largo del año, para ver el final de un camino y vincularlo con el propósito de control.

Podemos decir que corresponde al tipo de Evaluación Parcial en cuanto a su extensión, "ya que valora determi-

ados componentes o dimensiones del rendimiento del estudiante” (Pons, R., Serrano, J. 2012), es decir, si en ese rendimiento, el alumno ha sido capaz de incorporar los conceptos y comprenderlos para aplicarlos en la práctica, por ejemplo, se puede mencionar la etapa de preproducción para la realización del podcast.

Según el momento de “aplicación”, se considera la Evaluación Procesual, porque evaluamos al alumno en el proceso. El equipo docente corrige y ajusta lo que considere necesario para una mejora en el objeto que esté trabajando, en este caso, el producto comunicacional final (podcast, guiones y presentaciones); y Evaluación Final, porque a partir de determinadas etapas (pre-producción, producción y postproducción), se concluye el proyecto final con el propósito de alcanzar una acreditación.

Además, corresponde al tipo Criterial, desde un orden de comparación en tanto, comparamos el rendimiento del alumno con los objetivos propuestos, como ya lo habíamos definido.

Otro instrumento utilizado para el Taller de Periodismo Radiofónico es la Entrevista, este es uno de los recursos más utilizados en la radiofonía para conseguir información, indagar sobre múltiples aspectos de la vida, forma parte de la labor diaria de periodistas y locutores. Se clasifican de acuerdo con el contenido en: actualidad noticiosa: considerada un intercambio de preguntas y respuestas breves de utilización inmediata dado que su principal virtud es la oportunidad; de Opinión o Interpretativa: se realiza en un ambiente reposado, la noticia ya la conocemos, ahora interesa ahondar en los pormenores, indagar sobre sus repercusiones, saber qué otras personas puedan tener relación con la información, para ello puede ser preciso recoger una o más opiniones; de Semblanza: se requiere conocer al ser humano, qué piensa, por qué razón de esa manera, abundan las anécdotas.

Para concluir, y a partir de los diversos desarrollos tecnológicos, tanto los periodistas como la radio y la gráfica fueron mutando, enriqueciéndose y creciendo. Es por esto que hoy podemos hablar de programas en vivo, publicaciones digitales, el podcast, que no será objeto de análisis en este trabajo, pero es importante destacar como una herramienta de comunicación y un nuevo recurso que poseen los periodistas y comunicadores para compartir diversas temáticas.

Finalmente, destacaremos a la evaluación como un proceso en el cual intentamos transformarla en un “espacio de aprendizaje responsable” (Perassi, 2017), ya no tanto como un método de medición, cuantificable, a partir de una nota que aprueba o desaprueba, sino un instrumento que se acerque más a la valoración, al conocimiento, del rendimiento del alumno, de su comprensión, de sus logros, y atendiendo a su experiencia. Un instrumento que nos lleve a la reflexión, revisión de las propias prácticas, formas del cómo evaluamos y tomar nuevas decisiones para reajustar nuestro trabajo.

## Referencias

Alcaraz Salarirche, N. (2015). Aproximación Histórica a la Evaluación Educativa: De la Generación de la Medición a la Generación Ecléctica. Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa, 8 (1), 11 – 25. Universidad de Cádiz.

Álvarez Méndez, J. M. (2005). Evaluar para conocer, examinar para excluir. Colección Pedagogía. Razones y propuestas educativas. Ediciones Morata. Primera edición.

López Pastor, V. M. López Pastor, A. T. y Hamodi, C. (2015) Medios, técnicas e instrumentos de evaluación formativa y compartida del aprendizaje en educación superior. Perfiles Educativos | vol. XXXVII, núm. 147, | IISUE-UNAM.

Perassi, Z. Macchiarola V. (2015) Trazos claves para la evaluación democrática de las carreras de profesorado en Argentina. Revista Argentina de Educación Superior. RAES ISSN 1852 – 8171 – Año 7 – Número 11 – Noviembre, 2015.

Perassi, Z. Clases virtuales. (2020) Bloque II y III. Módulo: La problemática de la Evaluación Áulica.

Perassi, Z. (2017) El Sistema Nacional de Evaluación en la República Argentina. Políticas y Concepciones. Revista Contextos de Educación Año 17- N° 22. Pp 1-9. Disponible en: [www.hum.unrc.ar/ojs/index.php/contextos](http://www.hum.unrc.ar/ojs/index.php/contextos)

Perassi, Z. (2017) Contenidos, Bloque III. La Problemática de la Evaluación Áulica.

Perassi, Z. y Marcello, M. (2015): El portfolio de aprendizaje. Una alternativa para democratizar la evaluación

dentro del aula universitaria. Artículo aceptado para su publicación en Revista Argonautas N° 5. Departamento de Educación y Formación Docente. Facultad de Ciencias Humanas. UNSL.

Pons, R., Serrano, J. (2012). Hacia una evaluación constructivista de los aprendizajes escolares. Revista de evaluación educativa, 1 (1). Consultado el día de mes de año en: <http://revalue.mx/revista/index.php/revalue/issue/current>

# Estado y producción de contenido educativo

Nancy Díaz Larrañaga

nlarran@gmail.com

UNQ/UNLP

## Introducción

La relación entre los Estados y la producción de materiales y medios educativos es tan larga como asistemática. Tanto en Argentina, como en América Latina en general, fue y es una política gubernamental más que una política de estado que pueda perdurar y afianzarse.

Esta relación está acompañada de denuncias constantes sobre el sentido de dicha producción o la intencionalidad ideológica de la misma. La acusación permanente sobre el adoctrinamiento, el sesgo o la discrecionalidad en la selección del contenido y en su tratamiento es un fuerte debate con impronta político / partidaria pero, sobre todo, económica. El mercado, como principal interesado, regula este debate y muchos otros.

Discusiones sobre lo discursivo, sobre cuál es la historia y cómo contarla, evidencian la construcción social del sentido que el espacio conservador educativo pretende invisibilizar, apelando a los saberes que se fueron naturalizando como aquello que todo y toda estudiante debe recorrer a lo largo de su formación.

Los modos de percibir, vincularse, estar en sociedad, relacionarse con la información y los saberes, son múltiples y han ido variando a lo largo de los tiempos, y no escapa a la reconfiguración sociocultural que estamos atravesando como sociedad. Crisis educativa, distancia generacional entre la docencia y el estudiantado, el sentido de la educación hoy alejado de la aspiración al ascenso social, el lugar de la tecnología en la educación, son ejes transversales de los diagnósticos que se hacen permanentemente, de las investigaciones y de las reflexiones del propio campo educativo.

En el marco de la pandemia se elaboraron políticas educativas muy interesantes para la continuidad pedagógica de las y los estudiantes. La mayoría de ellas pusieron en marca productos y programas en diversos soportes y formatos, pero mayoritariamente pensados hacia un público homogéneo. La respuesta rápida permitió muchos logros, pero también se evidenciaron áreas de vacancia, temáticas no trabajadas, particularidades sociales, económicas y tecnológicas no contempladas, colectivos sociales no interpelados, heterogeneidades y diversidades ausentes.

## El papel del Estado en la producción de materiales educativos en Argentina

La producción de contenidos educativos ha sido un elemento fundamental en el desarrollo de los sistemas educativos en Argentina y América Latina. A lo largo de la historia, los Estados han desempeñado un papel central en la elaboración, difusión y gestión de estos materiales con el objetivo de promover la educación y garantizar el acceso equitativo a la información y el conocimiento.

A comienzos del siglo XX, los Estados comenzaron a reconocer la importancia de la educación como pilar fundamental para la construcción de sociedades más justas y desarrolladas. Los materiales producidos por el Estado han contribuido, desde entonces, a la construcción de una identidad cultural y nacional, transmitiendo valores, historia y tradiciones. Además, han permitido el acceso a la educación en áreas rurales y comunidades marginadas, promoviendo la equidad en el acceso al conocimiento. En Argentina, el Estado ha desempeñado un rol destacado

en la generación y distribución de estos materiales con el objetivo de promover una educación de calidad y equitativa en todo el país.

En este contexto, surgieron las primeras iniciativas estatales de producción de contenidos educativos, principalmente a través de la creación de textos escolares en la promoción de la alfabetización.

En aquel entonces, los manuales eran muy pequeños, entrando en la palma de la mano (de ahí su nombre). Los saberes que allí se plasmaban representaban la base del conocimiento y aquello que se consideraba necesario aprender. La fuerte impronta de pensar en un curriculum común en toda la nación, abonó la idea de un único texto escolar para todas y todos los estudiantes según el nivel educativo en el cual se encontraban.

Así, los distintos gobiernos impregnaron su impronta en la producción de materiales educativos gráficos que la mayoría de las veces fueron distribuidos gratuitamente y otras veces comercializados.

Dichos textos contemplaban un posicionamiento muy explícito en términos políticos/partidarios. La conjunción entre la producción, impresión y distribución de un único libro por nivel y la arbitrariedad explícita en el tratamiento de los contenidos fue motivo de cuestionamientos que denunciaban una intención de adoctrinamiento de las y los estudiantes.

Las dictaduras cívico – militar - eclesiásticas intervinieron en estos procesos desde la censura, la prohibición y quema de libros. También, por supuesto, desde la impresión de nuevos ejemplares con signos ideológicos diferentes.

En Argentina, la llegada de un gobierno democrático permitió implementar un modelo distinto. El estado abandonaba la pretensión de producir materiales educativos con un amplio alcance nacional, para empezar a pensar la compra masiva a editoriales. De esta forma, se incluye en el presupuesto nacional una partida específica para la compra de textos escolares y literatura.

El esquema, que hoy en día sigue vigente, propone la selección de varios títulos por nivel para la posterior compra y distribución. Así, la idea del libro único se desplazó hacia la posibilidad de que cada escuela reciba diversos ejemplares para su biblioteca y seleccione con cual trabajar. Este modelo amplía la diversidad de materiales educativos gráficos, pero resigna la producción del estado a escala.

Son varios criterios los que empiezan a ser debatidos: por un lado, la posibilidad de las escuelas a elegir los títulos con los cuales trabajar; segundo, la heterogeneidad y diversidad de realidades educativas de nuestro país y la posibilidad/imposibilidad de contemplar estas realidades en un único texto; tercero, el lugar del estado y del mercado con relación a los materiales educativos.

Lo que no se debate en ese contexto es la centralidad de los materiales educativos impresos en la educación, y su inevitabilidad.

De esta forma, las editoriales se especializaron en manuales y textos educativos para cada uno de los niveles, sacando actualizaciones periódicas. Sus producciones se comercializaban en librerías, pero también se vendían al estado a través de licitaciones, lo cual fortaleció el mercado editorial y estrechó los lazos con las escuelas.

A los y las docentes les llegaban los ejemplares gratuitos de diversas editoriales, para que pudieran revisarlos y recomendar su compra a las y los estudiantes.

En paralelo, los distintos gobiernos siguieron transitando experiencias de producción de contenidos a menor escala.

El sistema educativo argentino se basa en principios de gratuidad y accesibilidad para todos/as los/as ciudadanos/as, y el Estado asume la responsabilidad de garantizar estos derechos. Para lograrlo, los distintos gobiernos esta-

blecieron diferentes organismos encargados de la producción y distribución de materiales educativos, así como de la formación docente.

Uno de los principales actores en la producción de materiales educativos en Argentina es el Ministerio de Educación. Allí se diseñan y elaboran recursos pedagógicos que abarcan desde libros de texto hasta materiales digitales. Estos materiales son desarrollados por equipos de especialistas en distintas áreas curriculares y se ajustan a los lineamientos y programas educativos establecidos por el Ministerio. A su vez, las distintas provincias también llevan adelante con sus respectivos equipos técnicos y de especialistas, propuestas propias no siempre articuladas con las de nación.

Si bien el Consejo Federal de Educación, conformado por representantes de todas las provincias argentinas, promueve la colaboración interjurisdiccional en la generación de recursos didácticos, no suelen establecerse políticas transversales ya que impacta en varios intereses. La importancia de contemplar las particularidades regionales y garantizar una educación contextualizada y relevante para cada comunidad educativa parece ser un desafío difícil de transitar.

A comienzos de este siglo, surgieron retos para el modelo estatal de producción de contenidos educativos. Las transformaciones tecnológicas y el acceso a Internet abrieron nuevas posibilidades para la difusión de información y conocimiento. Esto planteó la necesidad de adaptar los contenidos educativos a los cambios en las formas de aprender y enseñar. El Estado se enfrentó al desafío de incorporar tecnologías de la información y la comunicación en la producción y distribución de materiales educativos.

Tres hitos se presentan como fundamentales en el cambio de paradigma. En primera instancia, la decisión del estado en intervenir en la producción de materiales educativos gráficos ya sea por la marcada prescripción a las bases de los pliegos para la compra de libros, así como por la gestión de programas específicos. El segundo hito es la ampliación del concepto de material educativo gráfico a otros tipos de soportes y lenguajes, anclando fuertemente en lo audiovisual y multimedial/digital. Por último, el tercer hito es la ampliación de derechos con el plan Conectar Igualdad.

El pasaje de la compra de libros que las editoriales ofrecían, a la gestión de bases específicas que delimitaban las necesidades del estado en relación a los tipos de libros fue un primer paso que habilitó a la puesta en marcha de programas específicos donde el estado intervino activamente en la producción y financiamiento de materiales educativos. Un ejemplo de lo antes enunciado, lo constituye el Programa *Textos para todos* que se implementó en la provincia de Buenos Aires en el año 2006. La Dirección General de Cultura y Educación de la provincia venía desarrollando textos con sus equipos técnicos. Sin embargo, el alcance no era tan significativo. Con la implementación de la “nueva secundaria”<sup>1</sup>, la entonces Ministra Adriana Puiggrós, promovió un concurso para la generación de textos de las áreas básicas que garantizaran los núcleos de aprendizaje prioritarios establecidos por la nación y la provincia. Los tres primeros textos ganadores por nivel y por asignatura, fueron impresos. Cada escuela pudo seleccionar qué textos recibir, y los mismos fueron entregados a cada estudiante.

Dicha política recuperó y puso en valor los criterios que debatíamos párrafos atrás. Primero, el lugar central del estado en la educación, garantizando el acceso a los materiales. Dichos textos fueron supervisados cuidadosamente en relación a los contenidos, pero también en los valores que proponían, promoviendo la inclusión y el reconocimiento de distintas realidades de la provincia. En segundo lugar, el derecho de cada estudiante a tener su propio libro, como acceso y puente a una propuesta cultural que el programa Conectar Igualdad de nación vino a completar ya que busca, en un esquema uno a uno, garantizar la accesibilidad a dispositivos tecnológicos y contenidos digitales en todas las escuelas del país.

---

1 Ley de Educación Nacional N° 26.206 y Ley provincial de Educación N° 13.688

Asimismo, se han desarrollado plataformas educativas y recursos en línea que facilitan el acceso a materiales didácticos actualizados y enriquecen los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Es importante destacar que la producción de materiales educativos por parte del Estado no se limita únicamente a la generación de recursos, sino que también implica su distribución equitativa. Se implementan políticas de distribución gratuita de libros de texto y otros materiales en escuelas de todo el país, especialmente en aquellas con menor acceso a recursos educativos. Esto busca reducir las desigualdades y garantizar oportunidades educativas para todos los y las estudiantes.

No obstante, es necesario reconocer que aún existen desafíos en relación a la producción de materiales educativos en Argentina. La actualización constante de los recursos, la adaptación a los avances tecnológicos y la formación docente son algunos de los aspectos que requieren atención y mejora continua.

## **Encuentro y Paka Paka**

“Canal Encuentro fue creado en mayo de 2005 (Decreto N.º 533/05) y reconocido por la Ley de Educación Nacional 26206 sancionada en diciembre de 2006. Comenzó su transmisión el 5 de marzo de 2007 con carácter federal y opera durante las 24 horas”<sup>2</sup>. Este canal público se estableció con el propósito de brindar contenidos educativos y culturales de calidad, accesibles a toda la población. A lo largo de los años, el Canal Encuentro ha desarrollado una amplia variedad de programas que abarcan diferentes áreas del conocimiento, desde ciencia y tecnología hasta arte y literatura, entre otras. Actualmente es el canal educativo y cultural de Contenidos Públicos S.E. dependiente de la Secretaría de Medios y Comunicación Pública.

Uno de los principales aspectos positivos de la televisión educativa es su capacidad para llegar a audiencias diversas y dispersas geográficamente. En un país extenso como Argentina, donde existen zonas rurales y comunidades alejadas de los centros urbanos, la televisión se convierte en una herramienta valiosa para compartir procesos educativos con todos los rincones del país. A través de la señal abierta y los sistemas de cable, los programas educativos pueden ser visualizados por personas de todas las edades y en cualquier lugar.

La televisión educativa no solo contribuye a la difusión de conocimientos, sino que también fomenta la inclusión social. En Argentina, existen programas educativos dirigidos a diferentes grupos de población, como niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad, personas con discapacidad y adultos que buscan completar su educación. Estos programas brindan oportunidades de aprendizaje y desarrollo personal a aquellos sectores que enfrentan barreras para acceder a una educación formal.

Además, la televisión educativa se ha adaptado a los avances tecnológicos y a las nuevas formas de consumo de contenidos. Actualmente, muchos de éstos programas están disponibles en línea, a través de plataformas digitales y sitios web, lo que permite un acceso aún más amplio y flexible. Esta transformación tecnológica ha ampliado el alcance de la televisión educativa, llegando a audiencias internacionales e incentivando el intercambio de conocimientos a nivel global.

No obstante, es importante reconocer que la televisión educativa enfrenta desafíos en la era digital. La competencia con otros medios de comunicación, la necesidad de adaptarse a las preferencias y demandas de las nuevas generaciones, y la actualización constante de los contenidos son algunos de los retos a los que se enfrenta. Es fundamental que los programas educativos se mantengan actualizados, dinámicos y atractivos para seguir siendo relevantes en un entorno mediático en constante cambio. Si bien lo anterior es importante, el reconocimiento de una audiencia diversa lo es aún más. La producción a gran escala implica homogeneizar formatos, lenguajes, abordajes temáticos, perdiendo, muchas veces, las particularidades regionales.

En el año 2007, se lanzó el programa "Paka Paka" como una señal infantil dentro de Canal Encuentro. Paka Paka se convirtió rápidamente en un referente en la programación educativa para niños y niñas en Argentina. Su objetivo principal fue ofrecer contenidos de calidad y entretenidos que promovieran el aprendizaje, la creatividad y los valores en los más jóvenes. Paka Paka ha presentado una amplia gama de programas que abarcan temas como ciencia, historia, cultura, música, deporte y ambiente.

En el año 2010, Paka Paka se independizó de Canal Encuentro y se convirtió en un canal infantil exclusivo. Esto permitió una mayor focalización en el público infantil y el desarrollo de una programación diversa y atractiva para niños y niñas de diferentes edades. Paka Paka se caracteriza por su enfoque pedagógico, la promoción de valores inclusivos y la colaboración con expertos en educación y desarrollo infantil.

Ambos canales, Canal Encuentro y Paka Paka, han tenido un impacto significativo en la educación y la cultura en Argentina. Han contribuido a la difusión del conocimiento, la promoción de la diversidad cultural y la generación de espacios de aprendizaje significativos. Además, han impulsado el desarrollo de la producción audiovisual argentina y han brindado oportunidades a creadores, realizadores y artistas locales.

Durante la pandemia del COVID-19, tanto Canal Encuentro como Paka Paka jugaron un papel fundamental en la continuidad de la educación a distancia. Se adaptaron rápidamente para ofrecer programación y recursos pedagógicos que apoyaran el aprendizaje en el hogar. Se transmitieron clases virtuales, se crearon contenidos específicos para la educación remota y se establecieron alianzas con otras plataformas y medios digitales para ampliar el alcance de los materiales educativos.

## **Pandemia**

La pandemia del COVID-19 ha tenido un impacto significativo en el sistema educativo de todo el mundo, y Argentina no ha sido la excepción. Las medidas de distanciamiento social y el cierre de escuelas llevaron a un cambio abrupto hacia la educación a distancia y generaron desafíos en la producción y distribución de materiales educativos en el país.

Ante la necesidad de continuar con el proceso de enseñanza y aprendizaje de manera remota, el Estado argentino y diversas instituciones educativas tuvieron que adaptarse rápidamente para asegurar el acceso a materiales educativos adecuados. Una de las principales respuestas fue la promoción de plataformas digitales y el desarrollo de contenidos en línea.

El Ministerio de Educación y las distintas provincias argentinas implementaron estrategias para producir y distribuir materiales educativos digitales. Se crearon portales y plataformas en línea donde estudiantes, docentes y familias podían acceder a recursos pedagógicos, guías de estudio, actividades y materiales complementarios. Estos esfuerzos buscaron garantizar la continuidad del aprendizaje y proporcionar herramientas a las y los docentes para adaptar sus metodologías a la educación a distancia.

Asimismo, se realizaron alianzas con medios de comunicación y canales de televisión para transmitir programas educativos. La televisión se convirtió en un medio masivo de difusión de contenidos educativos, especialmente para aquellos hogares sin acceso a internet o con limitaciones tecnológicas. Los programas educativos transmitidos por televisión brindaron apoyo a los estudiantes y a sus familias durante el período de confinamiento.

Sin embargo, la producción de materiales educativos durante la pandemia también enfrentó desafíos significativos. La falta de acceso a dispositivos tecnológicos y a internet en algunos sectores de la población generó inequidades en el acceso a los materiales en línea. La brecha digital se convirtió en un obstáculo para garantizar la equidad en la educación, ya que muchos estudiantes no podían acceder a los recursos digitales necesarios para su aprendizaje.

Además, la producción de materiales educativos en este contexto implicó repensar las estrategias de enseñanza y

adaptar los contenidos a las modalidades a distancia. Los y las docentes y especialistas tuvieron que ajustar los recursos y diseñar actividades que pudieran ser realizadas de manera autónoma por los estudiantes en sus hogares. La colaboración entre los distintos actores del sistema educativo fue fundamental para abordar estos desafíos y garantizar una educación de calidad.

Sin lugar a duda, se deberá considerar la integración de diferentes modalidades de enseñanza, combinando lo presencial con lo virtual, en tanto que la formación docente en el uso de tecnologías educativas y la reducción de la brecha digital serán aspectos claves para asegurar una educación inclusiva y equitativa en el futuro.

## **Seguimos educando**

El plan "Seguimos Educando" fue implementado por el Gobierno de Argentina como respuesta a la pandemia de COVID-19, con el objetivo de garantizar la continuidad del proceso educativo de los y las estudiantes durante el período de suspensión de clases presenciales. A través de una estrategia integral, el plan buscó llegar a todos los niveles educativos y a diferentes sectores de la población.

El plan se apoyó en múltiples plataformas y herramientas para llevar a cabo la enseñanza a distancia. Se estableció una programación televisiva y radial con contenidos educativos, tanto para la educación inicial, primaria y secundaria, como para la formación docente.

Además de los medios tradicionales, se desarrolló una plataforma virtual, la cual contenía materiales educativos, propuestas de actividades y recursos pedagógicos para cada nivel educativo. Esta plataforma fue de acceso libre y gratuito para estudiantes, docentes y familias, y se buscó que su diseño fuera inclusivo y amigable para facilitar su uso.

Asimismo, se impulsó la entrega de cuadernillos y materiales impresos a través de los establecimientos educativos, con el objetivo de llegar a estudiantes que no contaban con acceso a internet o que vivían en zonas rurales o de difícil conectividad. Estos materiales fueron elaborados por equipos docentes y adaptados a los diferentes niveles y modalidades educativas.

En cuanto a la formación docente, se implementaron programas de capacitación y acompañamiento virtual, con el fin de fortalecer las competencias pedagógicas de los y las docentes en el contexto de la educación a distancia. Se promovieron espacios de intercambio y colaboración entre docentes, así como el acceso a recursos y herramientas tecnológicas para enriquecer las prácticas educativas.

Si bien el plan "Seguimos Educando" representó un esfuerzo significativo para garantizar la continuidad de la educación durante la pandemia, también enfrentó desafíos y limitaciones. Algunos de estos desafíos incluyeron la brecha de acceso a internet y dispositivos electrónicos en algunos sectores de la población, la adaptación de las metodologías de enseñanza al formato virtual, y el impacto socioemocional de la situación de crisis en los estudiantes.

Además de las dificultades antes mencionadas, la necesidad de dar una respuesta rápida en la producción de estos materiales implicó resignar cuatro aspectos centrales: El primero de ellos es el reconocimiento de la heterogeneidad y de la diversidad de estudiantes y de situaciones en las cuales se encontraban. Entonces, la propuesta dio cuenta de una generalidad que muchas veces no interpeló a la particularidad. El segundo de los aspectos tuvo que ver con la centralización en la producción, que implicó la no capitalización de las redes territoriales. En este sentido, la fortaleza territorial del país federal quedó resignada ante los equipos técnicos mayoritariamente ubicados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El tercer punto, vinculado a los otros dos, es la mediación pedagógica de los contenidos, que muchas veces repitió el esquema tradicional de clases en contextos que no lo eran en sentido estricto, apelando a una legitimidad difusa que no terminó definiendo claramente el tipo de recurso generado en ese marco. Por último, el cuarto aspecto se centra en los lenguajes y formatos. Muchas veces el mismo guion/discurso era replicado en un programa televisivo, como en uno radial, dejando de lado las particularidades de los lenguajes

y sus características, como si escuchar el programa televisivo fuera lo mismo que verlo y escucharlo.

Ninguno de los puntos enunciados arriba pretende invisibilizar el valiosísimo aporte de la política pública educativa llevada a cabo en la pandemia. Con este reconocimiento explícito, cabe pensar hacia adelante el rol activo del estado en la gestación de los recursos, considerando que son tan nodales en los procesos educativos que no se debería abandonar la producción a gran escala ya que es una verdadera inversión.

# La producción y realización de audiovisuales críticos: reflexión sobre una experiencia en la UNSL

Serán, Brenda

brendaseran@gmail.com

Pereyra, Florencia

forenciapereyrasanchez@gmail.com

Goyeneche, Mirian

miriangoyeneche@gmail.com

**Universidad Nacional de San Luis**

## Introducción

El presente trabajo se enmarca en el proyecto de investigación “Los sentidos del uso y la producción de materiales audiovisuales en prácticas de enseñanza emancipatoria”. En él nos proponemos recuperar y analizar prácticas de enseñanza que tiendan a problematizar la realidad en busca de la construcción de un orden social más justo e igualitario a partir del uso y/o producción de audiovisuales.

El propósito de la ponencia es la de socializar una experiencia de producción audiovisual realizada para la asignatura Práctica PreProfesional (PPP) de la Lic. en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas (FCH) de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL) con el objetivo de resignificar, desde una perspectiva crítica, los procesos de enseñanza y aprendizaje de la comunicación audiovisual y su dimensión problematizadora en la producción de sentidos.

Nuestra reflexión tiene la intención de dar cuenta del complejo proceso que se llevó adelante en la elaboración de una serie de audiovisuales sobre sexualidad, pensada originalmente para el Programa de Salud Sexual y Reproductiva de la provincia de San Luis (actualmente Programa de Salud Sexual Reproductiva y No Reproductiva), donde la revisión del rol del comunicador ocuparon un papel central.

“Hablemos de Placer Sexual. La estrategia lúdica como herramienta de transformación” es un proyecto audiovisual constituido por dos capítulos audiovisuales de 10 minutos de duración producidos en el Canal UNSL TV en julio de 2019. Estos audiovisuales no solo son el registro de una experiencia en la que se problematizan sentido a través de un proceso creativo, sino también un punto de partida de reflexión sobre el vínculo entre docentes y estudiantes, nuestra relación con el conocimiento, los espacios que transitamos colectivamente y las condiciones temporales, laborales y de cursado en que se experimentan los procesos de aprendizaje.

Para la reflexión nos situamos desde la perspectiva comunicación/educación y desde la mediación de los productos comunicacionales. Siguiendo a Jorge Huergo entenderemos al campo de la Comunicación/Educación como “un proyecto crítico y liberador y un conjunto de prácticas emancipatorias para nuestros pueblos, sumidos en profundas desigualdades como consecuencia de las lógicas y las políticas neoliberales” (Huergo, 2002). Desde este lugar, se promueven prácticas de enseñanza-aprendizaje que problematicen la vida cotidiana, los sentidos comunes y donde las imágenes podrían considerarse „como un objeto y como condición de nuestra existencia, como artefactos que nos atraviesan como personas y como ciudadanos, y que atraviesan y configuran nuestras formas de

saber.” (Dussel, 2006). Se pretende entender el audiovisual como producto comunicacional, cultural y simbólico, pero también el proceso de enseñanza de este lenguaje en el marco de la problematización de experiencias simbólicas donde se habilitan nuevas formas de conocimiento tanto en la producción crítica como en la circulación y resignificación social.

### **Sobre el comienzo de la práctica. Los tiempos y espacios institucionales.**

A mediados de 2018 se da inicio al cursado de las Prácticas Pre profesionales (PPP) de Brenda. La elección del espacio para realizarlas, el Programa de Salud Sexual y Reproductiva, estuvo atravesada no sólo por sus intereses personales, vinculados a feminismos, perspectiva de género, violencia de género, sexualidad, etc, sino también por el hecho que los tiempos establecidos para realizar la misma no fueron los esperados, ya que se vivía un contexto de crisis y lucha que atravesó la UNSL durante los meses de agosto y septiembre de ese mismo año, en contra del ajuste presupuestario del Gobierno Nacional de Mauricio Macri. Ante este panorama, Brenda decidió continuar y potenciar su proceso de formación en la institución con la que ya había realizado trabajos prácticos para otras asignaturas, identificando fuertemente la manera en que las temáticas de educación sexual atravesaban reiteradamente sus prácticas de aprendizaje, y poniendo en valor el vínculo previamente construido con los miembros de la institución, el cuál facilitó y acortó tiempos en esta primera etapa. Esto incidió fuertemente en el proceso de aprendizaje y enseñanza, ya que su compromiso con las temáticas relacionadas a la sexualidad, sumadas a las demandas del espacio institucional -y a la situación contextual antes mencionada- requirieron más tiempo del esperado, lo que concluyó en la extensión de la realización de la práctica a un cuatrimestre más del establecido por el Plan de Estudios (algo completamente inusual en la historia de las PPP). Así, en el mes de noviembre, se terminó de definir la acción a desarrollar con la institución y en junio, se realizó la grabación y la postproducción de los audiovisuales. Sin embargo el proceso finalizó en diciembre de 2019.

El Programa de Salud Sexual y No Reproductiva, es un organismo que responde a una política pública de atención Primaria de la Salud que se encuentra en el Hospital del Sur, ubicado geográficamente en José Zabala No 126, Barrio Manuel Lezcano, en la Ciudad de San Luis. El Programa advierte como propósito propender con acciones de promoción, prevención, recuperación, rehabilitación y autocuidado, al desarrollo integral físico, mental y social de la población en general, teniendo en cuenta todos los aspectos relacionados con su vida sexual y reproductiva. Desde el momento de su creación en 2003 hasta la actualidad, la referente y jefa del programa ha sido la Dra. Yolanda Bertazzo, quien comenzó en el hospital del Sur trabajando como ginecóloga y fue designada como la responsable del Programa de Salud Sexual y Reproductiva. Tener el vínculo consolidado con el espacio permitió facilitar parte del proceso, que no muchas veces es sencillo. Las Prácticas Preprofesionales se pensaron inicialmente en relación a las demandas de la referente del Programa, quien expresó la necesidad de generar vínculos estrechos y líneas de trabajo conjunto entre la Universidad y el Programa, como así también conocer las vivencias, conocimientos, comportamientos, opiniones e inquietudes sobre la sexualidad por parte de las y los estudiantes universitarios/as. La intención del Programa era atender al Artículo 2º inciso B del Decreto Provincial 127/2003, el cuál plantea que “para el efectivo logro de sus objetivos, el Programa Provincial Integral de Salud Reproductiva tendrá la función de: B) Investigación e información estadística: Conformar un adecuado sistema de información estadística y de las investigaciones referidas a todos los aspectos relacionados a la salud reproductiva efectuando además vigilancia epidemiológica y garantizando el acceso a la información” (Decreto Provincial 127/2003. Boletín Oficial 12/03/2003. Poder Ejecutivo de la Provincia de San Luis).

Surgieron distintas ideas que intentaron consensuar intereses personales y demandas institucionales a lo largo de la práctica: realizar un mapeo de medios con el objetivo de que las temáticas referidas a derechos sexuales y reproductivos ocupen un lugar en las agendas mediáticas; gestionar un espacio de Consejería en Salud Sexual y Reproductiva para que el Programa pueda brindar sus servicios a la comunidad universitaria; trabajar sobre la imagen visual a través del diseño de un nuevo logo y una página web, entre otras. Llevó varias entrevistas lograr definir una idea que tomara realmente en cuenta las demandas de la organización. Finalmente, se propuso realizar una serie de

audiovisuales que busquen fomentar la reflexión sobre la adopción de conductas sexuales placenteras, conscientes y libres, y generar acciones responsables frente al ejercicio de la sexualidad. Los audiovisuales tenían la intención de poner en diálogo los sentidos que poseen las y los jóvenes universitarios/as en cuanto a la sexualidad.

Sin embargo, esta demanda estuvo atravesada no solo por preocupaciones personales de la estudiante sino también por su recorrido como comunicadora y las reflexiones al momento de pensar en un producto de comunicación como un material crítico, posible de transformar y construir diálogo. Pensar sobre qué comunicar y a quienes llevó a entender la importancia del diálogo con las y los jóvenes universitarios (protagonistas y destinatarios de los audiovisuales) sus experiencias, realidades y necesidades sobre el conocimiento y reconocimiento de los Derechos Sexuales y Reproductivos los cuales permiten el cuidado y soberanía de sus cuerpos y sus sexualidades de una manera responsable.

La elección de trabajar desde el lenguaje audiovisual estuvo determinada por un lado por el transitar de Brenda de forma interesada por asignaturas de comunicación audiovisual, y por otro lado, por la posibilidad de visibilizar de forma creativa reflexiones sobre una temática que muchas veces no resulta sencillo de poner en común para las y los estudiantes, utilizando una herramienta lúdica como disparadora. Esta decisión implicaba pensar no sólo qué se iba a hacer, sino cómo se iba a llevar a cabo, lo que volvió imprescindible la necesidad de que acompañe el proceso dos tutoras académicas, una que pudiera articular el conocimiento en materia de comunicación desde una perspectiva de género, y otras desde el desarrollo de proyectos audiovisuales y la producción audiovisual. Con respecto a la temática, se sumó al proyecto la profesora Olga Lucero, feminista, activista, comunicadora, Doctora en Estudios de Género y docente universitaria, quien lleva años trabajando desde una perspectiva de género y hablando (tanto en el espacio del aula como por fuera de este) sobre la sexualidad, la insuficiencia de políticas provinciales en torno a las violencias de géneros, la ESI, el aborto no punible, entre otros ejes. Y en relación a la metodología, el desarrollo de la producción audiovisual estuvo acompañada en un principio por la Prof. Carolina Carlini, que a mitad del proceso debió abandonar la tutoría y tomó su lugar la Prof. Florencia Pereyra, comunicadora, productora en medios audiovisuales y docente de la asignatura Producción y Realización Audiovisual. De esta forma, a través de diversos encuentros entre la estudiante con ambas tutoras, comenzó un proceso en el cuál se fueron redefiniendo y puliendo los objetivos de la misma.

### **Carpeta de producción. Desarrollo de la idea**

Se inició la elaboración de una carpeta de desarrollo siguiendo la metodología que propone el Consejo Asesor del SATVD -TDA (2011) para desarrollo de proyectos televisivos, la cuál organiza la propuesta creativa y operativa desde la investigación, la idea, la sinopsis y el tratamiento estético, hasta el guión técnico y el plan de rodaje. Se pensaron varios dispositivos lúdicos con los que los protagonistas puedan interactuar, que funcionaran como herramienta narrativa y una forma de construir conocimiento a través de poner el cuerpo y la palabra en acción. De esta manera en el mismo momento que se realiza frente a cámara las entrevistas y las acciones lúdicas propuestas, se producen sentidos sobre esa situación, generando en este encuentro un aprendizaje.

Se definieron los perfiles de los entrevistados que serían estudiantes de las carreras de la FCH, y el público a quien estaría destinado. Aunque se planificó que los audiovisuales serían socializados y difundidos a través de distintas redes sociales de la Facultad y el Programa como un recurso pedagógico, no se pudo alcanzar este objetivo. Sin embargo, la propuesta de continuidad de este proceso de aprendizaje en un Trabajo Final posibilita la consolidación de acciones que formaron parte del proyecto inicial.

Con la intención de considerar necesidades técnicas y estéticas se llevó a cabo una primera puesta en escena del proyecto, lo que permitió reconocer que era necesario contar con un equipo de trabajo más amplio e infraestructura para la grabación. El estudio de TV perteneciente al Departamento de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas, se encontraba en remodelación. Por lo que se decidió gestionar un espacio para la grabación de los audiovisuales en el Canal Web UNSL TV, con el objetivo de poder trabajar conjuntamente con parte del equipo y

bajo la tutoría institucional de la entonces directora del canal Prof. Silvina Chavez. Los trámites administrativos y el cronograma con la disponibilidad del estudio de grabación dilataron las fechas de realización, ya que allí se producen varios programas del Canal Web UNSL TV. Finalmente, se concretó una jornada completa de grabación en el estudio con la colaboración de dos integrantes del Canal, que se ocuparon de hacer cámara y registro sonoro, la Prof. Florencia Pereyra en producción, Brenda Serán como directora, y dos estudiantes de la Lic. en Comunicación Social como asistentes.

### **Sobre los vínculos y el trabajo del contenido.**

La construcción de un vínculo entre docente y estudiante permitió poner en acción el día de la grabación un trabajo en equipo fortalecido por el tiempo compartido. Los audiovisuales contaron con la participación de nueve estudiantes de la Facultad de Ciencias Humanas, quienes realizaron dos juegos que denominamos “Mapas corporales: ¿dónde está la sexualidad?” y “Las sutilezas del sexo: ¿consentimiento sexual o abuso?”. Las preguntas estructuran el relato en tres momentos: la identidad, la acción, y la reflexión. Los protagonistas se presentaban, realizaban la actividad y luego hablaban sobre la experiencia. De las/los 8 estudiantes convocados, sólo una abandonó la experiencia porque no se sentía cómoda con las preguntas. Nos habíamos preparado para enfrentar esa situación porque había sido hablado en la planificación como un escenario posible y fue importante que haya formado parte de la experiencia, ya que ocurre cotidianamente en la producción audiovisual y se pudo reflexionar sobre cada situación reconociendo potencialidades, errores y oportunidades de mejora. Tanto la elección de los entrevistados, como las preguntas y las actividades lúdicas, que se confeccionaron conjuntamente con la Prof. Olga Lucero, fueron instancias de mucha reflexión colectiva porque allí radicaban la clave de la producción audiovisual y su desafío: preguntas que movilicen a los entrevistados, entrevistados que se expresen espontáneamente ante la cámara y actividades visualmente atractivas. Al mismo tiempo nos interpelamos acerca de la posición de poder que asumimos como realizadores de la obra documental, por sobre los relatos de los entrevistados. Se brindó una información acotada a los entrevistados sobre las actividades y las preguntas, lo cuál generó variadas reacciones, sensaciones y gestos que quedaron registradas en cada capítulo. Consideramos que los sentidos sobre la propia experiencia audiovisual son tan importantes como los sentidos producidos sobre la temática en relación a la sexualidad. Aunque el proceso de edición no fue una instancia de construcción conjunta, ya que quedó en manos de la estudiante, los audiovisuales editados fueron visionados posteriormente por los protagonistas lo que permitió conocer su mirada con respecto al producto final, habilitando el intercambio con la estudiante y la posibilidad de cambios en el relato.

Es importante destacar el valor de los espacios institucionales que en esta práctica habitamos como docentes y estudiantes. Pudimos experimentar un sentimiento de pertenencia hacia el Canal UNSL TV que nos permitió transitar sin obstáculos y saber que tenemos derecho a acceder, a formar parte de ellos y colaborar en la construcción de su identidad. En este sentido el vínculo establecido entre las realizadoras y el equipo técnico del Canal también es motivo de reflexión.

El profesionalismo y la calidez humana de los técnicos con la que acompañaron a las/los estudiantes durante el registro permitieron un trabajo de calidad que no se hubiera logrado de no contar con este espacio. Vincularse con este espacio institucional, que muchos estudiantes desconocen y otros lo ven muy alejado, es un camino y un antecedente que se construye y pensamos que puede ser el inicio de proyectos abiertos a los estudiantes y a los docentes.

### **La relación con el conocimiento.**

En el caso de esta práctica, se partió de entender a la comunicación en términos de construcción colectiva de sentidos como así también de negociación de los mismos. Ya que las relaciones que se dan entre las personas, (como todas las relaciones sociales) están mediadas por cuestiones de poder. Así, partimos de la premisa de que “la comunicación es un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas, fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento que de allí se deriva. De esta manera podemos decir que la comunicaci-

ón se define por la acción, porque es a través de nuestras acciones que vamos configurando modos de comunicación. Pero, al mismo tiempo, la comunicación que hacemos de nuestra acción, el lenguaje que utilizamos, constituye el sentido y el contenido de nuestra acción.” (Uranga, 2007, p.3)

En este sentido, es de saber que en torno a la sexualidad existen numerosas connotaciones y significaciones, como así también, que la misma ha sido históricamente territorio de disputas de sentidos por parte de las y los diversos/as actores/as sociales. Ahora bien, el objetivo inicial de esta práctica fue “Visibilizar los conocimientos/desconocimientos en cuanto a la sexualidad en los y las estudiantes universitarios/as”. Sin embargo, luego de la lectura de diversas categorías teóricas y al transitar el proceso de la práctica, pudimos reflexionar que el objetivo a abordar implicaba una subestimación de los sujetos allí mencionados.

Hablar de “conocimiento” y “desconocimiento” supone no solo una mirada hegemónica acerca del saber sino también, la tensión entre “conocimiento” e “información”, entre “saber” e “ignorancia”, entre una “voz autorizada” y otra “desvalorizada”. En la Clase 1: Educación, géneros y sexualidades (2018) elaborada por Catalina González del Cerro para el Curso virtual: Educación Sexual Integral para estudiantes de profesorado universitario, de la Facultad de Filosofía y Letras, en la Universidad de Buenos Aires (UBA), se afirma que, “esta pregunta inicial por los saberes legítimos es muy propia de la pedagogía, de la epistemología y también es algo que los feminismos se han ocupado de problematizar en particular” (González del Cerro, 2018, p.3).

Pensar las construcciones de sentido desde una perspectiva feminista implica, tal como lo conceptualiza la autora, partir de un posicionamiento teórico y político que nombra como Pedagogía Feminista: “Se trata de un enfoque que por un lado describe y denuncia los múltiples dispositivos de disciplinamiento, y por otro lado propone y pone en valor experiencias que tienden a subordinarlos” (González del Cerro, 2018, p.12). “La epistemología feminista remonta sus antecedentes a la Sociología de la Ciencia, que se desplegó con mayor profundidad a partir de la década del 60 y se ocupó de des-ocultar el carácter situado de la investigación científica” (González del Cerro, 2018, p.13).

Desde esta perspectiva, se rechaza el abordaje sobre la sexualidad y la educación de manera desarticulada “existe un imaginario instalado en torno a la educación como algo que remite a lo serio y a lo público, y a la sexualidad como vinculado a lo superficial y a lo privado” (González del Cerro, 2018, p.3). Sin embargo, González del Cerro menciona que “es en ese cruce donde emerge una oportunidad, una tensión que se presenta como una hendidura por donde revisar (y erotizar, en un sentido amplio) los procesos de enseñanza y aprendizaje. Simultáneamente es también una oportunidad para revisar (y tornar más justa y libre) la forma de habitar los cuerpos sexuados de todxs” (González del Cerro, 2018, p.13).

Cuando hablamos de sexualidad, hablamos también del deseo y del placer. Sin embargo, no podemos desconocer que “al igual que ha ocurrido históricamente con el género, persiste hoy una percepción esencialista de la sexualidad. La idea de la sexualidad como una fuerza natural, como algo eternamente inmutable, asocial y transhistórico” (Equipo Nahia, 2013, p.19). Ante ello, es fundamental reivindicar la sexualidad desde el derecho al disfrute, el cual es un derecho humano inalienable, como el derecho a la vida, a la salud, a la educación, al trabajo, entre otros, ya que, sólo si la comprendemos en estos términos, podremos abordarla políticamente: desentrañar las relaciones de poder que genera y reivindicar su dimensión como derecho humano fundamental. De esta manera, “un enfoque sobre el placer nos permite abordar la definición de salud que va más allá de la perspectiva centrada en la ausencia de afecciones o enfermedades” (OMS, 2013) permitiéndonos así, poder correrlos y no caer en un modo de reduccionismo, en una interpretación esencialista, biológica y medicalizada de la salud y la sexualidad, ya que entendemos que “la sexualidad no solo es un terreno de represión, constreñimiento y peligro, sino que es también un terreno para el placer, la exploración y la actuación” (Equipo Nahia, 2013, p.23), que debe ser abordado desde una perspectiva integral.

Teniendo en cuenta que las prácticas se basaron en la promoción de la Salud Sexual y Reproductiva como un derecho, es que retomamos el concepto de promoción de la salud, como “un modelo que responde a la idea de construcción de conocimiento y al empoderamiento, lo que contempla la toma de poder y la participación comunitaria como estrategia prioritaria” (OMS, 1986). Desde esta perspectiva “la promoción de la salud apunta al desarrollo de las potencialidades de cada individuo en su comunidad, intentando proporcionar las herramientas materiales y simbólicas socialmente disponibles que puedan ser necesarias para participar en el reconocimiento y la definición de problemas y avanzar hacia las soluciones posibles” (Perrota, 2013, p.4). A partir de esta mirada, es que se piensa a la salud sexual como un derecho, ya no desde la culpa sino desde el placer, como fuente de empoderamiento individual y grupal. En este sentido, se intentó abordar de manera consciente aquellos modos culturalmente aprendidos que operan en nuestra cotidianidad y en muchos discursos audiovisuales, para cuestionarnos, reflexionar sobre ellos y ponerlos en diálogo.

En San Luis, 12 años posteriores a la sanción de la Ley 26.150, el gobernador de la provincia de San Luis, Alberto Rodríguez Saá firmó en octubre de 2018 un decreto con el objetivo de implementar la obligatoriedad de la educación sexual integral en todos los niveles y modalidades educativas, más allá de ser públicas o confesionales. Además, firmó los decretos de adhesión a la ley de aborto no punible o derecho a la interrupción legal del embarazo, al protocolo de atención de víctimas de violaciones, la reglamentación del artículo 34 de la ley provincial que jerarquiza a los profesionales de la obstetricia y la creación de una mesa de enlace que tendrá por fin la planificación, ejecución, evaluación y monitoreo de políticas públicas con perspectiva de género.

Desde esta práctica se busca poner en discusión de manera situada las concepciones de la sexualidad desde una perspectiva de géneros, entendiendo que para avanzar en el ejercicio efectivo de estos derechos es necesario repensar, construir y deconstruir el sistema social de creencias.

Por último, en términos de estrategias metodológicas y selección de técnicas para el proceso de realización audiovisual, queremos hacer referencia a la entrevista como recurso narrativo que fue el pilar de los audiovisuales. Entendemos la entrevista como un proceso conversacional en el que la confianza y el vínculo previo establecido permitieron emerger en los testimonios la potencia de sus vivencias, la construcción de las memorias, identidades, deseos y experiencias. Además las entrevistas, como sostiene Platinga (2007) “revelan los gestos, las posturas y la entonación vocal adoptados durante la intervención, (...) sacan a relucir los múltiples modos con los que se expresa el cuerpo humano y que convierten a la comunicación interpersonal en un texto tan rico y emocionante” (p. 58).

En ese sentido, el proyecto audiovisual expresa los intereses, experiencias y visiones del mundo en torno a la sexualidad de los entrevistados. Desde esta perspectiva, consideramos que fue fundamental la confianza y la identificación que los participantes tenían con Brenda, ya que al tratarse de una trabajadora de la carrera, los estudiantes participaron de forma solidaria y se expresaron al ser interpelados/as por una entrevistadora que identificaban como “una par”.

## Reflexión final

Analizar el proceso de aprendizaje vivenciado inmersas en el proyecto de investigación que nos vincula, nos llevó necesariamente una mirada crítica hacia el propio hacer. En una práctica profesional reflexiva en la Universidad (2011) Donald Schön explica cómo en estos momentos conflictivos se “piensa sin por ello dejar de actuar y reorganiza lo que está haciendo mientras lo está haciendo” (Schön, 1998, p.55). A esta manera de ser, Schön la denomina “reflexión en acción”. Este proceso nos posibilita interpretar lo sucedido, planificar y mejorar la situación. Siendo sujetas/os críticas/os de nuestras propias experiencias y habiendo tomado unos años de distancia, nos preguntamos por los objetivos iniciales no cumplidos de compartir y difundir los audiovisuales con el público para el que fue pensado, instancia intrínseca de la producción audiovisual y habilitante de otros tipos de construcción colectiva. Nos preguntamos por la potencialidad de una herramienta como lo es la carpeta de producción, que posibilitaría la promoción de la producción audiovisual de este tipo de contenidos. Transitando un espacio académico como la

investigación desde una perspectiva de comunicación/educación, queremos también dar cuenta de la intención emancipadora con la que se construyó el registro audiovisual de la práctica, ya que busca recuperar los sentidos individuales de los protagonistas, pero que a su vez se articulen colectivamente en un nuevo sentido. Esto permite instancias de interpelación anclados en la diferencia, donde los/las sujetos/as se reconozcan desde sus lugares, sus experiencias y sus historias para construir a partir de eso tramas de sentidos compartidos que den lugar a pensarse, reflexionar y proyectar con la otra u otro. Esta instancia nos ha permitido problematizar y construir nuevos sentidos sobre la temática y sobre la misma producción, convirtiéndose en una práctica enriquecedora tanto para nosotras como para los participantes.

## Bibliografía

Consejo Asesor del SATVD-TDA (2011). Guía para el desarrollo de proyectos televisivos.

Equipo Nahia (2013). Los deseos olvidados. La perspectiva de género y de diversidad sexual en la Cooperación al Desarrollo, en la Educación para la Ciudadanía global y en la promoción y defensa de los DDHH de las personas migrantes y refugiadas. Edit. Nahia. Bilbao.

González del Cerro, C. (2018). Clase 1: "Educación, géneros y sexualidades", Curso virtual: Educación Sexual Integral para estudiantes de profesorado universitarios. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Organización Mundial de la Salud (OMS). (2013). ¿Cómo define la OMS la salud? Disponible en <http://www.who.int/suggestions/faq/es/>

Perrota, G. (2013). Promoción de la Salud y Consejería: estrategias de la Atención Primaria de la Salud en Salud Sexual y Reproductiva. Ficha de la cátedra El rol del psicólogo en el equipo interdisciplinario de salud. (materia 816)

Platinga, C. (2008) Caracterización y ética en el género documental. Archivos de la filmoteca: Revista de estudios históricos sobre la imagen, No 57-58, 1.

Schön, D. (1998). El profesional reflexivo. Cómo piensan los profesionales cuando actúan. Editorial Paidós. Barcelona, España.

Uranga, W. (2007a). Mirar desde la comunicación: Una manera de analizar las prácticas sociales. Buenos Aires, Argentina.

# La educación y los recursos tecnológicos en tiempos de pandemia y de post pandemia

Elba Clarisa Condorí  
eclarisac@gmail.com

**Universidad Nacional de Tucumán.**

## Introducción

En los 40 años de democracia ininterrumpida hubo momentos de crisis pero a pesar de eso, este sistema se mantiene. En consonancia con este modo diversas legislaciones han permitido que se produzca el reconocimiento de derechos que contribuyen al bienestar de nuestra vida en común en diferentes campos. En la educación, se destaca lo referido a los recursos tecnológicos y la legislación escolar y TIC, en particular a partir de la Ley de Educación Nacional N° 26.206 del año 2006, que plantea como uno de los fines y objetivos de la política educativa el desarrollo de las competencias necesarias para el manejo de los nuevos lenguajes producidos por las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

La pandemia de coronavirus declarada en 2020 ha dirigido la mirada y las acciones de la política educativa a revisar los recursos disponibles y a generar otros, tanto el Ministerio de Educación de la Nación, como las diferentes provincias y las instituciones educativas, a fin que la educación no quedase detenida de manera completa. Se amplió la infraestructura digital a través de la distribución de equipamiento a algunas escuelas, se brindaron algunas soluciones de conectividad; se facilitó el acceso a recursos digitales a través de los repositorios de contenidos y plataformas de gestión de aprendizajes; se intensificó la oferta de formación para el desarrollo de habilidades digitales de docentes y se digitalizaron diversos documentos.

Sin embargo, las respuestas no fueron insuficientes. Las desiguales condiciones de acceso, los déficits de equipamiento digital, la falta de preparación para enseñar y aprender a distancia y la situación social relacionada con el aislamiento social preventivo y obligatorio son algunos de los factores a destacar, situación que contribuyó a profundizar las desigualdades educativas.

El presente trabajo refiere a los recursos tecnológicos nacionales, provinciales e institucionales a disposición de los educadores, su incorporación a las actividades de enseñanza por parte de docentes de nivel primario de la provincia de Tucumán en tiempos de pandemia y analiza si se mantiene vigente, se incrementó o descendió el nivel de articulación TIC/Educación en la post pandemia.

## Respuestas educativas digitales de emergencia

En Argentina, como en el mundo, la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) a los procesos de enseñanza y aprendizaje son parte de un proyecto de larga data con mucha lentitud en su aplicación efectiva. En ese sentido, el contexto de la pandemia y la suspensión de actividades presenciales en marzo de 2020 se presentaron como una oportunidad para consolidar políticas digitales e instalar modelos de educación híbrida. A fin de sostener la continuidad pedagógica y aumentar las oportunidades efectivas para que niños y jóvenes no vean alteradas sus trayectorias escolares durante la pandemia, las políticas educativas buscaron ampliar las posibilidades de aprendizaje de los alumnos, en especial con los recursos TIC. Las autoridades nacionales y provinciales desarrol-

laron un conjunto de respuestas educativas digitales de emergencia: se distribuyó equipamiento, se buscó ampliar el acceso a internet, se crearon plataformas educativas y contenidos pedagógicos, se capacitó de forma masiva a docentes y se digitalizaron diversos materiales de estudio con el fin de mantener las actividades de enseñanza y de aprendizaje.

## **Distribución de recursos**

Las medidas de aislamiento social pusieron de relieve los déficits de equipamiento digital de los hogares. Ante tal situación, durante 2020, el gobierno nacional volvió a hacer entrega directa de dispositivos digitales a estudiantes, los que se agregaron a los ya entregados a través de distintos programas. El Ministerio de Educación apeló a la reparación de netbooks o tabletas que habían sido adquiridas en el pasado y aún no habían sido distribuidas. Según la Secretaría de Evaluación e Información Educativa (SEIE-ME, 2020b), distribuyeron 132.000 dispositivos a estudiantes del primer año del ciclo superior del nivel secundario de gestión estatal de 33 municipios del conurbano bonaerense y de las 10 provincias del Norte Grande, priorizando escuelas con alta proporción de estudiantes con nivel socio económico bajo (SEIE-ME, 2020b). Se ampliaron los créditos con tasas diferenciales para docentes ofrecidos por el Banco Nación. La cantidad de equipos demandados alcanzó las 55.000 computadoras (Ministerio de Educación, 2020), equivalente a alrededor del 5% de docentes del país. En agosto de 2020, se presentó el Plan Federal Juana Manso, que incluye cuatro componentes: equipamiento, conectividad, plataforma educativa y formación docente. En ese marco, el Ministerio de Educación nacional se propuso para 2021 adquirir 633.000 computadoras con conectividad destinadas a alumnos y alumnas de secundaria (Educ.ar, 2021), que beneficiarían al 5,5% de estudiantes de niveles obligatorios del país. Las autoridades educativas provinciales también impulsaron iniciativas de entrega de equipamiento a estudiantes.

## **La conectividad**

Según los datos de los cuestionarios complementarios Aprender 2018, el 19,5% de estudiantes de sexto grado de nivel primario y el 15,9% del último año de secundario no contaban con conexión a internet en su hogar, situación muy desigual por jurisdicción y por nivel socio económico. Mientras la mayoría de los estudiantes de nivel primario de los sectores más altos accedían a internet, en algunas provincias menos del 30% de estudiantes de sectores más bajos tenían conectividad.

Se establecieron acuerdos entre el Ministerio de Educación Nacional, ENACOM y gobiernos provinciales con empresas de telecomunicaciones para permitir la navegación gratuita con datos móviles en los portales educativos nacionales y de las provincias (SEIE-ME, 2020b). El Poder Ejecutivo Nacional declaró a los servicios de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y el acceso a las redes de telecomunicaciones como servicios esenciales. El decreto 690/2020 estableció que las compañías deberán brindar una prestación básica universal y obligatoria (PBU) con una tarifa diferencial regulada por ENACOM. Las personas beneficiarias de la Asignación Universal por Hijo y sus hijos e hijas de entre 16 y 18 años fueron incluidos como destinatarias prioritarias de la PBU.

## **Plataformas de contenidos y aulas virtuales**

Se crearon diversas plataformas educativas con el acceso a contenidos, la comunicación entre estudiantes, docentes y familias, y la evaluación, entre otras. También se crearon repositorios de contenidos, los que almacenan recursos educativos multimedia y brindan la posibilidad de descargar y transformar los objetos digitales para incorporarlos a recorridos de aprendizaje con sentido para cada estudiante, y plataformas de gestión del aprendizaje.

El gobierno nacional distribuyó contenidos educativos a través de la multiplataforma Seguimos Educando. La primera semana de aislamiento, el Ministerio de Educación lanzó un repositorio digital con una selección de contenidos de Educ.ar. Se produjeron contenidos para TV, radio y cuadernillos, que fueron digitalizados e incorporados al repositorio. El gobierno también difundió y puso a disposición otros portales de contenidos previamente creados, como

el Banco de recursos de Educ.ar y la Biblioteca Nacional de Maestras y Maestros. En agosto, en el marco del Plan Federal Juana Manso, el Ministerio de Educación nacional lanzó la plataforma Juana Manso, un entorno virtual de enseñanza y de aprendizaje, que actualmente incluye un repositorio federal de recursos educativos abiertos (RREA) y una plataforma de gestión de aprendizajes (aulas virtuales), con contenidos para todos los niveles y modalidades (con excepción de Educación Rural) y áreas de conocimiento contempladas en los NAP.

Al finalizar el 2020, las 23 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires contaban con al menos una plataforma digital.

Además, distintas organizaciones pusieron a disposición portales educativos de manera gratuita durante el tiempo que duró la pandemia. El Ministerio de Educación nacional nucleó la oferta gratuita de distintos organismos en el sitio La educación nos une.

La Evaluación Nacional de Continuidad Pedagógica refleja que el uso de los repositorios de contenidos de los ministerios de educación fue relativamente bajo. Menos de la mitad de las y los docentes los utilizaron para desarrollar su propuesta de continuidad educativa en la primera mitad del 2020. En primaria, el 40% del conjunto de docentes los usó; en inicial y secundaria, solo el 26% y 27%, respectivamente.

La mayoría de las y los docentes elaboraron especialmente algunos o todos los contenidos que utilizaron. Según la Evaluación nacional del proceso de continuidad pedagógica” (SEIE-ME, 2020), el 88% de docentes de inicial grabó audios o videos. En secundaria y primaria, el 57% y 51%, respectivamente, preparó especialmente actividades para que sus estudiantes descarguen o copien y resuelvan. Los materiales impresos fueron recursos utilizados por una gran proporción de docentes. En primaria y secundaria, casi el 70% incorporó estos recursos preexistentes a sus propuestas de continuidad educativa. En el caso de los cuadernillos de Seguimos Educando o materiales impresos de las jurisdicciones, su uso fue más intensivo en primaria (49%) y en inicial (37%) que en secundaria (18%).

## **Formación continua y acompañamiento a docentes**

La Encuesta Nacional sobre Integración de TIC en la Educación Básica Argentina, realizada por UNICEF en el 2013 reveló que el 54% de las y los docentes de primaria y secundaria del país había participado, en promedio, de dos cursos de formación relacionados con el uso de las TIC (Tedesco, Steinberg y Tófaló, 2015). No siempre esa capacitación influyó en la incorporación efectiva de las mismas en el aula.

En síntesis, la oferta de formación del 2020/2021 fue abundante y variada en todo el país. Las provincias operaron de distinta forma, aunque ninguna contó con una plataforma de acceso libre con todas las propuestas formativas.

Los docentes, interpelados por las decisiones políticas-educativas, incorporaron la tecnología como medio de transmisión de actividades de enseñanza en el mundo entero, más allá de las dificultades, carencia de algunos recursos y de falta de preparación adecuada. En Tucumán, según el Monitoreo de Evaluación Provincial entre fines de marzo y de mayo de 2020 el 95 % de los alumnos de escuelas primarias accedió a actividades de enseñanza a través de medios tecnológicos, entre los que se destacan los celulares y las computadoras.

Sin embargo, en las zonas rurales la carencia de energía eléctrica imposibilitó en muchos casos la actividad, provocando la deserción o la desvinculación, situación que se trató de recomponer en el año 2021 cuando se retomó la presencialidad.

## **La situación durante y después de la pandemia en la enseñanza**

A partir del impacto que tuvo la pandemia COVID 19 se busca saber cómo los docentes vivenciaron la incorporación de recursos tecnológicos a los modos de enseñanza y cuál es la situación hoy. A tal fin, se aplicó una encuesta en un

grupo de docentes en base a cuyas respuestas se pueden citar las siguientes conclusiones:

La mayoría de los docentes encuestados considera que es de mucha importancia utilizar los recursos tecnológicos como apoyo didáctico en los procesos de enseñanza en tanto favorecen los procesos de aprendizaje. Sin embargo, consideran que su manejo ronda entre lo suficiente y lo bueno, a pesar que hoy sienten un buen nivel de confianza para emplear estos medios tecnológicos en las actividades destinadas a los estudiantes. El uso de herramientas de fácil uso y acceso como el correo electrónico o algunas redes sociales como whatsapp o facebook, y las clases virtuales a través de zoom, por ejemplo, fueron de gran utilidad para mantener la comunicación y compartir información.

Con relación a las **dificultades** que tuvieron durante este tiempo de escasa o nula presencialidad, todos los docentes encuestados enuncian las siguientes:

a. La falta de instrumentos tecnológicos para recibir clases de forma virtual, y/o la falta de conectividad ha producido la desvinculación o la exclusión de muchos estudiantes. En la Argentina hay zonas vulnerables en muchas provincias. En Tucumán, por ejemplo, en la zona de alta montaña, la señal es intermitente o hay que caminar grandes distancias para acceder a la misma. A veces solo una antena es la responsable de brindar señal telefónica, de internet, radio y tv, y al saturarse dificulta el acceso a su mayoría. Por otra parte, las desigualdades sociales y económicas que existen en el país en muchos casos implica que en algunas familias por ejemplo hubo un solo celular por familia o una sola computadora. Los docentes no siempre contaron con los elementos necesarios para poder dictar clases desde su hogar, considerando que hay otros familiares con los cuales compartían estos recursos.

b. Las dificultades técnicas como la pérdida de conexión, ruidos distractores provenientes de los hogares en el caso de las videoconferencias en tiempo real.

c. Las actitudes, creencias y expectativas de los maestros y profesores en el campo TIC/educación, la falta o escasez de competencias digitales necesarias para hacer frente a la digitalización

d. La falta de coincidencia de tiempos para lograr conexiones grupales, sobre todo por la falta de disposición de una computadora o un celular por cada alumno.

e. La falta de preparación de los docentes para incorporar las TIC como un recurso pedagógico: Aún hoy los docentes tienen el desafío y la necesidad de contar con las habilidades necesarias para incorporar herramientas tecnológicas en sus clases, y al mismo tiempo poder fomentar en los alumnos competencias necesarias para su aprendizaje y el pensamiento crítico y reflexivo. Es necesario que los docentes diseñen actividades que favorezcan la actividad intelectual de los estudiantes, más allá del valor instrumental de las TIC. Para eso se necesita mucho tiempo de planificación y búsqueda de actividades de parte de los docentes, previo a las actividades de enseñanza.

f. La sobrecarga que implicó encontrarse en diversos grupos de whatsapp no solo con los alumnos, sino además con los familiares, lo que se unió al uso indiscriminado del tiempo, más allá de la jornada escolar.

En cuanto a los **retos** que todos coinciden en mencionar, se destacan:

a. Los docentes tuvieron que convertirse, de un día para otro, en maestros a distancia, esto es, en usuarios de las herramientas tecnológicas que les permitiesen trasladar las clases del aula a las casas de sus alumnos. Este cambio implicaba además un confinamiento de toda la sociedad, lo que en muchas ocasiones se vivió con mucha presión, ya que el dictado de las clases desde la casa, en familia, radicalmente distinto a estar en una institución educativa.

- b. Llegar con contenidos curriculares a través de medios tecnológicos a todos los alumnos.
- c. Lograr que los padres entiendan y colaboren con este modo de enseñanza.
- d. Aprender a usar las herramientas tecnológicas mediante la exploración e indagación personal.

Con relación al **proceso** que los docentes tuvieron que afrontar en este período de pandemia, los docentes encuestados manifiestan:

- a. Un proceso complejo debido a que no tenían muchos conocimientos relacionados con los modos posibles de incorporación de las TIC en la enseñanza.
- b. Un proceso de ensayo y error.
- c. Difícil, porque pensaban que los alumnos sabían más que ellos.
- d. Muy satisfactorio porque sintieron que pudieron seguir enseñando, más allá de la pandemia y el confinamiento.

En cuanto a la situación post pandemia, los docentes manifiestan que continúan incorporando las TIC en sus clases, toda vez que cuentan con las condiciones. De hecho, el uso e integración de las TIC en las instituciones educativas sigue hoy atravesado por tensiones y presiones de índole económica, política, pedagógica, social y cultural.

Más allá que la situación de excepcionalidad producida por la pandemia produjo que la mayoría de docentes y alumnos estuvieron conectados con la tecnología, hoy ha disminuido su nivel de uso. Lo destacable es que algunos docentes asisten a cursos relacionados con el campo TIC/educación, conscientes de la necesidad de capacitación.

La experiencia de la enseñanza virtual ha provocado ciertos niveles de estrés en los docentes, sin embargo consideran que la situación de emergencia les ha servido a muchos para valorar a las TIC como un recurso interesante y posible. En la actualidad, cuando en alguna ocasión como lluvias o cortes de ruta impiden a los docentes llegar a la escuela, expresan que se comunican de manera virtual con los alumnos para no perder las clases. Además, muchos optaron por seguir en comunicación con los padres de familia y los alumnos a través de aplicaciones como whatsapp o facebook.

En general, se puede decir que los docentes han valorado como imprescindible usar los recursos tecnológicos durante la pandemia y al mismo tiempo expresan la necesidad de adaptarse a los cambios y transformaciones de la enseñanza, la experiencia de una enseñanza virtual los ha motivado. Se cuenta así con una nueva visión docente hacia otros recursos y metodologías y una actitud positiva para actualizar la formación presencial incrementando el uso de las TIC.

Son las políticas educativas las que deberán hacerse cargo de todo lo atinente con vistas a continuar en el camino de la modernización de la enseñanza y de los modos de aprender a través de la distribución de recursos, de democratizar el acceso a través de la señal de internet y de la formación de los docentes. Durante la emergencia se han evidenciado las brechas de conectividad en el territorio nacional pero la apropiación de las tecnologías por parte de todos los sectores educativos ha significado un verdadero reto educativo, y una oportunidad para innovar el rol docente. La utilización de las TIC y su consolidación como recurso educativo, como medio para la enseñanza, remite a pensar en la formación y el perfeccionamiento docente, sobre todo si se tiene en cuenta que no todos los docentes poseen las competencias digitales necesarias para hacer frente a la digitalización.

Estos cambios, no ya ante una situación de emergencia como la pandemia del covid 19, pueden ayudar a fomentar el autoaprendizaje de los alumnos, cada uno podría estudiar a su propio ritmo, en el horario que le convenga, ahorrando tiempo y dinero; pueden desarrollar actividades de investigación aprender a seleccionar información

confiable en las redes.

Visto así, la incorporación de las TIC se ofrece como una oportunidad en el ámbito educativo y como un derecho de los educandos a recibir educación donde la innovación permita mejorar la calidad de la enseñanza. En definitiva, ese es el reto planteado a 40 años de democracia ininterrumpida.

## Bibliografía

Cardini, A., Bergamaschi, A., D'Alessandre, V. y Ollivier, A. (mayo de 2021). Educar en tiempos de pandemia. Un nuevo impulso para la transformación del sistema educativo digital en la Argentina. Buenos Aires: CIPPEC y BID.

Díaz-Arce, D., & Loyola-Illescas, E. (2021). Competencias digitales en el contexto COVID 19: una mirada desde la educación. *Revista Innova Educación*, 3(1), 120-150. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2021.01.006>

González Elices, Patricia (2021). Consecuencias y uso de las TIC entes y después del coronavirus: un estudio piloto. *International Journal of Developmental and Educational Psychology/INFAD Revista de Psicología*, N°2 - Volumen 1, 2021. ISSN: 0214-9877. pp:211-220.

Laro, E. (2020). Innovar enseñando: la educación del futuro. Las TICs como factor motivador en la enseñanza. *Revista Jurídica de Investigación e Innovación Educativa (REJIE Nueva Época)*, (21), 11-23.

Sandoval, C. (2020). La educación en tiempo del Covid-19 herramientas TIC: El nuevo rol Docente en el fortalecimiento del proceso enseñanza aprendizaje de las prácticas educativa innovadoras. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 9(2), 24-31. <https://doi.org/10.37843/rted.v9i2.138>.

Tedesco, J.C., Steinberg, C. y Tófaló, A. (noviembre 2015). Principales resultados de la Encuesta Nacional sobre Integración de TIC en la Educación Básica Argentina. Programa TIC y Educación Básica. Informe general. UNICEF. Recuperado de: <https://www.unicef.org/argentina/media/546/file/Informe%20general.pdf>

# Profesorado Universitario en Comunicación Social Egresados y prácticas educativas

Laura Vargas

[laura.vargas.972@unc.edu.ar](mailto:laura.vargas.972@unc.edu.ar)

Antonella A. Díaz Heredia

[antodheredia@mi.unc.edu.ar](mailto:antodheredia@mi.unc.edu.ar)

Carolina Wannas

[carolina.wannaz@unc.edu.ar](mailto:carolina.wannaz@unc.edu.ar)

**FCC- UNC**

## Introducción

La presente ponencia tiene como objetivo abordar los resultados de la investigación “*Cartografía de egresados del profesorado: aplicación de entornos digitales en las prácticas docentes*”, la cual tuvo como objetivo central conocer y describir la distribución cartográfica de la inserción laboral de los egresados del Profesorado Universitario en Comunicación Social, carrera correspondiente a la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba, en el ámbito educativo.

La población estudiada se constituyó en su totalidad de 5 cohortes de 2013, 2014, 2015, 2016, de egresados del Profesorado Universitario en Comunicación Social de la FCC-UNC.

La temática de investigación se centró en el análisis sobre la inserción de los egresados del profesorado de dicha comunidad académica, en centros educativos de nivel secundario de nuestro país y la observación sobre la aplicación que hacen dichos sujetos de las herramientas digitales en la práctica docente.

A su vez, se propusieron como objetivos específicos:

- conocer los aportes 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;
- y 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.

Esta investigación se encuadró en el campo de la comunicación/educación, en el que confluyen, parafraseando a Jorge Huergo (2010), vertientes que dialogan en torno a lo pedagógico, lo que nos permitió abordar el análisis de la formación docente desde distintas perspectivas, dimensiones y campos disciplinares.

Este espacio transdisciplinario, de acuerdo al autor, está “movido más por un campo problemático común con relaciones tensas, que por miradas disciplinares escindidas; lo que significa devolver el carácter ético político al campo de Comunicación/Educación”.

En este sentido, se mira a la comunicación social en cuanto a la construcción de sentido y significados, y en con-

dancia a la educación como un modo de producción de sujetos y subjetividades, anudándose ambos campos en el abordaje de problemáticas sociales y de intervención.

Cabe agregar que la noción de “campo” fue abordada desde la perspectiva teórica de Pierre Bourdieu (1979). Dicho autor atañe a la idea de “campo social”, entendiéndolo como un espacio social de acción y de influencia donde convergen las relaciones sociales. Esto nos permitió abordar el análisis de los egresados del profesorado en el marco de la educación, de cómo disputan su lugar con otros campos disciplinares.

Como mencionamos anteriormente, Bourdieu, propone la noción de “campo social” como un espacio social de acción y de influencia en el que convergen relaciones sociales determinadas, tratándose de una red de relaciones objetivas entre posiciones.

En esta línea, tomamos la idea de campo educativo- donde se insertan los egresados del profesorado universitario- dado a que se desarrollan reglas de juego dentro de la institución, tanto estudiantes como docentes ocupan espacios disciplinares distintos y necesitan saber cuál es su posición y/o margen de maniobra. Es decir que, parafraseando a Gloria Edelstein (2003), probablemente exista una disputa entre agentes educativos lo que configura la vida en las aulas, implica conflictos de valor que cargan de sentido los pronunciamientos políticos y éticos, reflejado específicamente en la práctica docente (P 71).

En cuanto a la metodología implementada podemos decir que fue del tipo cualitativa, lo que nos permitió la triangulación de técnicas de recolección de datos, enmarcado en un tipo de estudio de nivel exploratorio.

Aquí, la categoría de “cartografía social-pedagógica” (originada en la IAP-Investigación Acción Participativa), implicó una investigación con enfoque comprensivo crítico, en base a esto se eligieron las técnicas y se diseñaron los instrumentos de recolección de datos.

Para la obtención de resultados se utilizó encuestas y entrevistas semi estructuradas. Se consultó a los egresados del profesorado en comunicación social sobre sus motivaciones personales durante el cursado de la carrera, las herramientas digitales aprendidas y su aplicación en la práctica profesional, sobre el lugar donde llevaban a cabo su labor docente, la institución, sus experiencias en los diferentes espacios, el recorrido pedagógico en el proceso de inserción laboral, entre otros.

## **Comunicación-Educación y la Cartografía Social-Pedagógica**

En concordancia a lo expuesto anteriormente, cabe resaltar que la formación docente debe ser entendida como un proceso, una densidad simbólica, cultural y política.

Estudiar la formación docente en el campo de la Comunicación-Educación implica analizarla como un proceso, incluyendo también el estudio sobre las herramientas digitales, en el que ambos se desarrollan y adquieren una carga de sentido y/o impacto histórico, social y político.

En esta línea, la cartografía social-pedagógica abordó el estudio sobre agentes educativos en particular (egresados) puntualizando en su desempeño y/o rol en el ámbito educativo.

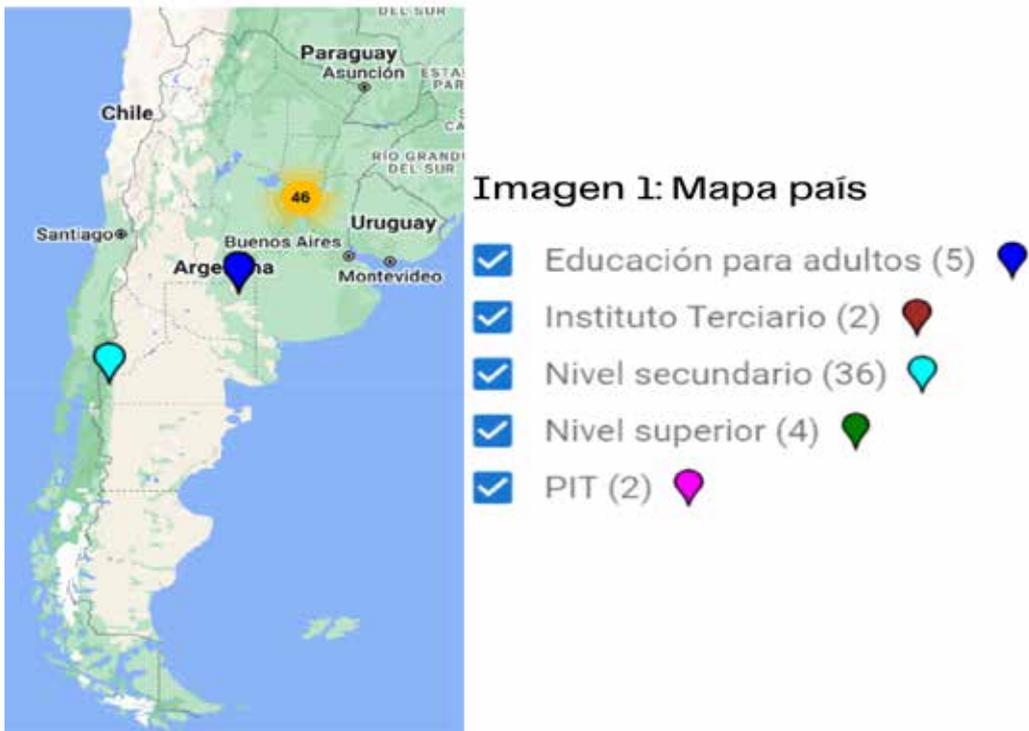
El empleo de la cartografía, parafraseando do a Barragán Giraldo y Amador Báquiro (2014) nos permite pensar a la escuela como ámbito de praxis, es decir, un lugar donde se desarrolla una práctica pedagógica que nos da la posibilidad de emancipación (P 131).

## **El territorio y los agentes educativos**

Los egresados del profesorado universitario en comunicación social de la FCC-UNC, fueron estudiados como agentes educativos en territorio. Éste último término alude al ámbito educativo donde desempeñan la labor docente.

Por ende, “territorio” engloba la idea de la participación de los egresados (docentes) en el campo educativo, considerando a su vez su compromiso, las relaciones, prácticas y sus interacciones que desarrollan allí, además de las posiciones que allí se disputan en los espacios curriculares.

### Distribución de egresados en el país



Los resultados de las encuestas determinaron que, por un lado, con respecto a la distribución geográfica a nivel país de los egresados del profesorado universitario en comunicación social de la FCC-UNC, la mayoría trabaja en la Provincia de Córdoba, mientras que el 2,13% de los egresados encuestados desempeña su labor en las provincias de Catamarca, La Pampa, Río Negro, Santa Fe y Santiago del Estero.



Por otro lado, a nivel provincial, el 80% de los egresados se encuentran trabajando en la Ciudad de Córdoba, mientras que el 20% restante lo hace en el interior de la provincia.

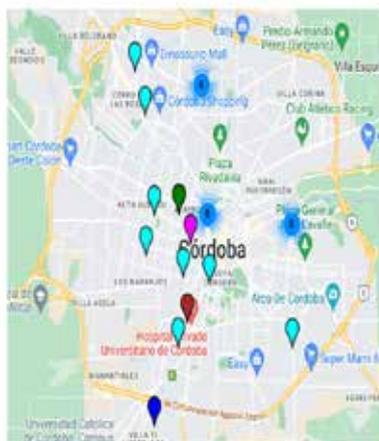


Imagen 3: Mapa Ciudad de Córdoba

- Educación para adultos (2)
- Instituto Terciario (2)
- Nivel secundario (25)
- Nivel superior (3)
- PIT (2)

La mayor parte de los egresados están ejerciendo su profesión en escuelas estatales, desempeñando sus labores en diferentes niveles de educación secundaria, terciaria y superior, en contextos y realidades educativas distintas.

#### Aplicación de herramientas digitales en la práctica docente

El estudio sobre la aplicación de las herramientas digitales implementadas por los egresados en la práctica docente (prácticas de enseñanza), fue el eje transversal de la investigación.

Los resultados obtenidos demostraron que, por un lado, el carácter procesual de las herramientas digitales en la práctica docente, tal como sostiene Jorge Huergo (2010), carga de sentido y/o impacto histórico, social y político específico dentro del ámbito de la comunicación/educación.

Por otro lado, se evidenció la carencia y falta de formación y uso de recursos digitales por parte de los docentes. La falta de capacitación formal supuso la búsqueda individual de los egresados en la especialización, profundizando conocimientos en lo que concierne a digitalización del contenido, aulas virtuales, utilización de recursos tecnológicos y/o aplicaciones, etc.

(...) “No se acompañan mucho los avances tecnológicos porque hay fundamentos de que se priorizan más contenidos quizás teóricos que prácticos” (Entrevistas del Profesorado).

También, se demostró la falta de recursos y conectividad por parte de los estudiantes. Es imprescindible aclarar que los resultados indicaron que sólo el 34% de los estudiantes contaban con dispositivos tecnológicos, como por ejemplo celulares, donde la conectividad era brindada por la institución escolar. En contraposición, el 46,8% de los estudiantes no tenían recursos tecnológicos ni conectividad. A esto, se agrega que solo el 19,1% tuvo acceso a internet y a algún dispositivo.

## Emergencia sanitaria y herramientas digitales

Nuestros sujetos de estudio (egresados), con respecto al contexto de emergencia sanitaria causada por la pandemia del Coronavirus (Covid-19), resaltaron el impacto que tuvo la incorporación de herramientas digitales en el desarrollo de la práctica docente.

El dictado de clases virtuales y presenciales, una vez llevadas a cabo luego del levantamiento de las medidas de aislamiento social, se vieron afectadas por el uso de herramientas digitales lo que acompañó y potenció el trabajo docente acercándolos a la adquisición y/o producción de nuevos conocimientos.

Además, esto implicó la reconfiguración de la labor docente en el uso y manejo de las herramientas digitales, donde muchos de los docentes se apropiaron de ellas, capacitándose en su uso.

Esta apropiación supuso la digitalización de los contenidos escolares de la materia, lo que significa un fácil acceso por parte de los estudiantes al material en un futuro.

(...)“muchas veces nos falta tiempo para sentarnos y preparar material. Entonces sobre todo ni hablar de las materias de comunicación fue el momento como para armar material, para sentarme, para buscar, para aprender programas...Si bien trabajamos con meet, con el zoom también como nuevas herramientas digamos para brindarle a los estudiantes” (Entrevistas del Profesorado).

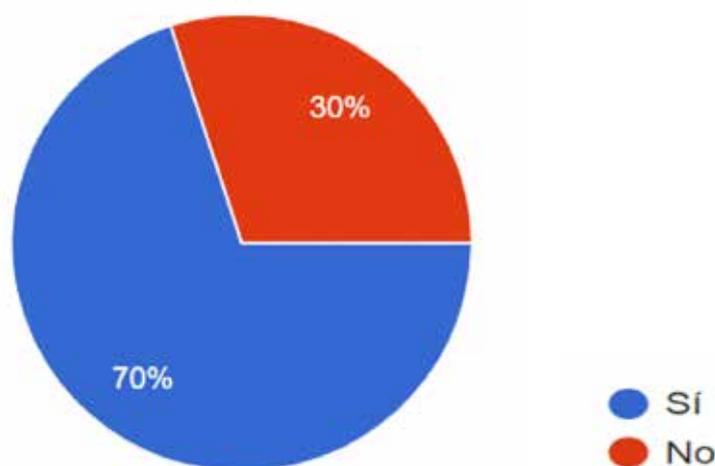
## Perfil de los egresados

En las entrevistas realizadas se arribó a los siguientes datos:

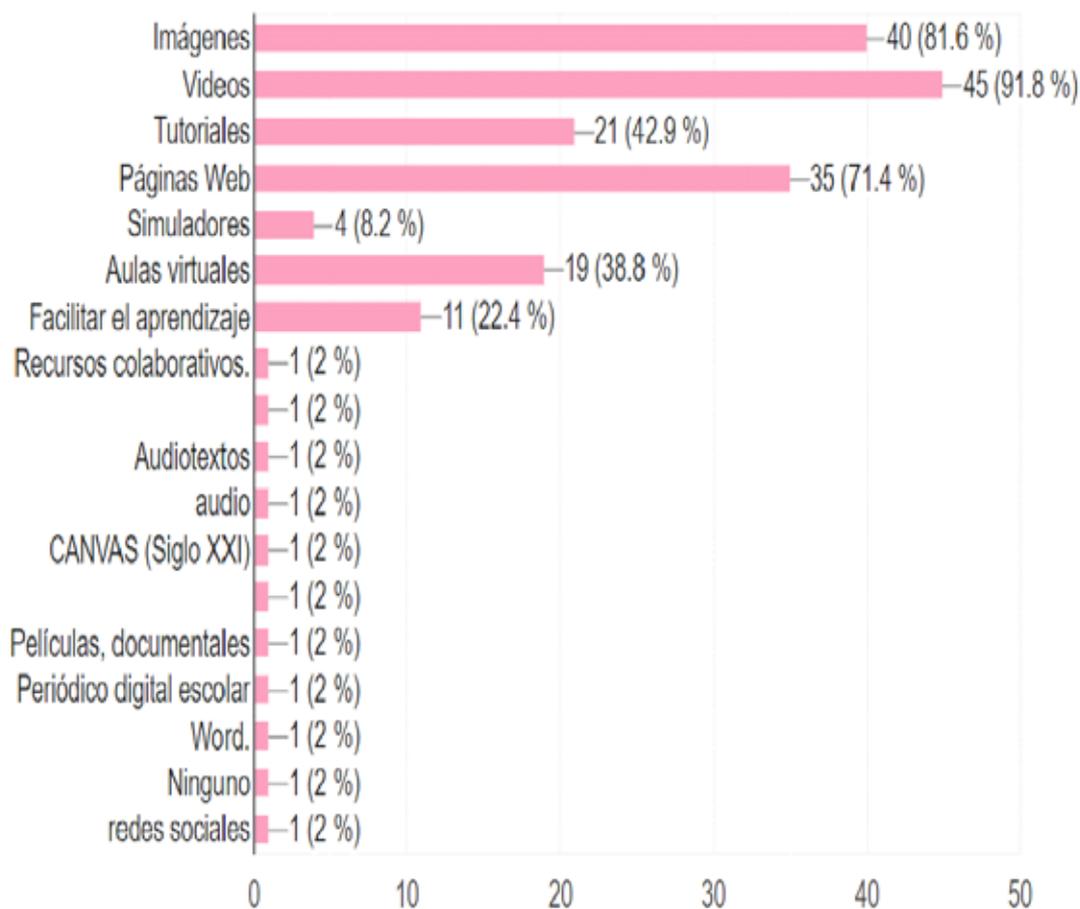
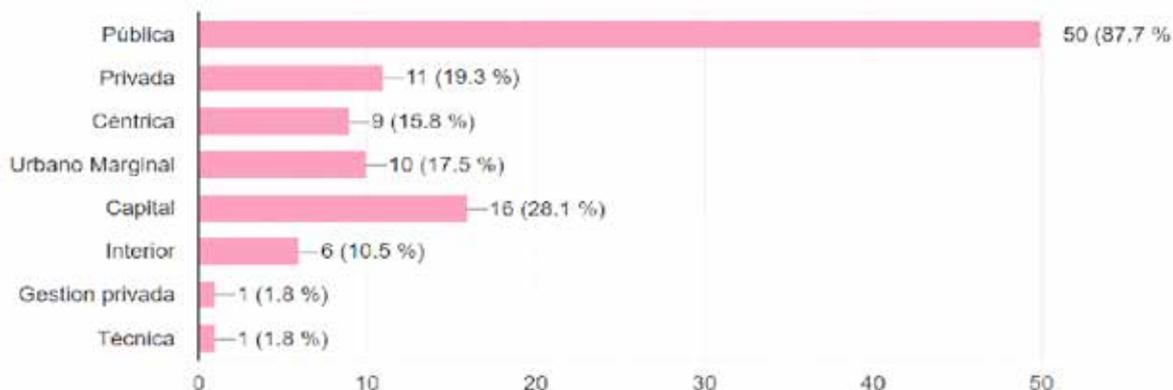
¿Por qué eligió cursar el profesorado?

Con respecto a la pregunta ¿qué los ha motivado a realizar el profesorado y si ese motivo fue otra alternativa laboral? El (70,4%) respondió que sí y solo el (15%) manifestó explícitamente que lo hicieron para poder ampliar la formación sobre el campo de la Comunicación/Educación y otros mencionaron la idea de vocación docente sentida en primera persona o heredada.

Consideramos que las respuestas referida a la elección del profesorado como salida laboral, está motivada en algunos casos por el achicamiento del campo profesional en los medios de comunicación y la ampliación del campo de la Comunicación/educación, es un posible horizonte laboral.



Otro hallazgo planteado que les brindó el cursado del profesorado es que la formación y el tipo de aporte teóricos brindados, son importantes insumos con los cuales pueden realizar una secuencia didáctica o algún tipo de informe escolar que requiera de una reflexión específica.



Por otra parte, en cuanto al recorrido pedagógico realizado por los egresados, en cuanto a su proceso de inserción laboral, los resultados obtenidos dan cuenta de que el profesorado como titulación habilita para el trabajo no sólo materias relacionadas con la comunicación social sino también habilita el dictado en común de asignaturas como *Lengua y Literatura y Formación para la Vida y el Trabajo*.

Acerca del ejercicio de la docencia los egresados, en su mayoría, se han insertados en escuelas estatales. No obstante, nos parece pertinente señalar que, según lo expresado por las entrevistadas, hay una dispersión de las escuelas donde desempeñan su labor docente.

Por último, es importante señalar cómo las prácticas docentes durante el 2020 y 2021, en el contexto del aislamiento social por la pandemia del covid 19, se vieron atravesadas por el empleo de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) lo que configuró nuevas prácticas y la adquisición de nuevos conocimientos en el empleo de herramientas y/o dispositivos digitales. Es decir, éstas pasaron a ocupar un lugar privilegiado.

*“De la pandemia, digamos, lo que me dejó fue justamente el poder trabajar en herramientas digitales que antes la verdad no lo hacía. En principio tengo classroom con todos los cursos y después, qué sé yo, por ejemplo, tengo proyectado trabajar con un programa para grabar podcasts, que antes tampoco lo hacía sinceramente por una cuestión de tiempo creo. Y ahora sí herramientas como las que yo usaba como las de paddle, que por ahí era para preparar un tema y debatirlo, como que ahora al volver a la presencialidad eso se pudo hacer cara a cara” (Entrevistas del Profesorado).*

#### Palabras finales

A modo de cierre, podemos decir que resulta necesario políticas públicas que acompañen los procesos de enseñanza y aprendizaje. Es necesario una capacitación formal a los docentes en el uso de recursos y/o herramientas digitales, actualización de hardware, software, y brindar conectividad a los estudiantes. De este modo se aseguraría que la relación sea bidireccional, lo que potencia a la educación como derecho, como algo primordial que asegure el acceso equitativo de todos.

#### Bibliografía

- Barragán, D. y Amador, J.C. (2014). La cartografía social-pedagógica: Una oportunidad para producir conocimiento y repensar la educación. *Itinerario Educativo*, (64), 127-141
- Bourdieu, Pierre (1930-2002). Francia. Sentido práctico y autosocioanálisis.
- Bourdieu, P. (2007). La teoría social de Pierre Bourdieu. En J. Cristiano, & M. y. Giletta, *Teoría Sociológica. Introducción a los contemporáneos* (pág. 47). Córdoba: Brujas.
- Diseños Curriculares para la Educación Secundaria, Ministerio de Educación, gobierno de la provincia de Córdoba.
- EDELSTEIN, Gloria. Reflexión sobre las prácticas de enseñanza. Argentina.
- Educación, Formación e Investigación, Vol.1, N°1. ISSN 2422-5975 (en línea). Abril de 2015.
- EDELSTEIN, Gloria. LA ENSEÑANZA EN LA FORMACIÓN PARA LA PRÁCTICA.
- Gloria Edelstein. Cuadernos de Educación Año XI – N° 11 – septiembre 2013 ISSN 2344-91521 CIFYH - Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Reseña. Formar y formarse en la enseñanza.

# Prácticas de formación y comunicación: el caso de las prácticas pre- profesionales en la Universidad Nacional de San Luis

Sonia Ávila

soniaayelen.avila@gmail.com

**Universidad Nacional de San Luis**

## Introducción

El presente trabajo es parte del proceso de investigación realizado para acceder al título de Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de San Luis.

La tesis de grado se tituló “Prácticas de formación. Un análisis acerca de las configuraciones comunicacionales en las prácticas pre-profesionales de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNSL” y buscó indagar acerca de las configuraciones comunicacionales en un espacio curricular específico como son las prácticas pre-profesionales (PPP).

En este sentido, los objetivos planteados tienen que ver con identificar las instituciones, los sujetos involucrados y las prácticas realizadas por los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social, y, además, describir las características de las prácticas pre-profesionales identificadas. Para poder cumplir estos es que se elige a la materia de las Prácticas-Pre Profesionales de la Licenciatura en Comunicación Social ya que es un lugar de síntesis en la carrera en donde se ponen en juego todos los conocimientos trabajados en la carrera y, en este sentido, prepara a los estudiantes para el quehacer profesional a futuro.

De este modo, los corpus utilizados para este trabajo contaron con planes de estudio de la carrera, programas de la materia de las PPP y planes y sistematizaciones de prácticas de estudiantes realizados en el periodo 2012-2016.

En esta oportunidad, se busca recuperar y sintetizar algunos de los elementos trabajados en dicha investigación.

## Campo de la comunicación

Las configuraciones comunicacionales forman parte de lo que Raúl Fuentes Navarro define como Campo Académico de la Comunicación, este incluye

la teoría, la investigación, la formación universitaria y la profesión, y centramos el concepto en las prácticas que realizan actores o agentes sociales concretos -sujetos individuales y colectivos- con el fin de impulsar proyectos sociales específicos; en este caso, estructuras de conocimiento y pautas de intervención sobre la comunicación social. (1992, p. 2)

A partir de esta definición, resulta necesario recuperar algunos elementos históricos que ayudan a pensar la conformación del campo en la actualidad y brinda pistas para reflexionar sobre las particularidades de la comunicación. Estos son: los perfiles de formación, el inicio de la investigación en comunicación y el campo profesional.

En cuanto a formación en comunicación, cuando las carreras de comunicación se institucionalizaron se fundaron

perfiles en relación a lo que un comunicador podría hacer, en este aspecto, Fuentes Navarro (1992) toma tres modelos: el primero es el de la *formación de periodistas* que tiene que ver con la habilitación técnico-profesional de las prácticas periodísticas.

El segundo modelo, fundado en 1960 en la Universidad Iberoamericana de México, es el que concibe al *comunicador como intelectual*, desde una perspectiva humanística que gracias al dominio de las técnicas de difusión pone su saber y su mensaje al servicio de la comunidad. El énfasis estaría puesto en la solidez intelectual proporcionada por las humanidades, ante la cual la habilitación técnica estaría subordinada, y a través de los medios tener la capacidad para la transformación de la dinámica sociocultural.

El tercer modelo se originó en los '70 y es del «comunicólogo» como *científico social*. Este modelo está vinculado con contenidos de la «teoría crítica», es decir, de materialismo histórico, economía política y otros contenidos «marxistas» y se abandonó prácticamente la formación y la habilitación profesional.

Estos perfiles fundacionales en las carreras de comunicación hoy conviven en la formación y no se pueden diferenciar tan fácilmente debido a la particularidad del objeto que pretendemos comprender. Los estudios en comunicación no poseen un objeto de indagación definido a priori, sino que éste cobra sentido a partir de la delimitación que lleva adelante el investigador. Para ello, resulta necesario tener en cuenta los vínculos emergentes entre la comunicación y los aportes afines que proceden de diferentes disciplinas. Por otra parte, esta relación con las demás disciplinas de las ciencias sociales es una de las mayores riquezas con las que cuenta la comunicación debido a que permite el entrecruzamiento de diferentes teorías, metodologías y posicionamientos epistemológicos. Esta vinculación con las demás disciplinas de las ciencias sociales se traduce en las carreras de comunicación como un elemento multidisciplinar que involucra tensiones que se producen en el campo. Como lo refleja esta cita de Trejo en Fuentes Navarro (1992) “tampoco queda claro cuáles son las relaciones de la comunicación con otras ciencias sociales, en parte porque no siempre hay una especificidad propia en enfoques y metodologías y en parte, además, porque se confunde -o se funde- con otras disciplinas” (p.3).

De esto, es importante pensar a la comunicación vinculada con las demás ciencias sociales sin pretensión de volverla una ciencia autónoma, ya que esto generaría desarticulación en el campo. Y en esto está su riqueza. Por el contrario, el autor afirma que “ninguno de los proyectos ‘fundacionales’ de la carrera de comunicación (...) incluyó la idea de que existiera o debiera existir una disciplina académica para desarrollarse (...). Al contrario: se asumía la necesidad esencial de formaciones multidisciplinarias amplias” (p.27). Es este carácter multidisciplinar el que produce también procesos de fragmentación en la instancia de investigación ya que cada segmento de la formación tiende a adoptar sus propias convenciones, sus propios consensos sobre ‘qué es’ su objeto, como abordarlo y cuál es el rol del comunicador.

En relación a esto, José Marques de Melo (2015) señala que la formación en el campo provee metodologías y marcos teóricos que, en muchos casos, quedan subordinados a la agenda académica de las ciencias sociales. Con lo cual, deposita a los estudiantes de la formación en comunicación en un lugar extraterritorial del campo de la comunicación.

Todo lo antes enunciado permite comprender la dificultad para definir qué es lo que un comunicador hace y cuál es su campo de acción profesional específico. Indeterminación que puede advertirse, por una parte, en las currículas de las carreras donde coexisten distintas concepciones acerca de la tarea del comunicador y, por otra parte, en la desarticulación entre teoría y práctica.

El otro elemento que resulta importante retomar es la cuestión de la investigación en comunicación. La investigación en comunicación en América Latina tuvo sus comienzos con la corriente del difusionismo que tuvo su origen en nuestro continente en los años '50 y '60. En América Latina se pretendió transformar y desarrollar las condiciones de vida de la población desde el punto de vista de la modernización para inscribirlas en las lógicas de mercado. Este modelo, llamado difusionista, constó de un proceso de difusión de innovaciones en los países latinoamericanos por

parte de países extranjeros. La investigación en comunicación se basaba, principalmente, de estudios realizados por agencias estatales acerca de la transferencia tecnológica y el cambio de actitud de la población propiciado por el uso de los medios de comunicación. La perspectiva que sustentaba este modelo era el funcionalismo y una visión dualista sobre la sociedad relacionando lo rural con el atraso y lo urbano con la "modernización" desde la mirada etnocéntrica de la sociedad, además, se entendió el desarrollo en términos de extensión, como simple transferencia de innovaciones tecnológicas del centro hegemónico a la periferia dependiente. Se buscaba y se trataba de motivar a la población a través del uso de los medios de comunicación, hacia un "cambio de mentalidad" en el sentido de "tener ganas de progresar" según el modelo de desarrollo económico dominante. (Bello, Buenaventura, Pérez).

A mediados de los '60 y principio de los '70, una serie de investigadores tomaron aportes del marxismo y el estructuralismo para investigar acerca de las insuficiencias del modelo difusionista, a esta corriente se la conoce como enfoque crítico y, precisamente, nace con el afán de criticar las consecuencias que el modelo difusionista causó en América Latina, como por ejemplo el creciente desempleo en el campo, las grandes migraciones de la gente hacia los sectores urbanos haciendo que aumente la marginalidad en las ciudades. Este enfoque fue el que puso en relación a la comunicación con las cuestiones del poder y la ideología. Se comenzó a pensar en el uso de los medios de comunicación y a la participación de sectores populares en estos y a la comunicación no sólo pensada como difusión sino en relación al diálogo. En este sentido, se comenzó a poner el foco en la propiedad de los medios y en el rol del Estado frente a estos.

Si bien la investigación en comunicación surgió en vinculación al análisis de los medios de comunicación masivos, después de la introducción de las teorías críticas se comenzó a pensar a la comunicación por fuera de estos permitiendo pensarla desde la cultura y como un derecho de los individuos. En este contexto, se comenzaron a vislumbrar diferentes teorías en relación a la comunicación institucional, la comunicación alternativa y comunitaria ligadas a la idea de horizontalidad y diálogo y de esta forma, retomar las realidades y necesidades de los sectores populares mayoritarios en nuestro continente.

Resulta importante mencionar el origen de la investigación en comunicación en América Latina porque data también del surgimiento de teorías que definen a la comunicación, que la configuran y que hoy en día subsisten en nuestras prácticas y en nuestras currículas de formación.

El tercer elemento es la del campo profesional. En este sentido, el espacio de las prácticas se establece como una materia de síntesis de la carrera y, como su nombre lo indica, como paso previo al ámbito profesional. Por esto, es en las prácticas y en el propio quehacer de los estudiantes que van confluendo una serie de actores, instituciones y diferentes actores sociales que van haciendo que la comunicación se vaya configurando de una particular en cada caso y de una práctica a otra.

## **Configuraciones comunicacionales**

Las configuraciones comunicacionales se vinculan a un "espacio socio-cultural específico, en el cual concurren actores sociales sujetos a determinaciones y condicionamientos que definen su identidad" (Fuentes Navarro, 1992, p.3). Teniendo en cuenta esto se considera que en las configuraciones comunicacionales se ven involucrados diversos actores que conviven y entran en tensión para definir qué es la comunicación. Asimismo, la dinámica que se establece en el espacio de formación da lugar a la constitución y jerarquización de las diferentes maneras de comprender y concebir a la comunicación. Tal proceso permite evidenciar que estas configuraciones no son siempre homogéneas, sino que, por el contrario, son dinámicas, cambian y se tensionan según el espacio particular y el tipo de práctica involucrada.

Así, las configuraciones comunicacionales van adquiriendo diferentes características particulares en cada institución, en cada región y en cada país las según las dinámicas que establecen los actores sociales concretos para legitimar saberes, prácticas, discursos y concepciones acerca de cómo se va configurando la comunicación.

#### Prácticas de formación

Una vez que se reconoce la dificultad disciplinar, la imposibilidad de definir qué es lo que un comunicador hace y su campo de acción, así como la escisión teoría-práctica, es que la constitución del campo de la comunicación habilita, en la instancia de formación, diferentes tipos de prácticas.

Para realizar este trabajo se tomaron como corpus prácticas de estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social en el marco de sus prácticas pre-profesionales de formación en el último año de la carrera.

La materia de las Prácticas Pre-Profesionales se dicta en el último año de la carrera de Comunicación Social, y se imparte para las dos orientaciones: Promoción Cultural y Educativa y Producción Medial y Multimedial.

Cuadro comparativo según orientación<sup>1</sup>

Prácticas Pre-Profesionales	Orientación Producción Medial y Multimedial	Orientación Promoción Cultural y Educativa
Período en el que se inscribe	Segundo cuatrimestre	Anual
Carga horaria semanal	10 horas	7 horas
Carga horaria total	150 horas	210 horas
Objetivos de la materia	<p>Insertarse en un ámbito profesional concreto a través de prácticas guiadas en instituciones públicas o privadas.</p> <p>Integrar los conocimientos adquiridos aplicándolos al quehacer profesional.</p>	

En el cuadro comparativo se observa que en la cursada de las PPP hay algunas diferencias en relación a las orientaciones: en tanto que la orientación Producción Medial y Multimedial (PMM) tiene una carga horaria de 150 horas, en la orientación Promoción Cultural y Educativa (PCE) es de 210 horas; por otro lado, en la orientación PMM, las prácticas tienen un crédito horario que se establece a lo largo de cuatro meses y se ubica en el segundo cuatrimestre, mientras que, en el caso de la orientación PCE, las prácticas pre-profesionales tienen una dedicación anual.

Así, al realizar una recopilación de material documental, se delimitó que las prácticas realizadas por los estudiantes de ambas orientaciones fueron realizadas en diferentes espacios: escuelas, clubes deportivos, centros de salud, servicio penitenciario de la Ciudad de San Luis, circos y canales de televisión. Así, las prácticas realizadas variaron entre

<sup>1</sup> **Fuente:** Avila, Sonia.(2020). “Prácticas de formación. Un análisis acerca de las configuraciones comunicacionales en las prácticas pre-profesionales de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNSL” Trabajo final para acceder al título de Licenciada en Comunicación Social.

diagnósticos comunicacionales, producciones gráficas, investigaciones, talleres, programas de radio y producciones audiovisuales.

De esta manera, se utilizó la clasificación de Raul Fuentes Navarro (1998) para poder delimitarlas. El autor señala que existen tres tipos de prácticas que se repiten en las carreras de comunicación, estas son: prácticas mediáticas, prácticas institucionales y prácticas educativas. Las primeras corresponden a las “recolección, procesamiento y transmisión de datos en forma de productos comunicativos”, las segundas, las prácticas institucionales tienen como actividad principal eficientar la comunicación, “Cuando la labor del comunicador no queda reducida a manejar la prensa de la organización, su tarea consiste en detectar necesidades y carencias de la organización para luego aplicar estrategias que brinden una solución a la situación problemática” y, por último, las prácticas educativas son las que más se vinculan con las perspectivas humanistas donde el comunicador interviene en procesos educativos, sobre todo los que se establecen sobre un esquema participativo y horizontal y “practica un paradigma que relaciona a la comunicación con la adquisición y la construcción del conocimiento”.

En vinculación a los tipos de prácticas propuestas por el autor, es pertinente recuperar la clasificación realizada por Laura Acotto (2003) donde delimita tres tipos de instituciones, esto permite poder ordenar el amplio espectro de instituciones donde los estudiantes realizaron sus prácticas, así, el recorte de la muestra se basa en tomar prácticas realizadas en instituciones empresariales, instituciones estatales e instituciones de la sociedad civil. En las primeras, las empresariales, se ubicaron las instituciones donde prima el valor económico como lo fueron las prácticas realizadas en clubes deportivos o canales de televisión. En relación a las estatales se ubicaron las que se solventan estatalmente y su función debe responder, precisamente, al Estado, aquí se ubican las prácticas realizadas en centros de salud, escuelas y servicio penitenciario, finalmente, las organizaciones de la sociedad civil son las que no tienen como finalidad el lucro y se financian de forma autónoma sin depender de organizaciones gubernamentales, por lo general se conforman por grupos de personas con un objetivo o interés en común, aquí se ubica la práctica realizada en una escuela de circo.

Si bien estas clasificaciones sirvieron para delimitar y ordenar el material de ninguna manera resultan taxativas, por ende, estas delimitaciones se trastocan, se entrecruzan, por ejemplo, prácticas en ámbitos educativos tuvieron como tema realizar objetos vinculados con lo mediático, prácticas en instituciones mediáticas tuvieron que ver con diagnosticar problemáticas desde la mirada de la comunicación institucional, etc.

De dicho material de planes de prácticas, sistematizaciones y entrevistas a estudiantes, como también a una entrevista a la profesora responsable de las prácticas es que se llevó a cabo una sistematización y entrecruzamiento del material y fueron emergiendo categorías que se iban repitiendo de una práctica a otra. De esta forma se realizaron nudos de sentido de categorías que englobaban a otras.

De esta manera, en este análisis se recuperan los múltiples espacios donde realizaron prácticas los estudiantes: centros de salud, escuelas, medios de comunicación, servicio penitenciario, clubes deportivos, etc. Las actividades que allí realizaron variaron entre realizaron de talleres, diagnósticos comunicacionales, programas de radio, etc. De este quehacer fue apareciendo la cuestión de cuáles fueron las motivaciones de los estudiantes para realizar sus trabajos, es así que se repetía la cuestión acerca de la vinculación de la universidad con la comunidad. Así, los estudiantes remarcaban todo el tiempo su interés por “devolver” algo a la comunidad en sus prácticas. Es por esto que ellos reconocen que existe una desvinculación entre la formación y la realidad que está por fuera de lo académico, en este sentido, reconocieron como importante que, como estudiantes de comunicación, se genere una vinculación con la comunidad. Esta mirada de los estudiantes y también compartida como propuesta por parte del espacio de la materia de las prácticas pre-profesionales toma elementos de las perspectivas sociocomunitarias de pensar la comunicación, donde cobra importancia el vínculo con la comunidad desde una posición de horizontalidad y dialogo donde todos los participantes de la práctica construyan conocimiento de manera colectiva. Así, a la hora de definir la comunicación, aparece en la bibliografía de los estudiantes la repetición de autores como a textos de Jorge Huergo

y Washington Uranga que en la formación se trabajan, principalmente, en Comunicación Educativa y Promoción de Actividades Comunitarias. Al observar la bibliografía utilizada en los trabajos de los estudiantes, en la que se replican autores y textos, se pueden comenzar a esbozar posicionamientos en torno a las concepciones de comunicación desarrolladas en las prácticas.

Un requerimiento que se establece en las PPP es la tarea de definir a la comunicación. Aquí se advierte la recurrencia a la noción que propone Héctor Schmucler de entenderla como “poner en común” junto con otros. Esta idea aparece ligada, en los trabajos de los estudiantes, a textos de Jorge Huergo y Washington Uranga que en la formación se trabajan, principalmente, en Comunicación Educativa y Promoción de Actividades Comunitarias. Esta acción de unificación tiene como consecuencia la conjunción de aportes o perspectivas que son incongruentes, ya que refieren a diferentes formas de entender a la comunicación. De esta manera, en los trabajos de los estudiantes la noción “poner en común” aparece ligada a una perspectiva humanista de las prácticas, aunque la bibliografía y los autores citados no refieren de la misma forma a la comunicación. Esta visión está acotada a una idea de horizontalidad y participación a la hora de pensar la comunicación, en la cual se sostiene que todos los agentes intervinientes en la práctica sean partícipes involucrados en el proceso y, de este modo, puedan contribuir con el fin de lograr aprendizajes colectivos.

Este sentido de lo colectivo se enlaza con la mirada propuesta por el espacio de la materia, en tanto la práctica es “un proceso acompañado de tutores, de la gente de la institución”; tal como puntualiza la docente responsable: “todo eso va confluyendo y construyendo el conocimiento” (2019). En esta línea, la mirada socio-comunitaria acerca de la horizontalidad en los procesos de comunicación prevalece en las PPP y se replica en la bibliografía de los estudiantes.

A partir del análisis de las diferentes prácticas llevadas a cabo en los espacios institucionales, y teniendo en cuenta la clasificación de Fuentes Navarro, se puede advertir que la comunicación es pensada desde un sentido instrumental. Por ejemplo, en las “prácticas institucionales” la comunicación se convierte en una herramienta para “develar” sentidos que no se encuentran a simple vista en diversas situaciones.

Esto se vincula con otra categoría sobre el rol del comunicador, donde lo que un comunicador hace no está determinado de ante mano entonces esto se va configurando a partir de lo que se propone el estudiante realizar como práctica. Por un lado, el comunicador se convierte, en varios trabajos, en una especie de “facilitador” en los grupos para, de alguna manera, eficientar la comunicación entre los participantes y entenderlo como el encargado de devolver algo a la sociedad posicionándose desde un lugar de saber en relación al resto de la comunidad. Por otro lado, el trabajo de tallerista es un elemento que se repite en las prácticas de los estudiantes más ligados con las perspectivas comunitarias y educativas.

Esto entra en relación a qué se entiende por práctica, tanto por parte de los docentes como de los estudiantes, es decir, existen diferentes sentidos en torno al binomio acción-reflexión. Mientras que algunos estudiantes prefieren poner énfasis en el “hacer”, en relación a la propuesta de la materia y una vez que analicé los cronogramas de los planes de los trabajos de los estudiantes, pude identificar que algunas actividades (elaboración del plan de trabajo, acercamiento a la institución, análisis y diagnóstico de la institución y sistematización), constitutivas del proceso de la práctica, fueron jerarquizadas e involucraron gran parte del tiempo. Así, la instancia de reflexión e investigación, que muchas veces para los estudiantes no representa algo significativo, desde la cátedra se propone como una instancia que lleva la mayor cantidad de tiempo en el cronograma. Esta etapa de investigación se repite de una práctica a otra, de esto queda en evidencia que antes del propio hacer queda una instancia previa que es el proceso investigativo/reflexivo donde, mayormente, se caracteriza por la realización de un diagnóstico comunicacional en la institución donde los estudiantes realizaron sus prácticas. En este sentido, se deduce que las lógicas propuestas para llevar a cabo las prácticas siguen determinados pasos: primero, un momento reflexivo de diagnóstico investigativo para así proceder a un segundo momento relacionado al “hacer”.

Este elemento es uno de los señalados bajo la categoría determinantes, que son los que “refieren a los sesgos ideológicos, solapamientos y desplazamientos que se van produciendo en el proceso de práctica” como estos existieron otros determinantes, como lo fue la inserción en las instituciones ya que las lógicas y tiempos institucionales, muchas veces, no coincidían con las académicas, los tiempos para esbozar objetivos y luego llevarlos a cabo en el campo, como así también los perfiles de formación establecidos para cada orientación debido que según los estudiantes de la orientación Promoción Cultural y Educativa o Producción Medial y Multimedial existían, como señala Fuentes Navarro la “reproducción de ciertos oficios profesionales relativamente establecidos” (p.23). Esta tensión entre la amplitud de opciones previstas en el plan de la carrera y la restricción que sobre ellas opera el campo laboral da lugar a la pugna de sentidos en torno a qué puede hacer un comunicador y qué no, acotando y reduciendo el campo de acción y reflexión.

## Conclusiones

Se puede afirmar que se han realizado prácticas muy diversas, en múltiples espacios y con fines muy variados, en este sentido, se reconoce la variedad de formas en que se va configurando la comunicación, sin embargo, al recuperar los elementos que se repiten de una práctica a otra como los autores, bibliografía y las concepciones de comunicación que aparecen se puede identificar que el quehacer de los estudiantes queda subsumido a una perspectiva instrumental que tiende a los resultados y a una lógica finalista. En este sentido, es necesario destacar que, aunque las prácticas de los estudiantes estén enmarcadas en el proceso de formación en comunicación, ello no implica que estas prácticas puedan definirse en términos comunicacionales. De este modo, los espacios donde se imparte la enseñanza en y sobre la comunicación no se establecen, necesariamente, como espacios comunicacionales ni conllevan la reflexión en torno a ella. En términos de Daniel Prieto Castillo, emerge una paradoja que consiste en “aprender comunicación en espacios educativos pobres en comunicación y pobres en interlocución más allá de ellos” (2008, p.115). De aquí la importancia de reconocer el aspecto metacomunicativo presente en los procesos de enseñanza y aprendizaje en el campo académico de la comunicación. Esto es, enseñar y aprender comunicacionalmente sin abandonar la reflexión y problematización en torno a la comunicación; tareas que adquieren relevancia en la instancia de cierre de la carrera.

## Bibliografía

Acotto, Laura. (2003). *“Las Organizaciones de la Sociedad Civil. Un camino para la construcción de ciudadanía”*; ed.1. Buenos Aires.

Fuentes Navarro, R. (1990). *Prácticas profesionales de la comunicación. Caracterización y perspectivas de desarrollo ante la crisis*. Crisis y Comunicación (II), pp.91-102.

Fuentes Navarro, R. (1992). *El estudio de la comunicación desde una perspectiva socio-cultural en América Latina*. Revista Diálogos de la Comunicación, (32), pp. 155-165.

Fuentes Navarro, R. (1998). *Agencia académica y aprendizaje institucional: La práctica universitaria de la utopía*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), México.

Marqués de Melo, J. (2015). El campo científico de la comunicación en América Latina: perspectiva histórica. En *La contribución de América Latina al campo de la comunicación: historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación*. Coordinado por Cesar Bolaño; Delia Crovi Druetta; Gustavo Cimadevilla- 1ª ed. (pp. 21-38). Prometeo Libros. Buenos Aires.

# La realización de pastillas de audio como alternativa para trabajar teoría en el aula”

Catalina Vezzosi

cvezzosifoures@estudiantes.unsam.edu.ar

Camila Diotisalvi

cdiotisalvi@estudiantes.unsam.edu.ar

**Universidad Nacional de San Martín**

## Resumen

En el marco de la Cátedra de Teorías y Perspectivas de la Comunicación III de la Licenciatura en Estudios de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Martín, y dentro del plan de adscripción del primer cuatrimestre del año 2023, se propuso que las y los estudiantes en algunas unidades que se abordan dentro del programa de la materia elaboren pastillas sonoras que construyan sentidos e intercambios de procesos. De esta manera, aquello que se busca promover es una apropiación y revisión de los contenidos conceptuales enseñados en la asignatura por medio de la práctica específica que incluye procedimientos ligados con el campo de la comunicación.

La propuesta de la cátedra es trabajar los aportes de los Estudios Latinoamericanos de la Comunicación dentro de la estructura curricular de la carrera, desplazándose de aquellos conceptos provenientes de los denominados países centrales e introducir conceptualizaciones y experiencias realizadas desde perspectivas alternativas, populares, contrahegemónicas y comunitarias. Referenciado en esta concepción, el programa de la materia no se divide en las clásicas “unidades” sino que se estructura a partir de recorridos que buscan promover acercamientos críticos sobre los conceptos teóricos que se abordan. En este sentido, las pastillas sonoras abordan el Recorrido 1 de la materia (Comunicación para el Desarrollo y Teoría de la Dependencia), el Recorrido 4 (Experiencias y conceptualizaciones de Comunicación alternativa, comunitaria y popular) y el Recorrido 6 (Comunicación para la Incidencia).

Por lo tanto, la práctica es un modo de acercarse a la teoría que busca no sólo promover un proceso educativo desde el sentido de la Educomunicación, sino también aportar a cada estudiante -particular y colectivamente- herramientas que fomenten la producción comunicacional: este tipo de propuesta busca, además, apartarse de una postura tradicional de evaluación de contenidos para así motivar producciones propias que distan de lo considerado mediático y/o hegemónico

La presente ponencia se centra en la experiencia de trabajo y las nuevas miradas teóricas que esa perspectiva propicia.

## Introducción

En la actualidad, aquellas experiencias educativas que buscan distanciarse de la mera transmisión de contenidos que conciben a las y los estudiantes como sujetos de conocimiento pasivos pueden encuadrarse dentro de la Educomunicación siendo esta la que orienta la propuesta desarrollada en esta ponencia. Esta perspectiva se aparta de las situaciones en las cuales, según Paulo Freire (1970), la educación simplemente se vuelve un mero acto de transmisión de conocimiento en donde el educador se encuentra en el rol de quien deposita conocimientos mientras los educandos son meros depositarios de ellos. De esta manera, aquello que busca fomentar la Educomunicación son instancias

de encuentro donde se pueda promover el diálogo y coexistir diferentes sentidos que se negocian en el encuentro e intercambio comunicativo entre educandos y educador. Pero el diálogo no implica únicamente el reconocimiento del saber del estudiante sino que conlleva la revisión de las propias nociones y concepciones que se han tenido hasta el momento ya sea sobre la educación o la comunicación. En este sentido puede considerarse la noción de círculos de cultura propuesta por Freire (1990, 1993, 1999) como un espacio que busca promover un diálogo creador, en el que todos los sujetos deseen saber más: el educador en este caso debe ser quien motive la curiosidad y vuelve necesario dejar de considerar el trabajo académico de manera aislada sino recuperar y cuestionar el contexto en el que se vive. Por esto, la Educomunicación se propone reconocer al otro como un interlocutor válido que trae consigo una serie de saberes legítimos que pueden ser retomados y re-elaborados durante las instancias de enseñanza y de aprendizaje: "(...) el saber académico no actúa como la instancia arrogante que define lo que es conocimiento válido y lo que vale la pena sistematizar sino que (...) se convierte en diferencia de contraste y de co-elaboración que posibilita la lectura ponderada de la realidad y al mismo tiempo cuestiona las legitimidades de su saber letrado, rompiendo sus premisas y obligándolo a pensar" (Hleap, 2014. p. 192).

Al proponerles a los y las estudiantes realizar sus propias producciones comunicacionales, se piensa, en primera instancia, como una alternativa ante una evaluación tradicional de contenidos: el objetivo se basa en posibilitar que las y los estudiantes logren articular los conceptos enseñados por medio de una experiencia práctica que al mismo tiempo impulse su autonomía. También, en segundo lugar dar cuenta de las herramientas de edición, creación y publicación para que puedan ser aprovechadas por ellos a lo largo de su formación académica.

### **Acerca de la cátedra**

La materia Teorías y Perspectivas de la Comunicación III, a cargo de la Dra. Gabriela Cicalese, se dicta en el quinto cuatrimestre de la Licenciatura en Estudios de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Martín.

La propuesta de esta asignatura consiste en introducir los aportes de los Estudios Latinoamericanos de la Comunicación dentro de la estructura curricular de la carrera: las diferentes unidades se abordan como recorridos debido a que no se pretende un mero registro de un conjunto de hitos comunicacionales sino, más bien, el reconocimiento de cada una de las particularidades de estas perspectivas y su utilización crítica en casos concretos.

Estos estudios teóricos enmarcados en Latinoamérica, se encuentran en la actualidad cada vez más posibilidades de afianzamiento a partir de diversos centros de estudio que buscan sistematizar aquellas prácticas que surgen desde experiencias comunicacionales alternativas, comunitarias y populares de la región. Sin embargo, este despliegue a nivel teórico no se ve reflejado ni integrado dentro de la formación académica de las carreras de comunicación encontrándose en un segundo plano respecto a aquellas teorías provenientes de los denominados países centrales que terminan por beneficiar miradas que se basan en las tecnologías desde una concepción receptora y utilitaria de las mismas. En la actualidad se ha visto el desarrollo de espacios de producción a partir de experiencias que se encuadran desde lo comunitario y que han motivado una producción teórica recobrando su importancia en propuestas formativas.

### **Teoría en el aula**

Tal como se mencionó anteriormente, la propuesta por parte de la cátedra es darles a los estudiantes formas diversas en las que puedan utilizar críticamente los conceptos que se encuentran fundamentalmente en los textos de lectura obligatoria, como también aquellos que se presentan durante las clases y que forman parte de manera esquemática de cada recorrido en partículas. Sin embargo, esto no debe ser entendido como algo lineal, sino por el contrario, cada concepto nuevo que se adquiere repercute en los aprendidos anteriormente, como también a los que se enseñarán en un futuro casi inmediato, sin mencionar que se articulan con clases de otras materias dentro de la carrera de estudios de la comunicación.

Ahora bien, cada recorrido -1, 4 y 6- poseen sus propias articulaciones, y lo que se propuso como estrategia es que de forma grupal se realizaran pastillas sonoras donde las y los estudiantes puedan realizarlas mediante la elección de ejemplos que creyeran correctos y pertinentes para dar cuenta de las conceptualizaciones, que a su vez les sean útiles para apropiarse de las mismas y poder dar cuenta de los conocimientos adquiridos en la práctica.

La perspectiva de educomunicación desde la cual planteamos el presente trabajo y exposición, creemos que es una buena manera de poner en práctica conceptos teóricos y una alternativa de tratarlos en el aula. Siendo una carrera de comunicación, creemos que es fundamental que estas propuestas sean una posibilidad para fomentar la creatividad de las y los estudiantes.

## **Metodología de trabajo**

Para llevar adelante esta propuesta de trabajo, primero se sugería a los estudiantes que se dividieran en grupos con el fin de que todos pudieran participar o tener algún rol en particular dentro del equipo: ya sea en la recopilación de información, el guionado o la edición.

En segundo lugar, se otorgaban una serie de pautas a seguir que dependían de la unidad que se estuviera abordando. Luego, se avanzaba hacia una etapa de producción en la que las y los estudiantes se dedicaban a la confección del guión en el que además debían utilizar la bibliografía correspondiente a la unidad promoviendo siempre la apropiación de los contenidos. Al tener el guión organizado, avanzaban hacia la grabación y edición del audio: aquí podían optar por utilizar efectos de sonidos, cortinas musicales o utilizar recortes de declaraciones realizadas por terceros. Varios optaron por editar en aplicaciones tales como Spotify for Podcasters, Anchor o Adobe Audition.

Una vez ya finalizadas y revisadas las pastillas, en las clases se realizaba una puesta en común en la que todas las producciones eran escuchadas: aquí se promovía a que todos realizaran aportes, observaciones y sugerencias a sus compañeros. La apuesta en esta instancia va en línea con lo mencionado anteriormente en cuanto a la Educomunicación: poder fomentar por medio del diálogo entre los y las estudiantes la interpelación y negociación de interpretaciones que pueden llegar a ser diferentes entre sí.

## **Recorrido 1 - Teoría de la dependencia y comunicación para el desarrollo**

Para la realización de las pastillas sonoras, como así también para la posterior instancia evaluatoria escrita y presencial, se les acercó a los alumnos mediante distintos autores y desde la perspectiva latinoamericana, las conceptualizaciones sobre la teoría de la dependencia y la comunicación para el desarrollo. En especial se hizo hincapié en los aportes de la CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación Para América Latina) como institución de formación de periodistas y comunicadores latinoamericanos, que al mismo tiempo ayuda a la vocación democrática en la región. También se trajo a colación al NOMIC – Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación- como parte de la definición y ejemplificación de lo que se denomina dependencia.

De este modo, se le indicó a los alumnos la realización de la consigna la cual era producir una pastilla sonora, estilo Podcast, de 3 (tres) minutos en la que se aborden algunos conceptos vinculados al “Recorrido 1” sobre desarrollo o dependencia. Para el mismo debían seleccionar testimonios actuales que fundamenten, propongan o critiquen acciones concretas a través de miradas que luego pudieran relacionar y articular con los principios teóricos dados.

Como resultado se oyeron la selección de variados testimonios los cuales fueron, en su mayoría, correctas. Sin embargo, en cuanto a la articulación con los conceptos teóricos, no fue en su totalidad bien realizada. Durante los relatos de los podcast se notaba una teorización significativa que daba cuenta de una lectura en profundidad y comprensión del tema, pero esto no significó una buena complementación entre testimonios y teoría. Por lo tanto, se sugirió una reelaboración de los mismos donde pudieran contemplar las devoluciones realizadas. Si bien en la segunda entrega hubo mejoras, aún se podían encontrar falencias en cuanto al abordaje teórico y práctico que se les había propuesto.

## **Recorrido 4- Comunicación Alternativa, Comunitaria y Popular**

Para la realización de la segunda pastilla sonora, los alumnos atravesaron por otras dos instancias de conceptualizaciones teorías como fueron la Teoría Crítica Situada, desde el abordaje de autores como A. Mattelart y A. Dorfman, para luego dar lugar a las mediaciones, hibridaciones y resignificaciones desde la perspectiva de N. García Canclini, G. Orozco Gomez, M. Barbero, entre otros distinguidos.

Esto dio paso al cuarto recorrido el cual trató sobre comunicación comunitaria, alternativa y popular, dando especial énfasis a la distinción de cada uno, como así también las características propias y compartidos que poseen.

Durante la primera parte de la materia, desde la cátedra Teorías y Prácticas de la Comunicación III, se hizo un invitación especial para que participaran de un “Conversatorio sobre Comunicación Comunitaria y Popular Hoy” (abril 2023) organizado por la misma desde la carrera de Estudios de la Comunicación de la Escuela de Humanidades en la Universidad Nacional de San Martín. En este, estuvieron presentes los siguientes expositores y expositoras:

- María Florencia Talava - Cátedra de Comunicación Comunitaria y Alternativa (Universidad Nacional de Salta).
- Madeleine Doyle y Valeria Meirovich - Programa Estudios de Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados - Universidad Nacional de Córdoba.
- Diego Jaimes - Tecnicatura en Gestión de Medios Comunitarios - Universidad Nacional de Quilmes.
- Nelson Cardoso - Taller de Comunicación Comunitaria en la carrera de Ciencias de la Comunicación - Universidad de Buenos Aires.
- Eva Fontdevila - Coordinación de RICCAP y Comunicación Radiofónica - Universidad Nacional de Tucuman.

Durante este conversatorio, a cada expositor y/o expositora se le dio lugar a presentar los distintos espacios de los cuales participaban, y desde el cual pudiera dar su perspectiva sobre dónde creían que la comunicación comunitaria, alternativa y popular se encuentra actualmente.

En base a esto, las y los estudiantes debieron seleccionar dos o más testimonios de este conversatorio con el objetivo de que, nuevamente, pudieran no solo articular la teoría vista en la materia sobre el tema (y de acuerdo con esto justificar sus elecciones de forma que quede no solo enlazar fundamentos), sino además lo hicieran de manera armónica en tanto pastilla sonora, debido a que también era un punto que sería evaluado. Así mismo, se valoró la introducción de debates, revisión de conceptos que les produjeran una resonancia, desde concepciones previas y propias, y que se ajustaban al contexto de esta propuesta.

Los trabajos realizados y expuestos respondieron tanto a la consigna como a la sugerencia final valorativa, que dio como resultado diversos puntos de vista respecto a las distintas trayectorias y experiencias previas que cada alumno posee. Sin embargo, hubo algunos puntos bajos que necesitaron una revisión en tanto no se notó una adecuada implementación de los testimonios elegidos respecto a la teoría que se utilizó como justificación de la misma. De tal forma, las reelaboraciones estuvieron bien realizadas y conceptualizadas.

## **Recorrido 6- Comunicación para la Incidencia**

Como propuesta final, siendo la última que se dió durante la cursada de la materia, se les volvió a pedir a las y los estudiantes que pudieran plasmar los conocimientos adquiridos sobre Comunicación para la Incidencia en una pastilla sonora.

Los materiales teóricos a partir de los cuales debieron realizar la producción fueron, por un lado, un ensayo académ-

mico de R. Sanchez Narvarte sobre la “Comunicación y política en Antonio Pasquali”, como así también un recorte titulado “Comunicación para la Incidencia: Apuntes para un concepto en producción” de G. Cicalese, que se encuentra en el “Cuaderno del Equipo del Centro de Comunicación de La Crujía II” editado por La Crujía.

Para estas pastillas sonoras, los alumnos debían buscar una campaña que consideraran como incidencia y estuviera enmarcada en Latinoamérica. Además de la utilización de la teoría como justificación de la elección, debían realizar un relato fluido en donde se pudieran escuchar y distinguir los axiomas propuestos dentro del texto “Comunicación para la Incidencia: Apuntes para un concepto en producción”, de una manera que no fuera explícita.

Con un camino recorrido, el resultado fue más que satisfactorio. El conjunto de las campañas propuestas y seleccionadas no solo fueron correctas, sino que también abrieron el debate a nuevos pensamientos y perspectivas sobre cómo la comunicación para la incidencia los (nos) rodea como sociedad, y la manera en que como futuros comunicadores pueden distinguirla.

### Portal web para alojar las producciones

Con el propósito de que el trabajo realizado por los estudiantes a lo largo del cuatrimestre pueda estar guardado a modo de archivo para la cátedra, y para posterior consulta, se confeccionó una página web en Wordpress. Esta actividad se realizó en el marco del Seminario Optativo “Periodismo Escolar en Internet” de la Universidad Nacional de San Martín dirigido por el Dr. Francisco Albarello. En esta instancia se propuso que aquellos que participaran del seminario debían desarrollar un proyecto que implique una mediación pedagógica en el uso de tecnologías motivando las producciones comunicacionales por parte de estudiantes.

A continuación, se presentan algunas imágenes donde pueden visualizarse el resultado de la página:

Portada del sitio web



Fuente: typunsam.wordpress.com

Sección del sitio donde se detalla el trabajo llevado adelante por la cátedra

## Sobre la cátedra

La materia **Teorías y Perspectivas de la Comunicación III** se dicta en el quinto cuatrimestre de la **Licenciatura en Estudios de la Comunicación** de la **Universidad Nacional de San Martín (UNSAM)**.

**Docente Titular:** Dra. Gabriela Cicalesce

**Ayudante:** Lic. Daniela Urrejola

**Adscriptas:** Camila Diotisalvi y Catalina Vezzosi

La propuesta de la cátedra propone introducir los aportes de los **Estudios Latinoamericanos de la Comunicación** dentro de la estructura curricular de la carrera: las diferentes unidades se abordan como **recorridos** debido

Fuente: [typunsam.wordpress.com](http://typunsam.wordpress.com)

Apartado del sitio en que se describe la perspectiva teórica

## Importancia de los Estudios Latinoamericanos

Desde 1960 comienzan a desarrollarse en la región diversos centros de estudio y trayectos de formación en Comunicación Latinoamericana: desde sus inicios han trabajado en pos de la institucionalización y reconocimiento de estas perspectivas.

Los **Estudios Latinoamericanos de Comunicación** encuentran en la actualidad cada vez más posibilidades de afianzamiento con diversos centros de estudio que buscan sistematizar aquellas prácticas que surgen desde experiencias comunicacionales alternativas, comunitarias y populares de la región.

Este despliegue a nivel teórico no suele verse reflejado ni integrado dentro de la formación académica de las carreras de comunicación encontrándose en un

Fuente: [typunsam.wordpress.com](http://typunsam.wordpress.com)

Entrada de blog donde puede encontrarse parte de las producciones elaboradas por los estudiantes



Fuente: [typunsam.wordpress.com](http://typunsam.wordpress.com)

## Experiencias de alumnos

En este apartado queremos plasmar algunas opiniones que nos dieron algunos alumnos como devolución de lo que fue la realización de las pastillas sonoras.

“La experiencia de realizar las pastillas sonoras fue gratamente formativa e interesante. En lo personal prefiero evaluaciones de este estilo, más prácticas para aplicar los conceptos teóricos directamente en la ejecución del trabajo. Además, es un buen método de enseñanza desde mi punto de vista ya que no se puede explicar algo que no se comprende. Lo que cambiaría es la articulación con el resto de las evaluaciones, tal vez haciendo todo práctico o evaluando la parte teórica que no se encuentre tan presente en las pastillas sonoras. Hubiera sido un acierto también tener alguna capacitación „técnica“ (tiempos, silencios, edición, grabación, tipos de micrófonos, etc) para hacer las pastillas sonoras.” - David

“Creo que estuvo bueno porque la profe al dar la materia como tan clara, de esa manera estuvo buena la práctica de llevar esos materiales, esos conocimientos, otros conocimientos que nos dio en clase, como a un nivel más elevado y real. No nos quedamos en el plano de la teoría únicamente. Creo que entre los textos y las clases quedaba todo super claro, pero después llevarlo a la vida real, estuvo muy bueno. También creo que son necesarias este tipo de prácticas porque si hay algo de lo que se critica en general en la universidad, es la falta de práctica digamos, del hacer, y no quedarse solo a nivel intelectual. No es lo mismo estudiar que hacer y creo que en la facultad falta mucho de eso, y esta materia me preparó mucho para decir ‘bueno, esto lo puedo ver en la vida cotidiana’, pero también conceptualizar teóricamente. Cuando nos dijeron que teníamos que hacer el audio nos pareció un garrón porque no teníamos ganas, pero estuvo buena la práctica, a pesar que al principio no teníamos ganas. Porque nos quedó todo más claro y qué era lo que la profe quería y esperaba. Estaría bueno hacer más cosas así, algo que nos sirve realmente. Sino después salí de la carrera y no sabes qué hacer, no sabes como expresarte si no tienes habilidades de habla, es difícil, ¿sos comunicador y no sabes comunicar cosas? por ahí sos inteligente y tenes un montón de cosas para decir, pero no se entiende bien lo que querés decir. Y para eso está bueno estas instancias que propuso la profe.” - Ailín.

“Creo que hacer pastillas sonoras aporta herramientas para la producción comunicacional y eso es relevante en el marco de la materia puesto que ponemos el foco en hacer comunicación para intervenir en lo social. Hacer un

guión planificando lo que voy a decir me ayudó a reforzar mi capacidad de síntesis puesto que en una pastilla de audio de un tiempo determinado no se pueden explicar todos los conceptos que abarca un texto: priorizaba los contenidos y me ayudó a interiorizar los más importantes. Aunque sea más flexible que, por ejemplo, escribir una monografía permite aprehender categorías y conceptos (más aún teniendo que relacionar con algún ejemplo).” - Marina

“Fue algo novedoso para mí, nunca había realizado este tipo de producciones. La carrera venía siendo muy teórica y estos trabajos me ayudaron a poner en práctica todo lo que venía aprendiendo. Se necesitan más materias prácticas como ésta.” - Juan

“Siento que el espacio que brinda esta materia es funcional a toda la carrera, me parece que expande el conocimiento. Largarnos a hacerlo sin experiencia previa nos permite conocer nuestros propios medios. Hago grupo con dos amigos, a veces tenemos desencuentros en relación a los tiempos que maneja cada uno pero siempre encontramos que cada uno tenga su propio rol.” - Valentina.

## Conclusiones

Haciendo una retrospectiva sobre el trabajo propuesto desde el inicio de la materia durante el primer cuatrimestre de este año 2023, pudimos notar al menos tres puntos clave; 1. la necesidad que tenían los alumnos de poder realizar actividades prácticas en donde pudieran plasmar sus conocimientos teóricos, 2. Se notó el cambio abrupto de conocimientos teóricos previos, los cuales son enmarcados desde los lugares de poder como son Estados Unidos, Alemania, Inglaterra, en comparación con las teorías Latinoamericanas las cuales no son estructuradas, por el contrario son dinámicas, y 3. El acompañamiento docente como instancia fundamental en el proceso de aprendizaje.

Desde nuestra posición como alumnas adscriptas que aún se encuentran en proceso de aprendizaje y formación como profesionales, ha sido una experiencia de la cual salimos, no solo con más conocimientos, sino que adquirimos una nueva perspectiva sobre la enseñanza que, desde nuestro lugar de alumnas, se nos dificultaba ver.

Destacamos principalmente el trabajo del equipo docente compuesto por Gabriela Cicalese, titular de la cátedra, junto con Daniela Urrejola como ayudante de cátedra, quienes nos guiaron durante todo este proceso y recorrido.

## Referencias bibliográficas

Cátedras CIESPAL. <https://catedras.ciespal.org/index.html>

CICALESE, Gabriela (2008): Tensiones políticas y teóricas en la institucionalización de las carreras de Comunicación en Argentina (1973 - 2003) - Doctorado en Comunicación - FPyCS - UNLP. Cap 4 y 5.

FREIRE, Paulo. (1990): La naturaleza política de la educación. Cultura, poder y liberación. Paidós.

FREIRE, Paulo. (1993): Pedagogía de la esperanza: un encuentro con la pedagogía del oprimido. Siglo XXI.

FREIRE, Paulo. (1999): Pedagogía de la Autonomía: Saberes necesarios a la práctica educativa. Siglo XXI.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1990): Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Capítulo 2. Contradicciones latinoamericanas: ¿modernismo sin modernización? Ed. Grijalbo.

HLEAP B., J. (2014): Diez lecciones aprendidas en cuatro décadas de educomunicación en América Latina. Nexus, (14). Disponible en: <https://doi.org/10.25100/nc.v0i14.752>

Informe MacBride (1980); Un solo mundo, Voces Múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. Hacia un nuevo orden mundial más justo y eficaz de la Información y la Comunicación - Fondo de Cultura Económica

MATTELLART, Armand (1971): El medio de comunicación de masas en la lucha de clases – Pensamiento Crítico N° 53 – Instituto Cubano del Libro.. <http://www.filosofia.org/hem/dep/pch/n53p004.htm>

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (2006): Estudios de recepción. De un modo de investigar a una moda y de ahí a muchos modos en SAINTOUT, F. y FERRANTE, N. (compiladoras) ¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público. Ed. La Crujía

# Formar comunicadores para la democracia: la Fundación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la UBA

Bruno Di Marzo Borghi  
bdimarzob@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

## Introducción

Hace cuarenta años, la República Argentina restauraba su gobierno democrático luego de siete años de régimen dictatorial. En este contexto, las instituciones estatales se encontraban ante el desafío de reconstruir no solamente una nación y un tejido social arrasados por las políticas económicas y culturales de la dictadura, sino también su poder y legitimidad en un mundo que no era de ninguna forma el mismo que el de antes de 1976.

Durante este período, el campo de estudios en comunicación argentino, que había experimentado su emergencia y autonomización en la década corta que abarcó las postrimerías de los sesenta y 1974 —al igual que en el resto de América Latina, época en la que incluso hay quienes afirman que se construyó un verdadero paradigma regional con características propias<sup>1</sup>—, había quedado aislado y congelado, cuando no destruido<sup>2</sup>, a partir de la clausura de programas de investigación y formación, de la modificación de los planes de estudio de las carreras hacia modelos instrumentalistas alejados del debate y la participación política, del exilio de muchos de los intelectuales, profesores e investigadores que eran parte del campo, y de la censura. Sin embargo, la nueva etapa del país no solamente propiciaba su reactivación sino que la exigía, aunque bajo términos distintos a los de su constitución, adaptados a los nuevos tiempos democráticos, las nuevas perspectivas de las ciencias sociales<sup>3</sup> y a una relación con el Estado diferente a la planteada durante los setenta.

El presente trabajo tiene la intención de analizar, desde una perspectiva socio-histórica, las determinaciones de lo que se puede considerar un hito capital en la institucionalización del campo de la comunicación en nuestro país: la fundación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (CCOM) por parte de la Universidad de Buenos Aires (UBA) en 1985, partiendo teóricamente, en primer lugar, del concepto de determinación, tal como lo plantea Raymond Williams (2009), como conjunto de límites y presiones que ejercen las condiciones económicas, sociales y políticas sobre los fenómenos y procesos particulares. En segundo lugar, del concepto de campo de Pierre Bourdieu (2005), entendido como un espacio relativamente autónomo (en este caso el campo de la comunicación, con sus agentes e instituciones) de relaciones entre posiciones objetivas que los agentes participantes buscan reproducir o modificar de acuerdo a su situación dentro de él. Este marco conceptual es interesante para ver cómo interactúan dialécticamente las condiciones materiales e históricas con las demandas, expectativas, proyectos e intereses de los distintos actores implicados en la creación de una carrera universitaria.

---

1 Ver Marqués de Melo (2009)

2 Para el caso de la Universidad Nacional de La Plata ver Vestfrid y Guillermo (2007)

3 Ver Narváez Montoya (2015)

## La transición a la democracia y la herencia de la dictadura

Comunicación y democracia, aunque ya vinculadas desde los tiempos míticos de los estados nacionales, conformaban en la década de los ochenta un tándem inseparable y necesario a la hora de construir cualquier proyecto político-económico<sup>4</sup>. El crecimiento exponencial de los medios masivos de comunicación y la aparición de las TIC, una sociedad cada vez más interdependiente, globalizada, basada en la creciente hegemonía del capitalismo financiero y en las políticas económicas y sociales de corte neoliberal, que dejaban atrás los Estados de bienestar —a lo que se sumaba la inminente caída del bloque soviético—, describen el presente histórico mundial durante la fundación de CCOM.

En esa misma época, Argentina atravesaba la transición a la democracia, período de la historia del país iniciado con el colapso de la última dictadura cívico-militar y finalizado con la consolidación del estado democrático luego de la apertura democrática o el llamado a elecciones. Siguiendo a Mazzei (2011), este proceso habría comenzado luego de la guerra de Malvinas, en 1982, para culminar con la derrota del movimiento de los carapintada en 1990, cuando un virtual levantamiento de las fuerzas armadas contra el Estado dejó de estar en el horizonte de lo posible. Uno de los puntos principales de la transición a la democracia implicó la vuelta de la participación ciudadana a la arena pública, que, según Suriano (2005), entre 1983 y 1987 tuvo su punto más álgido, al mismo tiempo que se generalizaba el consenso hacia el nuevo orden de las cosas. Una verdadera primavera democrática que presentaba un clima de optimismo para con la institucionalidad posdictatorial, lo que configuró el clima de época en el que se propuso fundar la carrera.

Sin embargo, es necesario preguntarse en qué condiciones sociales, económicas y culturales se llevó adelante la transición. Y la respuesta es que ellas, en gran medida, fueron heredadas de las políticas directas y residuales del gobierno militar que llegaba a su fin. En primer lugar, el gobierno de facto había iniciado un proceso de reconversión económica que fue, en parte, un eco de la crisis del petróleo de 1973 —hecho que abrió el ciclo neoliberal, consolidándose durante esta década como modelo económico-político hegemónico a nivel global. Este proceso de reconversión, entre otras consecuencias, condujo a un progresivo desmantelamiento del sector público a partir de privatizaciones de empresas del estado —que a finales de la década de los ochenta afectó a los medios de comunicación masiva— y a una economía cada vez más abierta y volátil que produjo la caída de la ocupación industrial y un fuerte endeudamiento en dólares. Todo esto tuvo, además, un efecto disciplinador de la masa obrera y de los sindicatos, y una creciente pauperización social. Por otro lado, la fuerte especulación financiera hizo que hacia 1980 se produjera una crisis en el sector que provocó la quiebra de varias instituciones bancarias, la fuga de capitales privados y el aumento del endeudamiento público, que se multiplicó por cuatro entre 1975 y 1980. De esta manera, las políticas neoliberales marcarían fuertemente los límites económicos dentro de los cuales se realizaría la transición, con un mercado cada vez más influyente en el devenir social y un Estado más débil.

En cuanto a la cultura, Oscar Landi afirmaba en 1983 la necesidad de „formación de un nuevo campo intelectual, en el cual la producción y la distribución de bienes culturales tenga el carácter de un derecho social“ (1983, p. 1). En este sentido, el autor diagnosticaba para entonces un campo intelectual fragmentado y deteriorado<sup>5</sup>, producto de cierta desarticulación de sus instancias de organización, el deterioro de la escolaridad formal, la caducidad de las instituciones identificadas con las Academias Nacionales, las características estrechas del sector estatal en la actividad cultural, la ausencia de instancias de consagración de la actividad intelectual y de la dispersión de las

---

<sup>4</sup> Un hecho que resulta ilustrativo es que en noviembre de 1983 Nicolás Casullo, desde la oficina de ILET en Buenos Aires, organizó el seminario Televisión: Libertad política o proyecto cultural, que reunió a varios intelectuales del campo en torno a la importancia de abrir el debate en relación a democracia y comunicación. También en esta época se publica Comunicación y democracia en América Latina, editado por CLACSO y en el que, entre otros, escriben Héctor Schmucler y Elizabeth Fox.

<sup>5</sup> A modo de ejemplo, la transición democrática heredaba el pico más bajo en la edición de libros relativos a las ciencias sociales con 0.29 millones en 1980, en comparación con los 2.7 millones de 1975 (Landi, 1983, p. 5).

iniciativas de la sociedad civil, entre otras situaciones (Landi, 1983, p. 2). El cuadro descrito decantó, por un lado, en la ausencia debates y discusiones culturales, intelectuales y académicas, lo que congeló la formación, reformulación y desarrollo de nuevas líneas de pensamiento en el país. Por otro, en la inestabilidad laboral de los trabajadores de la cultura.

En cuanto a la palabra pública, durante la dictadura se canalizó principalmente a través de los medios masivos, constituyéndose prácticamente en la única instancia de comunicación social, dada la situación de proscripción en que se encontraban los partidos políticos y los sindicatos y el férreo control sobre las actividades culturales —más allá de prácticas comunicativas de carácter clandestino desarrolladas a partir de microcircuitos para-institucionales—, situación que posibilitó un mayor control y censura a través del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER). En esa misma línea, la Multipartidaria<sup>6</sup>, en los meses previos a la restauración, identificaba a la censura como uno de los principales problemas que enfrentaba el campo cultural. Según el documento elaborado por este colectivo, los medios de comunicación, bajo control del gobierno militar, fomentaban la desinformación y eran utilizados como factores de dependencia cultural, de competencia individual y de exaltación del consumismo, por lo que se planteaba la necesidad de construir una política cultural que impidiese “la penetración, a través de los medios de comunicación social, de expresiones que llevan a la dependencia, a la degradación cultural y afectan a la identidad nacional” (La propuesta de la multipartidaria, 1982, p. 147). Finalmente, la revolución tecnológica también exigía una nueva organización para garantizar el derecho a la información, que, al decir de Landi (1983), se encontraba “en manos de centros de decisión internacionales poderosos y lejanos” (p. 9). Todo esto configuró un cuadro heredado, dividido entre los remanentes de la política estatal de los años de gobierno de facto y las iniciativas generadas al margen o en oposición al mismo. El campo de la comunicación aparecía, así, como escenario de demandas y de disputas dentro del escenario cultural que debía ser reconstruido, pero sobre todo, de la nueva sociedad democrática, lo cual requería políticas relativas a los medios, poniendo sobre la mesa el debate sobre su propiedad, el acceso, y fomentando la producción local. En este marco, la creación de una carrera dentro de la universidad pública más grande del país, que tomase a estas cuestiones como su objeto, y formara cuadros profesionales se convertía casi en un imperativo.

## **La situación académica y las tradiciones en el campo de la Comunicación y Cultura**

En cuanto al contexto propiamente universitario, el golpe de estado de 1976 significó la profundización de las intervenciones<sup>7</sup>, de la censura, de los cierres arbitrarios y de las persecuciones que ya habían comenzado en 1974. El área disciplinar más afectada fue, sin lugar a dudas, la de las ciencias sociales, que padeció el cierre de carreras y la reducción del número de estudiantes, de investigadores y de profesores<sup>8</sup>. Esto impactó de igual forma tanto en el subcampo educativo como en el científico, donde el rendimiento del aporte de la universidad a la producción de conocimiento fue escaso. Siguiendo a Delich (2009), la baja cantidad y calidad de la investigación se vio afectada también por la privatización de los fondos derivados a empresas, lo que tuvo como efecto la desfinanciación y desvinculación de la práctica científica de la universidad. A esto último también contribuyó el cese de las principales publicaciones, cortándose así los vínculos entre la comunidad científica y la divulgación, lo que configuró otro factor de aislamiento. El cuadro se completa con el hecho de que muchos docentes e investigadores se vieron obligados a continuar sus vidas en el exilio. Sin embargo, lo que principalmente quedó por fuera de las aulas universitarias fue el debate político.

---

6 La multipartidaria fue creada en 1981 como instancia de acción política conjunta entre la UCR, el PJ y otros partidos políticos nacionales, con participación de la iglesia católica, para presionar y negociar la vuelta a la democracia. Entre los varios documentos que elaboró, en diciembre de 1981 Antes de que sea tarde, un documento en el que se establecía un programa de gobierno para la restauración de la democracia. La multipartidaria se disolvió en 1983.

7 La intervención a partir de rectores interventores se realizó, en la dictadura, a partir del artículo 12 de la Ley 21276 de 1976 al subordinar las universidades al control del estado.

8 Delich (2009) muestra como la planta de profesores-profesionales no alcanzaba, para 1983, el 10% en carreras como Antropología y Sociología.

Esto último afectó particularmente a las carreras de periodismo y comunicación, de acuerdo a cómo se venía dando su desarrollo en el país hasta ese momento, el cual estaba en línea con las tendencias del campo a nivel latinoamericano donde se había construido una verdadera tradición en el estudio y la enseñanza de la comunicación en tanto disciplina, desde una perspectiva crítica y comprometida con la realidad política y social. Por ejemplo, en la carrera de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata, no solo la misma Escuela perdería su autonomía, sino que también se reformaría el plan de estudios establecido en 1973 por ser considerado “de izquierda y politizado” (Vestfrid y Guillermo, 2007, p.119), para instaurar otro de perfil más instrumentalista<sup>9</sup>. Por otro lado, en 1973, en la UBA había comenzado a funcionar la que puede ser considerada la primera iniciativa para el estudio de la comunicación y los medios en dicha institución: el Seminario de Introducción a los Medios de Comunicación Masiva dentro de la carrera de Letras, con una marcada perspectiva crítica y fuertemente vinculado a la militancia política de izquierda. El seminario tuvo su final en 1974 con la intervención de las universidades, aunque, de todas maneras, este curso funcionó como puente entre quienes se encontraban desarrollando la disciplina en el país y otros actores, como estudiantes y profesores que se integrarían al campo, emergiendo, a través del mencionado espacio, una formación intelectual que una década después sería la encargada de darle cuerpo a CCOM. Podemos mencionar, entre ellos, a Héctor Schmucler, Margarita Graziano, Aníbal Ford o Alicia Entel. En el seminario, el estudio de la comunicación se cruzaba con la militancia de la que eran parte sus miembros, por lo que muchos de ellos se vieron obligados al exilio y otros, como Aníbal Ford o Alicia Entel, a continuar trabajando, al decir de Oscar Bossetti, “desde las catacumbas”.

De esta forma, en los años de la dictadura militar, el campo de la comunicación sufrió un congelamiento, cuando no un retroceso, en el país. En palabras de Hector Scmucler, durante ese período: “Nada. Doce años después, ya en democracia, estando como rector normalizador de la UBA Francisco Delich, aparece la idea de crear una carrera. Pero en el medio nada”. (Zarowsky, 2019)

Los que se quedaron, los que se fueron y el lugar de los organismos internacionales en la supervivencia de las formaciones intelectuales.

Tenemos que hacia el final de la dictadura muchos intelectuales del campo habían construido o continuado sus trayectorias en el exilio y otros en el país, en experiencias por fuera de la universidad intervenida. Estos últimos continuaron con la producción de conocimiento relacionado con la comunicación y la cultura, por ejemplo, a través de la labor editorial e investigativa. Entre ellos participaba el grupo de intelectuales al que pertenecían Aníbal Ford, Eduardo Romano y Jorge Rivera.

Otra forma de participación fue la posibilitada por los organismos internacionales. Así, por ejemplo, en los últimos años del gobierno de facto se creó la ASAIACC, dirigida por Heriberto Muraro e integrada, entre otros, por Patricia Terrero, Alicia Entel y, posteriormente, por Jorge Rivera. Esta asociación funcionaba en un espacio cedido por CLACSO, organismo en el que Francisco Delich, años más tarde rector normalizador de la UBA, ejercía en ese entonces como secretario ejecutivo. De esta manera, organismos internacionales como CLACSO no solo permitieron la persistencia del trabajo intelectual sino que también posibilitaron cierto contacto entre los exiliados internos y los externos, entre el congelado campo académico nacional y los debates que se daban en el exilio. A partir de institutos y organismos como el ya mencionado, UNESCO o ILET<sup>10</sup>, entre otros, como indica Mariano Sarowsky (2015):

---

9 Para más detalles acerca de los planes de estudio de la carrera de Periodismo de la UNLP véase Vestfrid y Guillermo (2004).

10 Siguiendo a Zarowsky (2015), ya en 1983 se habían realizado una serie de encuentros organizados por la oficina del ILET en Buenos Aires donde confluyeron las agendas elaboradas en México y las de los investigadores que permanecieron en el país:

*Se crearon condiciones para la emergencia de una estructura de sentimiento —al decir de Raymond Williams— sobre la que se elaboraron algunas de las premisas teórico-conceptuales que orientaron los estudios en comunicación en los años siguientes en Argentina. En este movimiento, asimismo, se forjaron condiciones que contribuyeron a su proceso de consolidación disciplinar e institucionalización y a la proyección de muchos de sus protagonistas en posiciones de prestigio en relación con el mundo universitario y la escena político-cultural en el país. (p. 2)*

Estos nexos significaron la supervivencia de formaciones intelectuales que luego de ocupar un lugar emergente en la década de los 70, se veían en este cambio de década relegadas a los márgenes o directamente expulsadas del escenario intelectual local. Sin embargo, en aquellos márgenes se estaba configurando una reconstrucción de dichas formaciones y una acumulación de capital simbólico que la vuelta a la democracia en Argentina haría que sus integrantes se posicionaran como actores hegemónicos del campo y de su renovación teórico-epistemológica, y que por lo tanto estuvieran a la cabeza, en el marco de la reconstrucción cultural del país, de la fundación de nuevas carreras universitarias.

## Los desplazamientos

El lugar hegemónico de algunos intelectuales en la reconstrucción cultural, producto del capital acumulado en los años dictatoriales, fue posible no solamente por los contactos establecidos a partir de los organismos internacionales y las experiencias en los exilios, sino también porque tuvo lugar un fenómeno particular de desplazamiento conceptual (Zarowsky, 2015).

Los desplazamientos remiten al movimiento teórico-conceptual de muchos de esos intelectuales que, como vimos, formaban parte de una tradición crítica, revolucionaria —en el caso del campo de la comunicación, su contribución y participación había sido también desde la militancia en la izquierda peronista e incluso marxista, ideologías que veían en el socialismo su horizonte y su lucha y no en el estado burgués, entendido desde estas perspectivas como un aparato de dominación de clase— hacia perspectivas más moderadas, entre otras cosas producto de los cambios en el contexto sociopolítico global: los exilios, la revalorización de la democracia tras el ciclo de gobiernos dictatoriales en la región, el inicio del proceso de descomposición del bloque soviético y, sobre todo, la necesidad de reinsertarse en un campo intelectual sumamente golpeado.

Todo esto tuvo como consecuencia el abandono o la adaptación de ciertos tópicos y perspectivas, hegemónicas durante los sesenta y setenta, a los nuevos tiempos de renovación política y teórica<sup>11</sup> y promovidos a partir de los agrupamientos en los organismos internacionales. En palabras de Delich (2018):

El tema de la democracia cayó dentro de la propia renovación de las ciencias sociales. Visto por un militante del partido comunista de los años 80 (...) para ellos la democracia era un paso táctico (...) bueno, para nosotros no, porque era la construcción de un orden político en sí mismo. (p. 414)

De esta forma, se produjo un quiebre en las vanguardias intelectuales con respecto a la izquierda tradicional. Siguiendo a Delich (2018), hasta ese momento la academia se subordinaba al proyecto revolucionario, “y en cambio nosotros decimos no se subordina nada”. (P. 415)

Así, los desplazamientos permitieron la incorporación de intelectuales y, por lo tanto, la inclusión, pero en la forma de tradición selectiva (Williams, 2009) de los paradigmas críticos al proyecto estatal, en una negociación desigual, pero que les permitió a estos actores asegurarse posiciones de relativa hegemonía dentro del campo disciplinar en particular y político-cultural en general. La transición democrática representó una etapa de promoción de consensos, reformas e integraciones que exigió concebir al estado no ya como enemigo sino como espacio de disputa pero, sobre todo, de negociación. En palabras de Graziano (1997) se resignificó “como espacio de articulación de poder y en el cual podía haber ciertos intersticios a través de los cuales ejercer presión de parte de sectores supu-

11 En los ochenta se produciría lo que autores como Narváez Montoya denominan giro culturalista.

estamente progresistas". (p. 3)

#### La fundación de CCOM

Con la vuelta a la democracia, entre diciembre de 1983 y principios de 1984 fueron asumiendo en las universidades nacionales los rectores normalizadores. Francisco Delich fue nombrado por Raúl Alfonsín como rector normalizador de la UBA.

Abogado y doctor en sociología, de militancia radical, Delich se había desempeñado como secretario ejecutivo de CLACSO en Buenos Aires entre 1976 y 1983. Él estableció una relación personal con Raúl Alfonsín a partir de distintos encuentros realizados a fines de los años setenta, como la Conferencia de San José de Costa Rica de UNESCO, que reunió a científicos sociales y dirigentes políticos de la región y donde se encontraron algunas tendencias tanto de las ciencias sociales como políticas de aquel momento

La designación de Delich como rector normalizador sería clave para la fundación de nuevas carreras y nuevas facultades en la UBA —como la propia CCOM y Ciencia Política, las cuales en 1988 se agruparían en la recién creada Facultad de Ciencias Sociales<sup>12</sup>— por su pertenencia disciplinar, su cercanía con las formaciones intelectuales configuradas entre los exiliados y los que se quedaron en el país, y su afinidad político-partidaria identificada con la UCR. Siguiendo a Mangone:

*En la transición a la democracia se produce una modernización del campo universitario que está retrasada por el tema de la dictadura y eso se refleja primero en la creación de carreras. El alfonsinismo, el radicalismo, estuvo muy vinculado al aparato publicitario, al aparato profesional, al nuevo marketing electoral, es decir, estuvo muy vinculado a hablar con personas como Eliseo Verón, por ejemplo, pero también con otros expertos y académicos que habían iniciado un proceso de modernización de las ciencias sociales en la década del 70 que incluía la comunicación. Ahora, lo que habría que advertir es qué objetivo tiene el radicalismo en ese momento y el objetivo es la formación de cuadros específicos de transmisión de la información, y en este caso la información política. (comunicación personal, noviembre de 2021)*

Así, con la vuelta a la democracia confluían la necesidad de recomposición del campo de la comunicación y de las ciencias sociales, de transformación de la academia, de la universidad, y las demandas políticas del partido gobernante. La designación de Delich, por lo dicho, favoreció la materialización de todo esto.

De esta manera, la fundación de CCOM se pensó a partir de dos imperativos: en primer lugar, la idea de que la calidad informativa estaba ligada directamente a la oposición democracia/dictadura y, por lo tanto, la necesidad de modificación del paradigma informativo imperante a través de la formación de cuadros profesionales<sup>13</sup>, con la mirada puesta en la globalización, un mercado cada vez más preponderante y un mundo bipolar definitivamente descompuesto que requería cuadros tanto para una democracia en proceso de consolidación como para un mercado en vías de expansión. En segundo lugar, existía la necesidad de crear una carrera de comunicación de carácter más académico que las existentes en aquel momento en el país como parte, además, de la modernización universitaria. Es así que el propio Delich (2009) afirma que se buscaba que con esta nueva carrera la Universidad pudiera acoger a disciplinas relativamente jóvenes como la lingüística y la semiología y vincularse con otras disciplinas sociales como la sociología o la psicología social (p. 77). En este sentido, CCOM aparecía como una idea de carrera relativamente pionera, basada en las premisas de modernización, academicismo, pero también de instrumentalidad. Por otro lado, la fundación de la carrera aparecía como la oportunidad de posicionarse para aquellas formaciones intelectuales diezmadas, como un lugar donde podrían invertir o hacer valer su capital acumulado.

---

<sup>12</sup> En este sentido, cabe aclarar que la carrera de Sociología tenía como reivindicación histórica la creación de una facultad propia, dedicada a las ciencias sociales, luego de un largo periplo por distintas unidades académicas como Filosofía y Letras o Derecho (Mancuso, 2011).

<sup>13</sup> Véase Causas y Azares, número 3, año II, primavera de 1995, p. 25.

Finalmente, en 1985, Delich convocó a Héctor Schmucler para formar la comisión encargada de elaborar el plan de estudios de CCOM. La comisión armada por Schmucler, y dirigida por Eduardo Vizer<sup>14</sup>, se caracterizó, en primer lugar, por su heterogeneidad disciplinaria, pero sobre todo por la cercanía —política, académica, afectiva— que unía a los convocados<sup>15</sup>. Entre ellos se encontraban Margarita Graziano, quien en los setenta, además de haber publicado en la revista *Comunicación y Cultura*, estuvo exiliada en Venezuela<sup>16</sup>, donde trabajó con Antonio Pasquali en ININCO. Junto con Alcira Argumedo fue militante activa de las PNC y de la llamada *alternatividad*; Ana María Nethol, quien venía del campo de la educación; Alicia Entel y Patricia Terrero, provenientes del campo de las Letras; y Heriberto Muraro y Eduardo Vizer, de la Sociología. Muchos de los participantes fueron parte del Seminario de Introducción a los Medios Masivos de Comunicación, como el propio Schmucler, Alicia Entel y Heriberto Muraro; otros estaban vinculados directamente con el rectorado de la UBA a través de la militancia radical o provenían de CLACSO como en el caso de Vizer, vinculaciones que también implicaron un capital muy valioso en el juego de luchas y negociaciones para darle forma a la carrera. En este sentido, tampoco hay que dejar de lado ciertas particularidades que provienen de ser una carrera recién creada, como el hecho de estar por fuera de alguna de las unidades académicas existentes (ya que CCOM dependió directamente del Rectorado hasta 1988), o la ausencia de claustros constituidos, dada la inexistencia de graduados. Esto configuró un escenario de absoluta dependencia del gobierno central de la universidad, por lo que las negociaciones entre los agentes resultaron menos conflictivas pero a la vez menos democráticas que en otros escenarios posibles, como consecuencia de que las hegemonías fueron mucho más efectivas ya que la negociación estuvo profundamente desequilibrada.

## Conclusiones

La demandas de recomposición del campo cultural nacional, de modernización académica y de formación de cuadros periodísticos y burocráticos que reconstruyeran el ecosistema mediático luego del gobierno militar fueron fundamentales a la hora de fundar CCOM. A ello contribuyó también la necesidad de reposicionarse en la escena intelectual de aquellos que habían perdido su lugar con el golpe cívico-militar, de los cuales muchos eran parte del relativamente incipiente campo de la comunicación.

Sin embargo, el escenario económico-político local y global estableció los límites en los que se resolvieron esas demandas y que posibilitaron la creación de la nueva carrera. El clima de promoción de consensos, de optimismo hacia la democracia, sumados a la preponderancia creciente del mercado, volvía cada vez más tensa la relación entre práctica profesional y formación crítica. En este contexto, los desplazamientos de aquellos ubicados en las posiciones más radicales permitieron la incorporación de las tradiciones configuradas durante los setenta en el campo de los estudios en comunicación al proyecto estatal. De esta manera, este fenómeno fue la respuesta para sostener posiciones dentro de la red de relaciones entre agentes e instituciones.

Así, la fundación de CCOM representó la materialización de distintos proyectos, tradiciones, utopías y demandas de diferentes actores en constante tensión, atravesados por los límites y presiones ejercidos por un contexto socioeconómico particular. Así mismo, permitió no solo la supervivencia, sino también la institucionalización de una tradición crítica propia del paradigma latinoamericano que había sido borrada, aunque ahora se diluía a partir de la formación de una tradición selectiva, no solamente por las demandas de formación profesional, técnica y burocrática en una universidad que se pensaba de masas (Delich, 2009), sino también por la necesidad de establecer consensos dentro del marco de la institucionalidad vigente (ya sea por su relativa fragilidad dada su novedad o por la deslegitimación de proyectos políticos alternativos, contrarios al sistema, producto de la derrota de las izquier-

---

14 Véase “Ciencias de la Comunicación en la UBA: entre la formación y la crisis del mercado”, en *Causas y Azares* n° 3, primavera 1995, p.36.

15 Así lo aseguran Entel (2019) y Bossetti (2022)

16 Allí, en la Universidad Central de Venezuela, realiza una maestría en Políticas y Planificación de la Comunicación y se doctora en Sociología (Héram y Gándara, 2021, p. 123).

das a nivel global).

Aun así, es posible que, en definitiva, en la inclusión de esta tradición crítica recaiga la importancia de la creación de CCOM. Queda la pregunta si en lo sucesivo, esta tradición se sostuvo en su plan de estudios y en su implementación efectiva, pero sobre todo, si persistió en las distintas modificaciones que sufrió, incluyendo el último plan de estudios, aprobado en 2013 y puesto en práctica en 2023. También, se hace necesario un análisis comparativo con otras carreras, tanto públicas como privadas, para entender cabalmente la importancia de CCOM para el campo de la comunicación argentino, la importancia de una carrera surgida en el seno de un proyecto democrático y que reflejó las tendencias de aquel momento.

## Bibliografía

- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2005). Una invitación a la sociología reflexiva. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Camou, A. (2018). Entrevista a Francisco Delich: «Contribuímos a instalar la cuestión de la democracia». En Torres, E. y Russo, J. (Eds.), *Francisco Delich y América Latina* (pp. 401-415). Córdoba: Editorial de la UNC; Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO; Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Flacso.
- Carli, S. (2014). Las ciencias sociales en Argentina: itinerarios intelectuales, disciplinas académicas y pasiones políticas. *Nómada* (41), 63-77.
- Cavarozzi, M. y Landi, O. (1991). Argentina, crisis y postransición. *América Latina hoy. Revista de ciencias sociales* (2), 51-64.
- Delich, F. (2009). 808 días en la Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires: Eudeba.
- Entel, A. (2020). Héctor "Toto" Schmucler El Maestro, las carreras de Comunicación y los ideales. *Estudios Digital*, 43-57. <https://doi.org/10.31050/re.vi.28547>
- Guillermo, M. y Vestfrid, P. (2007). La formación de periodistas y comunicadores durante la dictadura: el caso de la escuela superior de periodismo y comunicación de la UNLP durante 1976-1981, La Plata: Edulp.
- Graziano, M. (1997). Guía Teórica, 1º parte, Políticas y Planificación de la Comunicación, Carrera de Ciencias de la Comunicación. Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales. [Archivo PDF].
- Marqués de Melo, J. (2009) *Pensamiento comunicacional latinoamericano*, Sevilla: Comunicación Social Ediciones.
- Mazzei, D. (2011). Reflexiones sobre la transición democrática argentina. *PolHis* (7), 8-15.
- Multipartidaria Nacional (1982). *La propuesta de la multipartidaria*. Buenos Aires: El Cid.
- Narvaez Montoya, A. (2014). Ciencias sociales y „giro culturalista“. *Promesa pendiente. Nómadas*, (41), 97-113. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105133774007>.
- Torrío Villanueva E. (2010). *Comunicación. De las matrices a los enfoques*. Quito: Quipus.
- Williams, R. (2009). *Marxismo y Literatura*, Buenos Aires: Las cuarenta.
- Zarowsky, M. (2015). Del exilio a los nuevos paradigmas: los intelectuales argentinos de la comunicación en México (de Controversia a Comunicación y Cultura). *Comunicación y Sociedad* (24), 127-160.
- Zarowsky, M. (08/04/2019). Entrevista a Héctor Schmucler: universidad, literatura y medios masivos en 1973. *Revista Zigurat*. Recuperado el 19/09/2020 de <https://revistazigurat.com.ar/universidad-literatura-y-medios-masivos-entrevist-a-a- Hector-schmucler/>.

# El campo laboral de la comunicación en Cuyo: Tendencias y miradas de egresados universitarios

Juan Martín Zanotti

**UNSL- CONICET**

## Introducción

El campo laboral y profesional de la comunicación se encuentra convulsionado por cambios económicos, sociales y técnicos que lo atraviesan fuertemente. Diferentes investigaciones antecedentes dan cuenta de la importancia de afinar las herramientas analíticas para conceptualizar la problemática del trabajo, que se vuelve hoy un objeto de estudio cada vez más jerarquizado en nuestro ámbito académico. En este contexto, la ponencia propone caracterizar el estado actual del campo laboral vinculado con la comunicación en las provincias, particularmente en la región de Cuyo, a partir de una indagación en torno a tareas y perfiles que reúnen hoy a profesionales egresados de las carreras vinculadas con la comunicación.

Desde un abordaje sociológico que retoma contribuciones de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, el estudio exploratorio propuesto buscará poner en relación trayectos y desafíos profesionales con recorridos académicos dentro de la oferta formativa en las universidades públicas nacionales de San Juan (UNSJ), San Luis (UNSL) y de Cuyo (UNCuyo). Se recuperan así espacios de formación que son pensados dentro de un campo profesional no homogéneo, a partir de debates abiertos sobre proyecciones en carreras, así como en la revisión de otras instancias como las prácticas pre profesionales.

Con el objetivo de poner a dialogar estas problematizaciones, el texto recupera una serie de entrevistas realizadas en el presente año a egresados de las instituciones mencionadas para exponer cambios en torno a la organización del trabajo y otras tendencias dentro de un universo en transformación que no incluye ya solamente a los medios de comunicación y las industrias culturales. Desde aquí se pretende reflexionar sobre redefiniciones de las rutinas y prácticas profesionales, los derechos laborales y los espacios de inserción de comunicadores.

La organización de la ponencia plantea así un primer momento que reconstruye los principales aspectos metodológicos para luego dar pie a resultados preliminares en una serie de apartados que enfocan primero la formación universitaria y técnica, complejizan luego la delimitación de las profesiones actuales de la comunicación y sus campos de trabajo, y finalmente hacen centro en las problemáticas condiciones laborales con sus respectivas afectaciones de derechos.

## Metodología, aplicación de cuestionario y perfil de los entrevistados

Como fuera anticipado, el trabajo metodológico involucró en esta etapa la recuperación de antecedentes sobre el tema, contrastados con relevamientos propios y entrevistas a profesionales que culminaron carreras de grado en las tres universidades mencionadas. Producto de ello y dentro de una investigación mayor en curso, se comparan avances vinculados con miradas de los egresados que sirven para actualizar perfiles y áreas de la producción emergentes que participan en la configuración de renovados escenarios laborales en Mendoza, San Luis y San Juan dentro de la región aludida.

Para el trabajo se realizaron seis entrevistas a egresados/as de comunicación de la UNCuyo, la UNSL y la UNSJ, dos de cada institución. Los informantes oscilaron entre los 20 y 50 años, con perfiles laborales que fueron desde el periodismo tradicional y en el entorno digital, a la comunicación política, comunicación institucional estatal y en organizaciones de Derechos Humanos, en empresas privadas, hasta la docencia y la investigación en comunicación. Cabe aclarar en este punto que la totalidad de los entrevistados contaba con más de un trabajo y recuperaron también en sus relatos experiencias laborales pasadas asociadas también a las áreas enunciadas.

Las entrevistas se realizaron de manera virtual y presencial durante el mes de mayo de 2023 y se apoyaron en una serie de ejes a indagar que pueden resumirse en: tensiones entre formación universitaria y competencias profesionales, la conceptualización del mundo del trabajo en transformación, la indagación en torno al campo profesional, como un campo en crecimiento e hibridación, el reconocimiento de áreas laborales más diversificadas, así como subcampos o ramas no tradicionales y emergentes, y finalmente la tematización de condiciones de trabajo.

La estructuración de las mismas se apoyó en ocho preguntas comunes divididas en una serie de bloques o momentos. En primer lugar, se formuló una pregunta de apertura orientada a la descripción del área o campo de trabajo de cada informante y sus principales tareas o responsabilidades. Seguidamente se combinaron dos preguntas vinculadas por una parte con la formación universitaria para consultar acerca de las herramientas aprendidas para el trabajo y la valoración (positiva, negativa u otra) del trayecto académico, y con la formación técnica (la orientación y el alcance que debería tener).

El bloque posterior indagó sobre las miradas en torno al campo laboral específico de la actividad de los/as entrevistados y la posibilidad incluso de referirse al campo de la comunicación en un sentido más amplio a partir de sus principales transformaciones en el último tiempo, con la intención de retratar la diversificación de las profesiones relacionadas con la comunicación.

A continuación, se realizó una pregunta compuesta sobre las condiciones de trabajo relacionada con el nivel de satisfacción respecto a las responsabilidades, cantidad de horas y remuneración, en la que se consultó también específicamente sobre la figura del trabajador “precarizado”. Finalmente, la última pregunta apuntó a la participación en algún tipo de asociación profesional, sindicato o gremio. En la reproducción de textuales o citas de las entrevistas se optó por resguardar la identidad de los informantes bajo la fórmula del anonimato, razón por la cual solo se describe el perfil profesional y la provincia donde trabaja cada interlocutor.

### **Una tensión irresuelta: La complejidad de abordar la formación técnica en las carreras de comunicación**

Para abrir el juego, este primer apartado de recuperación de las entrevistas enfoca la problemática de la formación de los egresados que en las tres universidades presenta una organización diferente. De manera breve y sin ánimo de hacer una lectura exhaustiva al respecto, cabe aclarar que se toman testimonios de tres licenciaturas en comunicación con características similares en términos de extensión o duración con cinco años de cursada más un trabajo final, aunque con diferencias curriculares y en la oferta de orientaciones temáticas. Si bien se registran procesos de revisión de los planes de estudios y estructuras de todas las carreras relevadas, tomando en cuenta la foto hasta el momento de escritura del trabajo: la UNCuyo ofrecía una Licenciatura en comunicación con las orientaciones “Medios de comunicación” y “Comunicación organizacional”, a lo que podría sumarse como dato la presencia de un Profesorado en Comunicación; la UNSL dictaba la Licenciatura en Comunicación con las orientaciones “Producción Medial y Multimedial” y “Promoción Cultural y Educativa”, aunque presenta también dentro su oferta académica otras dos licenciaturas vinculadas al campo como son la Licenciatura en Periodismo que posee un título intermedio de Periodista Universitario (concluido el tercer año), y la Licenciatura en Producción de Radio y Televisión también con un título intermedio de Locutor Nacional Universitario; finalmente la UNSJ brindaba la Licenciatura en Comunicación con cuatro orientaciones: “Comunicación periodística”, “Comunicación institucional”, “Comunicación educativa” y “Comunicación Comunitaria”, estas últimas prácticamente sin estudiantes en los últimos años.

Respecto al recorrido por estos espacios, los entrevistados destacaron en general una valoración positiva de los contenidos de la cursada, destacando un mayor peso de las materias teóricas, que terminan por imponerse como cargas que podrían ser problemáticas y deben ser resueltas por los/as estudiantes:

*Es una carrera súper teórica, muy densa teóricamente y que al nivel de herramientas prácticas no salís bien preparado para funciones más técnicas, hay cosas que te tenés que autoenseñar, y eso se da porque la universidad pública es como una selva, tenés 17 años entrás y te tenés que manejar, eso te puede aplastar completamente y frustrarte, o te puede hacer una persona muy autónoma, a todos los que cursaron conmigo y conozco nos ayudó a construir esta autonomía, pero es un arma de doble filo, porque en esa autonomía también hay una excusa para deslignarse capaz de la falta de formación en ciertas áreas (Becaria y comunicadora institucional, Mendoza)*

Continuando con el recorte de citas de los egresados, puede subrayarse de manera complementaria definiciones que rescataron la formación generalista recibida con algunos acentos particulares: “la formación crítica y de lectura de la realidad” (periodista, San Luis), “lo macro, la posibilidad de tener una mirada social” (comunicadora institucional en el sector estatal, San Juan); “la visión del mundo, la mirada crítica, no hacer las cosas por hacer, ser un comunicador integral” (comunicador institucional en el sector privado, San Juan).

Respecto al supuesto déficit de formación práctica y en contenidos más específicos, aparecieron algunas ideas compartidas: En primer lugar, surgió recurrentemente la cuestión de la falta de competencias para la producción periodística en diferentes soportes, con especial foco en herramientas digitales y tecnología. Desde posicionamientos y áreas laborales diferentes, se plantearon aquí expresiones tales como “Para el rubro o área al que me dedico de las redes, las herramientas son casi nulas” (Comunicador institucional, Mendoza); “80 o 90% de las cosas las aprendí trabajando” (Periodista, San Luis).

En este punto también aparecieron miradas que relativizaron la demanda o reclamo a las universidades en la medida que “al comunicador se les exige muchas veces de todo, tenés que saber redactar, diseñar, usar la cámara de fotos, hacer un podcast, y es medio imposible que la universidad te enseñe todo” (comunicador institucional en el sector privado, San Juan).

En la misma línea con el testimonio anterior, la comunicación para organizaciones se posicionó como un campo dinámico (presente como eje en algunas de las orientaciones de las carreras) respecto al cual existe poca preparación y donde se ponen a jugar herramientas asimilables. Finalmente, otro de los aspectos que aparecen como saldo, tienen que ver con la docencia, en tanto se marcó la falta de herramientas pedagógicas y para la inserción en la educación en distintos niveles.

Más allá de la escasez de contenidos sobre algunas áreas temáticas, resultó recurrente la idea de “desactualización” de los planes de estudio, una preocupación legítima en tanto se apoya en los años de creación de los mismos que varios remarcaron, por ejemplo, para el caso de Mendoza cuyo plan data de 1999, expresando un problema que puede extenderse como regla al resto de las carreras en las restantes dos provincias.

Por otra parte, el perfil retratado de la formación presenta un contraste en los testimonios con la formación que brindan para la misma carrera las instituciones privadas: “tenemos quizás ahí una ventaja con la privada en esto de sentirnos como siempre en “la lona” pero al mismo tiempo resolverlo” (Comunicadora institucional y becaria de investigación, Mendoza). En esta dirección esta última entrevistada planteaba que las privadas “son buenas en cuestiones prácticas”, y que “hay muchísima más gente salida de ahí laburando en medios”, pero “sin la capacidad de análisis o para elaborar ideas” que tiene un egresado de la UNCuyo. Frente a ello, manifestaba que un principio de solución podría apuntar a delinear más orientaciones, mejor oferta de materias y la posibilidad de elegir o estructurar la carrera en base a los propios objetivos.

La tensión teoría-práctica expresa un poco la división sostenida, que pareciera plantearse un poco de manera dico-

tómica, aunque no en todos los casos, cabe recuperar en este sentido uno de los testimonios:

*El trabajo que hace un comunicador en lo técnico, que puede ser audiovisual, radiofónico, digital que ahora resuena mucho, el manejo de redes como un campo laboral fuerte, gente que vive produciendo así, esa misma labor la puede hacer un productor o un periodista. En este sentido cuál sería la diferencia entre uno y otro no lo sé, por eso creo que ahora se están repensando las carreras. Creo que en general la teoría y la práctica se piensan escindidas casi todo el tiempo en la formación, la teoría va por un lado a veces distinto, y eso lo vi en las prácticas preprofesionales donde si uno es de una orientación tiene que ir por lo técnico, y el de cultural o educativa no, a veces se piensa también que la técnica no tiene que tener reflexión, eso no está bueno. (Docente, San Luis)*

Una autora que ha trabajado estas cuestiones en las carreras de comunicación en Argentina, Carolina Deharbe, plantea cierto desfase en la formación técnica de los comunicadores en relación a los cambios tecnológicos debido a “la persistencia de un modo dicotómico de pensar la formación académica, cuyo posible origen podíamos rastrear en la tensión entre una racionalidad instrumental y una racionalidad emancipadora que operó en la configuración de prácticas educativas en comunicación” (Deharbe, 2019:104). Esto plantearía algunas dificultades respecto a áreas emergentes donde la universidad pareciera no tener tanto para ofrecer.

Para redondear con una imagen que grafica la complejidad de esta entrada cabe citar a un autor paradigmático como Fuentes Navarro, quien a partir de la experiencia mexicana, explica que se ha generado un cambio en imaginarios a partir también del surgimiento de “otros referentes sociales, culturales, laborales, tecnológicos, políticos, económicos, estéticos y éticos” relacionados con los estudios de la comunicación (Fuentes Navarro, 2008:172).

### **Profesiones y (sub)campos laborales en transformación**

A lo largo de esta producción se ha hablado de campo profesional o laboral en singular aunque cabe aclarar que podría retomarse aquí la idea de campos en plural o bien de subcampos en tanto las profesiones tienen a diversificarse o ampliarse para incorporar nuevos escenarios y tareas. En definitiva, ya sea que se tome una u otra opción, pretende aludirse a un campo no homogéneo con límites complejos, con subáreas donde emergen nuevas especializaciones y se transforman otras, y donde en definitiva algunas de esas áreas aparecen más o menos consolidadas o formalizadas.

Continuando con el eje de este trabajo de recuperar los testimonios de los/as egresados/as, decimos que de las entrevistas se clasifican y jerarquizan cuatro subcampos: la comunicación institucional en áreas estatales y de gobierno como organizaciones de distinto tipo (principalmente en el sector ONGs), un sector que sostiene un crecimiento significativo en los últimos años, con gran presencia en la muestra. Los entrevistados marcaron en este sentido una proliferación de las áreas de comunicación, fundamentalmente asociadas al Poder Ejecutivo local en cada caso. Aparecieron así expresiones como: “En el Estado han crecido muchísimo las oficinas de comunicación, de hecho no solo hay periodistas, no solo se hace prensa, se hacen redes, hay fotografía, hay diseño, hay equipos que se han formado en algunas oficinas” (Comunicadora institucional en el sector estatal, San Juan); “Tenés mucha comunicación en el Estado, municipalidades, en el gobierno provincial pero bueno ahí se mete a jugar la cuestión política, es difícil si no sos del palo” (Comunicadora institucional, Mendoza); “En los últimos años, no sé si es por una gestión de gobierno o porque se dio así, ha surgido mucho más trabajo estatal, cuando estuve en el Ministerio de Obras fui viendo cómo a la par de nuestro equipo se iban consolidando equipos de comunicación de los ministerios, de las secretarías, se iban formalizando a nivel organigrama, se fue dando este paso a nivel formal” (Comunicadora organizacional en el sector privado, San Juan).

Relacionado con lo anterior, emerge también la comunicación organizacional ligada al sector privado como otra área o subcampo, que pudo comprobarse en las voces de los informantes en las tres provincias, con perfiles productivos particulares en cada provincia, por ejemplo, hacia el sector minero en San Juan y el sector vitivinícola en Mendoza.

*Si querés trabajar en comunicación institucional, por lo que veo en colegas, tenés dos opciones: irte al sector privado y trabajar en una agencia de marketing o publicidad que labure con empresas, con bodegas hay mucho, irte para ese lado de ser community manager o trabajar publicidad on line, manejar cuentas, esa es una opción donde está la mayoría que conozco (Becaria y comunicadora, Mendoza)*

En tercer lugar, el sector de los medios de comunicación, con acento en los medios tradicionales, pero con una presencia cada vez más significativa de los medios digitales. Probablemente cabría incluir aquí a otros sectores de la cultura/arte/entretenimiento vinculados con otras industrias culturales y creativas como el diseño y la publicidad, para quienes los entrevistados también realizan algunos trabajos.

Finalmente cabe distinguir y nombrar la docencia (en el nivel medio y universitario) y la investigación (fundamentalmente a través de becas), como otras opciones legítimas y efectivas de inserción laboral en el horizonte de los entrevistados. Esta área o subcampo con historia ya que es constitutiva del campo de la comunicación, adquiere quizás mayor relevancia o posibilidades de concreción en la provincia de San Luis, como consecuencia de la oferta universitaria estatal más variada de carreras en comunicación.

No es intención de esta ponencia traer los debates académicos apoyados en tradiciones sociológicas que se ocupan de la diferenciación entre oficios y profesiones sino más bien plantear ciertos escenarios heterogéneos, o más abiertos por una parte, que plantean por otra parte cierta hibridación que modifica las clasificaciones heredadas o las vuelven al menos más flexibles. Es en esta dirección también que lo recuperado de los testimonios sintoniza con investigaciones latinoamericanas que apuntan divergencias y rupturas entre los procesos educativos a nivel superior, el mundo del trabajo, y el campo profesional y laboral (Blanco, 2019 y 2022).

Tanto las profesiones como los estudios de comunicación se alejan de los medios y las principales industrias culturales, para ponerse al servicio de renovadas demandas de los mercados globales, nacionales y locales, que no siempre aparecen separados, sino que tienden a atravesarse cada vez más. Para reforzar este señalamiento es importante detenernos en los empleadores o dadores de trabajo reconocidos en las entrevistas, tanto porque mutan como porque modifican su participación en algunos de los campos o subcampos ya caracterizados, precisamente ese el centro del siguiente apartado.

## **Empleadores, condiciones de trabajo y posibilidades de agremiación**

En línea con lo ya presentado sobre los campos o áreas laborales instituidos y emergentes, puede plantearse que en términos generales los empleadores se configuran en torno a los medios de comunicación (comerciales principalmente, aunque también surgieron experiencias en medios estatales), al Estado tanto en el nivel político o en instituciones más autónomas o descentralizadas como la universidad, y a empresas del sector privado, con perfiles productivos marcados por provincias. Sobre cada uno de estos actores o instituciones surgieron así algunas caracterizaciones interesantes que hablan de ciertas condiciones para la entrada o acceso y de algunas situaciones de desprotección o vulnerabilidad en el trabajo.

De acuerdo a los distintos autores que venimos citando, la flexibilidad, inestabilidad y precariedad serían características casi estructurales del campo profesional y del mercado laboral de la comunicación (Kaplún y Martínez, 2022; Blanco 2022). Esta conceptualización general que se comparte aquí debe sin embargo aplicarse o adaptarse a las realidades que atraviesan distintos subcampos retomados a partir de los testimonios.

En relación con lo anterior, el subcampo de los medios de comunicación se posicionó como un caso paradigmático de trabajo inestable, con salarios bajos y falta de garantías laborales. Los entrevistados vincularon explícitamente parte de estos fenómenos a los niveles de concentración económica y productiva de los medios, y como consecuencia de ello la escasez de oferta laboral. Cabe retomar aquí algunos antecedentes de estudios que muestra esto en las provincias aludidas aquí donde destaca el escenario mendocino, con una estructura más importante en térmi-

nos de industrias culturales y mediáticas, pero que se encuentran en definitiva controladas por siete grupos multimédios y principalmente por el Grupo América Medios (ex UNO Medios S.A.) que hegemoniza la región. En este sentido es que se retoma lo elaborado por Caissón (2021) sobre el gran desarrollo del sector de medios privados con **finés** de lucro, en cierto contraste de las empresas estatales y sin **finés** lucrativos, así como su localización con sede central en la Ciudad de Mendoza o el Gran Mendoza, lo que los lleva a adoptar una visión centralista dentro de la misma provincia. Además de esto, la autora remarca el vínculo con empresas nacionales (con centro en CABA) o internacionales lo que va en cierto detrimento de la producción local y lleva a programar o retransmitir contenidos. El ecosistema mediático en San Luis por su parte, presenta en cambio otro tipo de rasgos, con un sistema mediático concentrado y hegemonizado por el canal estatal -Canal 13- y por un medio gráfico y digital -El diario de la república-, con histórico vínculo con el poder político local, además de ello se registra la presencia de cableoperadores que aglutinan servicios de internet y televisión, una industria publicitaria audiovisual limitada para la televisión e incipiente en portales de internet. Se comprueba allí una situación de control de medios (estatales y privados), con un pluralismo debilitado también en términos de distribución de la Pauta Oficial (montos y discrecionalidad), todo lo cual impacta en las condiciones laborales.

En este sentido, surgieron definiciones tales como: “Hay más opciones laborales pero no sucede igual en todos los ámbitos, en 10 años no ha cambiado la estructura de los medios, puede haber más ventanas, portales, pero muchos de ellos son manejados por personas puntuales, uno o dos que uno identifica al medio como tal” (Periodista, San Luis); “En medios está muy complicado, lo sé por mi pareja, los sueldos son muy bajos, hay poca gente entonces también cuando entra alguien nuevo lo explotan básicamente, lo revientan, en ese sentido siento que el campo laboral es bastante complicado, actualmente es un “sálvese quien pueda” (Comunicadora institucional y becaria, Mendoza).

La tematización de las condiciones precarias en los medios y los vínculos con cuestiones de propiedad tiene una vasta literatura e incluso puede rastrearse en informes que los mismos sindicatos del sector producen, pero no siempre incluye el diagnóstico de las provincias. Resulta por ello importante ponerlo en perspectiva para graficar también como se refuerzan algunas lógicas de juego cerrado y adquieren notoriedad factores del escenario con afectaciones directas para la tarea periodística (Zanotti y Venturini, 2020).

Respecto al trabajo en la parte estatal se encontraron testimonios más ambivalentes en tanto se registraron buenas valoraciones, aunque se expuso cierta fragilidad en algunas contrataciones o en la manera en que la permanencia se vincula con situaciones de afinidad con el poder político local. Una parte de los entrevistados habló de “feudos” y restricciones por la dinámica de relaciones político-partidarias que pueden resolver lugares o cargos, pero además se planteó que la formación universitaria no siempre aporta un diferencial:

*La permanencia en las instituciones del Estado en San Luis no está tan fortalecida (...) es muy fluctuante el trabajo, se liga a la política o a decisiones coyunturales (...) Existe desprotección y no está garantizada la permanencia, no hay nada que contenga, y los puestos de trabajo de comunicadores son efímeros (Docente, San Luis)*

*El Estado es un gran tomador de trabajo, lo que pasa que no necesariamente están tomando comunicadores que hayan pasado por la facultad o recibidos, por eso no hay una búsqueda de ese valor (Comunicadora institucional en el sector estatal, San Juan)*

En relación con lo mencionado sobre la desprotección laboral cabe marcar una constante que aparece más vinculada al sector privado y tiene que ver con la oferta de la propia fuerza de trabajo para tareas puntuales o por periodos, que lógicamente no implican un vínculo o relación laboral más permanente. En varias oportunidades se manifestó en los testimonios que la situación de los “independientes” es particularmente compleja, en tanto están sujetos a una situación de oferta y demanda que se activa en diferentes momentos: “podés producir cosas, pero en otra etapa no te llegan laburos y tenés que estar buscando” (Docente, San Luis).

Sobre estos fenómenos existen varios antecedentes que aluden a una creciente precarización en el trabajo como tendencia general que encuentra en algunos campos como el de la comunicación mayores dimensiones, al punto de expresar ya no situaciones puntuales sino un “estado permanente” (Deharbe, 2019). Al ingresar en este debate se vuelve necesario de cualquier manera reflexionar acerca de qué noción de precarización se pone sobre la mesa, ya que como explican Kaplún y Martínez (2022), la revisión bibliográfica muestra que este es un concepto que admite diversas interpretaciones y afecta de forma heterogénea las relaciones laborales construyendo significaciones disímiles para quienes cumplen con esta condición. Al menos podría decirse aquí que existen formas más materiales o simbólicas de precarización, y modos diversos de experimentarlas. Como consecuencia de ello, de acuerdo a los autores apuntados, al indagar con los sujetos podemos encontrar situaciones disímiles, desde aquellos que están precarizados y no lo perciben hasta quienes contando con un trabajo digno identifican situaciones de gran vulnerabilidad.

Asumiendo lo anterior como desafío, puede apuntarse que las trayectorias y posibilidades laborales se vuelven menos constantes y hasta por momentos imprevisibles. Un dato significativo desprendido de las entrevistas marca que todos los egresados poseen dos o más trabajos, con las que combinan sus horarios y que son necesarios para completar el ingreso mensual:

Tengo cuatro trabajos, dos fijos y dos sin horario, si en algún momento de la mañana me piden que vaya a un evento tengo que ir, después de 18 lo mismo, o un sábado o domingo. Si sumo todo sí estoy satisfecho con lo que cobro pero si tuviera que dividir trabajo por trabajo, no me alcanza, y por eso justamente voy agarrando trabajos que surgen y no descarto, me pasó de pensar en dejar un trabajo con una concejal y después dije no, no me conviene por plata. (Comunicador institucional, Mendoza).

La situación descrita abre la puerta a dinámicas de empleos o contratos precarios, tareas simultáneas, bajos salarios, subempleo, autoempleo, o bien fuentes alternativas de trabajo en rubros no comunicacionales, algo que sin embargo no apareció en la propia muestra. La versatilidad y la multitarea es otro de los fenómenos recurrentes y ligados a lo que se viene exponiendo:

Con respecto a las tareas y las funciones todavía me cuesta poner límites porque hace poco que estoy, en mi trabajo anterior fue todo un proceso (...) *Todavía noto un poco de desconocimiento del empleador de para qué estoy contratando un comunicador, pero me pasó esto de que una vez que el comunicador está en la institución el empleador se da cuenta de para qué lo necesitaba y se hace medio imprescindible su rol, pero no es hasta que llega a la institución y creo que muchas instituciones todavía no llegan a esa etapa (Comunicadora institucional, San Juan).*

Los casos contrarios a esta tendencia tendieron a ubicarse más del lado de la excepción que de la regla. Aquellos entrevistados que mostraron mayor satisfacción con sus tareas y condiciones de empleo registrado y con buenas remuneraciones, dos sobre los seis de la muestra, reconocían igualmente que alcanzar tales condiciones había demandado mucho tiempo y esfuerzo.

Para cerrar interesa retomar algunas inquietudes en torno a las asociaciones profesionales o entidades gremiales, que en las respuestas se ubicaron como organizaciones intrascendentes, lejanas y poco conocidas en general. Entre los entrevistados no se registró ningún caso de participación activa, más allá de alguna afiliación por defecto o al comenzar la relación laboral, principalmente en el área estatal o la docencia. Entre las cuestiones a rescatar quizás podría pensarse la dificultad de vincular estas organizaciones al campo de la comunicación que por una parte se asocia a la prensa con sindicatos que los entrevistados caracterizaron como débiles, y que por otro lado se configuraría como un campo difícil de representar, con tareas y encuadramientos diferentes y hasta esquivos:

No participo en ninguno, acá están los sindicatos de prensa pero es más para los periodistas, los que hacemos comunicación institucional no tenemos algo así como un gremio específico, no participo y es raro que los egresados

participen porque no tiene mucha presencia el rubro de la comunicación salvo la parte de los periodistas (Comunicador institucional, Mendoza)

Acá en San Juan está el Sindicato de Prensa que no pincha ni corta, ni nada, no levanta sopa, mis colegas están realmente muy enojados, no se sienten representados, no firman paritarias desde el año 21, sus sueldos han quedado muy atrás, no me siento representada tampoco por ese gremio (Comunicadora institucional, San Juan)

Esta última recuperación refuerza lo mencionado hasta aquí en torno al estado de desprotección en general de los/as trabajadores de la comunicación que prácticamente no cuentan con agrupamientos que defiendan sus derechos o permitan sostener o instalar demandas ante sus empleadores e incluso en el espacio público.

## **Palabras finales**

A partir del recorrido realizado la ponencia se propuso recuperar voces de egresados que pudieran entablar diálogos productivos con las tendencias retratadas en estudios sobre el mundo del trabajo. Para hacerlo se plantearon algunas coordenadas relacionadas con los desajustes entre formación y actividades profesionales, la creciente diversificación de áreas de trabajo (que incorpora actividades y ámbitos no tradicionales), dinámicas asociadas con la necesidad permanente de especialización (con orientación hacia el mercado), la flexibilización y precarización laboral en un sentido amplio y como condición estructural (trabajo part time, inestabilidad, bajas remuneraciones), así como otros fenómenos ligados a las dificultades para la organización y defensa gremial.

Este primer procesamiento de las entrevistas sirvió así para observar la presencia de muchas de estas tendencias de base, en distintos niveles y a partir de ejes de lectura que cruzan instancias formativas con ámbitos o prácticas profesionales ligadas con la comunicación. El propósito central fue mostrar tensiones que hacen al campo y sus divisiones desde la óptica de protagonistas que lidian diariamente con la cambiante oferta y demanda dentro del mercado laboral.

Sobre la base de lo anterior pudieron recuperarse movimientos que dan cuenta del crecimiento de subcampos o áreas como la comunicación institucional, que va en sintonía con otros relevamientos locales y para América Latina como región. También respecto a la centralidad que adquiere en las provincias el empleo estatal y la renovada atención hacia comunicadores que empiezan a ser demandados (a pesar de cierta indefinición o incerteza sobre los roles o tareas) como piezas claves dentro de secretarías o ministerios, y para la comunicación política dentro de la gestión, aunque con mucha mayor presencia en contextos pre electorales.

Lo relevado ayuda también para mirar cierto escenario de crisis en las empresas mediáticas locales y relativizar la figura de ciertos trabajadores independientes como emprendedores de medios digitales en sistemas mediáticos subnacionales que no otorgan demasiada entrada a estas propuestas, que se vuelven opciones relevantes, pero encuentran serias dificultades para su sostenibilidad.

Recapitulando entonces y volviendo plantear las condiciones vulnerables de trabajo en estas áreas, cabe concluir llamando la atención sobre la desprotección en general, la ausencia de marcos normativos u organizaciones entre los trabajadores que contribuyan a revertir o revisar tendencias regresivas. Esta agenda convoca así a problematizar en el campo profesional de la comunicación fenómenos como la polifuncionalidad, la inestabilidad laboral, la multiplicación de trabajos precarios, la indefinición de roles o perfiles, la informalidad, las bajas remuneraciones y en línea con lo anterior, a retomar el debate por derechos y garantías laborales.

**Bibliografía:**

Blanco, A. (2022). Miradas cruzadas de los docentes y los graduados de comunicación en el contexto de debates y tensiones actuales del campo profesional en Uruguay. Ponencia ALAIC.

Blanco, C. (2019) Análisis contrastivo, contextual y longitudinal de las condiciones laborales del primer y del último empleo de graduados de comunicación en Marta Panaia (Coord.) Profesión e innovación en un contexto flexible. Buenos Aires: Miño y Dávila.

Caissón, S. (2020). El sistema infocomunicacional de la provincia de Mendoza. Una caracterización del sistema de propiedad en relación a la pluralidad informativa. Intersecciones en Comunicación, Vol. 1, núm. 14.

Deharbe, D. C. (2019). Las valoraciones de los graduados en Comunicación Social sobre su formación. En: Ciencia, Docencia y Tecnología, vol. 30, n°58, mayo de 2019, pp. 96-124. Universidad Nacional de Entre Ríos.

Fuentes Navarro, R. (2008) La comunicación desde una perspectiva sociocultural. Acercamientos y provocaciones 1997-2007. ITESO, Guadalajara.

Kaplún, G. (2014). Observatorio de las profesiones de la comunicación. Departamento de Especializaciones Profesionales. FIC-Udelar.

Kaplún, G. y Martínez, S. (2022). La precarización y sus múltiples sentidos en el campo profesional de la comunicación. Ponencia ALAIC.

Mellado Ruiz, C. et al (2010). Estructura del empleo periodístico y validación profesional de sus prácticas en el mercado laboral chileno. Revista Innovar No. 20 (36): pp. 91-106.

Sánchez-Olavarría, C. (2014). Los egresados de comunicación y el mercado laboral: un estudio de trayectorias profesionales. Revista Iberoamericana de Educación Superior. Universia. N°13 Volumen V.

Zanotti, J.M. y Venturini, T. (2020) Precarización laboral en plataformas: Consecuencias y afectaciones para el trabajo periodístico. En Monje D. & otros. Otras plataformas. Tramas de una convergencia periférica en sectores populares, comunitarios, cooperativos y alternativos, pp. 145-162. Lago Editora.

# Nuevas configuraciones en las tutorías y adscripciones estudiantiles en el ciclo de ingreso universitario postpandemia

Acuña Martínez, Josefo

pitjosefo@gmail.com

Velazco, María Estela

mariavelazco.2207@gmail.com

**Universidad Nacional de Salta**

## Resumen

El presente trabajo tiene carácter de relato de experiencia, y se enmarca en el contexto actual postpandémico, teniendo como base las experiencias de adscripciones, tutorías, observaciones y análisis del Ciclo de Ingreso Universitario (CIU) 2022-2023. A partir de esto, se pretende exponer algunos aspectos de los cambios acontecidos y observados durante el cursado virtual producidos durante la pandemia en 2020-2021, en contraposición al cursado tras la vuelta de la presencialidad.

A su vez, mencionamos que nuestro trabajo está enmarcado en el Proyecto de Investigación N°2843/0<sup>1</sup> del Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta (CIUNSa) “*DIÁLOGO DE SABERES EN ENTORNOS TECNOCOMUNICATIVOS EDUCACIONALES EN EL INGRESO A LA FACULTAD DE HUMANIDADES*”, del cual formamos parte y a partir del cual surgen Becas de Investigación en curso, escritos y análisis.

La pandemia del COVID-19 impactó significativamente en la educación superior y ha transformado la forma en que se enseña y se aprende en las universidades. El Ciclo de Ingreso Universitario postpandemia presenta, a su vez, nuevas dificultades para lxs<sup>2</sup> estudiantes, las cuales se mencionaron oportunamente

Durante el periodo del Proyecto planteado como Ciclo de Ingreso Universitario 2019 - 2022, aconteció una problemática socio-cultural-económica a nivel mundial como lo es la pandemia, lo que impidió el normal desarrollo del CIU 2020/2021, contexto en el cual docentes/estudiantes/adscriptxs/tutorxs intentaron dar solución a esta problemática recurriendo al uso de herramientas digitales, por ejemplo Zoom, Google-Meet, Classroom, Edmodo y Moodle.

Esta nueva realidad presenta un desafío importante para las instituciones educativas y para lxs estudiantes, que deben adaptarse a las nuevas formas de aprendizaje y encontrar maneras de superar las dificultades que presentan. Sin embargo, esta transformación también puede ser una oportunidad para desarrollar nuevas habilidades. Y aquí es donde nosotrxs nos preguntamos: ¿Qué rol jugamos lxs tutorxs y adscriptxs en este nuevo contexto? ¿Podemos presentarnos de una manera diferente a lo que fue antes de la pandemia, o nuestro rol quedó relegado a una observación pasiva?

---

1 A cargo de la Prof. MARTIN, Paula Julieta.

2 En este trabajo utilizaré el lenguaje no binario/no sexista, aprobado por el Consejo Directivo de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Salta (Res. H. No. 0118/21), así como también por universidades nacionales como la Universidad de Buenos Aires y la Universidad Nacional de Rosario.

## **Tutorías y Adscripciones como formación docente**

Las Adscripciones y Tutorías son etapas inscriptas en un contexto de desarrollo y crecimiento profesional. Es una experiencia formativa tanto para docentes (mediante el rol tutorial con esxs auxiliares) como para estudiantes (como tutorxs y adscriptxs). El ejercicio de la futura tarea docente implica la necesidad de una formación en la/s disciplina/s específicas donde se anhele trabajar, pero demanda también una formación pedagógica con conciencia de la realidad social y las realidades educativas contextualizadas.

Retomando las Res. C.S. N° 342/22 y Res. H. N° 1551/22, el ingreso, la permanencia y la retención implican un proceso a partir del cual lxs estudiantes van/vamos adquiriendo la experiencia de ser universitarixs, aprendiendo los saberes necesarios para poder movernos en este nuevo espacio social que implica la universidad. El Ciclo de Ingreso Universitario (CIU) se constituye como una oportunidad para que lxs ingresantes puedan iniciar su experiencia en esta nueva cultura académica.

En este sentido, consideramos importante que lxs estudiantes puedan adquirir, mediante el paso por el CIU, los conocimientos básicos para poder adquirir diferentes lecturas frente a las distintas asignaturas que deberán cursar a lo largo de sus carreras; así como también el hecho de articular el ingreso a la universidad en términos de desarraigo, administrativos y relacionales con lxs estudiantes. La formación como futurxs docentes es un proceso continuo de experiencia personal que, en este espacio de tutorías y adscripciones, nos permitió comprender los diversos saberes que atravesamos y qué riqueza podemos adquirir de la misma.

En esta oportunidad, la formación universitaria permite ahondar en las diferentes vertientes de las teorías, de las disciplinas que conforman las Ciencias de la Educación y Comunicación, y cómo estos espacios formativos son sustanciales para “hacer carne de lo adquirido” (Souto, 2011). La autora Souto menciona que, en la dinámica de la formación, la figura de formadorxs es importante, porque permite volvernos a nosotrxs mismxs, ayudarnos, orientarnos a una construcción constante, que favorezca los conocimientos y la práctica de los mismos. Y aquí es donde nos interesa detenernos como tutoras y adscriptas.

## **Entornos tecnocomunicativos en la educación universitaria**

El presente trabajo se enmarca en el Proyecto de Investigación N°2843/0 del Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta (CIUNSa) “*DIÁLOGO DE SABERES EN ENTORNOS TECNOCOMUNICATIVOS EDUCACIONALES EN EL INGRESO A LA FACULTAD DE HUMANIDADES*”, del cual formamos parte y a partir del cual surgen Becas de Investigación en curso, escritos y análisis. Este proyecto recupera las demandas de un conjunto de actores que de manera sostenida implementan dispositivos formativos basados en el interés común por generar la posibilidad de consolidar un espacio educativo integrador que recoja las expectativas de las personas que ingresan como estudiantes a la Facultad de Humanidades. El grupo de trabajo participante se vincula desde el ejercicio docente y tutorial de manera inter y transdisciplinar, con el desarrollo continuado de un proyecto educativo no obligatorio de acompañamiento a la formación de los y las estudiantes ingresantes desde tres intencionalidades: el conocimiento de la universidad, la facultad y la carrera en tanto instituciones que promueven la formación profesional para el mundo del trabajo; la formación intelectual en sí, a partir de la relación con el saber desde las prácticas de lectura y escritura y el vínculo de estas esferas con una disciplina particular. En todas estas instancias, las perspectivas disciplinares de las ciencias sociales y las humanidades entran en interrelación tanto con los procesos de aprendizaje como con la filiación de los y las estudiantes a espacios de participación y acción institucionales que exceden lo específicamente académico para orientarse a facilitar condiciones que permitan su socialización y configuración de ciudadanía universitaria.

El equipo de esta tarea investigativa, del cual formamos parte, pudo reunir algunos resultados preliminares en las tareas realizadas durante 2020 y 2021, que permiten sostener algunas hipótesis de la investigación. Muchas de las experiencias de enseñanza en pandemia, con la virtualización plena de la educación, han presentado variados

desafíos. Uno de ellos y quizás el más importante fue aprender a conjugar el plano del conocimiento del contenido a enseñar con el conocimiento pedagógico y desde allí partir a preparar los soportes para la enseñanza. Quizás los primeros pasos intentaron emular la dinámica de la clase presencial con respecto a la cantidad de horas en los encuentros por Zoom y la exposición ante una escucha incierta, para sentir que no se había perdido el contacto. Pero encontramos, a menudo, cámaras apagadas, micrófonos que no se activaban. Entonces cabe la pregunta ¿dónde reside la distancia y cómo se manifiesta?

A dos años de la virtualización de emergencia, ya es tiempo de pisar firme con las decisiones que nos allanen el camino para poder llevar adelante la clase pensada en un escenario posible y en el que la opción de la hibridación o modalidad combinada es una opción que enriquecería los aprendizajes. Para eso, es necesario dejar de pensarnos como divulgadores y divulgadoras de contenidos y crear vivencias de construcción de conocimiento compartido. Centrar la tarea en los aprendizajes y actividades de los y las estudiantes. Ocupar sesiones de encuentros sincrónicos para tareas que planteen demandas cognitivas de alto orden, regular el tiempo para evitar el agotamiento, hacer propuestas para que se trabaje de manera grupal y no individualmente. Que la unidad de sentido de la clase esté articulada entre lo sincrónico (ya sea remoto o en presencia) y lo virtual asincrónico. Sobre todo, evitar el escenario precario, es decir, evitar trasladar la experiencia de la presencialidad a lo que una plataforma me permita adaptar, no generar falsas o nulas articulaciones con el saber.

En el proyecto consideramos dos puntos cruciales a los cuales creemos es necesario atender en la enseñanza y aprendizaje: dado el actual contexto de la propuesta pedagógica combinada, el escenario didáctico se modifica sustancialmente y entonces el vínculo es tanto concepto como contenido del curriculum. Porque no solamente vamos a involucrarnos con sostener y garantizar el derecho a la educación sino también los deseos de enseñar y aprender. Porque es a partir de cómo comprendamos y definamos al vínculo, el modo en que podamos construir un escenario educativo posible, accesible a la mayoría.

## **Implementación del CIU en la Facultad de Humanidades**

Mediante las Res. C.S. N° 342/22 y Res. H. N° 1551/22 es que se aprueba el Proyecto para el Ingreso a la Universidad Nacional de Salta – Ciclo de Ingreso Universitario – CIU 2022-2025. En el Anexo I de la Res. C.S. citada, se consideran los aspectos positivos y negativos de las evaluaciones del CILEU, CIU (2011 a 2016), CPriUn (2017 y 2018), SICU (2019) y CIU 2019-2022, considerando así al CIU como esa primera instancia por la que se propone que transiten lxs estudiantes que ingresan a la UNSa.

Debido a las problemáticas educativas que van surgiendo año tras año, a las particularidades de lxs ingresantes, a la necesidad de articular el Nivel Secundario con las asignaturas Universitarias iniciales, y la complejidad del ingreso universitario, es que la propuesta de este proyecto, al igual que lo fue la del CIU 2019-2022, se piensa de manera anual con un equipo estable. En esta propuesta, se cuentan con dos equipos: el Equipo Reducido (ER) y el Equipo Ampliado (EA). El ER desarrolla sus actividades en los tres momentos del CIU; en un principio, desde que comienza el Momento I hasta Diciembre, y luego de Enero-Febrero a Agosto, en donde se ejecutan los Momentos II y III. Por su parte, el EA desarrolla solamente sus actividades en el Momento II, en Febrero y Marzo de cada año. El cargo objeto del llamado corresponde al Equipo Reducido.

El CIU cuenta con tres momentos:

- Momento I: CIU- ARTICULACIÓN: “Elijo estudiar en la UNSa”
- Momento II: CIU-FORTALECIMIENTO: “Ingreso a la UNSa”
- Momento III: CIU-ACOMPañAMIENTO: “Estudio en la UNSa”

En este caso, nos vamos a centrar en específicamente en el Momento II, tanto de los años 2022 como 2023, debido

a que estuvimos como tutorxs y/o adscriptxs en ese momento, durante los años postpandémicos de las carreras de Ciencias de la Educación y Comunicación, en las cuales no solamente estudiamos sino también participamos en estos espacios activamente.

El segundo momento está a cargo del Equipo Ampliado, optando por desarrollarlo en seis semanas con una carga horaria de aproximadamente 100 horas entre los meses de Febrero y Marzo, y está compuesto por docentes y auxiliares estudiantiles que serán designadxs mediante concursos, además de estudiantes y docentes adscriptxs que deseen participar *ad-honorem* al mismo.

En este momento se realizará una introducción de los contenidos disciplinares, campos y docentes de las carreras elegidas, junto con prácticas de lectura y escritura académica. Además, contará con prácticas de Orientación y Tutorías que están vinculadas al conocimiento de lo que es estar y ser en la universidad: formación profesional, planes de estudios, perfiles, cuestiones relacionadas a la afiliación de la universidad.

## Contexto

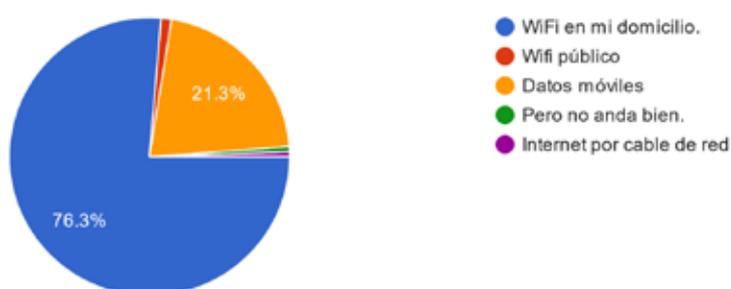
Durante el periodo del Proyecto planteado como Ciclo de Ingreso Universitario 2019 - 2022, aconteció una problemática socio-cultural-económica a nivel mundial como lo es la pandemia, lo que impidió el normal desarrollo del CIU 2020/2021, contexto en el cual docentes/estudiantes/adscriptxs/tutorxs intentaron dar solución a esta problemática recurriendo al uso de herramientas digitales, por ejemplo Zoom, Google-Meet, Classroom, Edmodo y Moodle.

Allí podemos detectar una nueva problemática emergente: la de la conectividad, la disponibilidad de dispositivos tecnológicos. Si bien, la propuesta de la universidad buscaba alcanzar un alto índice de inclusión, se partió de un supuesto irreal: el de que todxs lxs afectadxs contaban con acceso a internet, una computadora o un celular, y, en casos extremos, con el conocimiento del uso de las herramientas antes mencionadas. Sin embargo la realidad era otra, en la cual no todxs tenían acceso a estas herramientas y recursos tecnológicos, por lo que sus trayectorias en este CIU se imposibilitaban.

A continuación, detallamos algunos gráficos de torta que obtuvimos como resultado de encuestas realizadas mediante Google Form a estudiantes del Primer Año de Ciencias de la Educación:

¿Qué tipo de conectividad utiliza principalmente para acceder al cursado virtual?

169 respuestas



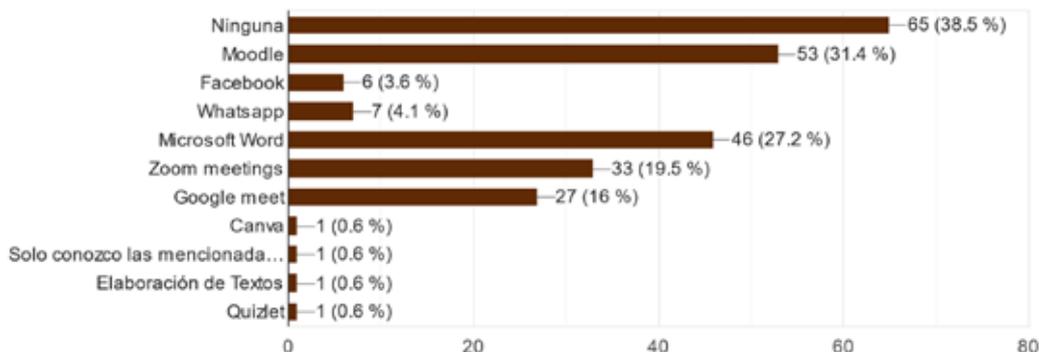
### Conectividad de lxs estudiantes

De las 169 personas que respondieron la encuesta, 129 personas (correspondientes a un 76,3%) utilizaban Wi-Fi en sus domicilios para el cursado; 36 personas (correspondientes a un 21,3%) utilizaban Datos Móviles para el cursado; 2 personas (correspondientes a un 1,2%) utilizaban Wi-Fi público para el cursado; y otras 2 personas (correspon-

dientes a un 1,2%) no utilizaban ni Wi-Fi ni Datos Móviles para el cursado.

**¿En cuál de las herramientas utilizadas para el cursado de la asignatura considera que necesitaría algún tipo de capacitación?**

169 respuestas

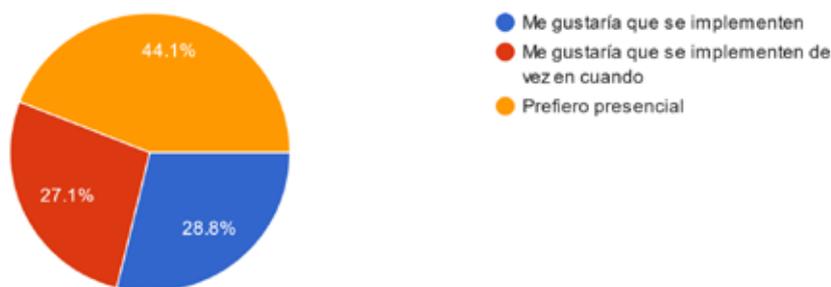


**Herramientas digitales a abordar**

De las 169 personas que respondieron la encuesta, 65 personas (correspondientes a un 38,5%) consideran que no necesitan algún tipo de capacitación con las herramientas digitales; 53 personas (correspondientes a un 31,4%) consideran que necesitan una capacitación en Moodle; 6 personas (correspondientes a un 3,6%) consideran que necesitan una capacitación en Facebook; 7 personas (correspondientes a un 4,1%) consideran que necesitan una capacitación en WhatsApp; 46 personas (correspondientes a un 27,2) consideran que necesitan una capacitación en Microsoft Word; 33 personas (correspondientes a un 19,5%) consideran que necesitan una capacitación en Zoom; 27 personas (correspondientes a un 16%) consideran que necesitan una capacitación en Google Meet; y otras 4 personas (correspondientes a un 2,4%) no requieren algún tipo de capacitación en las herramientas digitales mencionadas, pero sí en otras.

**¿Qué te parece la modalidad de clases híbridas (presencial y virtual en simultáneo)?**

59 respuestas



**Implementación de hibridez**

De las 59 personas que respondieron la encuesta, 26 personas (correspondientes a un 44,1%) prefieren clases presenciales; 17 personas (correspondientes a un 28,8%) les gustaría que se implementen las clases híbridas; y 16 personas (correspondientes a un 27,1%) les gustaría que se implementen de vez en cuando.

## Particularidades de adscripciones y tutorías en el CIU postpandémico

Los Ciclos de Ingresos Universitarios (CIUs) del 2022 y 2023 presentaron particularidades que en otros años no se suscitaron. Desde nuestras experiencias, pudimos observar las siguientes características:

- Mayor manejo de las tecnologías digitales: a diferencia de otros años, donde lxs ingresantes tenían poco o nulo manejo de herramientas tecnológicas digitales, en estos años se evidenciaron un mayor manejo de Aulas Virtuales, Herramientas Ofimáticas, así como también otras herramientas con el gran auge de las Inteligencias Artificiales (IA o AI por sus siglas en inglés). Sin embargo, siempre existe una población estudiantil a la cual no pudo lograr apropiarse de este manejo de las tecnologías digitales.
- Menor tiempo de dedicación al estudio por trabajo: aproximadamente el 60% de lxs ingresantes tenía/ tiene un trabajo (ya sea formal o informal); si bien en otros años también lxs estudiantes trabajaban, en estos años se acrecentó la necesidad de contar con un trabajo para poder tener un sustento económico con el cual poder lograr estudiar.
- Relaciones sociales discontinuas y dispersas: debido a la virtualidad, los vínculos sociales se vieron obligadamente a producirse de manera *online*, y, al parecer, esto afectó a las interacciones cara a cara, pues al volver a la presencialidad, perdieron oportunidades de poder socializar y lograr establecer relaciones con sus compañerxs y/o profesorxs por diversas razones, como ser sentimiento de aislamiento, miedo, vergüenza, afectando también a poder adaptarse al ámbito universitario.
- Diversidad estudiantil: si bien ya desde antes de la pandemia se venía produciendo un acceso a la universidad de estudiantes históricamente excluidxs, es a partir de 2022, a nuestro modo de observar, cuando incrementa el acceso a la educación superior de estos sectores de la población. Pudimos apreciar personas de diversos sectores sociales, personas con discapacidad, estudiantes de pueblos originarios, y disidencias que tomaron la decisión de estudiar una carrera de nivel superior universitario.

## Reflexiones finales

La pandemia del COVID-19 impactó significativamente en la educación superior y ha transformado la forma en que se enseña y se aprende en las universidades. El Ciclo de Ingreso Universitario postpandemia presenta, a su vez, nuevas dificultades para lxs estudiantes, las cuales se mencionaron oportunamente

Esta nueva realidad presenta un desafío importante para las instituciones educativas y para lxs estudiantes, que deben adaptarse a las nuevas formas de aprendizaje y encontrar maneras de superar las dificultades que presentan. Sin embargo, esta transformación también puede ser una oportunidad para desarrollar nuevas habilidades.

En base a las gráficas expuestas, podemos observar en todas las encuestas que, a pesar del auge de las tecnologías digitales con la virtualización de las clases, aún no existe un manejo ni aceptación completas sobre lo que es la inclusión de las tecnologías digitales en la educación. Es interesante analizar que, aunque gran parte de lxs estudiantes prefiere clases presenciales, también está esa posibilidad abierta, que no se realizó este año en muchas cátedras, de poder optar por realizar clases híbridas, alternando virtualidad y presencialidad, o virtualidad asincrónica. En los comentarios que nos realizaban, muchxs destacaban en este apartado la posibilidad de poder escuchar las clases grabadas o materializadas en escritos, ya que muchas veces no se puede asistir a clases de manera presencial.

La situación de virtualización de la enseñanza y los aprendizajes en el CIU han presentado “modificaciones en el entorno educativo, vivenciadas por los actores involucrados con distintos niveles de tensión y conflicto” (Martin, 2021, p.3). La virtualización masiva de las actividades presenciales tuvo un fuerte impacto en la educación. En el caso de la Universidad Nacional de Salta (UNSa), se produjo un auge de tecnologías digitales, que impactó en todas las carreras. A partir de esta virtualización se evidenciaron prácticas en docentes vinculadas con las tecnologías,

debiendo desarrollar una Enseñanza Remota de Emergencia (ERE), la cual emerge como producto de la obligación repentina de los diferentes sistemas educativos, de “trasladar hacia un medio virtual el proceso de enseñanza y aprendizaje, originalmente pensado para una modalidad presencial” (Cabrerales, 2020, pág. 2). Una de las herencias de la virtualización forzada es el uso de las TICs que se siguen implementando en los procesos formativos del CIU en la Facultad de Humanidades.

Por eso creemos firmemente que es importante que no solamente nuestra Facultad tome medidas, como lo viene haciendo, para apoyar a lxs estudiantes en esta transición y ayudarlx a superar las dificultades que puedan enfrentar. Sino también nosotrxs, como mediadores o “puentes” entre lxs estudiantes y lxs docentes, podemos tomar la posta y pensar nuevos tipos de mecanismos para que puedan comenzar a re-adaptarse a este nuevo ámbito que es la UNSa, estando allí la importancia central de nuestro trabajo. Establecer, promulgar y mantener nuevos espacios en donde lxs ingresantes y estudiantes puedan sentirse cómodxs, en confianza, y sobre todo que les ayude, es uno de los tantos objetivos que, desde las adscripciones y tutorías nos proponemos año a año.

## Bibliografía utilizada

ANIJOVICH, R. (2009) “Estrategias de enseñanza. Otra mirada al quehacer en el aula”. Capítulo 1: “¿Cómo enseñamos? Las estrategias entre la teoría y la práctica”.

CABRALES, A., GRAHAM, A., Sahlberg, P., Hodges, C., Moore, S., Lockee, B., Torrey, T., Bond, A., Lederman, D., Greene, J., Maggioncalda, J., Soares, L., Veletsianos, G y Zimmerma, J. (2020). Enseñanza de emergencia a distancia: textos para la discusión. The Learning Factor, 1-32. Recuperado de <http://www.educacionperu.org/wp-content/uploads/2020/04/Ensen%CC%83anza-Remota-de-Emergencia-Textos-para-la-discusio%CC%81n.pdf>

LANDAU, M; SABULSKY, G. Y SCHWARTZMAN, G. (2021). Hacia nuevos horizontes en las clases universitarias en contextos emergentes. Contribuciones de la Tecnología Educativa Virtualidad, Educación y Ciencia, 24 (12), pp. 9-24.

SOUTO, M (2011) “La residencia: un espacio múltiple de formación”. En Menghini, R. y Negrin, M. Prácticas y Residencias en la formación de docentes. Bs.As: J. Baudino

TOLABA, C. y SIÑANES, G. (2021) “Aprender en la virtualidad: reconstrucción de tiempos, espacios y saberes” en Primeras Jornadas de Educación y TIC de FaCENA - UNNE “El desafío de la enseñanza virtual en carreras científico-tecnológicas. Entre tradiciones y nuevas realidades”.

### Documentos consultados

Proyecto de Investigación N°2843/0 “DIÁLOGO DE SABERES EN ENTORNOS TECNOCOMUNICATIVOS EDUCACIONALES EN EL INGRESO A LA FACULTAD DE HUMANIDADES” - Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta (CIUNSA)

Res. CS. N° 342/22. Se puede consultar en: <http://bo.unsa.edu.ar/cs/R2022/R-CS-2022-0342.PDF>

Res. H. N° 1551/22. Se puede consultar en: [http://bo.unsa.edu.ar/cdh/R2022/Res.\\_1551\\_22.pdf](http://bo.unsa.edu.ar/cdh/R2022/Res._1551_22.pdf)

Res. R-N° 0152/20. Se puede consultar en: <http://bo.unsa.edu.ar/dr/R2020/R-DR-2020-0152.pdf>

Res. H. N° 0441/22. Se puede consultar en: [http://bo.unsa.edu.ar/dh/R2022/Res.\\_0441\\_22.pdf](http://bo.unsa.edu.ar/dh/R2022/Res._0441_22.pdf)

Res. H. N° 1157/22. Se puede consultar en: [http://bo.unsa.edu.ar/cdh/R2022/Res.\\_1157\\_22.pdf](http://bo.unsa.edu.ar/cdh/R2022/Res._1157_22.pdf)

Res. CS. N° 342/22. Se puede consultar en: <http://bo.unsa.edu.ar/cs/R2022/R-CS-2022-0342.PDF>

Res. H. N° 1551/22. Se puede consultar en: [http://bo.unsa.edu.ar/cdh/R2022/Res.\\_1551\\_22.pdf](http://bo.unsa.edu.ar/cdh/R2022/Res._1551_22.pdf)

Res. H. N° 1759/22. Se puede consultar en: [http://bo.unsa.edu.ar/cdh/R2022/Res.\\_1759\\_22.pdf](http://bo.unsa.edu.ar/cdh/R2022/Res._1759_22.pdf)

# Prácticas emancipadoras en el ingreso universitario.

## El caso de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Salta

Martín, Paula – UNSa

[martinpaula@hum.unsa.edu.ar](mailto:martinpaula@hum.unsa.edu.ar)

Gorosito, Andrea – UNSa

[gorositoandrea@hum.unsa.edu.ar](mailto:gorositoandrea@hum.unsa.edu.ar)

Sosa, Ma. Micaela- UNSa

[sosamariamicaela@hum.unsa.edu.ar](mailto:sosamariamicaela@hum.unsa.edu.ar)

**Universidad Nacional de Salta**

### Resumen

Este estudio indaga en el Ciclo de Ingreso Universitario (CIU) en la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Salta, Argentina. Tiene como propósito acercar una evaluación preliminar de su implementación en el período diciembre 2022 - junio 2023, la que será insumo para la mejora del dispositivo y su continuidad.

El CIU se diseña desde el marco legislativo situado en los conceptos de inclusión y trayectorias educativas, a saber: la Ley Nacional de Educación (2006) y la Ley de Educación Superior (1995 y su modificación de 2015) y se ha fomentado desde los distintos programas nacionales ministeriales que -en democracia y luego de la derogación de la Ley Federal de Educación de los '90- configuran las políticas de ingreso universitario. El Ciclo se enfoca en promover la democratización de la producción y circulación de conocimiento y saberes, el acceso y permanencia en la universidad mediante el estímulo, acompañamiento y orientación de acciones de aprendizaje vinculadas con la construcción de habilidades y capacidades comunicativas en estudiantes ingresantes. Esto mediante un posicionamiento pedagógico crítico y emancipador que atiende las experiencias de conocimiento situacional que se construyen en las aulas, vinculadas con las prácticas de lectura y escritura académicas entre las que se incluyen las digitales.

Desde la teoría crítica del curriculum y la meta perspectiva de Investigación Enactiva en Comunicación como estrategias teórico-metodológicas, nos preguntamos por los sentidos formativos que adquiere este proyecto pedagógico en tanto construcción cultural y -por lo mismo- dispositivo de comunicación, por sus alcances para resignificar y ampliar las condiciones que permitan la democratización del acceso a la universidad y por las posibilidades de configurar nuevos sentidos, producir y comunicar conocimientos por parte de quienes eligen ingresar y permanecer en la universidad pública como instancia de un proyecto de vida.

### Presentación

Concebimos el Ciclo de Ingreso Universitario como una instancia formativa emancipadora y dispositivo de encuentro de saberes. Por eso, una propuesta acorde para su investigación nos ubica en la metodología de Investigación Enactiva en Comunicación - IEC (Massoni, 2019) porque decidimos situarnos en las dinámicas de los encuentros entre actores y discursos de la institución universitaria concebidas como intercambios conversacionales cuyas operaciones dialogales incluyen acciones y sentidos compartidos por los y las participantes. Desde allí, se puede

proponer indagar en los puntos comunes de procesos de co-diseño que propicien reconfiguraciones intersubjetivas en la situación del diálogo entre las prácticas de enseñanza y las de aprendizaje, con el foco en las transformaciones necesarias para la mejora de las situaciones de formación profesional.

La Comunicación estratégica Enactiva (CEE) es la teoría que trata la comunicación habitada y, por tanto, innovadora. Se concentra en la transformación situada que pueda lograr objetivos en la puesta en marcha de conversaciones. La investigación enactiva se sustenta en pensar los intercambios sociales como encuentros socioculturales y las posibilidades de propiciar procesos situados de cambio social conversacional (Massoni y Bussi, 2020).

La perspectiva IEC -en tanto integra las epistemologías de lo complejo y lo fluido- es una posibilidad operacional para abordar la trama de las distintas dimensiones interaccionales en las que se organizan los procesos pedagógicos y dispositivos de formación como orientadores de la participación que enactúa entre saberes, acciones de enseñanza, de aprendizaje, de filiación a espacios de participación y su apropiación para la configuración de ciudadanía universitaria.

Por otra parte, abordamos la lectura y análisis de la implementación del CIU en tanto currículum y a éste, como práctica social que, en simultáneo, cumple una función de producción cultural a la vez que orienta -en torno a un marco referencial, epistemológico- los modos posibles de iniciar el conocimiento del discurso académico e ingresar a esta comunidad de prácticas de socializaciones diversas. En su cualidad de autodispositivo colectivo, advertimos que moviliza vivencias de experiencias educativas formativas y emancipadoras. Por ello, indagamos en los sentidos que, desde el actuar de quienes aprenden y quienes enseñan, se pueden percibir como instancias de participación y aprendizajes significativos. Para ello, nos situamos en la perspectiva crítica que entiende al currículum como una trayectoria de construcción de conocimientos situados, implicados con los estudiantes, quienes tienen un rol activo en la propuesta pedagógica. En cuanto a lo normado y aquello que prescribe, el CIU es una propuesta educativa y política en la que confluyen tanto elementos culturales como intereses particulares de ciertos grupos sociales, y éstos se materializan en la producción de un documento que atiende tanto a aspectos formales, de contenidos, orientaciones metodológicas, teóricas y prácticas (de Alba, 1998).

## **El currículum en la fluidez comunicacional**

El conocimiento de la legislación vigente en materia de educación y la articulación con las políticas educativas que se ponen en marcha desde el Estado nacional, son el puntapié inicial para comenzar un recorrido por el amplio y complejo campo de estudios e investigaciones sobre las políticas para el ingreso universitario, sus dinámicas internas y algunos de sus componentes. Por esto, es necesario precisar a qué nos referimos cuando hablamos de Política, Políticas Públicas y Políticas Educativas. Oscar Espinoza (en Tello, 2015) especifica que una política educativa se compone de “una justificación para considerar el problema a ser abordado; un propósito a ser logrado por el sistema educativo; y una ‘teoría de la educación’ o conjunto de hipótesis que explique cómo ese propósito será alcanzado” (pp.145-146). Acorde a estas especificaciones, se puede analizar una política educativa desde un conjunto de teorías y disciplinas, y desde diversas dimensiones tales como el proceso en el que se formulan las políticas, su contenido o programa, los procesos de implementación, la interpretación del programa en el contexto de la práctica y, por último, la evaluación del programa que puede tomar el análisis de resultados totales o parciales y algunos aspectos posibles de ser medidos.

El Ciclo de Ingreso Universitario (CIU) es un programa basado en los principios del derecho a la educación universitaria. La Propuesta General del CIU se aprueba en la UNSa. por Resolución del Consejo Superior N°290/19, el 4 de septiembre de 2019. La propuesta particular de la Facultad de Humanidades se aprueba por Resolución del Consejo Directivo, N°1579/19, a partir de la previa aprobación de la Propuesta General de la Universidad Nacional de Salta. En ambos casos, se especifica una duración de nueve meses y con un equipo docente a cumplir funciones por tres años. En 2022, tanto a nivel universidad como Facultades, se renueva el proyecto hasta 2025 (Res. C.S. N°342/22 y

Res. H. N°1551/22). Por primera vez, se implementa no sólo la anualización de un sistema de formación inicial y acompañamiento en esta institución sino su continuidad ininterrumpida.

De acuerdo con los principios rectores de la Ley Nacional de Educación N°26.206 y la Ley de Educación Superior N°27.204, el Ciclo de Ingreso Universitario resignifica y amplía las condiciones que permiten la democratización del acceso al saber por los posicionamientos teóricos y metodológicos en los que se fundamenta. Se trata de un proyecto pedagógico de formación que sostiene como propósitos centrales promover la afiliación a la vida universitaria y la introducción a las prácticas académicas (sobre todo las de lectura y escritura, alfabetización disciplinar y digital) de los y las ingresantes a las carreras de la Facultad de Humanidades.

En cuanto a la organización, se prevé su implementación en un cursado diferenciado en tres momentos a lo largo de nueve meses. El primer momento comienza en el cuatrimestre inmediatamente anterior al comienzo del año lectivo, cuyos destinatarios son los estudiantes que se encuentran cursando el quinto año del nivel medio. El segundo, se implementa durante el mes de febrero y la primera quincena de marzo, anticipando el inicio de las clases de las asignaturas del plan de estudio. El tercero, se cursa en el primer cuatrimestre, junto con las materias del primer año. Las denominaciones de los Momentos son:

#### Momento I: CIU-ARTICULACIÓN: “Elijo estudiar en la UNSa”

- Reflexiones sobre la elección de la carrera y el campo profesional
- Aproximación a la vida universitaria
- Introducción al campo disciplinar según Facultad y carreras

#### Momento II: CIU-FORTALECIMIENTO: “Ingreso a la UNSa”

- Profundización de los conocimientos del campo disciplinar por carrera. Cada área disciplinar diseña y planifica contenidos específicos vinculados con saberes que se consideran introductorios al cursado del primer año de las carreras.
- Orientación educativa de carrera.

#### Momento III: CIU-ACOMPANAMIENTO: “Estudio en la UNSa”

- Acompañamiento a las trayectorias de estudiantes ingresantes mediante la implementación de talleres, orientación educativa de carrera y de desarrollo personal.

Veamos algunos de los propósitos:

- Favorecer la integración en la vida universitaria de los estudiantes ingresantes con informaciones y orientaciones en relación con el nuevo contexto institucional.
- Fomentar el conocimiento de las posibilidades y obstáculos en los procesos de aprendizaje en el nuevo contexto de formación.
- Promover la configuración de un proyecto formativo inicial en relación con la carrera elegida y sus exigencias.

Por lo que se manifiesta aquí, que lleva su coherencia en los contenidos de las áreas disciplinares y de orientación y tutoría, esta propuesta curricular puede situarse en lo que Connell denomina “currículum contrahegemónico” (1997, p. 76). Estos propósitos contemplan la amplitud de subjetividades, la heterogeneidad constitutiva de los grupos sociales y todas aquellas acciones que garantizan el derecho a la universidad. El CIU enfatiza en no ignorar

las diferencias entre quienes disponen y quienes no disponen de diferentes capitales (cultural, lingüístico, social, entre otros) al momento de ingresar a la universidad para atenderlas y generar encuentro en esa diversidad.

Se advierte aquí la propuesta de pedagogías diferenciadas que desarrolla Perrenoud (1998) que se condicen con la propuesta conceptual de Connell (1997) sobre justicia educativa. Con respecto a esto, se puede advertir que el Proyecto combina cierta perspectiva de la “lógica de la compensación del currículum” (p. 73) cuando recupera y pone en valor la articulación con distintas institucionalidades: la Comisión de Estudiantes de Pueblos Originarios, la Comisión de Inclusión de Personas con Discapacidad, entre otras, que operan para disminuir la situación de desventaja de ciertos colectivos. Lo que, al mismo tiempo toma algún matiz del “currículum opositorista” porque se generan materiales de estudio y adecuaciones curriculares individualizadas. Aquí sí, atiende a lo que Perrenoud denomina “individualización de los itinerarios formativos” (1998, p. 26).

Aunque, es importante destacar que el diseño y organización de contenidos para el área de orientación y tutoría por parte del equipo del Servicio de Atención Permanente al Ingresante (SAPI), está dirigida a todo el estudiantado, se articulan con los contenidos disciplinares y las discusiones y reflexiones están dirigidas a explicitar, desde la metacognición, problemáticas de estudio y aprendizaje, desarrollo de la autonomía y hábitos de estudio, apoyo en la toma de decisiones respecto a la carrera y a su articulación con otras actividades, promoción de la cooperación y colaboración entre estudiantes, información sobre la carrera y su estructura curricular; sobre demandas académicas y posibilidades de ampliación de la experiencia educativa universitaria.

### **Los sentidos formativos del CIU como un dispositivo de comunicación emancipador**

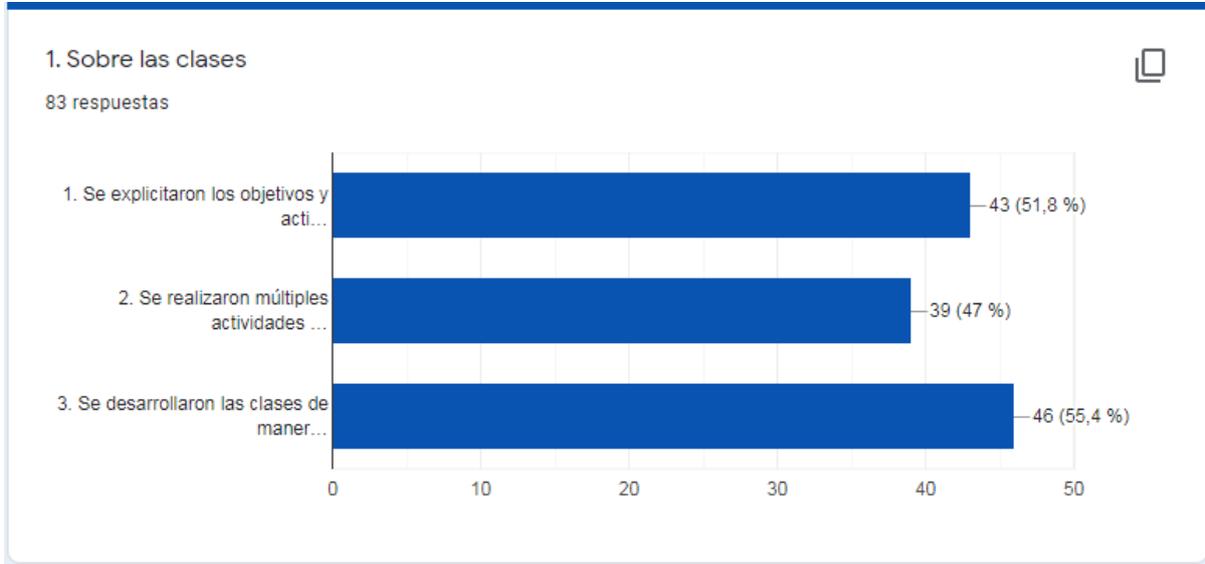
Con respecto a la incorporación de metodologías de trabajo en entornos virtuales de aprendizaje e intercambio de saberes, sabemos que los medios de comunicación en los que podemos incluir -en el sentido amplio del término- a las plataformas digitales de enseñanza y aprendizaje, han cobrado un protagonismo relevante en la sociedad porque se han constituido como reproductores y organizadores del relato social y académico. La comunicación es circulación de relatos, circulación y legitimación de sentidos sobre la realidad, circuito en el que ingresan la digitalización y virtualización del proceso de enseñanza. Hoy asistimos a instancias formativas que garantizan la democratización del conocimiento bajo el sustento de lo que las tecnologías para la multicomunicación tienen para ofrecernos: nuevos apoyos para las industrias culturales, mejores accesos a documentos e información académica, aplicaciones y programas para el aprendizaje y la escritura colaborativas y la digitalización de los materiales didácticos, bibliográficos, clases y exposiciones con las que habitualmente trabajamos en la presencialidad (Rama Vitale, 2019).

Para esta nueva propuesta de un Ciclo de Ingreso, se propone la convergencia de tecnologías no sólo en los abordajes didácticos sino también las que corresponden al mundo académico con el mundo profesional laboral. Un dato que es importante rescatar al momento de pensar el tratamiento de estas temáticas, es el referido a las experiencias de lectura vinculadas con el uso cotidiano de tecnologías en la vida privada y la vida académica, que presentan modos de leer diferentes a los tradicionales, por lo que es pertinente y oportuno aprovechar esas prácticas y esa tecnoapropiación, tal como lo plantea Chartier (2015), para expandir las posibilidades de lectura, entendiendo que no se trata de modos únicos, sino que hay diversas maneras de ingresar en los textos, porque las formas tradicionales iniciadas con el modelo escolar fundado en imposiciones y normativas, fue cediendo el paso a nuevas posibilidades en los recorridos de lectura.

Hemos realizado consultas a estudiantes vinculadas con los propósitos de la enseñanza, para saber cómo se había establecido el diálogo entre formato y sentido de las actividades con respecto a sus propias expectativas, intereses y necesidades.

Sobre las clases:

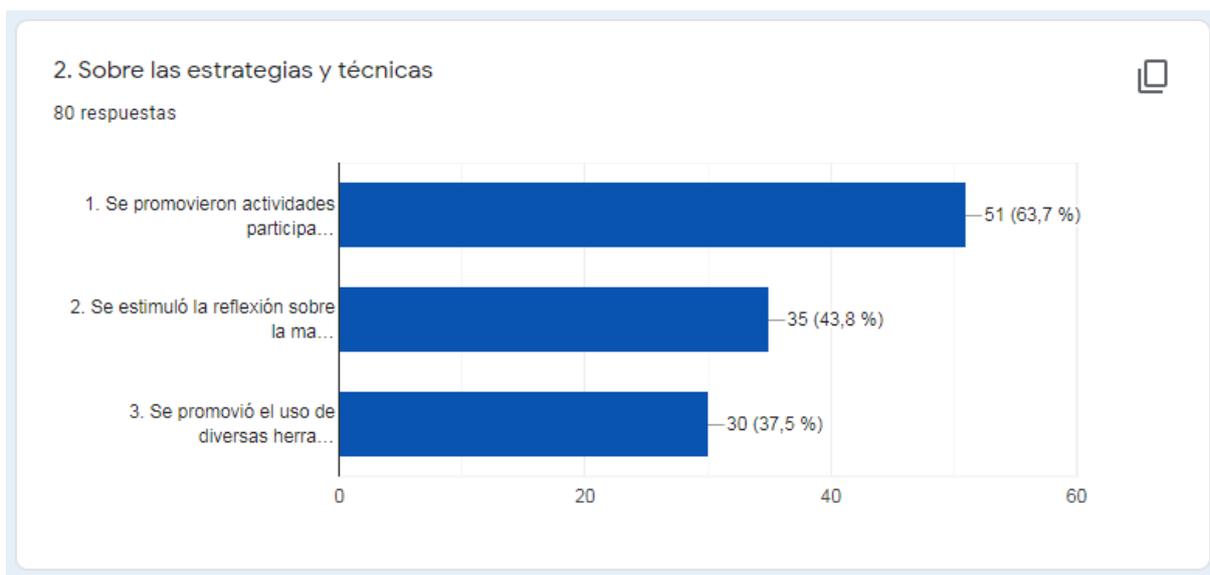
- 1. ¿Se explicitaron los objetivos y actividades a realizar al inicio de las clases?
- 2. ¿Se realizaron múltiples actividades que permitieron ejercitar la expresión oral y escrita de los estudiantes?
- 3. ¿Se desarrollaron las clases de manera organizada, teniendo en cuenta los textos teóricos de la bibliografía?



Fuente: Encuesta CIU – M2 – 2023

Sobre las estrategias y técnicas:

- 1. ¿Se promovieron actividades participativas que permitieron conocer y trabajar con entre compañeros la lectura de los textos y la escritura de actividades?
- 2. ¿Se estimuló la reflexión sobre la manera en que cada estudiante individualmente lee, escribe y estudia?
- 3. ¿Se promovió el uso de diversas herramientas para gestionar (recabar, procesar, evaluar y usar) información?

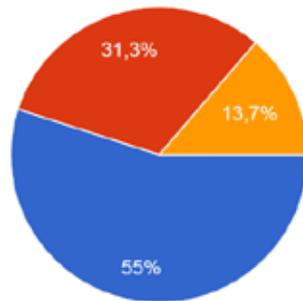


Fuente: Encuesta CIU – M2 – 2023

## Sobre los estímulos

## 3. Sobre los estímulos

80 respuestas



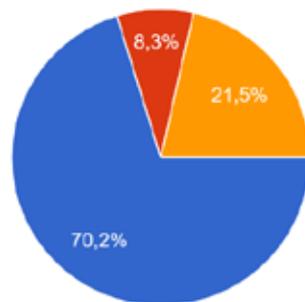
- 1. Se tomaron en cuenta las necesidades, intereses y expectativas del grupo de estudiantes.
- 2. Se propició la curiosidad y el deseo de aprender
- 3. Se reconocieron los éxitos y logros en las actividades de aprendizaje.

Fuente: Encuesta CIU – M2 – 2023

## Sobre el espacio de estudio, equipamiento y conectividad:

Cuando comiencen las clases de primer año de la carrera ¿dispondrá de un espacio en el que se pueda mantener la concentración para leer y estudiar?

242 respuestas



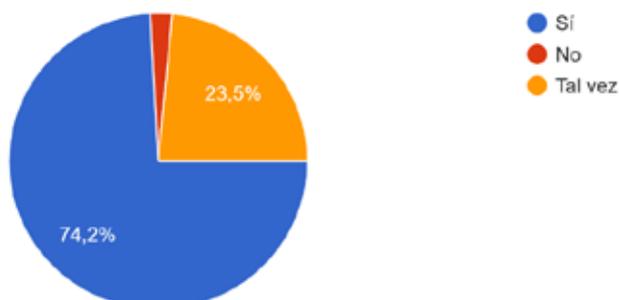
- Sí
- No
- Aún no lo sé

Fuente: Encuesta CIU – M2 – 2023

## Sobre las necesidades

¿Cree necesario dar continuidad a su formación con respecto a la producción de textos académicos digitales?

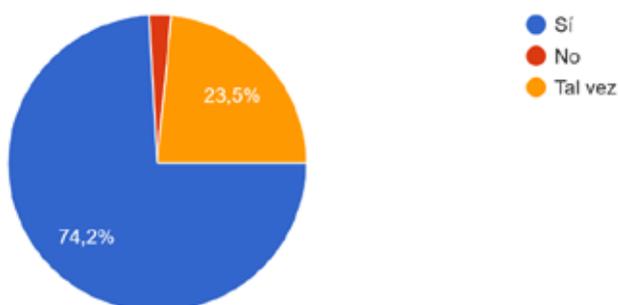
213 respuestas



Fuente: Encuesta CIU – M2 – 2023

¿Cree necesario dar continuidad a su formación con respecto a la producción de textos académicos digitales?

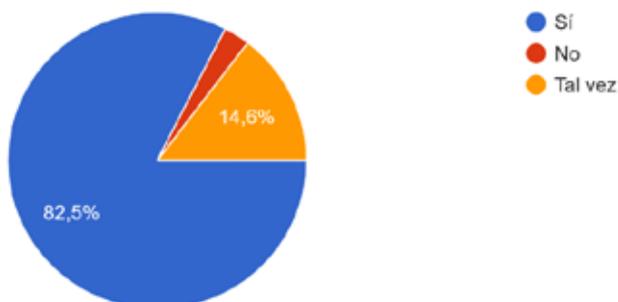
213 respuestas



Fuente: Encuesta CIU – M2 – 2023

¿Cree necesario dar continuidad a las actividades vinculadas con las prácticas de lectura y escritura de textos académicos y científicos en general?

212 respuestas



Fuente: Encuesta CIU – M2 – 2023

## Conclusiones (provisorias)

El desafío de los programas de ingreso universitarios como el CIU, en su función social y educativa, tomó el camino de profundización pedagógica y didáctica en las particularidades que, en las prácticas de enseñanza mediadas por ciertas políticas educativas inclusivas, habilitan un camino para los aprendizajes mediante dispositivos pedagógicos diseñados para alojar a los estudiantes universitarios en los campos disciplinares a los que ingresan. De aquí la pregunta por la posibilidad de pensar al CIU como un dispositivo situado en la pedagogía diferenciada cuya normativa, en la concepción de la justicia educativa, atiende la igualdad y la desigualdad (Connell, 1997). Lo que Perrenoud (1998) llama lucha contra el fracaso, aquí se traduce en lucha por la garantía al ingreso, la permanencia y afiliación a la universidad como una posibilidad de incluir la formación en el nivel superior al proyecto de vida.

En términos de comprender al CIU en la denominación de “currículum contrahegemónico” (Connell, 1997), se indaga en la normativa que los sustenta en tanto posibilidad curricular formativa que busca generar herramientas para que los y las estudiantes ingresantes sepan cómo actuar con lo que la universidad les demandará. Una institución que, aún no ha roto con las pedagogías de la transmisión y el enfoque enciclopedista.

Es aquí donde se hace propicio apostar, mediante mejoras en las implementaciones de programas y proyectos, la factibilidad de los programas de ingreso universitario para que actúen como dispositivos de formación democratizantes que -en consonancia con el propósito de la formación, educación y alfabetización- garanticen el derecho de acceder, permanecer y graduarse en una institución superior que se sitúa por fuera de la escolarización obligatoria.

Esta conclusión (provisoria) se presenta, más bien, como una alerta sobre aquello que es necesario trabajar continuamente en educación superior: las acciones que se enmarcan en un currículum que, aunque situado y atento a la diversidad (y vulnerabilidad, en muchos casos) económica y sociocultural constitutiva de las comunidades en las que pretende actuar, no logra “alojarlas”. Por más que la universidad pública argentina se sostenga históricamente en una serie de estructuras políticas, científicas e intelectuales por las que circula y se transmite el conocimiento y la intención de democratizarlo, se sostiene también en una serie de luchas por la autonomía, el cogobierno (las conquistas de la Reforma Universitaria de 1918) y la gratuidad (otorgada por el Decreto 29.337 del 22 de noviembre de 1949) que han favorecido la disminución de las desigualdades sociales con respecto al acceso de la educación superior de todos los sectores sociales a lo largo del siglo XX y lo que va del XXI. Pero falta mucho por hacer.

Es el CIU una oportunidad actual, una instancia necesaria y urgente que habilita la articulación de saberes con nuevas herramientas para nuevas prácticas y diseños curriculares que construyan justicia educativa.

## Referencias

- Cifuentes, R. (2014). *Formulación de proyectos pedagógicos para mejorar la enseñanza universitaria*. Buenos Aires: Noveduc
- Chartier, R. (2015) *Las revoluciones de la cultura escrita. Diálogo e intervenciones*. Barcelona: Gedisa
- Connell, R. (1997) *La justicia curricular*. En *Escuelas y justicia social*. Madrid: Morata
- De Alba, A. (1998) *Las perspectivas*. En *Currículum: crisis, mito y perspectiva*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Díaz Barriga, A. (2011) *Competencias en educación. Corrientes de pensamiento e implicaciones para el currículo y el trabajo en el aula*. En *Territorios*, N°5, Vol II, pp. 3-24
- (2003) *Currículum. Tensiones conceptuales y prácticas*. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 5 (2). <http://redie.uabc.mx/vol5no2/contenido-diazbarriga.html>
- Dussel, I. y Quevedo, L. (2010) *Educación y nuevas tecnologías. Los desafíos pedagógicos ante el mundo digital*.

En VI Foro Latinoamericano de Educación. Buenos Aires: Fundación Santillana. Finkel, D. (2008). Dar clase con la boca cerrada. Valencia: Universitat de València.

Floris, C. (2021) Clase 1: "Entornos presenciales y virtuales en el contexto universitario: puntos de partida para la articulación". Ciclo de Formación de Postgrado I "La enseñanza en entornos combinados: presencial y virtual. Distintas estrategias para promover aprendizajes en la universidad". Secretaría Académica. Coordinación de Posgrado y Asuntos Académicos. Universidad Nacional de Salta.

Lewin, L. (2020) Aula invertida. Disponible en <https://www.scribd.com/document/473388920/Aula-invertida-Laura-lewin-agosto-202>

Maggio, M (2018) Reinventar la clase en la universidad. Buenos Aires: Paidós

Martín-Barbero, Jesús (2009) Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas mundiales de lo cultural. En Revista Signo y Pensamiento, vol. 29, N° 57.

Massoni, S. (2020). Guía IEC. Rosario: Enactiva Comunicación

Morin, E. (1994) El paradigma de complejidad. En Introducción al pensamiento complejo. París: Gedisa

Pardo Kuklinski, H. y Cobo, C. (2020) „Expandir la universidad más allá de la enseñanza remota de emergencia“. Barcelona: Outliers Schoo

Perrenoud, P (1998) ¿A dónde van las pedagogías diferenciadas? Hacia la individualización del curriculum y los itinerarios formativos. Educar, 22-23, pp 11-34

Rama Vitale, C. (2019) Políticas, tensiones y tendencias de la educación a distancia y virtual en América Latina. Salta: Ediciones UCASAL

TELLO, C. comp. (2015) Los objetos de estudio de la Política Educativa. Hacia una caracterización del campo teórico. E- Book disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/286935406>

Zavala, V. (2011) La escritura académica y la agencia de los sujetos. Cuadernos Comillas, I, pp. 52-66

# La radio escolar de la escuela Pablo Pizzurno: una experiencia de educomunicación

Hernán Medina

Hernan\_lIII@hotmail.com

**Universidad Nacional de Chilecito**

## Resumen

presentamos los avances de una investigación para obtener el título de grado de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNdeC (Universidad Nacional de Chilecito) se titula “La radio escolar de la escuela Pablo Pizzurno: una experiencia de educomunicación” y está basada en describir y conocer la modalidad de trabajo (prácticas educativas) que los estudiantes del cuarto grado turno mañana, llevan a cabo en el taller de radio de la escuela Pablo Pizzurno, de la comunidad de “Los Sarmientos” (Chilecito, La Rioja). El abordaje se realizó desde un enfoque de educomunicación. En este sentido se describen las prácticas educativas radiofónicas que realizan los estudiantes de la mencionada escuela para reconocer de qué modo integran los contenidos curriculares y saberes de la comunidad en dichas prácticas.

Se planteó un diseño cualitativo de carácter descriptivo, porque se delineó acceder a las prácticas radiales escolares en el marco de la vinculación comunicación educación (edu comunicación) utilizando la observación no participante y la entrevista semi estructurada sin límite de caracteres, como técnicas. Los primeros resultados alcanzados, revelan que la radio escolar aporta en lo contextual a jerarquizar la oferta educativa de la escuela Pizzurno y a fomentar y mejorar la interacción comunidad/escuela. Contribuye a la formación de los educandos como estudiantes dispuestos, mejora la expresión oral, el gusto por la lectura, la solidaridad en el trabajo de equipo y colaborativo, como también la capacidad de registrar y observar los acontecimientos que ocurren en la comunidad para convertirlos en noticias escolares. En este sentido, se pretende que a partir de la interpretación de datos se pueda construir una estrategia de comunicación para fortalecer la función educativa de la radio escolar. El recorte temporal en el cual se llevó adelante el trabajo de esta investigación es en 2022.

## Introducción

Presentamos los avances de un proyecto de investigación basado en describir las características de las prácticas educativas que se llevan a cabo en la radio escolar de la escuela Pizzurno de la localidad de Los Sarmientos. Se ha puesto la mirada en describir las prácticas educativas radiofónicas que realizan los estudiantes de cuarto grado del turno mañana en el taller de artística, donde trabajan contenidos curriculares de Lengua y Cs. Sociales y saberes de la comunidad en la que está inserta la escuela.

La investigación se enfoca en una perspectiva de educomunicación que favorece la posibilidad de que todo el ámbito comunicacional y las nuevas tecnologías se conviertan en instrumentos educativos, que ayuden al desarrollo integral del individuo y la sociedad. Así la educomunicación implica una nueva forma de entender al ser humano, de que éste sea partícipe en todos los acontecimientos, que tenga acceso a la información y al conocimiento a través de la comunicación. Se considera a la comunicación inseparable de la práctica educativa y del aprendizaje colaborativo. Conocer es comunicar y dialogar. (Barbas Coslado, A, p.165)

La radio escolar de la Pizzurno, desde esta perspectiva de educomunicación, nace de un proyecto presentado en 1996 por los docentes de la Escuela ante el Ministerio de Educación de La Rioja, este se titulaba “Leer es descubrir un mundo mejor”. Recién, en 1.999, llega a la escuela un equipo de vanguardia para instalarse y dar forma a la radio de la Escuela N°1 Pablo Pizzurno. Esta adquisición fue bautizada con el nombre de “Ilusiones” por la comunidad escolar que funcionó con la llegada del nuevo milenio, para cumplir con el objetivo de “Mejorar el lenguaje oral y escrito”, siendo la radio para esto una herramienta donde los mismos docentes y estudiantes podían ejercitarse y plasmar lo aprendido. La radio tenía como fin fomentar los valores del cooperativismo en los estudiantes tales como la ayuda mutua, la solidaridad, el respeto y la disciplina. En el horario de la asignatura Cooperativismo los estudiantes guiados por los docentes producían los guiones y en los recreos oficiaban de locutores dando noticias, información escolar, saludos y dedicando temas musicales solicitados.

En los años venideros el equipamiento de la radio quedó desactualizado. Este no permitía la reproducción de formatos MP3 o acceso a un dispositivo mediante puertos USB -por ejemplo-, y fue por eso que la radio cayó en desuso, hasta que por medio de un proyecto de extensión universitaria: “El Barrio como fuente, una experiencia de comunicación comunitaria” volvió a funcionar en el segundo semestre del año 2021. Esta nueva etapa de la radio escolar es en la que hizo foco la investigación, que además funciona en un espacio de cooperativismo escolar, lo que le aporta un plus a la oferta de formación y les ha permitida actualmente realizar variadas actividades de convocatoria comunitaria (actos escolares desplegados en la calle principal con participación de padres y vecinos, galas de educación física al aire libre en la plaza del pueblo, kermeses y peñas folklóricas, como también muestras de los talleres de cooperativismo escolar) la institución aspira cumplir un rol social cohesionador y lo hace. Es una institución legítima y valiosa para las personas del Distrito.

El trabajo que se hace en la radio busca formar a los estudiantes como educandos activos, participativos y responsables en su rol de estudiantes como también se les enseña sobre el cuidado del equipo y el correcto manejo de las tecnologías, además de la producción y preproducción de contenido informativo, creativo y de educación.

## Marco referencial

Se tomaron como referencia en el estado del arte investigaciones formuladas en la vinculación de los campos comunicación/educación con perspectiva en educomunicación. Recuperamos las que abordan la radio en la escuela como medio de comunicación que vincula ambos campos del saber. Son dos de Argentina. Una realizada en el conurbano bonaerense: “La Implementación y Sostenibilidad de las Radios Escolares en Educación Media”. La segunda remite a una investigación sobre la radio escolar como herramienta educativa llevada a cabo en la provincia de Misiones. El tercer antecedente tomado es un proyecto de investigación acerca del papel de la radio estudiantil como estrategia didáctica de la universidad de Costa Rica y el cuarto refiere a como la radio escolar puede dinamizar el currículo, siendo su título “Posibilidades de la radio escolar como medio para dinamizar el currículo” realizado en la Universidad Autónoma del Caribe, Colombia.

En el marco teórico recuperamos las conceptualizaciones de comunicación de autores como Dominique Wolton<sup>1</sup> y Torrico Erik Villanueva<sup>2</sup> que piensan a la comunicación como un hecho eminentemente social. Consideran a la comunicación como un proceso inherente al ser humano, natural desde el nacimiento e importante para el desarrollo de procesos de socialización, entre ellos nosotros consideramos el de enseñanza/aprendizaje que se produce en el ámbito educativo, en actividades que se llevan a cabo de la mano de la escolarización tanto formal como informal. Vemos así que los procesos de comunicación y educación están íntimamente vinculados, la educación en todos sus sentidos no puede pensarse si no hay comunicación; en tanto la comunicación puede suponer una formación de los sujetos, aunque no sea su fin en sí misma, ni la intención que persiga.

---

1 Pensar la Comunicación.

2 Abordajes y períodos de la comunicación.

Como puede verse, comunicación y educación mantienen una relación vincular necesaria, Jorge Huergo (2000) propuso hablar de “comunicación/educación” para dar cuenta de un campo de problematización común y transdisciplinario. Indica así mismo que los esfuerzos por abordar los problemas de Comunicación/Educación han sido significativos y crecientes en las últimas décadas, señala que estos esfuerzos han estado motivados predominantemente por preocupaciones prácticas que circulan alrededor del uso de los medios y las nuevas tecnologías en el trabajo escolar, de la enseñanza a distancia, de proyectos de comunicación popular, de campañas educativas, etc. Esta preocupación práctica se ha plasmado en múltiples proyectos y producciones en Comunicación/Educación. (p. 2). Muchos de estos proyectos se han originado en torno a radios escolares. En este sentido reseñamos lo que implica la comunicación radiofónica.

Así como existen diversos modos de comunicación: escrita, sonora, gestual, digital y verbal. Existen los géneros comunicativos (según del medio de comunicación de que se trate), entre ellos destacamos el radiofónico, porque tiene que ver con la esencia de este trabajo de investigación. Cuando hablamos de la radio como medio de comunicación nos referimos a “medio” como recurso y “comunicación” como actividad esencial de intercambio, desarrollo y crecimiento de los miembros de una sociedad. Desde esta óptica, la radio escolar de la Pizzurno se piensa como una herramienta para desplegar y profundizar los contenidos curriculares desde las más variadas perspectivas, fortaleciendo el proceso de aprendizaje y, a la vez, promoviendo la apertura de la escuela a la comunidad educativa. La radio escolar visibiliza y da a conocer las voces de los estudiantes y docentes, los pone además en contacto con la tecnología.

### **¿Cuál es la importancia de la Radio Escolar?**

En el Cuadernillo de Capacitación N°1 del Ministerio de Educación de la Nación, de proyectos sobre radios escolares e investigaciones realizadas, enfatiza que en los establecimientos donde se instala una radio escolar se abre un abanico de posibilidades que invitan a participar desde las producciones, la puesta en el aire, la edición, el arte y la creación, siempre al servicio del proceso educativo de los estudiantes y de un mayor intercambio con sus pares, los docentes y la comunidad. Así se manifiesta la perspectiva de educomunicación, que se basa en asentar que el manejo dentro de una institución educativa de un medio de comunicación pueda generar una retroalimentación, construir conocimiento apoyado en la colaboración activa de sus miembros y facilitar la actuación de los emisores y receptores entre todos los miembros del grupo. Incluso para que esto suceda se ve como muy necesario la capacitación previa o en paralelo a la puesta en funcionamiento de una radio. Ya que este medio de comunicación en un ámbito escolar estimula el juego y la creación pero que, a la vez, es una herramienta educativa desde la que los alumnos pueden ser evaluados en el logro de objetivos trazados antes de la realización de las producciones. La publicación mencionada indica también, que la mayor parte de los contenidos curriculares abordados desde distintas áreas del conocimiento pueden desarrollarse a través de la concreción de distintos formatos radiales que tienen el valor agregado, también como estímulo, de poder ser compartidos con sus pares y con la comunidad. Se expresa como aspiración que a través de la radio escolar se encuentre un camino para intensificar los vínculos, el compromiso y la pertenencia con la escuela y la comunidad donde se encuentra inserta.

### **Marco Metodológico**

Se tomó un enfoque cualitativo de carácter descriptivo, para detallar las prácticas radiales escolares en el marco de la vinculación comunicación educación (educomunicación), de la escuela primaria Pizzurno de Los Sarmientos de Chilecito (L.R). Según Sautu, (2005) el estudio cualitativo pone “énfasis mayor en aspectos epistemológicos, que guían el diseño de toda la investigación y en planteos más recientes axiológicos y éticos” (p. 39).

Para ahondar tanto en la radio como en la escuela entendemos que es de suma importancia conocer el entorno donde estas están inmersas, es a causa de ello que también ponemos todo esto en observación, ya que la fluidez de su cotidianeidad nos permitió otra mirada. En este sentido Vasilachis señala: “Quien investiga construye una imagen compleja y holística, analiza palabras, presenta detalladas perspectivas de los informantes y conduce el

estudio en una situación natural” (2006, p. 24). También se utilizaron entrevistas y observación no participante.

## De las entrevistas

De la entrevista a la directora y sobre datos contextuales dejó expreso “... que la Escuela Pizzurno, al departamento Chilecito y es del sector Público estatal” “tiene dos turnos y una matrícula actual de 2020 estudiantes, entre ambos turnos y se sitúa a 1 km del radio céntrico de la ciudad de Chilecito. Sobre la radio escolar destaca que fue inaugurada hace muchos años (1999) pero que al quedar obsoleta se fue deteriorando, pero que gracias a la universidad, que trabajó conjuntamente con la escuela en un proyecto titulado “El barrio como fuente” una experiencia de comunicación comunitaria, se pudo conseguir nuevos elementos para poner en funcionamiento la radio escolar”

Se entrevistaron los profesores del Taller de cooperativismo y de Radio de la escuela junto a las docentes del segundo ciclo y al profesor del área de música, ya que éste último profesor está a cargo del desarrollo de las actividades radiofónicas y solamente participan los estudiantes de 4° grado de la escuela Pizzurno (nosotros trabajamos el del turno mañana, a cargo del profesor de música).

En las prácticas educativas en las áreas de Lengua y Ciencias Sociales para ser trabajadas en la radio escolar, incluyen saberes comunitarios del barrio y la localidad.

A pesar de que las prácticas de radio se llevan a cabo en el taller antes mencionado, en las áreas de Lengua y de Ciencias Sociales (en el aula) se trabaja escritura de noticias acerca de lo que ocurre en la comunidad, se realizan actividades en relación al periodismo barrial y comunitario. Cecilia Fierro dice que la práctica educativa es “una praxis social, objetiva e intencional en la que intervienen los significados, las percepciones y las acciones de los agentes implicados en el proceso”. (Fierro, C.2015) En esta perspectiva, el quehacer educativo se distancia de la simple aplicación de las técnicas de enseñanza para insertarse en una acción compleja y plenamente intencionada que impacta en varios aspectos de la vida personal, interpersonal, institucional, social, didáctica y valoral. En este sentido trabajan la pre y producción de actividades radiofónicas los estudiantes de cuarto grado.

En Lengua trabajan las competencias lingüísticas, tales como: comunicación oral y escrita; la docente del área de Lengua señala que los estudiantes de cuarto grado “hacen prácticas de lectura oral, para ir a leer luego en la radio escolar, especialmente para los actos escolares, ferias de ciencia, muestras escolares y eventos de similares características.” Representación, interpretación y comprensión de la realidad: la docente señala que esta competencia la ejercita con la actividad de “periodistas barriales o comunitarios.” De esta manera los estudiantes traen información y saberes de la comunidad, algunos son relatados por la familia y en especial por los abuelos y abuelas, es decir traen saberes de antaño. La comprensión y expresión lingüística de los contenidos y aplicación a distintos contextos de la vida la abordan los estudiantes en la elaboración de cuentos e historias locales que los niños traen de la comunidad.

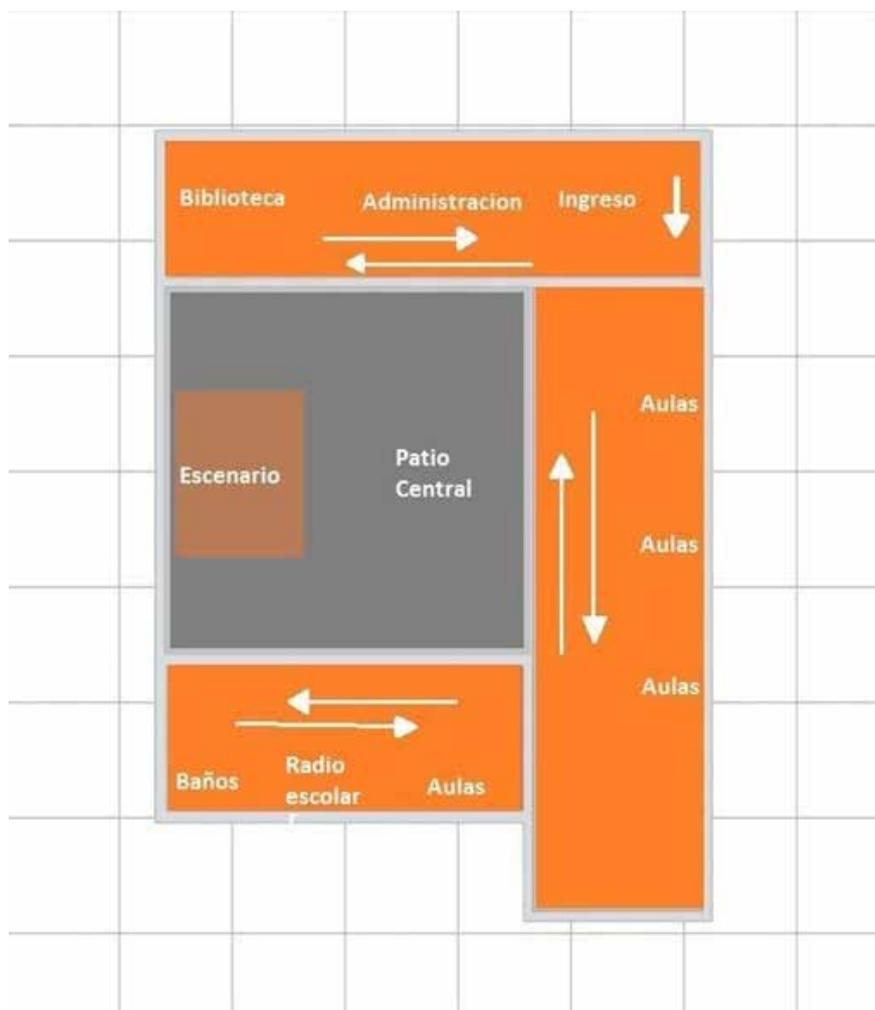
Entre otras competencias, señala la maestra de Lengua, se busca “formar hábitos de lectura y escritura, actitudes de escucha, exposición y diálogo, teniendo en cuenta y respetando las opiniones de los demás.” También se busca, indica, lograr que los niños tengan “dominio de la lengua oral y de la escritura en múltiples contextos”. Y en Ciencias Sociales las actividades que hacen los estudiantes, están relacionadas con cronologías breves sobre la historia del distrito y de la escuela. “También historias para ser leídas en las prácticas radiales en relación a las fechas patrias locales y nacionales, como también cuentos locales, otros cuentos, recetas caseras, mitos leyendas y fábulas”.

Sobre la opinión que el cuerpo docente y directivo tienen respecto de la importancia o no de contar con una radio escolar, la directora destaca que fue gracias a la gestión de autoridades de la UNdeC se pudo conseguir micrófonos, biblioteca, libros etc.”

## Algunas conclusiones

En lo contextual quedó expreso que “se trabaja escritura de noticias acerca de lo que ocurre en la comunidad, se realizan actividades en relación al periodismo barrial y comunitario”, esto posiciona a la radio escolar como herramienta fundamental para la circulación de la palabra y las relaciones con la comunidad .El enfoque de educación se manifiesta en el hecho de que el manejo dentro de una institución educativa de los medios pueda generar una retroalimentación, construir conocimiento apoyado en la colaboración activa de sus miembros y facilitar la actuación de los emisores y receptores entre todos los miembros del grupo, es, en definitiva, fomentar una educación activa, basada en una comunicación bidireccional y abierta con los medios puestos a disposición, donde el punto central está en la creación de conocimiento de manera grupal y cooperativa. La radio escolar visibiliza y da a conocer las voces de los estudiantes y docentes, los pone además en contacto con la tecnología. (pág.11 marco teórico)

La radio en la escuela Pizzurno acredita un espacio para el desarrollo y mejora de las habilidades lingüísticas de los estudiantes, de forma colectiva o individual. En tal sentido, esto se percibe en el diseño prácticas educativas que se enfocan en el desarrollo de la capacidad lingüística y extralingüística para adecuar un texto a una determinada situación de comunicación.



Croquis del edificio de la escuela Pablo Pizzurno:<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Figura de elaboración propia y realizada con <https://planner5d.com/>

Los docentes valoran la práctica radial de los estudiantes como medio de hacer circular la palabra, ejercitar la ciudadanía y rescatar la cultura del lugar, convirtiendo en noticias los hechos y experiencias de la comunidad.

Los estudiantes se muestran alegres de participar en las prácticas de radio escolar porque es una actividad que hacen con otros, con sus pares, les divierte y los invita al intercambio y al juego comunicacional entre ellos, con los docentes y la comunidad.

## Bibliografía

Araya Rivera, Carlos (2017). La radio estudiantil como estrategia didáctica innovadora. Universidad de Costa Rica, Costa Rica Actualidades Investigativas en Educación, vol. 17, núm. 3, pp. 1-32, 2017 DOI: 10.15517/aie.v17i3.30098

Barbas Coslado, Angel (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado Media Literacy Education: development, approaches and challenges in an interconnected world. Foro de Educación, n.º 14, 2012, pp. 157-175. ISSN: 1698-7799

Delfino Irala G. (2008). La Radio Escolar ¿Una herramienta educativa o una opción comunitaria en las localidades de San Javier y Mojón Grande en la provincia de Misiones?

Huergo, J. (1997). Comunicación/ Educación Ámbitos, prácticas y perspectivas. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación. <https://catedracomeduc.files.wordpress.com/2013/03/huergo-comunicacion-educacion-ambitos-practicas-y-perspectivas.pdf>

Ministerio de Educación de la Nación - Dirección Nacional de Políticas Socioeducativas Programa Nacional de Extensión Educativa "Abrir la Escuela" Nivel Secundario: Centros de Actividades Juveniles (CAJ) Orientación en Comunicación y Nuevas Tecnologías - Proyecto de Radios Escolares - Cuadernillo de capacitación N.º 1 - Ciudad Autónoma de Buenos Aires septiembre de 2011

Pastorella, M. (2021). La radio como proyecto escolar. La implementación y sostenibilidad de las radios escolares en educación media. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3056>

Ramos Carmona, M. (s.f.). ¿Qué es la práctica educativa? Revista Educarnos. <https://revistaeducarnos.com/que-es-la-practica-educativa/>

Sautu, R. (2005). Manual de Metodología: Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. CLACSO. Torrico

Vasilachis, I. (2006). La investigación cualitativa. En I. Vasilachis (Coord.), Estrategias de investigación cualitativa (pp. 23-64). Gedisa.

Wolton, D. (2007). Pensar la comunicación. Prometeo.

# Imaginarios y expectativas laborales de graduados de comunicación social

Amatta, Juan Manuel.

amattajm@gmail.com

Viceconte, Carlos Ezequiel..

Zanón, Julián Francisco.

**UNR**

## Resumen/Abstract

El presente trabajo explora la salida laboral de los graduados de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNR entre el año 2018 y 2022. Pretende describir las tareas que se buscan actualmente en los comunicadores por parte de los empleadores, y los conocimientos que se hace necesario adquirir para poder cubrirlas.

Analiza las expectativas de los graduados y graduadas, las de los empleadores, el contexto laboral actual, y el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNR.

## Introducción e hipótesis

Teniendo en cuenta las transformaciones económicas, sociales y tecnológicas producidas en los últimos años, con su inmediato impacto en el mercado laboral

-afectando no sólo el empleo sino también los perfiles requeridos-, se hace necesario indagar acerca de la formación académica recibida y la forma en que esta da respuesta a las nuevas competencias, complejidades y exigencias del mundo del trabajo.

En el dictado de la electiva Comunicación y Gestión de Recursos Humanos (materia del ciclo superior de la Licenciatura en Comunicación Social) los docentes suelen charlar con los alumnos sobre la salida laboral. Estas charlas informales tocan diversos temas, que incluyen sus trabajos actuales, sus expectativas, el proceso de búsqueda laboral. Además, se trabajan las diversas competencias y conocimientos que diferencian a los comunicadores sociales de otros profesionales.

Muchas veces estas charlas derivan en cuestiones como la precarización, la diversidad de tareas que es necesario realizar en algunos trabajos, y, particularmente, en el hecho de que muchos estudiantes ven el campo del marketing digital (en especial el de Community Manager) como la principal salida laboral.

Cruzando esas charlas con diálogos informales con miembros de la Asociación de Graduados en Comunicación Social y de la Dirección de Graduados de la UNR, surgió la preocupación sobre el campo de ejercicio profesional de los graduados recientes de la Licenciatura en Comunicación Social.

En base a esas preocupaciones emerge la necesidad de elaborar un instrumento que permita alumbrar sobre algunos de estos interrogantes: ¿Cuál es el nivel de precarización laboral de nuestros licenciados? ¿Hablamos de casos aislados o es una práctica común en nuestro campo laboral? ¿Qué hay de cierto en la diversidad de tareas antes de ser en realidad explotación encubierta? ¿Es el marketing digital - con el rol de Community Manager como estrella - la principal salida laboral de nuestros jóvenes graduados?

El Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNR (en adelante "Plan de Estudios") se mo-

dificó en 2001, con una adecuación en 2010. Esto hace que no contemple en profundidad algunas temáticas sobre las tecnologías que se crearon en los últimos 20 años. Nuestra principal hipótesis es que este Plan de Estudios no está preparado para responder a la demanda del mercado laboral, ni a las expectativas de los estudiantes y graduados.

Si bien entendemos que un Plan -o la modificación del mismo- no debe tener como único objetivo dar respuesta a las demandas del sector laboral, sí es necesario que estas sean tenidas en cuenta -junto a otras variables- por cuanto uno de los principales objetivos es el de formar profesionales capaces de poder insertarse en un mundo del trabajo en constante transformación. Esta idea se profundiza si se tiene en cuenta que la Nueva Ordenanza de Planes de Estudios de la UNR plantea que “El Plan de estudios tiene como finalidad brindar a las/los estudiantes una formación que les dé derecho a recibir una certificación de estudios aprobados de carácter parcial o terminal para el ejercicio de actividades académicas y/o de carácter profesional” (Expediente N° 25339/2022, UNR). Consideramos por tanto, que indagar en las trayectorias profesionales de graduados de diferentes cohortes nos puede ayudar a bosquejar un perfil de comunicador que sirva de insumo a la hora del diseño de un Plan de Estudios acorde a los tiempos actuales y futuros.

Frutos (2013) plantea que “los cambios de hoy tienen que ser pensados. Y un síntoma que parece recurrente es el malestar ante la vertiginosidad del cambio tecnológico y sus implicancias”. Al analizar el Plan de Estudios se puede percibir que no sólo son pocas las materias que analizan los cambios tecnológicos y sus implicancias en el campo de la comunicación, sino que la mayoría de estas son materias electivas, que no todos los estudiantes cursan. Entendiendo que “el fenómeno de la comunicación debe ser pensado como proceso que no sólo se define a partir de los espacios que lo sostienen sino como hecho social respecto del cual los conjuntos sociales generan acciones, tecnología e incluso ideología” (Frutos, 2013), un Plan de Estudios que pretende abordar esta problemática no puede ser estanco y necesita de la flexibilidad y actualización constante que marca el ritmo del Siglo XXI. En este sentido, la nueva ordenanza de planes de estudios de la UNR plantea que “El Plan de estudios podrá prever espacios curriculares de contenidos variables que permitan realizar actualizaciones de contenidos, según las necesidades que la autoridad académica competente de la carrera establezca” (negritas en el original), con el objetivo de “otorgar flexibilidad al Plan de estudios, a favorecer adecuaciones y actualizaciones de contenidos” (Expediente N° 25339/2022, UNR).

## **Encuesta**

Este trabajo es de corte exploratorio, y la metodología elegida en este caso es la cuantitativa, ya que permite obtener información de un alto número de encuestados para una posterior medición y análisis de los datos obtenidos.

Se seleccionó el universo de graduados de la Licenciatura en Comunicación entre 2019 y 2022. Este recorte permite detectar las posibles transformaciones entre el trabajo en lo referido a la inserción laboral de personas de personas recibidas en el período inmediatamente anterior a la pandemia, quienes se recibieron durante los años en que el aislamiento estuvo vigente, y quienes lo hicieron tras la llegada de la “nueva normalidad”.

Se tomó como estado del arte la tesina “Los nuevos ejercicios de la profesión del comunicador social en el escenario actual” (Berman, M.: Semilla, M; 2017), ya que enfoca una problemática similar, en un período anterior. Esta tesina nos permite, además, comparar los resultados obtenidos con los del período 2005-2015. Por esto se replicaron algunas preguntas, aunque se descartaron otras y se construyeron nuevas a partir de los indicadores a analizar.

Se envió por correo electrónico el cuestionario (construido con Google Forms) al universo completo de graduados en el período analizado (142 individuos). El envío fue repetido en dos ocasiones, para obtener más respuestas. Fue respondido por el 37% (55 individuos). Se planea realizar un nuevo envío durante el 2023 para complementar con los datos de graduados posteriores al período analizado anteriormente.

El cuestionario fue dividido en tres secciones. En primera instancia se recabaron datos básicos de los encuestados: Año de ingreso; Año de egreso; Género;

¿Trabajaste durante los últimos años de tu carrera?; ¿Estás trabajando actualmente?.

A partir de la respuesta a esa última pregunta (¿Estás trabajando actualmente?), se construyeron dos nuevas secciones. En la sección 2 (Trayectoria laboral) se consultó lo siguiente: ¿Cuál fue tu primer trabajo tras finalizar la carrera?; ¿Tenés más de un trabajo?; ¿En qué sector/es trabajás actualmente?; ¿Bajo qué modalidad trabajás?; Indicá en qué área/s te desempeñas profesionalmente; Indicá qué tareas realizas en tu trabajo; Nombre de la organización en la que trabajás (opcional);

¿Qué te hubiera gustado aprender en la carrera para tu vida profesional?.

La sección 3, destinada a individuos que no estaban trabajando al momento de responder la encuesta, contó con las siguientes preguntas: ¿Cómo estás realizando tu búsqueda laboral?; ¿Estás buscando un trabajo relacionado a la comunicación?;

¿Qué te gustaría haber aprendido en la carrera que te ayudaría en tu búsqueda laboral?.

Las respuestas a esta encuesta permiten analizar los perfiles de los profesionales requeridos por el mercado laboral en el campo de la comunicación, las competencias que deben tener estos profesionales, la forma de inserción a este mercado, y el grado de precarización de los graduados y graduadas recientes de la carrera. Además, podrán emerger cuestionamientos de los graduados y graduadas sobre su formación, y sus expectativas.

### **Perfil profesional: competencias, demandas y desacoples**

Señalamos al comienzo desde dónde partíamos a la hora de elaborar la encuesta, con la expectativa puesta en comprobar qué tan cerca (o lejos) estábamos situados respecto a la realidad que afrontan nuestros graduados en el ámbito laboral. Entendemos que la muestra es - aunque importante en términos de alcance y tasa de respuesta - apenas un primer paso en un proceso al que se pretende dar continuidad y profundizar, si bien a través de los resultados pudimos confirmar algunas de nuestras presunciones.

Cualquier análisis que se pretenda realizar en pleno 2023 sobre inserción al mundo del trabajo, competencias laborales y nuevas posibilidades de ejercicio de la profesión que no tenga en cuenta lo ocurrido durante el bienio 2020-2021 corre serios riesgos de resultar al menos incompleto cuando no completamente alejado de la realidad, más aún cuando hablamos de graduados en Comunicación Social. A los cambios continuos respecto a inserción laboral que ya de por sí se dan en un campo como el de la comunicación (un campo que -si bien en expansión- cuenta con algunas prácticas que de manera paulatina se van corriendo a los márgenes) se le deben sumar los efectos de la pandemia. De esta forma, la comunicación digital

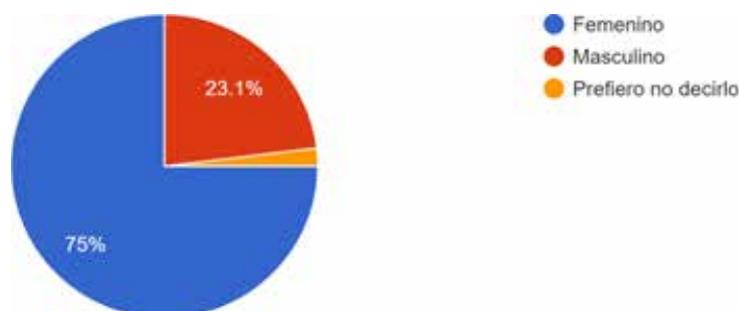
-que ya venía con una tendencia en alza- termina de asentarse en el centro del campo laboral comunicacional, mientras que labores más tradicionales o clásicas van quedando relegados. Asimismo, el trabajo a distancia (también denominado home office o trabajo virtual) se afianzó durante esos dos años como la principal modalidad, teniendo especial impacto en el campo de la comunicación.

De un total de 142 graduados en el período analizado, 36 son hombres (25%) y 106 mujeres. Esta tendencia se ve reflejada en las respuestas, en la que podemos contabilizar un total de 13 hombres (24%) y 40 mujeres, lo que permite confirmar la

fidelidad de la muestra obtenida a través de la encuesta. De esta forma, se desprende que contamos con los ele-

mentos necesarios para que la caracterización que podamos hacer de los graduados en comunicación se acerque a la realidad.

#### Género de las personas encuestadas



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta

Asimismo, cuando comenzamos a profundizar en los datos recabados nos encontramos con la información necesaria para trazar ciertas singularidades sobre el perfil de quienes egresan de la licenciatura en Comunicación Social. Mientras que el porcentaje de personas graduadas de género femenino es bastante mayor comparado al masculino (7 de cada 10 son mujeres), podemos también observar una diferencia significativa en el tiempo empleado para finalizar la carrera según el género de quien la cursa.

Si bien “la duración media promedio real de las carreras de grado en UNR es de 9 años” (Expediente N° 2570/2023, UNR, pág. 2), a través de los datos obtenidos se puede vislumbrar que en el caso de los hombres que respondieron la encuesta, el tiempo promedio necesario para obtener el título de licenciado en comunicación social es de 12 años, mientras que en el caso de las mujeres que respondieron la encuesta hablamos de 7.5 años, una cifra sensiblemente inferior en comparación, sin que el factor de estar trabajando durante el transcurso de la carrera sea algo determinante en la cantidad de años empleados para finalizarla. Sin embargo -y en lo relativo al trabajo- sí podemos realizar algunas inferencias relacionadas al tiempo empleado y su vinculación con el tipo de empleo alcanzado.

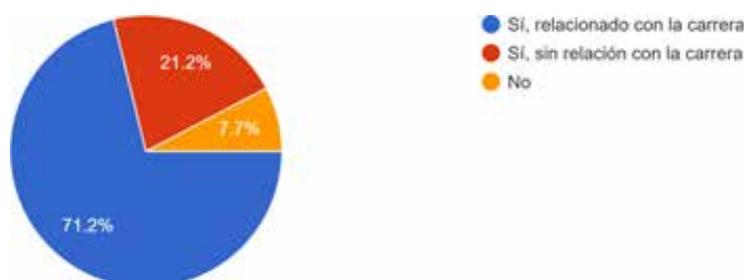
En el caso de las mujeres que respondieron a la encuesta -y cuyo promedio de tiempo empleado para finalizar sus estudios es de 7.5 años- vemos cómo en general aquellas mujeres que finalizaron la carrera dentro o por debajo del promedio han conseguido trabajos fulltime relacionados con la carrera, mientras que en el caso de los hombres vemos que -mientras los plazos de finalización se extienden drásticamente- la gran mayoría cuenta con más de un trabajo y opera bajo la modalidad freelance.

Naturalmente, entendemos que estas no son más que unas primeras aproximaciones a un fenómeno mucho más complejo como es el de las relaciones entre formación y demandas del campo laboral, con las consabidas fluctuaciones y vaivenes que se dan a lo largo del tiempo con diferentes cohortes y la vigencia -o no- de un Plan de Estudios. De esta forma es que la presente investigación tiene como principal objetivo el abrir nuevos interrogantes y habilitar posibles vías para profundizar sobre una problemática de un campo en constante construcción como es el de la comunicación. Sabedores de que no se trata de un proceso lineal -ni mucho menos- queremos remarcar el carácter provisional de los resultados a los que podamos arribar, al punto de preferir hablar de “nuevos disparadores” en lugar de las clásicas “conclusiones”.

## Nuevos disparadores

Una de las primeras aproximaciones que surgen a simple vista cuando revisamos los gráficos es el hecho de que en los últimos dos años de nuestra carrera -esto es, durante el ciclo superior- el 70% de las personas que respondieron la encuesta se encontraban realizando un trabajo relacionado a la carrera, y otro 22% trabajando sin que tuviera relación con lo que estaban estudiando. De esta forma se puede inferir que en la licenciatura de Comunicación Social un amplio porcentaje de estudiantes del ciclo superior se encuentran ya insertos de alguna forma dentro del mercado laboral, lo que nos abre un interrogante para futuras investigaciones que nos permitan caracterizar con mayor precisión al sujeto que se encuentra en nuestras aulas: es decir, si hablamos de estudiantes que trabajan (donde la dedicación estaría volcada al estudio) o se trata de trabajadores que estudian, en caso de que el mayor tiempo sea dedicado al trabajo.

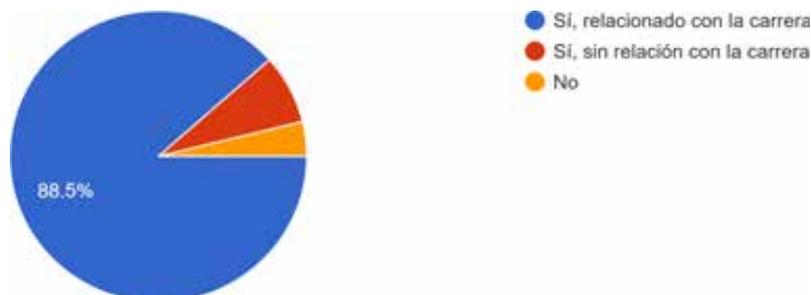
¿Trabajaste durante los últimos años de tu carrera?



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta

Por otro lado, podemos ver la alta tasa de inserción de nuestros graduados, ya que más de un 95% del total de los encuestados manifestaron estar trabajando actualmente, estando un 89% de ellos trabajando en el ámbito de la comunicación.

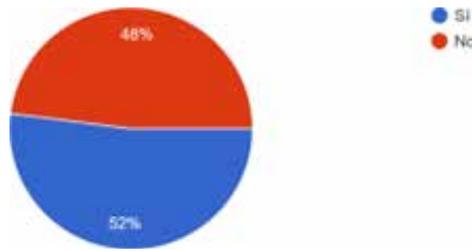
¿Estás trabajando actualmente?



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta

Si bien es un dato alentador por cuanto demuestra una alta salida laboral para los comunicadores, el dato siguiente es aquel que nos muestra que la mitad de ellos cuentan con más de un trabajo, lo que nos permitiría hablar de cierto grado de precarización laboral. Esta idea también está presente en la diversidad de tareas llevadas a cabo por muchos de estos profesionales, incluso quienes sólo tienen un trabajo, que en muchas ocasiones no tienen, en sus labores, un perfil de puesto definido.

¿Tenés más de un trabajo?



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta

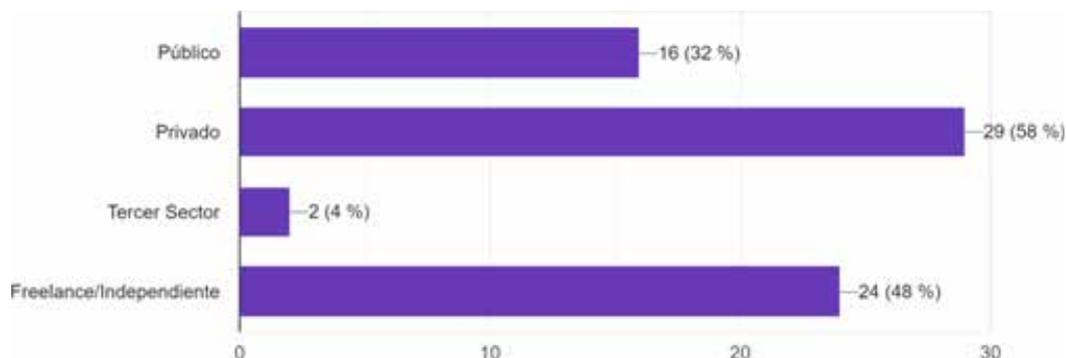
En este sentido, se destaca que la gran mayoría de graduados que se desempeñan en el ámbito de la comunicación digital cuentan con más de un trabajo bajo modalidad freelance, mientras que un porcentaje menor combina un trabajo part time de dicha modalidad con otro en relación de dependencia en el sector público o privado.

¿Cuál fue tu primer trabajo tras finalizar la carrera?



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta

¿En qué sector trabajás actualmente?



Fuente: Elaboración propia a partir de encuesta



y graduadas, encuestas a estudiantes del ciclo superior y entrevistas en profundidad, en una búsqueda de aportar a la construcción de un nuevo Plan de Estudios.

## Bibliografía

Berman, M.; Semilla, M. (2017). Los nuevos ejercicios de la profesión del comunicador social en el escenario actual. Repositorio Hipermedial UNR

Frutos, S. (2013). Acerca de la construcción del objeto en el campo de la comunicación. La Trama De La Comunicación, 4, 93-98.

Frutos, S. (2013). Tradiciones, límites y tensiones en las nuevas tramas del estudio de la comunicación. Territorios de Comunicación, CIESPAL, 13-26.

Plan de Estudios Licenciatura en Comunicación Social (2010). Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, UNR.

Hackatón Plan de Estudios Comunicación Social (Seminario de Integración y Producción, Digicom).

Nueva Ordenanza de Planes de Estudios de la UNR, Expediente N° 25339/2022, ORDENANZA N° 759.

Expediente N° 2570/2023, ORDENANZA N° 766.

Sautu, R.; Boniolo, P.; Dalle, P.; Elbert, R. (2005). "Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología"

Wainerman, C.; Sautu R. Compiladoras (1997). LA TRASTIENDA DE LA INVESTIGACIÓN

# Agentes conversacionales inteligentes de código abierto y software libre: alcances, limitaciones y desafíos en la comunicación digital educativa

Viviana Mercedes Ponce  
vivanaponce@gmail.com -  
Nelva R. Farinazzo  
: nelvafarinazzo@gmail.com

**Universidad Nacional de San Luis.**

## Resumen:

Como parte de los desarrollos tecnológicos característicos de la IV Revolución Industrial en la que nos encontramos inmersos, la humanidad experimenta una gran transformación. La velocidad, los crecientes desarrollos y el impacto de complejos y sofisticados algoritmos, cada vez más integrados y conectados entre sí y con el usuario, generan un ecosistema cada vez más complejo e interdependiente, en el que múltiples tecnologías disruptivas surgen, a raíz de las nuevas interacciones que se producen con aplicaciones, robots y/o sistemas. La nueva ecología de la comunicación nos plantea situaciones en las que la Inteligencia Artificial y su capacidad de emular el pensamiento y comportamiento humano, está teniendo, y se presume, tendrá, numerosas implicaciones en áreas del saber diversas. En el campo de la Comunicación Social puntualmente, emergen nuevos modelos comunicativos en los que las mediaciones se presentan como modos de comunicación híbridos entre humanos y máquinas, máquinas y humanos y entre máquinas y máquinas, respectivamente. Teniendo esto en consideración y centrándonos específicamente en los agentes conversacionales inteligentes y sus relaciones con la comunicación digital educativa, en este trabajo se propone indagar, mediante un estudio exploratorio, en aplicaciones de software libre y código abierto concretas. El propósito es el de realizar un análisis comparativo de uso en el campo de la educación, a la vez que reflexionar sobre las implicaciones que este uso conlleva, en un contexto social donde la inteligencia artificial marca tendencia. Para su organización, se comienza describiendo los principales aportes de la inteligencia artificial a los campos de la comunicación y educación, con particular énfasis en los agentes conversacionales inteligentes. Posteriormente se presenta la metodología y técnicas de investigación seleccionadas, junto con las aplicaciones inteligentes que posibilitan la comunicación digital educativa. Para finalizar, se describen los alcances, limitaciones y desafíos de las aplicaciones y se concluye con las reflexiones y propuestas de trabajo futuras.

Palabras clave: agentes conversacionales inteligentes, inteligencia artificial, comunicación digital educativa.

## Aportes de la inteligencia artificial a la comunicación y educación: agentes conversacionales inteligentes

Con la IV Revolución Industrial la humanidad experimenta una gran transformación. De la mano de múltiples tecnologías, como la inteligencia artificial, la robótica, el Internet de las cosas, la computación cuántica y en la nube, la biotecnología, el big data, la impresión 3D y la realidad aumentada y virtual, entre otras (Blanco, Fontrodona y Poveda, 2017) se genera un cambio social profundo.

Como producto de este cambio surge un nuevo ecosistema de comunicación, cada vez más complejo e interdependiente, donde la velocidad, el alcance y el impacto de sofisticados sistemas y algoritmos, se integran y conectan cada vez más entre sí y con las personas (Schwab, 2016).

Centrándonos en la Inteligencia Artificial (IA), entendida como....

Un área de la ciencia de carácter multidisciplinario desde la que se realizan sistemas y aplicaciones que tratan de hacer tareas y resolver problemas como lo hace un ser humano, emulando de manera artificial las formas del pensamiento y el trabajo del cerebro con el fin de tomar decisiones (Ponce et al., 2014, p. 1).

...surge y se plantea una nueva ecología en la que se presentan nuevas mediaciones como modos de comunicación híbridos entre humanos y máquinas, máquinas y humanos y entre máquinas y máquinas (Pineda de Alcázar, 2017).

Se trata de nuevas formas de interacción que están teniendo repercusiones en campos del saber diversos, particularmente el de la comunicación y la educación, constituyéndose inclusive en tendencia.

En la comunicación digital educativa específicamente, se destacan algunos beneficios por parte de las aplicaciones inteligentes producidas con IA, como el monitoreo del rendimiento de los/as estudiantes, la estimulación del aprendizaje personalizado y colaborativo, la asistencia en la resolución de actividades y el mejoramiento de los cursos en línea, entre otros (Forero, 2020). Su mayor impacto o alcance aspira a simplificar la gestión y tarea docente a la vez que intentar garantizar una docencia extendida de calidad (Hernández de la Rosa, 2020); puesto que mientras que la IA contribuye a resolver ciertas actividades educativas, el/la docente puede aprovechar ese tiempo para profundizar en el desarrollo de los contenidos de la clase u otros temas de investigación, construir secuencias didácticas, etc.

Asimismo, se destacan tres grandes enfoques de la IA con incidencia en el proceso formativo, a saber: la creación de plataformas online para el autoaprendizaje, la robótica educativa y los agentes conversacionales inteligentes (Educación 3.0, 2020), cobrando un gran auge en este último tiempo este último concepto, entendido como “un sistema de diálogo que lleva a cabo procesamiento del lenguaje natural...y responde a la solicitud en un lenguaje natural para un humano” concentrando su desarrollo en 2 (dos) tipologías: orientados a la tarea y chatbots (Vishnoi, 2021 en Astruga, 2021).

En el primer caso (agentes de diálogo orientados a una tarea en específico) se utilizan conversaciones cortas que conducen al usuario a completar esa tarea. En el segundo (chatbots) se trata de sistemas conversacionales que a través de técnicas basadas en IA, intentan simular e imitar el flujo no estructurado de la conversación humana. En este sentido, los chatbots son diferentes a los agentes conversacionales dirigidos a la tarea, ya que aprovechan las posibilidades de las técnicas de IA para responder a las conversaciones humanas con un conjunto específico de respuestas predefinidas, coherentes con la situación, que simulan comprender la intención del usuario y analizan el contexto del discurso.

Sobre esta última tipología concentramos los esfuerzos de indagación del trabajo.

## **Metodología y técnicas de investigación seleccionadas**

La perspectiva metodológica adoptada para el análisis sigue lineamientos en los que, previo al abordaje de una investigación, se debe considerar su tipología, los criterios de selección de la muestra y los instrumentos de recolección de la información, como principales aspectos (Emanuelli et al., 2009).

Siguiendo estos lineamientos, nuestro estudio se basa en un enfoque cualitativo, puesto que “se propone investigar la construcción social de significados, las perspectivas de los actores sociales, los condicionantes de la vida cotidiana o brindar una descripción detallada de la realidad” (Denzin y Lincoln, 1994 como se citó en Emanuelli et al., 2009).

Dentro de este enfoque el tipo de investigación es empírica con alcance exploratorio y descriptivo. Empírica, pues se caracteriza por la “experimentación con la realidad”, partiendo del supuesto que el conocimiento científico se basa en el contacto con ésta. Exploratoria, porque se emplea para “recabar información que permita reconocer, ubicar y definir problemas; fundamentar hipótesis, recoger ideas y sugerencias” (Rojas Soriano, 1991:31, como se citó en Emanuelli et al., 2009). Descriptiva, porque “busca caracterizar los fenómenos, identificando sus propiedades, su significado, sus usos, sus funciones, frecuencias y variaciones” (Landa, 1999:41 como se citó en Emanuelli et al., 2009).

Los criterios de selección de la muestra, incluyen, como unidades de análisis de observación a las plataformas: “Bot Libre” y “Botpress” que permiten la creación de agentes conversacionales del tipo chatbot mediante aplicaciones de software libre.

El tipo de muestreo es no probabilístico y por conveniencia dado que estas aplicaciones se eligieron en función de “un criterio razonado y explícito del investigador”, consistente en generar un chatbot con la posibilidad de abaratar costos a la vez que obtener competitividad y rentabilidad en su proceso de producción (DesdeLinux, 2020).

Finalmente y en relación a los instrumentos de recolección de información, se utilizaron como técnicas de obtención de datos el análisis documental y la observación no participante. El análisis documental nos permitió indagar en experiencias de enseñanza y aprendizaje directa e indirectamente relacionadas con las aplicaciones de software libre que constituyen nuestro objeto de estudio. La observación no participante se centró en recoger la información asociada a las características e implementación de Bot Libre y Botpress, ante un caso de uso concreto. En todo momento se buscó generar ideas y reflexionar acerca de los alcances, limitaciones y desafíos de las mismas.

### **Agentes conversacionales inteligentes de código abierto y software libre: alcances, limitaciones y desafíos en la comunicación digital educativa**

Focalizando en los agentes conversacionales inteligentes del tipo chatbot, es posible apreciar cómo se está incrementando su uso en el campo de la comunicación digital educativa, con independencia de la tecnología que se emplee.

Centrándonos en Latinoamérica y en experiencias de comunicación digital educativa que implementan los chatbots en una o más asignaturas concretas, podemos mencionar algunos antecedentes.

En Argentina, de acuerdo a Batista (2017) y desde el año 2011 en la Universidad de la Plata (Buenos Aires) se utilizan chatbots en distintas facultades. Específicamente en la Comisión 40 de Abogacía se usa tecnología Chatfuel (que permite 1000 suscripciones gratuitas, antes de convertirse en una versión paga) integrada a Facebook Messenger.

En la Universidad de César Vallejo, del Perú, Gonzales Cervera (2018) se desarrolla un chatbot empleando el software, en ese momento gratuito, Motion.ai, el que se destina al aprendizaje en el uso de la plataforma Canvas en docentes de esa institución.

Monge Mata y Ávalos Dávila (2020) por su parte, crearon el chatbot denominado “BOT0210” para la cátedra de Tecnologías de Información de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) de Costa Rica, como herramienta de apoyo a la docencia durante la época del distanciamiento social por el virus del COVID-19. La tecnología utilizada en este caso fue Chatfuel.

También en este mismo año, en Uruguay (Fontoura, 2020) se desarrolló un agente conversacional con el rol de auxiliar en la resolución de problemas de Matemática, utilizando la herramienta gratuita de DialogFlow, perteneciente a la plataforma de Google.

Resulta llamativo, sin embargo, en estas primeras indagaciones de experiencias que hemos realizado en la Web, la

poca o casi nula existencia de desarrollo de chatbots a partir del uso de las aplicaciones de software libre y código abierto Bot Libre y/o Botpress. Se encuentran, por supuesto, numerosos papers o artículos que refieren a estas plataformas (para conceptualizarlas y/o caracterizarlas de manera general) y se evidencian tímidos o primeros usos a través de chatbots experimentales (generados en la comunidad de software libre de estos mismos entornos) sin embargo, no encontramos documentación concreta que aborde experiencias en el campo que nos convoca.

Por ello, nos proponemos ahondar con mayor profundidad en Botpress y Bot Libre, plataformas accesibles a través de la web, gratuitas, de código abierto, con disponibilidad de acceso y orientación a la creación de agentes conversacionales inteligentes (chatbots). Su lógica de procesamiento consiste en la realización de preguntas (por parte del usuario/a) y la resolución o no de las respuestas (por parte del agente) siempre que se disponga de esa información en bases de datos internas y/o externas. Su condición de “inteligencia” además, le permite aprender de las interacciones y proporcionar mejores respuestas, extrayendo y agregando la información del contexto que se deriva de un mayor y/o mejor proceso de entrenamiento.

Comenzando con Bot Libre y al ingresar a la página principal de su web oficial, aparece “Julia”, un chatbot en línea, en diferentes idiomas, que nos introduce a las funcionalidades que ofrece la plataforma. Más tarde, y previo registro, se puede decidir si su acceso será privado, público o sólo para amigos.

El diseño se presenta conforme a un asistente virtual personificado (Allison 2011 en García Brustenga et al. 2018), con una imagen en forma de avatar que puede ser utilizada en base a una plantilla preexistente o de creación propia. En cuanto a su experiencia de usuario (UX), los chatbots se comunican a través de texto y audio.

La interfaz del usuario (UI) entendida como “los aspectos a tener en cuenta para el diseño desde la interacción de los usuarios, que singularizan en la retroalimentación de la comunicación y la facilidad en el uso de la interfaz para los propósitos para los cuales fue concebida” (Labrada, 2020, p. 147) es básica y presenta 2 espacios fijos, el menú de opciones en el margen izquierdo y el área de trabajo hacia la derecha y el centro. Sin embargo, los menús e instrucciones no están traducidos al español de manera correcta y esto obstaculiza la comprensión de sus funciones.

Su documentación es muy completa y brinda toda la información necesaria para abordar el desarrollo de un chatbot desde cero. Incluye tutoriales (mayormente en idioma inglés), cursos de capacitación (que exigen conocimientos previos en programación), videos y diapositivas, interacción con Julia, foros de la comunidad de usuarios/as y sitios web donde se puede interactuar con los bots que ya han sido creados previamente.

La creación de un chatbot de prueba, en nuestro caso, Aurora, es sencillo si seguimos las instrucciones de la documentación. Incluye en el primer paso, las definiciones de tipología (en nuestro caso genérica), categorización (en nuestro caso educación) y plantilla de diseño (seleccionamos vacía, dado que no encontramos alguna que respondiera a nuestras necesidades). En el siguiente paso, se comienza con el entrenamiento en el procesamiento del lenguaje natural humano (NLP), para que Aurora “comprenda” lo que el/la usuario/a le solicita. De acuerdo a el Administrador de Chat Bot (comunicación en foro, postado el 10 de marzo de 2014) los bots de Bot Libre almacenan todo sobre cada conversación y siempre analizan todo. Puede recordar qué se dijo y quién lo dijo, por lo tanto es importante que el/la usuario/a se identifique. Del mismo modo, reconoce qué palabras hay en cada oración y el orden en el que aparecen en todo el diálogo; todo se almacena en su base de datos. Simula además la interacción con los seres humanos, repreguntando cuando no entiende una pregunta y aprendiendo de la respuesta. Aprenden en contexto, por lo que son capaces de elegir la mejor respuesta a una pregunta en un contexto determinado. Aprenden gramática, no por reglas, sino porque “suena” bien según el contexto. También nos dice que, cuando el chatbot responde mal una pregunta, podemos corregir la respuesta haciendo clic en el ícono “corregir” que aparece en la parte inferior de la UI de la sala de chat para su entrenamiento (Figura 1). Puede configurarse además para que aprenda solo de los/administradores/as (dueños/as) del chatbot, de los/as usuarios/as conectados/as, de los miembros de la plataforma, o de todos/as ellos/as.

El entrenamiento es quizás la fase de desarrollo más importante de nuestro chatbot. Mientras más información correcta carguemos a la plataforma, más eficaz será en su tarea. La información admite distintos formatos: textos, audios, imágenes. Podemos crearlos en la plataforma, o subirlos desde nuestra computadora. Lo complejo de esta etapa consiste en que antes de subir o crear la información con la que entrenaremos al chatbot, es imprescindible diseñar las posibilidades de conversación que el bot brindará al/a usuario/a en una fase inicial.

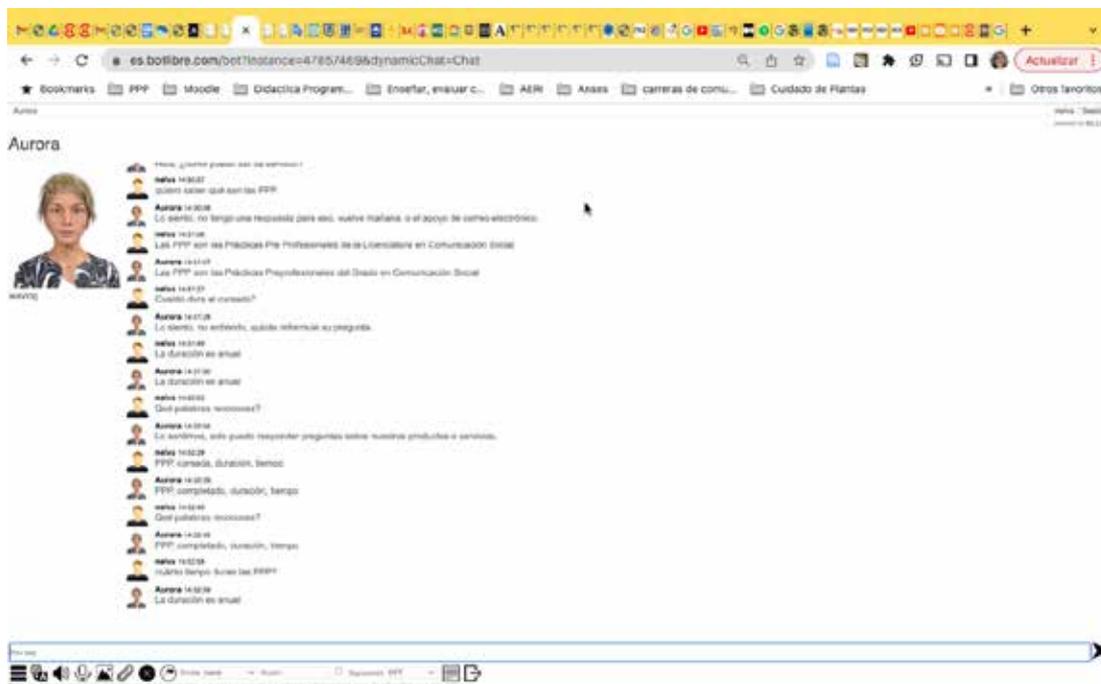


Figura 1

Diálogo en el que se refleja el entrenamiento del chatbot Aurora

Nota: en esta imagen se puede ver una secuencia de diálogo en la que el chatbot aprende qué significado tiene el acrónimo PPP (Prácticas Pre Profesionales), la duración de la asignatura y qué palabras reconoce como bot, luego de darle una respuesta correcta ante la imposibilidad de contestar apropiadamente.

Como opciones de implementación, Bot Libre ofrece la posibilidad de embeber los chatbots en distintas aplicaciones de redes sociales: Twitter, Facebook, Instagram (sólo para cuentas comerciales), WhatsApp (a través de Twilio, una aplicación que conecta el chatbot con un servicio de empresa de telecomunicaciones), Skype, Holgura, WeChat. En cada caso, se selecciona de un menú la aplicación a la que se desea conectar el chatbot, y luego de ingresar el usuario y la contraseña para acceder a la plataforma seleccionada, la conexión entre ambas plataformas queda establecida. En todos los casos le permitimos a Bot Libre el acceso completo a nuestra cuenta en la aplicación seleccionada. Lo mismo sucede al integrar nuestro chatbot a nuestro Calendario de Google, Alexa, el Asistente de Google, o nuestra página web.

Siguiendo con Botpress y en forma similar a Bot Libre, la creación, configuración e implementación de un bot exige de un proceso de registro previo.

Su diseño se estructura en función de un Espacio de Trabajo desde el que se inicia con las configuraciones iniciales de nombre, descripción e información extra del bot (como contacto, términos y condiciones de privacidad) y se continúa con la creación del diagrama del flujo de interacciones usuario/a-bot en Botpress Studio. Este último es un componente esencial de Botpress que permitirá definir y entrenar su comportamiento mediante la elaboración de un diagrama en el que se implementan las interacciones que incluyen nodos (de preguntas, respuestas y acciones), condiciones y ramificaciones según las respuestas.

Ante cada requerimiento del usuario/a se posibilita consultar a una o más aplicaciones (APIs) que permiten conectar a bases de datos que pueden contener la respuesta, y se tiene en cuenta el contexto donde el bot aprende de las interacciones previas. Se brinda la posibilidad además de consultar información en ChatGPT antes de derivar en la imposibilidad de respuesta.

En la Figura 2 se muestra un ejemplo de diagrama de flujo para el chatbot Aurora y la asignatura Prácticas Pre Profesionales, teniendo en consideración algunas de las preguntas básicas vinculadas a su cursado.

Para comenzar, se saluda al estudiante explicitando el objetivo de la interacción y luego se presentan algunos cuestionamientos centrales vinculadas al cursado, tales como las condiciones de aprobación y carácter de la asignatura. El estudiante debe seleccionar alguno de los mismos y en función de su elección, el chatbot buscará la respuesta, ya sea en la información del contexto que se va almacenando con cada flujo de comunicación entre estudiante-docente, en la api asociada a la información de la asignatura y en último caso, en la información provista por el ChatGPT que está vinculado con esta plataforma. Al finalizar la interacción, el/la usuario/a podrá calificar la calidad de la interacción y/o brindar su conformidad con la interacción, a partir de una evaluación de su conversación positiva o negativa.

En todos los casos Botpress ofrece flexibilidad y personalización en la forma en que se presentan los mensajes al usuario, lo que permite incluir diferentes tipos de contenido, entre ellos texto, chat e imágenes, lo que permite enriquecer la experiencia del usuario (UX) y hacer que la interacción con el chatbot sea más efectiva y atractiva.

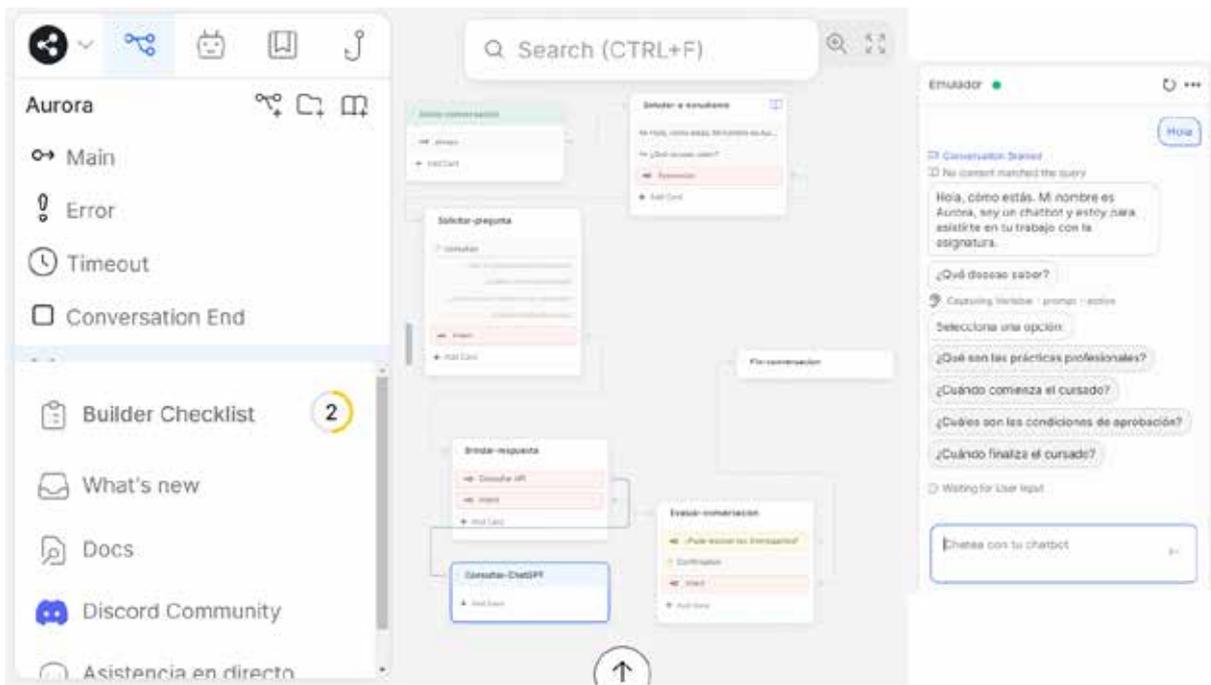


Figura 2  
Diagrama de flujo de una interacción básica entre un/a estudiante y Aurora

Nota: en esta imagen se puede ver una secuencia de elaboración de diagrama de flujo en la que se van definiendo las interacciones entre el usuario y el chatbot, conforme preguntas, respuestas y algunas condiciones concretas.

La interfaz de usuario (UI) contiene múltiples conceptos que pueden hacerla compleja, sin embargo con la ayuda de la documentación textual y/o audiovisual puede hacerse más amena.

La documentación es abundante e incluye acceso a blogs, videos, comunidades de usuarios/as y programadores/as e interacción con “Sabrina” (el bot de ayuda de esta plataforma), entre otros.

Como opciones de implementación, proporciona opciones de integración con diferentes canales de comunicación,

como Facebook Messenger o Slack.

## Conclusiones y trabajo a futuro

Independientemente de las particularidades de las aplicaciones analizadas, esta primera etapa exploratoria, nos permite entender que a pesar de que la interfaz del usuario (UI) es poco amigable, es posible desarrollar en poco tiempo, un Chatbot que asista situaciones de baja complejidad, como colaborar con el/la estudiante en procedimientos de matriculación, o consultas relativas al desarrollo del cursado de la asignatura, como horarios, fechas de entrega, evaluaciones, etc. Pero si quisiéramos desarrollar un Chatbot que asista a los/as estudiantes en el proceso de enseñanza/aprendizaje, simulando a un/a tutor/a, entonces el desarrollo se complejiza y habría que desarrollar código en AIML (Bot Libre) para crear reglas específicas de aprendizaje del bot o generar un diagrama de flujo más complejo con código en Java Script (Botpress) para anexar interacciones concretas.

En este sentido, si se cuenta con el acompañamiento de profesionales del campo de la informática, esta plataforma brinda una amplia gama de posibilidades de desarrollo que permiten la creación de un Chatbot capaz de operar como un auxiliar en la docencia, con las reservas que presenta la inteligencia artificial en el campo de la educación. Principalmente, por los posibles errores conceptuales que pueden surgir si el aprendizaje se realiza sobre información incorrecta.

En función de lo expuesto y como trabajo a futuro, nos proponemos iniciar en el uso de los chatbots en alguna de nuestras asignaturas concretas, a partir de este uso más simple al que hacíamos referencia. Consideramos que la tecnología y las necesidades de estudiantes y docentes avanzan constantemente y abren nuevas oportunidades, más allá de las limitaciones que hoy se presentan. Queremos experimentarlas, aprovecharlas y comprenderlas.

## Referencias bibliográficas

Astruga, Juan Alonso (2021). Propuesta Metodológica para el análisis y diseño de Chatbots basados en texto. [Tesis de Maestría, Universidad de Valladolid]. Recuperado el 26 de junio de 2023 de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/50064/TFM-G1510.pdf;jsessionid=28053F91F81F34F6B2967A813649BF2D?sequence=1>

Batista Alejandro. (2017). Uso de chatbots como apoyo para la comunicación en el Aula. Un asistente virtual 24x7x365 colaborando con el curso. UNLP. Argentina. Repositorio Institucional de la UNLP. Recuperado el 18 de mayo de 2023 de: [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/63541/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/63541/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Blanco, R. Fontrodona, J. y Poveda, C. (2017). La Industria 4.0: El estado de la cuestión. *Economía Industrial*, (406), 151-164. Recuperado el 26 de junio de 2023 de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6343649>

Desde Linux (2020). Cuarta Revolución Industrial: El papel del Software Libre en esta nueva era [Noticias]. Recuperado el 28 de febrero de 2022 de: [https://blog.desdelinux.net/cuarta-revolucion-industrial-papel-software-libre-nueva-era/?utm\\_source=destacado-inside](https://blog.desdelinux.net/cuarta-revolucion-industrial-papel-software-libre-nueva-era/?utm_source=destacado-inside)

Educación 3.0 (2020). Tres usos de la Inteligencia Artificial en educación [Opinión]. Recuperado el 28 de febrero de 2022 de: <https://www.educacionrespuntocero.com/opinion/usos-de-la-inteligencia-artificial>

Emanuelli, P., Egidos, D., von Sprecher, R., Ortúzar, I., García Lucero, D., Dorado, C. y Ulla, C. (2009). *Herramientas de metodología para investigar en comunicación. Conceptos, reflexiones y ejercicios prácticos*, Córdoba: Copy Rápido.

Fontoura, F. (2020). Agente conversacional para auxiliar en la resolución de problemas de Matemática. Recuperado el 26 de junio de 2023 de:

<https://repositorio.cfe.edu.uy/bitstream/handle/123456789/1862/Fontoura%2C%20F.%2C%20Agente.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Forero, T. (2020). Conoce los principales impactos de la inteligencia artificial (IA) en la educación y sus posibilidades futuras [Tecnología]. RockContent, productos y servicios de Marketing innovadores. Recuperado el 26 de junio de 2023 de: <https://rockcontent.com/es/blog/inteligencia-artificial-en-la-educacion/>

García Brustenga, G., Fuertes Alpiste, M., & Molas Castells, N. (2018). Briefing paper: chatbots in education. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). <http://hdl.handle.net/10609/80185>

Gonzales Cervera, D. P. A. (2018). Aplicación móvil con Chatbot para el aprendizaje en el uso de la plataforma Canvas en docentes de la UTP. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. Recuperado el 26 de mayo de 2023 del Repositorio

Institucional (RUI): <https://hdl.handle.net/20.500.12692/30232>.

Hernández de la Rosa, E. (2020). ¿Cómo aplicar Inteligencia Artificial en educación? Observatorio: Instituto para el futuro de la educación. Recuperado el 26 de junio de 2023 de: <https://observatorio.tec.mx/edu-bits-blog/inteligencia-artificial-en-educacion>

Labrada, S. M. (2020). Principios del proceso de diseño de interfaz de usuario. *Revista cubana de transformación digital*, 1(3), 143-155.

Monge Mata, Luis, & Ávalos Dávila, Carolina. (2020). BOT 0210, una herramienta de apoyo a la docencia. Experiencia de la Cátedra Tecnologías de la Información de la UNED, Costa Rica. *Revista Innovaciones Educativas*, 22 (Suppl. 1), 188-199. <https://dx.doi.org/10.22458/ie.v22iespecial.3196>.

Pineda de Alcázar, M. (2017). Inteligencia Artificial y Modelos de Comunicación. *Razón y palabra*, 21 (4\_99), 332-346. Recuperado el 28 de febrero de 2022 de: <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1033/pdf>

Ponce Gallegos J. C., Torres Soto A., Quezada Aguilera F. S., Silva Sprock A., Martínez Flor E. F., Casali, A., Scheihing, E., Tupac Valdivia Y. J., Torres Soto M. D., Ornelas Zapata F., J. Hernández, J. A., Crispín Zavala D., Vakhnia, N. y Pedreño, O. (2014). Inteligencia Artificial. Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn). Recuperado el 26 de junio de 2023 de: [https://www.researchgate.net/publication/269466259\\_Inteligencia\\_Artificial](https://www.researchgate.net/publication/269466259_Inteligencia_Artificial)

Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución industrial*. Madrid, España: Debate.

# Revisar el currículum: transformaciones y desafíos de Prácticas Comunicacionales en el nivel secundario

Camila Victoria Lujan Gogniat

Universidad Nacional de Entre Ríos

## Resumen

Dado que cada escuela posee sus características propias, hay ciertos procesos de apropiación de lógicas, tiempos, tareas, hábitos que se diferencian del acontecer cotidiano en otros espacios. La institucionalización del rol del educador, y el considerarlo como un agente público, significa reacomodar las subjetividades de cada agente para así cohesionar con el “ideal educativo”. Ese ideario podría encontrarse en el marco normativo a nivel nacional, Ley Nacional de Educación, a nivel provincial, los diseños curriculares, y a escala institucional, por medio del Plan Educativo Institucional y de los acuerdos y planificaciones.

Específicamente, en la cátedra Prácticas Comunicacionales. Al momento de planificar el ciclo lectivo por medio de un plan anual planteó algunas dificultades en su momento porque, al tener que remitirse al Diseño Curricular y a la propuesta de contenidos y ejes, había multiplicidades de enfoques orientados más bien a lo informático, a lo socio-cultural, a lo histórico, entre otros. Entonces fue necesario elegir un punto de partida, un posicionamiento, considerando que toda propuesta implica un recorte, decisiones, criterios. En ese proceso, en Prácticas Comunicacionales propicia preguntar ¿Qué prácticas escriturarias podrían darse en el aula, prácticas desafiantes que permitan que los estudiantes quieran escribir, quieran investigar, quieran releer, reescribir? ¿Cómo promover un posicionamiento no contemplativo de los estudiantes ante las propuestas de la asignatura y también del mundo circundante? En este escrito se propone recorrer la propuesta curricular de la provincia de Entre Ríos del nivel secundario para la orientación en Comunicación. Además, centrando el análisis en los contenidos de la asignatura Prácticas Comunicacionales, así como las estrategias y metodologías que se proponen en las propuestas y sus posibles tensiones en contextos de prácticas situadas en el aula.

## Primeras aproximaciones

Dado que cada escuela posee sus características propias, hay ciertos procesos de apropiación de lógicas, tiempos, tareas, hábitos que se diferencian del acontecer cotidiano en otros espacios. La institucionalización del rol del educador, y el considerarlo como un agente público, significa reacomodar las subjetividades de cada agente para así cohesionar con el “ideal educativo”. Ese ideario podría encontrarse en el marco normativo a nivel nacional, Ley Nacional de Educación, a nivel provincial, los diseños curriculares, y a escala institucional, por medio del Plan Educativo Institucional y de los acuerdos y planificaciones. El rol del educador en la práctica docente tiene un carácter tanto ético como político. Se define a la práctica docente como el trabajo que el educador desarrolla cotidianamente en condiciones sociales, históricas e institucionales concretas, adquiriendo una significación para la sociedad y para el propio maestro. Según Achilli (1986), la práctica pedagógica es el proceso que se desarrolla en el aula, manifestándose la relación maestro-conocimiento-alumno, centrada en el “enseñar y “aprender”. Este año, como docente en otras asignaturas de la orientación en Comunicación, en el nivel secundario. Específicamen-

te, en la cátedra Prácticas Comunicacionales. Al momento de planificar el ciclo lectivo por medio de un plan anual planteó algunas dificultades en su momento porque, al tener que remitirse al Diseño Curricular y a la propuesta de contenidos y ejes, había multiplicidades de enfoques orientados más bien a lo informático, a lo socio-cultural, a lo histórico, entre otros. Entonces fue necesario elegir un punto de partida, un posicionamiento, considerando que toda propuesta implica un recorte, decisiones, criterios. En ese proceso, en Prácticas Comunicacionales algunos interrogantes que resonaban al leer el Diseño Curricular, fueron: ¿qué textos, qué materiales comunicacionales se pueden planificar y producir tanto en soporte gráfico como digital? ¿Qué se entiende por “soportes tradicionales” (periódico impreso, diario mural, cartillas) y como tecnologías de la comunicación (blogs, página digital de la escuela u otras posibilidades)? ¿Qué destinatarios tendrán estas producciones? Porque, si el propósito es comunicar, debieran trascender los límites del aula. ¿Será destinataria la comunidad educativa o puede pensarse como lectores también a las familias, a quienes deseen leer esos materiales comunicacionales?

Al respecto, entendiendo a la comunicación/educación en términos de interlocución, Huergo (1997) plantea que “la comunicación/educación designa un proyecto crítico y liberador y un conjunto de prácticas emancipadoras para nuestros pueblos, sumidos en profundas desigualdades como consecuencia de las lógicas y las políticas neoliberales”. (Huergo, 1997: 11) Entonces, ¿qué prácticas de escritura y de oralidad son necesarias en los estudiantes como próximos al egreso, entendiendo que, mayormente, en ese contexto escolar, los estudiantes ingresarán a la universidad? ¿Cómo promover prácticas emancipatorias, reflexivas, liberadoras, críticas? En términos de Reviglio (2013), el pasaje del nivel secundario al universitario opera como umbral, como un momento de crisis en el que se presentan tanto usos lingüísticos como prácticas socioculturales. ¿Qué prácticas escriturarias podrían darse en el aula, prácticas desafiantes que permitan que los estudiantes quieran escribir, quieran investigar, quieran releer, reescribir? ¿Cómo promover un posicionamiento no contemplativo de los estudiantes ante las propuestas de la asignatura y también del mundo circundante? En este escrito se propone recorrer la propuesta curricular de la provincia de Entre Ríos del nivel secundario para la orientación en Comunicación. Además, centrando el análisis en los contenidos de la asignatura Prácticas Comunicacionales, así como las estrategias y metodologías que se proponen en las propuestas y sus posibles tensiones en contextos de prácticas situadas en el aula.

Al respecto de los interrogantes del párrafo anterior en relación a la institución escolar en la actualidad, no es novedad plantear que la escuela es muy cuestionada. La labor docente también, valga la redundancia. Esto incide, indefectiblemente, en los educadores. Es por ello que algunos fragmentos leídos de Masschelein y Simmons (2014) resuenan: “la escuela ofrece “tiempo libre” y permite que los estudiantes puedan abandonar su entorno conocido para alzarse sobre sí mismo y renovar al mundo” (p. 3). Los autores entienden esto como un reto, como un desafío de concretar los llamados tiempos libres para que en las escuelas la cuestión pública sea protagonista. En tanto, el posicionamiento del educador se orienta en las competencias comunicativas. Kaplún (2000) afirma que “la Comunicación Educativa existe para brindarle a la educación métodos y procedimientos para crear la competencia comunicativa del educando. No se trata de educar usando el instrumento de la comunicación, sino que esta se convierta en la columna vertebral de los procesos educativos. Al respecto, las producciones comunicacionales permiten crear y recrear relaciones con los estudiantes desde sus mundos cotidianos, apelando a su individualidad y también a su ser colectivo, dialogando con su concreción, así como con su imaginación. Bauman (2005) sostiene que el modo de vida de los jóvenes de hoy se centra en una cultura del aquí y ahora, de la inmediatez, en la que se promueve el culto a la novedad y a las oportunidades azarosas. Así, la identidad se lleva actualmente como una camiseta que puede ser rápidamente reemplazada. Bauman señala que esta cultura líquida se distancia de las anteriores, en las que el aprendizaje y la acumulación eran centrales. Esta cultura del desapego, la discontinuidad y el olvido se funda en la brevedad de las acciones humanas. Educar, entonces, implica un esfuerzo por el reconocimiento de las prácticas sociales y su lógica de pensamiento, sentimiento, deseo y acción.

¿Cómo propiciar la escritura en un mundo tan cambiante? Quizás pensando el aula como un espacio en donde se privilegia la producción y la posibilidad de compartir y comentar lo realizado entre todos los integrantes de este aquí y ahora. Para que los estudiantes desarrollen habilidades de composición que les permitan responder eficaz-

mente a distintas demandas comunicativas y aprender a través de la escritura es necesaria una exposición sostenida a experiencias de escritura desafiantes o transformadoras y una reflexión permanente acerca de esa práctica.

En síntesis, es necesario que se promuevan instancias de conversación entre pares, entre estudiantes y educadores, así como en los contextos universitarios que pongan sobre la mesa las problemáticas educativas contemporáneas en relación con distancia que hay entre el mundo líquido y las propuestas escolares que, al ser más tradicionales, o bien, formuladas desde y para otra época, acrecientan la rigidez en las escuelas.

No obstante, ¿de qué manera se pueden promover estas instancias más dialogales en las escuelas? el Diseño Curricular de la Escuela Secundaria de Entre Ríos (en adelante, DC) la orientación en comunicación constituye una herramienta fundamental para alentar la construcción colectiva de las diferentes formas de expresión que promuevan el ejercicio de la ciudadanía. Se destaca que el ejercicio pleno de la democracia es incompatible con el analfabetismo de los ciudadanos, es decir, el DC en esta presentación ya propone como objetivo primordial la formación de ciudadanos críticos, lo cual significa tomar conciencia de la necesidad de aumentar el número de lectores plenos. Tyler en *Principios básicos del currículo* (1973) menciona qué fines desea alcanzar la escuela, atendiendo a que muchos programas de enseñanza no responden a propósitos definidos. Sin embargo, si se desea planificar el programa de enseñanza y mejorarlo, es imprescindible tener idea de sus metas. Estos objetivos de la educación se constituyen con los criterios que se emplean para selección de material, bosquejar el contenido del programa, elaborar los procedimientos de enseñanza y preparar las pruebas y exámenes. Menciona que todos los aspectos del programa son medios para realizar los propósitos básicos de la educación. En el DC, pese a que tiene un enfoque orientador, sí presenta una selección de contenidos, estrategias y bibliografía que responde al objetivo mencionado anteriormente: promover las prácticas escriturarias, tanto más tradicionales como las más actuales.

El DC cita a Martín-Barbero, quien expresa que “frente a la alta densidad comunicativa que instauran los medios y la tecnología de la información, alfabetizar hoy significa tener acceso a la multiplicidad de escrituras, lenguajes y discursos en los que se producen las decisiones que nos afectan en el plano laboral, familiar, en el político y el económico (...)” Señala en tal sentido que “necesitamos una escuela en la que aprender a leer signifique aprender a distinguir, a valorar y a escoger dónde y cómo se fortalecen los prejuicios o se renuevan las concepciones que tenemos (...)”.

En este sentido, conocer y utilizar los diferentes soportes comunicacionales constituye una herramienta fundamental para estimular la apropiación de la lengua a través de los múltiples lenguajes que ofrecen los medios escritos, digitales, sonoros y audiovisuales. Es por ello que resulta imprescindible articular medios con tecnologías de información y comunicación para propiciar una educación que ubique a los nuevos ciudadanos en los nuevos contextos. Promover una alfabetización de este tipo es apostar a que los sujetos puedan comprender las condiciones históricas que le corresponde vivir y ser partícipes de la construcción de su sociedad. Al respecto, en lo desarrollado anteriormente se pueden vislumbrar ciertos fines que el DC y específicamente la orientación en Comunicación proyecta en la educación. Según Tyler (1973) educar significa modificar ciertas normas de conducta humana, por lo que aborda el término conducta, ya que el estudio de los educandos determinará qué cambios en sus formas de conducta deben buscarse en la escuela. La observación de los educandos indica metas educativas si se comparan los datos obtenidos con niveles deseables o con normas admisibles que permitan establecer la diferencia que existe entre la condición actual del alumno y lo aceptable.

En el apartado del enfoque orientador se menciona uno de los propósitos de la educación como de la especificidad orientada: En el DC se explica que, en tanto institución democrática, la escuela debe ser partícipe activa en la difusión, promoción y ejercicio del derecho a la comunicación. Es precisamente la escuela quien debe asumir el deber de ayudar a interpretar los símbolos de su cultura, pero también a facilitar y mediar para que sean protagonistas de este derecho a comunicar. Sin embargo, si se desea planificar el programa de enseñanza y mejorarlo, es imprescindible tener idea de sus metas. El DC afirma: “Los medios de comunicación y las tecnologías de la información y la

comunicación están en las aulas. Lo están, en el mismo sentido en que lo está la historia que traemos como estudiantes y docentes; como lo están nuestras concepciones, nuestros problemas y valores. A veces podemos entablar una relación más lúcida y atenta; otras más desinteresada o mecánica”. Aquí la pregunta, entonces, es qué relación podrían establecer las escuelas y los medios.

Si bien en el DC no se proponen objetivos a modo de enumeración, se presentan diversas orientaciones metodológicas que se proponen desde objetivos implícitos. Tyler explica que la formulación útil de objetivos se da a partir de la selección de unos importantes y alcanzables que, por provenir de varias fuentes, podrán enunciarse de distintas maneras. Aquí podríamos plantear que cada docente en su planificación particular enunciará sus objetivos de manera propia, teniendo en cuenta su selección, organización y perspectivas en relación a los contenidos.

En el recorrido de la orientación, que comienza en el cuarto año hasta el sexto, solamente tienen una primera aproximación al campo comunicacional en la asignatura Comunicación y Cultura. La asignatura Prácticas Comunicacionales I se ubica en el quinto año, período en el que tienen otras materias relacionadas a la orientación: Opinión Pública y Medios de Comunicación, Tecnologías de la Información y la Comunicación. Particularmente, Prácticas Comunicacionales propone compartir a través de la lectura, la producción, la planificación y la producción, materiales comunicacionales vinculados al soporte gráfico y digital. En el DC se sugiere que, al momento de planificar la propuesta, se tengan en cuenta tanto los soportes tradicionales (periódico impreso, diario mural, cartillas) como la utilización de las tecnologías de la comunicación (blogs, página digital de la escuela u otras posibilidades) que permitan pensar las producciones teniendo como referente principal de aquellas a la comunidad educativa. En este punto se empiezan a plantear algunas tensiones: la coexistencia entre lo más tradicional y lo más innovador. En tal sentido, el DC señala que, si se logran pensar los medios como mediadores efectivos y afectivos para la educación, se observará que el trabajo con estos implica dimensiones que superan el producto. Por ello se sugieren realizar producciones como un periódico, un blog, un video, una historieta, un diario mural.

Con respecto a los contenidos, los que se sugieren en el DC son: La comunicación en la escuela y en la comunidad, desarrollos de proyectos de participación colectiva, los modos de representar y comunicar la realidad a través del lenguaje escrito, los elementos visuales, el diseño gráfico y sus lenguajes, las posibilidades para comunicar, las secciones, vínculos entre periodismo y literatura, los géneros, la construcción de la información, el proceso de búsqueda. Las fuentes primarias y fuentes secundarias, el proceso de escritura: la planificación de tiempos para escribir y reescribir, los lenguajes de la imagen fotográfica. Posibilidades de narrar y representar. Con esto, se prioriza una perspectiva teórica de la disciplina.

Lo que concierne al enfoque por competencias, según Díaz Barriga (2003) refleja los intereses de un sector de la sociedad que pone el énfasis en impulsar que la educación formal ofrezca resultados tangibles, resultados que se traduzcan en el desarrollo de determinadas habilidades para incorporarse al mundo del trabajo de manera eficaz. Responde a múltiples influencias de la sociedad de ahora, en particular de una economía globalizada que, en los hechos, al comparar la productividad de los diferentes países con independencia de su nivel de escolaridad coloca a los trabajadores y hasta a los profesionistas, en una permanente comparación de sus capacidades englobadas bajo el término competencias.

En la propuesta de Prácticas Comunicacionales coexisten enfoques más relacionados a la perspectiva de Tyler en cuanto al diseño de la propuesta, a los objetivos y lo observable. Asimismo, el enfoque por competencias opera en la propuesta al plantear la formación de ciudadanos que tengan un manejo de las prácticas comunicacionales. Algunas limitaciones que tiene es que se enfoca, mayormente, en la escritura. Se mencionan los lenguajes radiofónico, audiovisual y visual, pero no se entienden como algo más vertebral. Es un recorte que responde a una selección de la práctica escrituraria por sobre otros modos de escribir, de crear y de reflexionar que son tan relevantes como la escritura “tradicional” y “actual”.

Precisamente, se emplean como referencia en este escrito los modos de entender las prácticas de lectura y escri-

tura de textos con un enfoque comunicacional de manera escrita, oral como digital. La problemática elegida para abordar es la necesidad de promover estas dinámicas o modo de taller de escritura en la institución educativa. Por lo tanto, tanto las prácticas más tradicionales como las más novedosas, vinculadas a lo digital, podrían abordarse de modo continuo y transversal. En un principio, esta necesidad se debe a que, tanto a nivel jurisdiccional, es decir, en el Diseño Curricular, como a nivel institucional, los diferentes actores escolares demandan mayores instancias de empleo de las tecnologías en los espacios curriculares. Asimismo, particularmente podría considerarse ello como un emergente que necesita ser abordado de modo continuo y reflexivo, más allá de la relevancia que este tenga en las asignaturas específicas de la orientación en comunicación.

## **Problematizar el currículum**

Al haber observado dicha problemática, la cuestión del currículum se vio puesta en tensión. Hasta hace un tiempo la práctica de la lectura aparecía asociada al texto impreso. En los últimos veinte años esto se ha modificado de manera drástica. Son múltiples las herramientas y soportes que en el presente le disputan al libro esa primacía trastocando los modos en que tradicionalmente se leía o escribía. Actualmente se atraviesa una transformación de las prácticas de escritura y de lectura que se pone de relieve no solo con la aparición de nuevos soportes, géneros discursivos y modos de narrar y en los niveles mínimos del relato, con la conformación de una gramática y un léxico nuevos entre la lengua oral y la escrita. ¿Cómo incide esto en las propuestas de enseñanza?

Tyler (1973) propuso un abordaje del currículum de carácter funcional a las demandas sociales, educativas, culturales y políticas del momento. Por lo tanto, dicho enfoque suele resultar insuficiente para la complejidad actual en torno a la realidad educativa. En relación al currículum, Tyler (1973) sostiene que "*es fundamentalmente, nacionalización del conocimiento, qué y para qué enseñar*". Los programas son el aspecto operativo del currículum, donde se debe considerar el contexto social para su implementación. Sin embargo, el considerar los contextos sociales a la hora de diagramarlo, podría afirmarse que los diseños, pese a dicha pretensión, tienen como fin un sujeto deseable. Es decir, el plantear un ideal, de algún modo, direcciona los objetivos en torno a un deber ser que no admite heterogeneidades.

Aun así, el "proyecto nacional", en términos curriculares, evadiría ciertas problemáticas situadas en contextos provinciales y ciudadanos, hasta institucionales. Por tanto, lo que se propone aquí es, considerando al Diseño Curricular de la Escuela Secundaria como un marco orientador, proponer ciertas flexibilizaciones. Estas son consecuencias de la realidad institucional y del grupo de estudiantes con los que el educador se desempeña. Retomando la necesidad de promover prácticas de lectura y la escritura tradicionales y digitales en Prácticas Comunicacionales, las tecnologías de la información y la comunicación potenciarían el desarrollo de los contenidos y la reflexión crítica.

Asimismo, Tyler (1973) define a la educación ligada a la institución escolar, afirma que "educar significa modificar las formas de conductas humana que comprende tanto el pensamiento y el sentimiento como la acción manifiesta. Vista así la educación, resulta claro que sus objetivos son los cambios de conducta que el establecimiento de enseñanza intente obtener en los alumnos" (p. 11)

Dicha definición manifiesta un principio pedagógico con el objetivo de lograr ciertos fines esperables, previamente diagramados por el ideario económico, político, cultural y social del sector dominante. En dicho contexto, el proyecto educativo se orientaba a preparar al colectivo industrial para trabajar en empresas.

Por tanto, ya que la educación responde a las lógicas del sistema, los propósitos se orientarán a la reproducción y profundización de un modelo que lleva a una versión tecnicista de la enseñanza, avalada por el marco teórico que propone el conductismo. Sustenta que el propósito fundamental de la educación es verificar en qué medidas los objetivos se han alcanzado.

Esta nueva propuesta en torno al currículum propone que tanto la escritura como la lectura se van emancipando de las limitaciones que impone el espacio, acortando el tiempo entre la experiencia y la anotación, y la anotación y la recepción. Es decir, la alfabetización más tradicional en las escuelas es una problemática que resulta ser atemporal con respecto a los modos de comunicación y de circulación de la información actual. Sin embargo, dado que lo que se encuentra en internet no es conocimiento, sino información en demasía, la escuela debe dar lugar a la reflexión sobre las prácticas de lectura y escritura digitales y promover que los estudiantes hagan lecturas críticas y sepan leer los sentidos de los textos que circulan.

Ahora bien, la tiza es parte de una tecnología que ayuda a escribir, pero también es complemento esencial del pizarrón, que diseña una disposición del aula y de los cuerpos, establece un frente, un espacio adelante donde escribe el docente y los estudiantes copian (reproducen) atrás, organiza las miradas y conforma la disposición áulica. Estas escenas, que persisten en la actualidad, se configuraron desde una cultura letrada, donde en las clases se ponía en juego una forma del saber, la lectura ocupaba gran espacio temporal en la vida cotidiana, las denominadas clases magistrales de los docentes era un formato característico, lo que implicaba también dejar en claro de dónde provenía el conocimiento. Estos dispositivos promueven una configuración de las subjetividades en un determinado momento histórico.

En las sociedades contemporáneas, algunos de esos dispositivos cambiaron, entraron en crisis o perdieron nivel de efectividad. Hoy hay computadoras, tablets o teléfonos inteligentes en el mundo educativo y esto introduce nuevas subjetividades que generan nuevos dilemas al trabajo docente y los proyectos pedagógicos. Para ejemplificar rápidamente, se puede observar la poca disposición de los estudiantes a clases largas, pérdida de concentración, la ansiedad por conectarse a alguna red social o la poca voluntad de lectura de textos de mediana extensión. Estos fenómenos tienen dos características a destacar. Por un lado, son fenómenos que construyen las subjetividades de la sociedad contemporánea o gran parte de ella, pero además se imponen mayoritariamente desde afuera de los establecimientos escolares.

Frente a estos fenómenos que atraviesan a la sociedad, a la escuela y sus prácticas, también entran en debate y se tensionan porque, más allá de los lamentos por la falta de atención (que atraviesa a niños, adolescentes y adultos), lo cierto es que hay que buscar nuevas iniciativas que puedan acompañar y poner en debate estas nuevas subjetividades y encontrar formas de habitar las instituciones y prácticas educativas. Un interrogante que es plausible expresar ahora, al respecto de la situación actual en este marco, es sobre la libertad de determinadas prácticas educativas. En tal sentido, un interrogante que se propone es si existen posibilidades de generar prácticas disruptivas. Quizás este fenómeno habilita la posibilidad de nuevas y viejas pedagogías que hacen hincapié en cada ser humano y en sus universos particulares, junto a experiencias colectivas no hegemónicas.

### **La lectura y la propiedad del sentido: una visión subjetiva de la lectura**

Al primar una organización por modelos escriturarios y textos de toda índole (jurídicos, literarios, científicos, administrativos, políticos, periodísticos, publicitarios, artísticos, etc.) que ya forman parte en muchos casos del paisaje urbano, la lectura ocupa un lugar central. Sin embargo, la dimensión de la recepción de los textos y sus efectos desempeñó un papel menor en los estudios literarios y no literarios. A pesar del reconocimiento del rol activo que desempeñan lectores, espectadores y oyentes en la vida de un texto, se le suele prestar escasa atención a esta instancia. Desde el Diseño Curricular se concibe a los estudiantes como lectores. Ahora bien, la lectura consiste en correlacionar una expresión dada con un contenido por referencia a determinado código. El lector construye el objeto semiótico al que se refiere el texto-signo a partir del diccionario y las reglas gramaticales que maneja. Esta operación requiere de un destinatario con una competencia lingüística análoga a la del productor del texto para poder identificar los términos y sus funciones recíprocas en el contexto de la oración. Es necesario plantear que todo texto contiene puntos de indeterminación, problemas y lagunas que deben ser salvados en la lectura. Incluso si un escritor se propusiera ser lo suficientemente explícito como para no dar lugar a ambigüedades, jamás podría

evitar la proliferación de interpretaciones inherente a todo signo. La definición de un término proporcionada por un diccionario no agota en modo alguno sus propiedades semánticas puesto que todo término admite además de un sentido denotado, un sentido connotado.

Por este motivo, todo texto implica, como plantea Eco (2000), “*ciertos movimientos cooperativos, activos y conscientes, por parte del lector*” (p. 74). Para poder actualizar aquellos elementos no dichos en el plano de la expresión elementos que, según este enfoque, el autor prevé serán rellenados. La propuesta de este trabajo, adhiere a la iniciativa interpretativa del lector quien no solo enriquece el texto, sino que constituye la condición de posibilidad de concreción de una obra, una función del propio texto que, como buen “*mecanismo perezoso (o económico)*”, [...] vive de la plusvalía de sentido que el destinatario introduce en él” (p. 76).

Estos planteos teóricos del rol del lector y de la recepción misma pueden vincularse también con la propuesta de Rancière en sus libros *El maestro ignorante* y *El espectador emancipado*. Allí, el autor sostiene que el ocio y la reflexión estética no son aspectos propios de los artistas o de los mismos expertos, sino que pueden estar en cualquier individuo. Rancière hace un planteo equivalente en el plano educativo, proponiendo que tanto el maestro como el alumno poseen una igualdad de inteligencias y de voluntades. Cuando éstas se encuentran unidas en torno a un saber, puede acontecer la emancipación intelectual. Es decir, él sostiene que los roles de maestro y alumno no pueden estar en una jerarquía de desigualdad, más bien de igualdad. Así, el maestro ignorante es aquel que emancipa, y para emancipar primero debe estar emancipado él mismo. En *El espectador emancipado* propone la desmitificación de roles en torno a la obra teatral. De este modo, según Rancière, la igualdad no es nunca un objetivo, sino un presupuesto. Lo importante es lo que, en cada momento, permite la presentación, la afirmación, la encarnación de una potencia de igualdad, de una potencia de capacidad cualquiera. Este es un factor de orden actitudinal que se encarna en el repertorio de competencias que debe poseer un buen maestro.

Tanto Eco como Rancière conciben al educando como activo, protagonista, partícipe, reflexivo y crítico. Asimismo, Eco problematiza esto en torno a la lectura ya que es el lector quien completará el sentido del texto. Ahora bien, el productor también espera que el texto sea interpretado con un cierto margen de univocidad. Para Eco, la suerte interpretativa de un texto forma parte de y orienta el propio proceso de composición del texto: el productor despliega distintas estrategias textuales en función de sus previsiones respecto de los movimientos que efectuará un lector potencial. De este modo, el autor concibe imaginariamente un “lector modelo” capaz de interpretar el texto de la manera prevista por él y contribuye a su vez a construirlo. El lector construye en base a las estrategias y operaciones formales de composición del relato una imagen del autor que orientará su interpretación de lo que lee.

Es interesante pensar cuán importante es poder reconocer e identificar las estrategias textuales y discursivas para saber las intencionalidades de los textos y discursos. Por ello, las prácticas discursivas resultan esenciales para poner en análisis en la escuela. Como no hay modo de determinar si los sentidos previstos en la instancia de producción coinciden con los recreados en la instancia de recepción, la propuesta de Eco debe fundarse, sobre la base de las proyecciones que autor y lector hacen del otro. La interpretación implica cierto grado de intencionalidad y de arbitrariedad.

En relación a lo planificación curricular, en Prácticas hacer una mayor problematización de los discursos académicos y mediáticos. Esto se debe a que actualmente los sentidos están altamente determinados por los medios de comunicación y por los discursos científicos o académicos. Sin embargo, otro aspecto es aquello que circula pero que no está totalmente “legitimado” y cómo desde las propias prácticas es posible poner en tensión estos discursos con otros, polemizar por medio de producciones por parte de los estudiantes frente a las piezas comunicacionales más masivas o difundidas.

## Conclusiones

Para dar un cierre y para recuperar la asignatura que convoca a la reflexión es conveniente retomar ciertas afirma-

ciones presentes en el Diseño Curricular de la Escuela Secundaria, desarrollado por el Consejo General de Educación de la provincia de Entre Ríos, en el que se afirma que:

*“Pensar la Lengua y la Literatura como espacio curricular escolar supone revisar problemas tales como qué significa enseñar Lengua y Literatura, qué tipo de experiencia se promueve con el lenguaje, cómo legitimar la lectura y la escritura, cómo promover el interés por la lectura de textos ficcionales y no ficcionales, cuál es el criterio de selección de corpus literario y de diversos textos que circulan en la interacción comunicativa, teniendo en cuenta cambios sociales, en los que se presentan situaciones con el lenguaje que se mantienen inmóviles y otras que mutan en forma continua.”*

Tal como se ha explicitado previamente, el proceso de selección de los contenidos curriculares es el resultado de delimitaciones que son producto de un posicionamiento ideológico particular. Toda selección implica una decisión epistemológica, política, social y cultural. En el espacio de Prácticas Comunicacionales, lo interesante es consensuar las demandas o emergentes de los educandos, en términos sociales y culturales, y lo que la propuesta curricular responde o no a dicha demanda. Dice Dussel (2010) que *“abrir el currículum hacia estos nuevos saberes no implica dejarse arrastrar por las modas. Antes bien, sugiere que desde la escuela se retome la iniciativa para decidir qué de todo lo que circula en la sociedad vale la pena dejar entrar al currículum, ponerlo a discusión y en interacción con otros saberes, y evitar que se nos imponga en las peores condiciones. La escuela tuvo que ver, desde su origen, con la apertura de otros mundos posibles, que sirvieron para enriquecer el mundo del presente: los de la escritura, los de la ciencia, los de otras lenguas, los del pasado, los del futuro”* (p. 15).

La postura de Dussel invita a un compromiso por parte del proceso de selección curricular con las condiciones sociales y culturales. Necesariamente, la escuela debe dinamizar sus fronteras y permeabilizar los límites entre lo consolidado como contenido formal y aquello que emerge como saber oculto. Es el docente quien debe visibilizar aquellas prácticas educativas alternativas.

Asimismo, el documento mencionado previamente agrega: *“Centrada en la creación de sentidos, la enseñanza de la literatura permite a las nuevas generaciones pensar sobre su mundo e imaginar otros mundos posibles, construir la subjetividad e interpretar la experiencia subjetiva, además de brindar el acceso a la forma discursiva más compleja.”*

De este modo, el pensar la cuestión curricular es una forma de construir interrogantes que susciten nuevas lógicas y alternativas para reflexionar y repensar las propias prácticas y la posibilidad de contribuir a la adquisición de saberes socialmente relevantes.

Para finalizar, resulta pertinente retomar la siguiente cita de Da Silva (1998), que sintetiza las pretensiones del presente trabajo:

*“Todo esto apunta a construir una educación y un currículum inclinados hacia la crítica y la disidencia, hacia la transgresión y la subversión, hacia la diseminación y la pluralidad, hacia la desestabilización y la interrupción, hacia el movimiento y el cambio y no hacia la aceptación y el conformismo, la sujeción y la sumisión, el odio y el separatismo, la fijación y la estabilización, el inmovilismo y la permanencia. En suma, hacia una educación y un currículum que multipliquen los significados en vez de cerrarse en los significados recibidos y dominados, hacia una educación para la insurrección y para la transgresión de fronteras.”* (p. 8).

Las prácticas de lectura y escritura actuales refuerzan aún más el posicionamiento de Verón (2006) con respecto al pacto de lectura. *“[...] en el caso del estudio del contrato de lectura, por un lado, selecciono un corpus de soportes de prensa que me permite trabajar en la etapa de producción a fin de reconstituir la gramática de producción de cada uno de los soportes y por el otro, procuro reconstituir, a partir del discurso de los receptores, las gramáticas de reconocimiento que siempre son varias, puesto que un dispositivo de enunciación dado nunca produce un solo efecto, sino siempre varios, según los receptores”* (p. 216).

Si bien para Verón el acto de recepción o reconocimiento desborda lo lingüístico, propone aproximarse no ya al

discurso sino a una teoría del actor social a partir del discurso que, además, tiende puentes con la sociología de Bourdieu: “Dado que el acto de lectura mismo es inabordable, el estudio del reconocimiento es más bien un estudio del lector que de la lectura, basado en el análisis del discurso del lector [...]. Es en estos aspectos, en los análisis críticos de las lecturas, de los modos de recepción, más precisamente digitales, donde lo curricular de Prácticas Comunicacionales debe hacer foco. ¿Qué se lee, cómo se lee, en qué soportes, para quiénes, qué responsabilidades operan? ¿Qué capitales culturales circulan en los contenidos legitimados por el currículum? ¿Cómo visibilizar y fomentar prácticas de lectura y escritura emancipadoras?

## Bibliografía

- Apple, M (1986) *Ideología y currículum*. Ediciones Akal. Madrid
- Díaz Barriga, A. (2003) *Curriculum. Tensiones conceptuales y prácticas*. Revista electrónica de investigación educativa. <http://redie.uabc.mx/vol5no2/contenido-diazbarriga.html>
- Barthes, R. (1994) “El efecto de realidad”, en *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*, Barcelona, Paidós, pp. 179-187.
- Barthes, R. (1998) *Lección inaugural*, Madrid, Siglo veintiuno editores.
- Bourdieu, P. (2002) *Campo intelectual y proyecto creador en Campo de poder, campo intelectual*, Buenos Aires, Montessor. (p. 72-88)
- Da Silva, T.T. (1998) “Descolonizar el currículum: estrategia para una pedagogía crítica”, en *Cultura, política y currículum (ensayos sobre la crisis de la escuela pública)*, Pablo Gentili (comp.), Losada, Bs. As. Disponible en://C:/Users/LilianaPC/Documents/CLASE/2017/Descolonizar-el-curriculo.-Estrategias-para-una-pedagogia-critica\_Tomas-Tadeu-da-Silva.pdf
- Da Silva, T. (2006) *Las pedagogías psi y el gobierno del yo en nuestros regímenes neoliberales*, en *Revista Archipiélago*, Barcelona N° 38.
- Díaz Barriga, A. (2003) *Curriculum. Tensiones conceptuales y prácticas*. Revista electrónica de investigación educativa. <http://redie.uabc.mx/vol5no2/contenido-diazbarriga.html>
- Dussel, I. (2010) *Explora Pedagogía. El currículum. Fascículo 07*. Ministerio Educación de la Nación. En:<http://explora.educ.ar/wp-content/uploads/2010/04/PEDAG07-El-curriculum.pdf>
- Eco, U. (2000) “El lector modelo”, en *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*, Barcelona, Lumen, pp. 73-95.
- Martin-Barbero, J. (2003) *La educación desde la comunicación*, Norma, Colombia
- Rancière, J. (2003) *El maestro ignorante*, Laertes, Barcelona.
- Rancière, J. (2010) *El espectador emancipado*, Manantiales, Bs. As.-cap. Las paradojas del arte político.
- Tyler, R (1973). *Principios básicos del Currículum*. Selección. Editorial Troquel.
- Verón, E (2004). “Cuando leer es hacer: la enunciación en el discurso de la prensa gráfica”, en *Fragments de un discurso*. Editorial Gedisa.
- Verón, E. (1999) *Esto no es un libro*, Gedisa, Barcelona
- Verón, E (2006). “Prensa gráfica y teoría de los discursos sociales”. Editorial Gedisa

# Modelizaciones Pedagógicas de la Comunicación Social como contenido escolar en Mendoza Estudio comparado situación de la comunicación en niveles secundario de Salta, Córdoba y Mendoza como unidades curriculares

Este artículo es resultado de una de nuestras líneas de investigación sobre la institucionalización de la comunicación social como contenido escolar, unidad curricular, trayecto formativo o titulación, incumbencia docente y carrera de formación docente universitaria. Estudio que dio inicio en 2009 y que convoca a investigadoras/es de las tres universidades nacionales: Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC de Córdoba, Facultad de Humanidades de la UNSA de Salta y Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNCUYO de Mendoza.

A partir de 2006, las jurisdicciones iniciaron la implementación de la obligatoriedad de la escuela secundaria en sus titulaciones técnicas y de bachiller. Además de la modalidad de Jóvenes y Adultos<sup>1</sup>. En este contexto, la comunicación no sólo se configura como una unidad curricular específica sino como trayectos de titulación de Bachiller y Técnicos. A continuación, analizamos las unidades curriculares propias de comunicación, las titulaciones y las incumbencias para el ejercicio docente en los niveles secundarios de las provincias de Salta, Córdoba y Mendoza.

Este texto está organizado en cinco apartados. El **primero**, analiza la configuración de la comunicación como espacio curricular y/o trayecto formativo en los diseños curriculares de Bachilleratos de las tres provincias. El **segundo**, hace lo mismo respecto a las carreras Técnicas Secundarias. El **tercero**, repite el análisis para los Secundarios de Jóvenes y Adultos. El **cuarto**, analiza las incumbencias otorgadas a las titulaciones profesionales para el ejercicio docente poniendo en análisis la evolución de las carreras vinculadas a la Comunicación Social en las Universidades Nacionales de Salta, Córdoba y Cuyo. Y el **quinto**, retoma los análisis precedentes para interpretarlos en términos de Campos de Conocimientos en Transposición Didáctica para la Comunicación.

## Los Bachilleratos del Nivel Secundario a partir de la implementación de la obligatoriedad

Con la sanción de la Ley de Educación Nacional N° 26.206 de 2006, la educación secundaria, como unidad pedagógica, pasó a ser obligatoria y desde el órgano nacional se propusieron diez bachilleratos posibles para su implementación. Las provincias en análisis adaptaron las propuestas de Bachilleratos establecidas en la normativa nacional de acuerdo a sus propios lineamientos (Ver Cuadro 1 al final del artículo)<sup>2</sup>.

Salta publicó el diseño curricular para regular al Nivel Secundario en 2012 y adoptó 7 de los Bachilleratos propuestos a nivel nacional. Entre los descartados se cuenta al de **Bachillerato en Comunicación**. Córdoba y Mendoza adoptaron las 10 propuestas nacionales y publicaron sus diseños curriculares en 2015. Así, en ambas se adoptó el **Bachillerato en**

1 Respecto a las incumbencias de titulaciones para Nivel Secundario de Jóvenes y Adultos no se accedió a la información respecto a las provincias de Córdoba y Salta.

2 No se ha tenido en cuenta los Bachilleratos especializados en Arte y/o Escuelas Artístico Técnicas. Trabajo que amerita un trabajo específico ya que cada jurisdicción tiene sus propios lineamientos y no existe ningún órgano central nacional que sistematice la información propia de estas propuestas. En ese marco, realizar esa tarea excedería el propósito de este estudio en esta etapa de nuestra investigación.

**Comunicación.** Por su parte, Mendoza agregó dos propuestas de Bachillerato más que no fueron contempladas en los marcos regulatorios nacionales: Educación y Arte-Diseño.

La nueva estructura del Nivel Secundario se organiza en dos ciclos: **Ciclo Básico** y **Ciclo Orientado**. Además, incluye dos trayectos formativos: **Formación General** y **Formación Específica**. En la **Formación General**, se explicitan los espacios curriculares y contenidos escolares que son comunes a todas las propuestas de Bachillerato más allá de sus orientaciones. Y en la **Formación Específica**, se explicitan los espacios curriculares y contenidos escolares que están vinculados íntimamente con la titulación y orientación del Bachillerato. En este marco, describiremos en forma comparada de qué modo la **Comunicación** aparece como espacio curricular en el **Ciclo Básico** y **Ciclo Orientado**, y la **Formación General** y **Formación Específica** de las propuestas de bachillerato de cada provincia (Cuadros: 2 y 3). Para ello, además de los diseños curriculares, tendremos en cuenta la definición de incumbencias de títulos determinados por los órganos específicos para dicha tarea en cada provincia<sup>3</sup>.

El **Ciclo Básico** del Nivel Secundario aparece con diferentes formas de organización en las provincias analizadas. Córdoba ha incorporado en este ciclo y nivel el 7 grado (secundarización) mientras que en Salta y Mendoza pertenecen al Nivel Primario (como lo hacía antes de la reforma de la Ley Federal de Educación).

Respecto a la **Comunicación**, sólo Mendoza ha logrado institucionalizarse como un espacio curricular en el **Ciclo Básico** y en la **Formación General**. Es decir, constituye una de las experiencias comunes de la formación de los estudiantes del nivel secundario. Y en ese escenario demanda profesoras/es y/o profesionales de la **Comunicación Social** para la totalidad de las escuelas del nivel. Por el contrario, en Córdoba y Salta esta formación está en el **Ciclo Orientado** en estrecha relación con la formación específica de los Bachilleratos (Cuadro 3).

En el **Ciclo Orientado** del Nivel Secundario, Córdoba (23) y Mendoza (10) ofrecen una mayor propuesta de espacios curriculares vinculadas a la Comunicación, mientras Salta resulta limitada (4)<sup>4</sup>.

En Córdoba, pese a que no se ha explicitado en la estructura curricular, se ha definido el espacio curricular de “Tecnologías de la Información y Comunicación” (TIC, que es optativo y puede elegirse en cualquiera de los años del Ciclo Orientado) desde un enfoque generalista<sup>5</sup> (**Formación General** del Ciclo Orientado).

En Mendoza se ha definido un espacio curricular de la **Comunicación Social** en el trayecto de la **Formación General**, que está presente en nueve (9) Bachilleratos donde el espacio curricular se denomina “Comunicación” (Arte, Ciencias Naturales, Economía y Administración, Informática, Agro y Ambiente, Lenguas, Comunicación Social, Educación Y Arte-Diseño) y “Comunidad y Medios de Comunicación” sólo en el Bachillerato de Comunicación Social. Y presenta una propuesta de contenidos no diferenciada por bachillerato acentuando un enfoque generalista. Los tres (3) Bachilleratos en los que no aparece son: Ciencias Sociales y Humanidades; Educación Física, y Turismo.

En las propuestas salteñas y cordobesas (salvo el caso del espacio curricular TIC en Córdoba) para la Formación Específica del **Ciclo Orientado** encontramos que la definición de los espacios curriculares responde a un enfoque específico<sup>6</sup> u orientado hacia las titulaciones de Bachilleratos, pese a que no están presentes en todas las propuestas. En Córdoba aparecen espacios curriculares en tres bachilleratos (3: Ciencias Sociales y Humanidad, Lenguas y Turismo). Y el enfoque específico se manifiesta con más intensidad en el Bachillerato de Lenguas con dos espacios curriculares: “Comunicación, Cultura y Sociedad” y “Estudios Interculturales en Lenguas”. En Salta aparecen espa-

3 Aspecto que analizaremos con detenimiento en el siguiente apartado en función de la especificidad de cada provincia.

4 En el diseño aparecen 2 espacios curriculares que se amplía a 2 más en el análisis de las incumbencias de los profesores y/o profesionales de la Comunicación Social definidos por el órgano correspondiente de la Provincia de Salta.

5 Por “enfoque generalista” entenderemos cuando se ubica en la formación general y su contenido ha sido construido sin tener en cuenta la orientación del Bachillerato donde se inserta.

6 Por “enfoque específico” entenderemos cuando los espacios curriculares se ubican en la Formación Específica y se los ha definido en íntima relación con la Orientación del Bachillerato.

cios curriculares en tres bachilleratos también (3: Arte; Ciencias Sociales y Humanidades y Turismo). En consecuencia, la **comunicación** como espacio curricular y/o contenido escolar queda definida de acuerdo a su relación con los campos de conocimientos, intervención o inserción laboral de los bachilleratos particulares.

Comparando las propuestas de **Bachilleratos en Comunicación** de Córdoba y Mendoza encontramos que en ambas no se advierte una gran diferencia de asignación de carga horaria en horas cátedras semanales ni en la configuración general de la propuesta más allá de las diferencias en la denominación de los espacios curriculares. Las diferencias se pueden advertir en los cinco espacios curriculares de opción institucional (una por año en el Ciclo Orientado) que propone Córdoba (“Emprendimientos en Medios”, “Comercialización y Publicidad”, “Arte y Comunicación”, “Tecnología de la Información y la Comunicación” y “Ciencias y Comunicación”) que toma distintos objetos o temáticas del campo de inserción laboral o de los planteos epistemológicos de la Comunicación Social. En consonancia con esta tendencia del campo disciplinar de la Comunicación, en Mendoza aparecen ocho espacios curriculares: “Medios y representaciones sociales” (en la que prevalece una perspectiva en diálogo con los aportes de la sociología y/o filosofía); “Comunidad y Medios de Comunicación”; “Comunicación, Cultura y Sociedad”; “Taller de producción de medios: radio”; “Producción y Diseño Multimedia”; “Taller de producción de medios: audiovisual”; “Taller de producción de medios: gráficos”; “Producción y Gestión de la Comunicación”, y “Taller de Comunicación Institucional y Comunitaria”.

En función de lo expuesto hasta aquí, podemos inferir que Mendoza es la provincia donde más espacios curriculares se proponen para **Comunicación** al institucionalizarse en la **Formación General** del **Ciclo Básico** y el **Ciclo Orientado** (en nueve de los doce Bachilleratos) y lo ha hecho desde un enfoque generalista<sup>7</sup>. En cambio, en Córdoba y Salta no se ha configurado la **Comunicación** como un espacio curricular de la **Formación General**<sup>8</sup> y su institucionalización (aunque con alcances muy diferentes) se ha dado en el **Ciclo Orientado** de Nivel Secundario desde un enfoque específico o definido en función de la orientación de las titulaciones de algunos bachilleratos (Ciencias Sociales y Humanidades, Turismo, Lenguas y Arte).

En cuanto a la tendencia en el propio campo disciplinar de la **Comunicación** en los **Bachilleratos en Comunicación** presentes en Córdoba y Mendoza, las estructuras curriculares son similares y se diferencian únicamente en un espacio (de opción institucional en Córdoba) que propone una equivalente variedad de objetos o problemas derivados del ámbito de inserción laboral o de debates epistemológico del propio campo disciplinar, pese a que en Mendoza la cantidad de espacios curriculares es mayor. Por último, en el caso cordobés una parte de la institucionalización de los espacios curriculares de **Comunicación** queda estrechamente vinculada a las tecnologías de la información.

Recapitulando, comparando los modos en que se configurado la Comunicación Social como trayecto formativo y espacio curricular en los Bachilleratos (Cuadro 4) advertimos que tanto en Mendoza como en Córdoba se registra un **trayecto formativo** propio de la Comunicación como Bachillerato en el que prevalece una orientación educativa hacia el campo ocupacional de la comunicación. Respecto a los demás Bachilleratos, Mendoza, es la provincia donde se ha producido una mayor expansión de las unidades curriculares en el campo de la **Formación General** en **ambos ciclos** de la estructura curricular (en forma plena en el Ciclo Básico y ausente solo en 3 Bachilleratos en el Ciclo Orientado) y prevalece una orientación educativa<sup>9</sup> centrada en un enfoque generalista.

En Córdoba, en los demás bachilleratos está ausente como espacio curricular en el **Ciclo Básico** y en el campo de la **Formación General**; está presente en forma plena en el **Ciclo Orientado** a través del espacio curricular de

7 Queda fuera de este análisis la situación de la carrera de Bachillerato en Artes con Orientación Audiovisuales que amerita un estudio específico tanto para esta provincia como para el caso de Córdoba.

8 En el caso cordobés no se ha hecho esa opción explícitamente, pero la posibilidad de optar por el espacio curricular de “Tecnología de la Información y Comunicación” la genera en los hechos.

9 Seguimos la definición de Davini (2000) que explicitamos en el apartado 5 de este mismo capítulo.

Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) con una orientación educacional de enfoque generalista y en la **Formación Específica** de tres bachilleratos en función de aportes específicos de la comunicación a los trayectos formativos en cuestión (Ciencias Sociales y Humanidades; Lenguas, y Turismo). En general, prevalece una orientación educacional hacia la producción o el trabajo.

Por último, en Salta, está ausente como **trayecto formativo**, en el **Ciclo Básico** y en la **Formación General**. Como en el caso de Córdoba, está presente en la **Formación Específica** de dos bachilleratos en función de aportes específicos de la comunicación social a los trayectos formativos en cuestión (Ciencias Sociales y Humanidades, y Turismo) y prevalece una orientación educacional hacia la producción o el trabajo.

## Los Secundarios Técnicos regulados por el INET, algunos de sus rasgos y su vinculación con la comunicación social

A excepción de la formación técnica artística, las restantes titulaciones **Técnicas Secundarias** están reguladas por el Instituto Nacional de Educación Tecnológica (INET) dependiente del Ministerio de Educación y Deportes de la Presidencia de la Nación Argentina. Órgano nacional que registra ciento ocho (108) titulaciones técnicas posibles en todo el país, catalogadas y ordenadas en veinticuatro (24) sectores de la producción y/o trabajo.

En ese marco, Salta registra un total de 13 titulaciones técnicas secundarias distribuidas en 79 escuelas; Córdoba 21 titulaciones en 325 escuelas, y Mendoza 27 en 102 (Cuadro 5). En los datos agregados de las tres provincias en estudio sólo están presentes cuarenta (40 de 108) titulaciones y diecisiete (17 de 24) de los sectores de la producción y/o trabajo. La provincia con mayor variedad de ofertas de titulaciones técnicas es Mendoza (27), seguida por Córdoba (21) y luego Salta (13). Sin embargo, Córdoba muestra la mayor cantidad de ofertas en escuelas secundarias (325), seguida por Mendoza (102) y luego por Salta (79).

De especial interés para nuestro estudio son las titulaciones **Técnicas Secundarias** que corresponden al sector: “Industria Gráfica y Multimedial”. Agrupa seis (6) titulaciones técnicas en un total de veintiséis (26) ofertas en escuelas del país (Cuadro 6). En consecuencia, sólo la provincia de Salta registra una propuesta de escuela técnica de este sector (única en el país) y que se denomina “Técnico en Comunicación, Arte y Diseño”<sup>10</sup>.

Las estructuras curriculares de las escuelas **Secundarias Técnicas** se organizan, a partir de los lineamientos del INET y de las regulaciones para el Nivel Secundarios, de forma diferente en cada una de las jurisdicciones en estudio y la normativa que las regula responden a distintos periodos (Cuadro 7). En ese marco, es posible estén definidos diseños curriculares de **Secundarias Técnicas** que aún no se hayan implementado o estén en proceso de hacerlo<sup>11</sup>.

Más allá de la variación de la denominación y duración de los ciclos<sup>12</sup> de la estructura curricular<sup>13</sup> las estructuras curriculares para los **Secundarios Técnicos** mantienen el campo de la **Formación General** como en los **Secundarios Bachilleratos**; pero ya no mantienen la **Formación Específica**. En cambio, desagregan en tres campos diferentes:

10 Escuela de Educación Técnica localizada en Cafayate y registrada por el INET con el número 6600538000. Nuestro seguimiento advirtió el cierre de esta propuesta a 2018.

11 En Salta el Decreto 649/2012 de la Gobernación regula las titulaciones técnicas secundarias de Gestión y Producción de Artesanías y de Gestión y Producción Gastronómica en donde aparecen en ambas propuestas el espacio curricular de Lenguaje Artístico y Comunicacional (3 horas cátedras en la Formación Científico Tecnológica y el Ciclo Orientado). Sin embargo, el INET no da cuenta de la puesta en marcha de ambas titulaciones a la fecha (marzo 2017). Otro tanto ocurre en Mendoza donde están aprobados los diseños de Indumentaria y Producción Textil y Automotores en 2015 pero el INET no registra. En ambas propuestas se registran los espacios curriculares de Comunicación Social (2HSC, en Ciclo Básico, Formación General) y Comunicación (3HSC, Ciclo Orientado, Formación General).

12 Cada vez que denominemos al ciclo de una determinada provincia lo haremos en función de los modos en que ha optado cada jurisdicción por denominarlo. En ese marco, el cuadro 7 resulta orientador. Las equivalencias son: CICLO BÁSICO (tres jurisdicciones) o PRIMER CICLO (Córdoba y Mendoza); y CICLO SUPERIOR (Salta), igual a SEGUNDO CICLO (Córdoba y Mendoza) o CICLO ORIENTADO (Mendoza).

13 Recordando nuevamente que el Primer Ciclo de la provincia de Córdoba incluye a 7° grado del nivel primario precedente como 1° año teniendo una duración de 3 años. El resto de las provincias mantiene 7° grado en el nivel primario.

**Formación Científico Tecnológica; Formación Técnica Específica y Prácticas Profesionalizantes.** En este contexto, el siguiente cuadro (Cuadro 8) describe la distribución de **espacios curriculares** asociados a la Comunicación en las estructuras curriculares de los Secundarios Técnicos de las provincias en análisis.

En ese marco, Córdoba no registra espacios curriculares vinculados a la Comunicación Social en ninguna de las propuestas secundarias técnicas de la provincia: **ninguno de los ciclos ni campos.**

Mendoza es la provincia que está más presente en cantidad, pero restringido al campo de la **Formación General** tanto en el **Ciclo Básico** como en el **Ciclo Orientado**. Y prevalece en la propuesta el enfoque generalista que se anticipó en el análisis de los Secundarios de Bachilleratos. En consecuencia, se ha producido una expansión de los espacios curriculares de Comunicación Social en la oferta de Secundarios Técnicos que tiene los mismos rasgos que se analizaron para el caso de los Secundarios Bachiller.

Y Salta, en cambio, muestra un panorama diferente que resulta de sumo interés pese a que registramos su cierre en 2018. Antes del cierre, había configurado un trayecto secundario técnico propio de la comunicación: **Técnico en Comunicación, Arte y Diseño**. En segundo término, registra tecnicaturas en el sector de la Administración y Gestión de las Organizaciones en donde se insertan espacios curriculares en el **Ciclo Orientado** tanto en los cuatro campos<sup>14</sup>. **Formación general:** Lenguaje Artístico y Comunicacional; **Formación Científica Tecnológica:** Diseño Gráfico Orientado y Asistido; **Formación Técnica Específica:** Comunicación y Comportamiento Organizacional, y en las **Prácticas Profesionalizantes:** Prácticas Profesionalizantes I y Prácticas Profesionalizantes II. Y en tercer término, ha configurado un espacio curricular para el campo de la **Formación General** de algunas de las propuestas de secundarias técnicas con un enfoque generalista similar al registrado en la provincia de Mendoza. Espacio curricular: **Lenguaje Artístico y Comunicacional**. Sin embargo, respecto a este espacio curricular aparece en disputa con otras incumbencias como Arte y lo Artístico en su definición del contenido y titulación prevista en la definición de cada institución (como sucedía durante la implementación de la propuesta para el polimodal de la Ley Federal de Educación). En consecuencia, en la provincia de Salta, la Comunicación parece configurarse de dos modos específicos. Como trayecto formativo de las secundarias técnicas para el sector de Industrias Gráficas y Multimedia y como contenidos escolares en íntima relación con un campo de inserción laboral (en este caso, el de la administración y gestión de las organizaciones).

Recapitulando, comparando los modos en que se ha configurado la Comunicación como trayecto formativo y espacio curricular en las Secundarias Técnicas (Cuadro 9) advertimos que Mendoza registra una mayor expansión de los espacios curriculares restringido al campo de la **Formación General** (lo que hemos denominado enfoque generalista) en **ambos ciclos** de la estructura curricular. Salta, es la única que había configurado un **trayecto formativo** secundario técnico propio de la Comunicación Social y espacios curriculares en los campos de la **Formación Científica Tecnológica, Formación Técnica Específica** y las **Prácticas Profesionalizantes** (lo que hemos denominado enfoque centrado en el campo laboral o de la producción) y los ha hecho sólo en el **Ciclo Superior**<sup>15</sup>. Y en Córdoba no se ha producido ningún proceso de institucionalización de la Comunicación Social en las estructuras curriculares de las Secundarias Técnicas.

## **Los Secundarios de Jóvenes y Adultos, algunos de sus rasgos y su vinculación con la comunicación social**

La Resolución 118/10 del Consejo Federal de Educación para la Educación de Jóvenes y Adultos define una estructura curricular modular para los niveles primario y secundario. El nivel secundario se divide en dos ciclos (Básico, de 1 año de duración y Orientado, de 2 años de duración) y expide la titulación de Bachiller. Cada provincia adopta

<sup>14</sup> Se ha tenido en cuenta el análisis de las incumbencias de las titulaciones docentes, licenciaturas y tecnicaturas de esta provincia en el análisis ofrecido.

<sup>15</sup> Equivalente a Segundo Ciclo (Córdoba y Mendoza) o Ciclo Orientado (Mendoza).

las titulaciones de acuerdo a sus propias regulaciones (Cuadro 10).

Salta define cuatro titulaciones de Bachilleratos (4 de 10 propuestas a nivel nacional y de 7 que adopta la provincia) en su propuesta con la Resolución 1129/2016 del Ministerio de Educación Ciencia y Tecnología de dicha provincia. Córdoba define seis titulaciones de Bachillerato (6 de 10 nacionales y provinciales) publicado en el documento del Ministerio de Educación de dicha provincia en febrero de 2011 bajo el título: “Propuesta Curricular del Ciclo Básico del Nivel Secundario Presencial de Jóvenes y Adultos” y la Resolución N° 148 del Ministerio de Educación. Y Mendoza define once titulaciones de Bachillerato (10 de las nacionales y suma 1 en la jurisdicción) y explicita su propuesta en el “Diseño Curricular Provincial. Ciclo Básico Nivel Secundario Modalidad de Educación Permanente de Jóvenes y Adultos” y la Resolución N° 2807 de la Dirección General de Escuelas de la provincia y publicado en 2015<sup>16</sup>.

En consecuencia, Mendoza propone para el Nivel Secundario de Jóvenes y Adultos las mismas titulaciones propuesta de Bachilleratos comunes, sin embargo, en las normativas no se explicitan las estructuras curriculares de los Bachilleratos de Informática, Educación Física y Lenguas. De especial interés para el caso de esta provincia es que ofrece la titulación de **Bachillerato en Comunicación**. En cambio, en Córdoba y Salta se restringen las cantidades de bachilleratos para el Nivel Secundario de Jóvenes y Adultos en comparación con la oferta del Nivel Secundario común.

Así, mientras que en ninguna de las provincias aparecen espacios curriculares en los módulos propios del **Ciclo Básico**, sólo en Mendoza aparecen en el **Ciclo Orientado** (Cuadro 11) con una orientación hacia el trabajo o lo ocupacional en dos **bachilleratos**: el propio de Comunicación y en el de Arte.

Recapitulando, en general la Comunicación no está presente en los módulos del **Ciclo Básico** en ninguna de las provincias comparadas. En Córdoba y Salta la comunicación social está ausente en las propuestas de secundarias de Bachilleratos para Jóvenes y Adultos. Y Mendoza registra un **trayecto formativo** propio de la Comunicación como Bachillerato en el que prevalece una orientación educacional hacia el campo ocupacional de la comunicación. Respecto a los demás Bachilleratos no aparecen espacios curriculares específicos salvo un espacio curricular en el **Ciclo Orientado** del Bachillerato en Artes (Cuadro 12).

## **Alcances de las titulaciones e incumbencias de Comunicación Social para el ejercicio docente en el Nivel Secundario en las Provincias de Salta, Mendoza y Córdoba**

EVOLUCIÓN DE LAS TITULACIONES VINCULADAS A LA COMUNICACIÓN SOCIAL OFRECIDAS POR LAS UNIVERSIDADES NACIONALES DE SALTA, CÓRDOBA Y CUYO.

Comparando las titulaciones ofrecidas por las tres casas de estudios en cada provincia se advierte que históricamente la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) fue la primera en ofrecer carreras de tecnicaturas y licenciaturas en el campo de la Comunicación Social desde 1978. Le siguió la Universidad Nacional de Cuyo (UNCUYO) con carrera de licenciatura desde 1985 y la Universidad Nacional de Salta (UNSA) con su licenciatura desde 2005 (Cuadro 13).

Los **Profesorados** surgen como carreras a comienzos del nuevo milenio (2003 en UNCUYO, 2011 en UNC) y UNSA evaluando su posible implementación a 2023. Están destinados a los egresados de las carreras de licenciatura y tecnicatura (UNC), organizados bajo la estructura de Ciclos con algunos requisitos especiales: una vez que una generación ha finalizado el cursado inicia la próxima y contempla horarios de cursado accesibles para los estudiantes. Por otro lado, estos ciclos emergen luego de la regulación del trabajo docente en el Nivel Secundario que impulsa la Ley Federal de Educación en un marco de tres grandes rasgos característicos (Elgueta, Ficcardi & Balada, 2011): expansión de las matrículas de estudiantes en el nivel secundario ante la implementación de la obligatoriedad (Tercer Ciclo de la EGB primero en 1993 y de todo el trayecto del Nivel Secundario en 2006); ampliación de las disciplinas, ciencias y/o lenguajes que conforman la propuesta formativa del nivel, y expansión de las carreras Técnicas,

<sup>16</sup>

En la citada resolución no se explicitan los módulos ni espacios curriculares de los Bachilleratos de Informática ni Lenguas.

Profesorado y Licenciaturas del Nivel Superior de ambos subsistemas (universitario y de los institutos de formación provinciales).

En Córdoba, el documento oficial del Ministerio de Educación que compila las titulaciones con incumbencias para el Nivel Secundario común (2017), explicita en el título de Profesorado Universitario la carrera precedente y su plan de estudio correspondiente (tecnatura o licenciatura y año del plan de estudio). En ese marco, a la titulación de Profesorado se explicitan 4 concurrencias (Tecnatura Plan 1978, Licenciatura Plan 1978, Tecnatura Plan 1993 y Licenciatura Plan 1993 y Licenciatura). No se ha hallado información sobre un órgano independiente con sus incumbencias para los Bachilleratos de Jóvenes y Adultos.

En Salta, el buscador de titulaciones, “Manual de Competencias de Títulos” (<http://www.edusalta.gov.ar/index.php/2014-05-06-13-12-41/2014-05-09-16-24-20/manual-de-competencia-de-titulos>) registra las carreras de licenciatura. No se ha hallado información sobre un órgano independiente con sus incumbencias para los Bachilleratos de Jóvenes y Adultos.

Y en Mendoza, se encuentra diferenciadas las Juntas Calificadoras para los Bachilleratos (<http://www.mendoza.edu.ar/inicio-junta-secundaria/>), para los Secundarios Técnicos (<http://www.mendoza.edu.ar/inicio-junta-tec-y-trab/>) y para los Bachilleratos para Jóvenes y Adultos (<http://www.mendoza.edu.ar/inicio-junta-jovenes-y-adultos/>). Así, se registran en los tres órganos los títulos de Licenciatura y los de Profesorado. En cuanto a estos últimos aparecen de dos maneras diferentes: Profesor en Comunicación Social y Profesor de Grado Universitario en Comunicación Social. Y es posible que lo emitan dos unidades académicas diferentes de la UNCuyo: Facultad de Filosofía y Letras (que abrió un Ciclo de Profesorado destinado a egresados universitarios sin titulación docente en general a partir de 2001) y Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

TITULACIONES E INCUMBENCIAS PARA EL EJERCICIO DOCENTE VINCULADAS A COMUNICACIÓN SOCIAL EN LAS PROVINCIAS DE SALTA, CÓRDOBA Y MENDOZA.

Cada provincia define las condiciones de regulación de las incumbencias para el ejercicio docente en el nivel secundario en términos de distintas categorías para las titulaciones existentes (Cuadro 14).

Los titulados como **Profesores** en el campo de la Comunicación Social reciben una habilitación plena: “Docente” en Córdoba y Salta y “Título A” en Mendoza para los espacios curriculares descritos en el apartado anterior. Los **técnicos y licenciados** reciben una habilitación de 2° orden y/o de 3° orden: “Habilitante” o “Supletorio” en Córdoba y Salta, “Título B o B1” o “Título C” en Mendoza. De modo tal que quedan en las mismas condiciones de habilitación docente ambas titulaciones<sup>17</sup>.

A continuación, nos ocuparemos del análisis de las incumbencias para el Nivel Secundario sólo de los **Profesores** en el campo de la Comunicación Social<sup>18</sup> en las tres provincias (Cuadro 15).

En general, en las tres provincias aparecen espacios curriculares de **incumbencia plena** que no aparecen en los diseños curriculares analizados en los apartados precedentes<sup>19</sup>.

17 La diferenciación se produce por el puntaje otorgado a cada titulación por los órganos que se ocupan de ello en cada provincia.

18 Para el caso de Salta tomaremos las incumbencias definidas para la titulación de “Profesor de Enseñanza Media y Superior en Ciencias de la Comunicación Social” de modo que la comparación tome objetos equivalentes. Ello debido a que el propósito es el de establecer los criterios que adoptan los órganos que definen incumbencias para otorgarlas a las/os “profesores” de la Comunicación Social para el Nivel Secundario en cada provincia.

19 Lo que puede deberse a que convivían -al 2018- espacios curriculares de planes en transición o que habrían sido agregados con posterioridad a la puesta en marcha de los nuevos diseños curriculares. Lo cierto es que los órganos de incumbencias todavía los hacían aparecer como vigentes al 2018.

En Córdoba los profesores egresados de la UNC tienen más áreas o campos de habilitación para el ejercicio docente en el nivel secundario: Ciencias Sociales; Arte, Diseño y Locución; Lengua y Administración. En las Ciencias Sociales tiene habilitaciones de los dos tipos de órdenes (plena y 3° orden). En Arte, Diseño y Locución prevalecen habilitaciones de 3° orden y orientado hacia el campo audiovisual y de la locución. Y en Lengua y Administración la habilitación es de 3° orden. En consecuencia, constituyen los profesores comparados que más espacios curriculares tienen habilitados para el ejercicio docente en el nivel secundario con una evidente impronta en las ciencias sociales.

En Mendoza los profesores egresados de la UNCUYO tienen una habilitación en el campo audiovisual (de 2° orden) y el de la Lengua (de 3° orden) mientras aparece una mayor diversidad de espacios curriculares habilitantes de 1° orden en el campo propio. En consecuencia, dada la expansión de la oferta de los espacios curriculares del campo o área de la Lengua, estos egresados tienen una acentuada impronta en el mismo.

Y en Salta, los profesores (la UNSA no ofrece egresados con esta titulación) amplían el campo de habilitación a las artes, el diseño y la locución con una impronta hacia las artes visuales. Y, como particularidad, también tienen incumbencias en la Secundaria Técnica (carreras técnicas de Administración y Gestión de las Organizaciones y la de Comunicación Arte y Diseño) a espacios curriculares de prácticas profesionalizantes.

Finalmente, en los tres tipos de egresados está presente como campo de habilitación el campo audiovisual, pero con rasgos muy diferentes.

## **Los Campos de Conocimiento en Transposición Didáctica de la Comunicación Social a partir del análisis precedente**

A partir de nuestros hallazgos de 2012 acuñamos la noción de **Campos de Conocimiento en Transposición Didáctica de la Comunicación Social** (CCeTD)<sup>20</sup> a partir del análisis de los espacios curriculares expuestos en los apartados anteriores y sus orientaciones educacionales<sup>21</sup>.

**CCeTD Disciplinar: teoría y análisis comunicacional:** desarrollos de los aportes teóricos para el análisis comunicacional de distintos fenómenos sociales. Desarrollos conceptuales, históricos y teóricos de distintas tradiciones en torno a objetos de la comunicación: imagen, representaciones, productos audiovisuales, medios de comunicación. Tradiciones o enfoques del campo disciplinar: semiótica, lingüística, socio-lingüística, medialogía, entre otros.

**CCeTD Disciplinar: producción audiovisual:** habilidades vinculadas a la producción de contenidos audiovisuales en distintos soportes: audio, gráficos, multimediales, intervenciones. Tiene un carácter instrumental. Su vinculación con la propaganda y la publicidad. Incluye habilidades de intervención en prácticas comunicativas. Suele estar vinculado a campos de desarrollo profesional de las/os comunicadoras/es: periodismo, locución, productor de contenidos multimedia, entre otros.

**CCeTD Disciplinar: comunicación organizacional y/o comunitaria:** aportes teóricos y habilidades de gestión de la comunicación organizacional y comunitaria. Incluye tanto habilidades para el diagnóstico como para la intervención en prácticas socio comunitarias.

<sup>20</sup> En 2012 propusimos como CCeTD de la Comunicación Social: de los Medios de Comunicación; de la Comunicación Organizacional; de Frontera, y de Problemáticas y Objetos de la Práctica Social y Educativa. ELGUETA Martín; FICCARDI Marcela & PESSINO Patricia (2012). "Los campos de conocimiento en transposición didáctica de las ciencias sociales y de la comunicación. Su estudio en los niveles secundario y terciario en establecimientos de gestión estatal del sistema educativo de Mendoza". En **Millcayac. Anuario de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales 2011**. Mendoza, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNCUYO.

<sup>21</sup> Davini (2000) expresa al definir la noción de orientación educacional, que "La cuestión de los contenidos supone adoptar decisiones acerca del enfoque y función pedagógica de los contenidos. Ello tiene fundamental importancia en la configuración del diseño curricular y significativos efectos pedagógicos en la enseñanza. Entre las distintas orientaciones podemos considerar distintas formas de concebir la función de los contenidos en el currículum. Si bien pueden adoptarse formas intermedias, es necesario definir los distintos énfasis educacionales, considerando el currículum: centrado en disciplinas, centrado en el estudiante, centrado en la cultura, centrado en tareas".

**CCeTD de las Disciplinas de Frontera.** Los temas que propone han sido definidos tradicionalmente como objetos epistemológicos propios de otros campos disciplinares y/o científicos: lengua, arte, sociología, historia, administración pública, relaciones humanas. Y reconoce a esos otros campos disciplinares y/o científicos con un desarrollo más amplio para los objetos de estudio e intervención que se proponen abordar. Así, dichos campos disciplinares y/o científicos han formado parte de la formación general del comunicador/a en su propia carrera de grado o pregrado.

**CCeTD de Problemáticas y/u Objetos de la Práctica Social y Educativa:** temas o problemas sociales y educativos constituidas en objeto de análisis, abordados desde diferentes disciplinas propias del campo social y educativo que reclaman intervenciones desde diferentes ámbitos del saber y que marcan nuevos desafíos a las posibilidades de la interdisciplinariedad, transdisciplinariedad.

**CCeTD de Prácticas Profesionalizantes:** vinculadas a prácticas de desarrollo ocupacional o laboral propios de la comunicación social o afines a ella. Su desarrollo se da en escenarios reales de producción e intervención laboral y/o profesional que tienen un doble carácter: como práctica de intervención y como objeto de reflexión.

Un espacio curricular responderá a un tipo de **CCeTD de la Comunicación Social** particular de acuerdo a la orientación educacional del trayecto formativo en el que se inserta (Bachiller Común, Secundario Técnico, Bachiller de Jóvenes y Adultos).

A continuación, proponemos una sistematización de los espacios curriculares del nivel secundario en función de los **CCeTD de la Comunicación Social** que hemos propuesto (Cuadro 16).

Para el análisis de los **CCeTD de la Comunicación Social** en cada jurisdicción es necesario tener en cuenta la expansión que tiene en las distintas propuestas del nivel secundario los espacios curriculares puestos en análisis.

En Córdoba, prevalece en primer lugar el **CCeTD de las Disciplinas de Frontera**. Y lo hace en dos sentidos. Uno, más acentuado, es con el espacio curricular de “Tecnologías de la Información y la Comunicación” en el que los Profesores en Comunicación Social tienen incumbencia plena. Además, dicho espacio curricular está presente de 4° a 6° años del **Ciclo Orientado** de la totalidad de los Bachilleratos Comunes (no está presente ni en los Secundarios Técnicos ni en el de Jóvenes y Adultos) con una carga horaria entre 3 a 4 horas cátedras semanales. En ese marco, la frontera está dada con informática. Y el otro, es con la frontera de las Ciencias Sociales, donde hay una incumbencia plena en el espacio curricular de “Sociología” y de 3° orden para “Historia”, “Antropología”, “Psicología Social” y “Metodología de Investigación”.

En segundo lugar, se ubica el **CCeTD de Problemáticas y/u Objetos de la Práctica Social y Educativa** al presentarse incumbencia plena para el espacio curricular de “Formación para la vida y el trabajo” y de 3° orden para “Ciudadanía y Participación”.

En tercer lugar, vuelve a aparecer las **CCeTD de las Disciplinas de Frontera**, pero esta vez vinculada a la “Lengua y Literatura” y luego a las Artes por medio de los espacios curriculares como “Comunicación Audiovisual”, “Producción Audiovisual”, “Edición Audiovisual”, “Lenguaje Multimedia”<sup>22</sup> (entre otros). Esto último pone en evidencia un criterio de demarcación profesional del campo audiovisual en la provincia que amerita un estudio más detallado.

En cuarto lugar, aparecen los **CCeTD de la Comunicación Social** que están asociados al trayecto formativo del **Bachiller en Comunicación**. Y en el que están presentes casi en la misma proporción los **CCeTD de Problemáticas y/u Objetos de la Práctica Social y Educativa** y los **CCeTD Disciplinar: producción audiovisual**. Es seguido por los **CCeTD Disciplinar: comunicación organizacional y/o comunitaria** y finalmente por el **CCeTD Disciplinar: teoría**

---

22 Amerita un análisis más detallado indagar por qué con estos espacios se define una incumbencia de 3° orden cuando en el espacio curricular de “Análisis del lenguaje audiovisual” (lo mismo con “Análisis del lenguaje radial”) se ha considerado una incumbencia plena.

**y análisis comunicacional.** En consecuencia, el **Bachillerato en Comunicación** parece generar un balance entre el análisis de contenidos audiovisuales y su producción, y luego, aborda algunos de los aportes de la comunicación organizacional y comunitaria.

Finalmente, aparece otro **CCeTD de las Disciplinas de Frontera** vinculado a la Administración con el espacio curricular de “Estrategias de comunicación y relaciones humanas” en donde se registra una incumbencia de 3° orden.

SINTETIZANDO, en la provincia de Córdoba la Comunicación se institucionaliza primero en los **Bachilleratos comunes**. Y lo hace, principalmente, a través de los **CCeTD de las Disciplinas de Frontera** con la Informática, las Ciencias Sociales, el Arte y la Administración y de **CCeTD de Problemáticas y/u Objetos de la Práctica Social y Educativa** que abordan la cuestión del trabajo y de la ciudadanía. Y luego, a través de la implementación del trayecto formativo de **Bachillerato en Comunicación Social**. Por otro lado, está ausente en las propuestas **Secundarias Técnicas y los Bachilleratos para Jóvenes y Adultos**.

En Mendoza, prevalece el **CCeTD Disciplinar** en dos de sus alternativas tanto en los Bachilleratos Comunes como en las Secundarias Técnicas. Una, **Teoría y Análisis Comunicacional** con el espacio curricular de “Comunicación Social” que está presente en todas las propuestas Técnicas y de Bachilleratos del Ciclo Básico del secundario. Y la otra, **Comunicación Organizacional y/o Comunitaria**, a través del espacio curricular “Comunicación” ubicado en el Ciclo Orientado en todas las formaciones técnicas y en nueve de las doce propuestas de Bachilleratos.

En segundo lugar, se ubica la **CCeTD de las Disciplinas de Frontera** con la Lengua y la Literatura por la cantidad de espacios curriculares que han sido habilitados los Profesores en Comunicación Social y la expansión de los mismos en el sistema educativo provincial, pero –sin embargo– con una incumbencia de 3° orden.

En tercer lugar, aparecen los **CCeTD de la Comunicación Social** que están asociados al trayecto formativo del **Bachiller en Comunicación**. En ella, prevalecen los **CCeTD Disciplinar: producción audiovisual**, seguido tanto por los **CCeTD de Problemáticas y/u Objetos de la Práctica Social y Educativa** y por los **CCeTD Disciplinar: comunicación organizacional y/o comunitaria**; y, finalmente, por el **CCeTD Disciplinar: teoría y análisis comunicacional**. En consecuencia, el **Bachillerato en Comunicación** parece generar un balance entre el análisis de contenidos audiovisuales y su producción, y luego, aborda algunos de los aportes de la comunicación organizacional y comunitaria.

Finalmente, aparece otro **CCeTD de las Disciplinas de Frontera** vinculado al Arte con una incumbencia de 3° orden en los espacios curriculares de “Lenguaje Audiovisual” I y II y “Producción Audiovisual” I y II. Y donde vuelve a aparecer una demarcación con lo audiovisual del mismo tenor que el que se advirtió para el caso de Córdoba.

SINTETIZANDO, en la provincia de Mendoza la Comunicación se institucionaliza en todas las propuestas de secundario del sistema educativo provincial, pero de modos diferentes. En los **Bachilleratos comunes y Secundarias Técnicas** con el predominio de **CCeTD Disciplinar: Teoría y Análisis Comunicacional** en el **Ciclo Básico** y con **CCeTD Disciplinar: Comunicación Organizacional y/o Comunitaria** en el Ciclo Orientado. Y en los **Bachilleratos para Jóvenes y Adultos** a través del trayecto formativo del **Bachillerato en Comunicación**. Por otro lado, en la provincia los **CCeTD de las Disciplinas de Frontera** que habilita a los Profesores en Comunicación Social son la Lengua y la Literatura y el Arte en segundo término.

Y en Salta, la institucionalización de la Comunicación como espacio curricular en el nivel secundario es restringido (está ausente en los Bachilleratos Secundarios para Jóvenes y Adultos como en el caso cordobés). Bajo esas características, lo que prevalece es el **CCeTD de Problemáticas y/u Objetos de la Práctica Social y Educativa** con una incumbencia plena en el espacio curricular de “Comunicación y Sociedad” presente únicamente en el **Ciclo Orientado** de los bachilleratos comunes de Ciencias Sociales y Humanidades.

En segundo lugar, aparece el **CCeTD de las Disciplinas de Frontera** asociado al Arte en los bachilleratos comunes

de Arte. Y aquí, a diferencia de los casos de Córdoba y Mendoza, se otorga una incumbencia plena en el campo audiovisual. Aspecto que se evidencia en la habilitación plena en los espacios curriculares: “Producción Artística”, “Artes Gráficas Audiovisuales”, “Multimedios”, “Diseño Gráfico”, “Medios y Tecnología para la producción Artística”.

En tercer lugar, aparece en las Secundarias Técnicas donde la comunicación se configura como **trayecto formativo** (Tecnatura en Comunicación, Arte y Diseño; única en esta provincia y en el país) y está presente en el Ciclo Superior de la Técnica en Administración y Gestión de las Organizaciones (dos ofertas en toda la provincia). En ambos secundarios técnicos aparece el **CCeTD de Prácticas Profesionalizantes** en los espacios curriculares de “Prácticas Profesionalizantes I” y “Prácticas Profesionalizantes II”. Este rasgo constituye una novedad, no está presente en las otras provincias y muestra las posibilidades de institucionalizar otras orientaciones educacionales para la comunicación en las prácticas educativas más vinculadas a los ámbitos de desempeño y producción.

Y, en cuarto lugar, aparece el **CCeTD Disciplinar: Comunicación Organizacional y/o Comunitaria** en dos **trayectos formativos** diferentes. Uno, en la Técnica en Administración y Gestión de las Organizaciones con el espacio curricular “Comunicación y Comportamiento Organizacional”. Y el otro, en el Bachillerato Común en Turismo con el espacio curricular “Comunicación Turística”. En ambos casos con incumbencia plena.

SINTETIZANDO, en la provincia de Salta la Comunicación muestra como novedad sus posibilidades de institucionalización en un **trayecto formativo de Secundario Técnico**. Lo que trae como consecuencia la configuración de la definición del **CCeTD de Prácticas Profesionalizantes** tanto en el sector de la industria multimedial y audiovisual como en el de la Administración y Gestión Organizacional. Por otro lado, interpela los criterios de delimitación disciplinar advertidos en los casos de Mendoza y Córdoba sobre la producción audiovisual y en multimedios. Y, finalmente, es necesario recordar que en esta provincia la UNSA no ofrece la carrera de profesorado colocando a egresadas/os de dicha casa de estudio en una situación de desventajas ante las incumbencias fijadas para el ejercicio docente en el nivel secundario de dicha provincia.

## Anexo de Cuadros

---

Cuadro 1:

**BACHILLERATOS DEL NIVEL SECUNDARIO IMPLEMENTADOS EN CÓRDOBA, SALTA Y MENDOZA EN EL CONTEXTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA OBLIGATORIEDAD**

	NACIONAL	CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA
Año de regulación o de implementación	2006-2012	2011-2015	2015	2012
AGRO Y AMBIENTE		ADOPTA	ADOPTA	ADOPTA
ARTE		ADOPTA	ADOPTA <sup>3</sup>	NO ADOPTA[*]
CIENCIAS NATURALES		ADOPTA	ADOPTA	ADOPTA
CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES		ADOPTA	ADOPTA	ADOPTA
COMUNICACIÓN		ADOPTA	ADOPTA	NO ADOPTA
ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN		ADOPTA	ADOPTA	ADOPTA
EDUCACIÓN FÍSICA		ADOPTA	ADOPTA	NO ADOPTA
INFORMÁTICA		ADOPTA	ADOPTA	ADOPTA
LENGUAS		ADOPTA	ADOPTA	ADOPTA
TURISMO		ADOPTA	ADOPTA	ADOPTA
			AGREGA EDUCACIÓN ARTE-DISEÑO	
Cantidad de Propuestas [10]		10	12	07
Bachillerato en COMUNICACIÓN SOCIAL	Resolución 142/11	IMPLEMENTA	IMPLEMENTA	NO IMPLEMENTA

[\*] Pese a ello aparece como alternativa en la definición de incumbencias de titulaciones para el ejercicio docente.

Elaboración Propia

Fuente: Resoluciones del Consejo Federal de Educación del Ministerio de Educación  
Diseños curriculares para el Nivel Secundario de las Provincias de Córdoba, Salta y Mendoza

Cuadro 2:

**LA COMUNICACIÓN SOCIAL COMO ESPACIO CURRICULAR EN EL CICLO BÁSICO DE LOS BACHILLERATOS DE NIVEL SECUNDARIO DE CÓRDOBA, MENDOZA Y SALTA EN FUNCIÓN DEL TRAYECTO FORMATIVO**

	CÓRDOBA		MENDOZA		SALTA	
Formación General	NO DEFINE		Comunicación Social 1° o 2° año. 2 horas cátedra semanales		NO DEFINE	
Años que comprende el Ciclo Básico	1° Año	3 años en total	7° grado y pertenece al Nivel Primario			
	2° Año		1° Año	1° Año	2° Año	
	3° Año		2° Año	2 años en total	2 años en total	
Espacios Curriculares de Comunicación Social	0		1		0	

Elaboración Propia

Fuente: Resoluciones del Consejo Federal de Educación del Ministerio de Educación  
Diseños curriculares para el Nivel Secundario de las Provincias de Córdoba, Salta y Mendoza

Cuadro 3:  
**LA COMUNICACIÓN SOCIAL COMO ESPACIO CURRICULAR EN EL CICLO ORIENTADO DE LOS BACHILLERATOS DE NIVEL SECUNDARIO DE CÓRDOBA, MENDOZA Y SALTA EN FUNCIÓN DEL TRAYECTO FORMATIVO**

		CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA	
<b>Formación General</b>		NO DEFINE	<b>Comunicación. 3º, 4º o 5º. 3 horas cátedra semanales (HCS). Sólo en 9 bachilleratos</b>	NO DEFINE	
<b>Arte</b>		[2] TIC. 4º a 6º. 3 o 4 HCS	NO DEFINE	[5] <b>Multimedios</b> S/D año y HCS	
		Queda pendiente análisis de incumbencias orientación Audiovisual			
<b>Comunicación</b>		<b>Comunicación, Cultura y Sociedad. 4º, 5º y 6º. 3 HCS c/u Producción en Lenguajes. 4º, 5º y 6º. 4 HCS c/u Comunicación Institucional y Comunitaria. 6º. 3 HCS [1] Espacio de Opción Institucional. 4º, 5º y 6º. 3 a 4 HCS</b>	<b>Comunidad y Medios de Comunicación. 5º. 3 HCS (de la Formación General pero que en los documentos aparece con esa denominación sólo en este Bachillerato) Comunicación, Cultura y Sociedad. 3º. 4 HCS Taller de Producción de medios: radio. 3º. 4 HCS Medios y representaciones sociales. 4º. 3 HCS Producción y Diseño Multimedia. 4º. 4 HCS Taller de Producción de medios: gráfico. 4º. 4 HCS Producción y Gestión de la Comunicación. 5º. 5 HCS Taller de Comunicación Institucional y Comunitaria. 5º. 4 HCS. Taller de Producción de medios: audiovisuales. 5º. 4 HCS</b>	NO CORRESPONDE	
<b>Ciencias Naturales</b>		[2] TIC. 4º a 6º. 3 o 4 HCS	NO DEFINE EN LA FORMACIÓN ESPECÍFICA (FE)	NO DEFINE EN LA FE	
<b>Ciencias Sociales y Humanidades</b>		[2] Comunicación, Cultura y Sociedad. 4º a 6º. 3 o 4 HCS [2] TIC. 4º a 6º. 3 o 4 HCS	NO DEFINE EN LA FE	<b>Comunicación y Sociedad</b> 3º año. S/D HCS	
<b>Economía y Administración</b>		[2] TIC. 4º a 6º. 3 o 4 HCS	NO DEFINE EN LA FE	NO DEFINE EN LA FE	
<b>Educación Física</b>		[2] TIC. 4º a 6º. 3 o 4 HCS	NO DEFINE EN LA FE	NO CORRESPONDE	
<b>Lenguas</b>		[3] Comunicación, Cultura y Sociedad. 4º a 6º. 3 o 4 HCS [3] Estudios Interculturales en Lenguas. 4º, 5º o 6º. 3 o 4 HCS [2] TIC. 4º a 6º. 3 o 4 HCS	NO DEFINE EN LA FE	NO DEFINE EN LA FE	
<b>Turismo</b>		[4] Estrategias de Comunicación y Relaciones Públicas. 4º, 5º o 6º. 3 o 4 HCS [2] TIC. 4º a 6º. 3 o 4 HCS	NO DEFINE EN LA FE	<b>Comunicación Turística. 4º año.</b> S/D Hs. Cát. Semanal	
<b>Informática</b>		[2] TIC. 4º a 6º. 3 o 4 HCS	NO DEFINE EN LA FE	NO DEFINE EN LA FE	
<b>Agro y Ambiente</b>		[2] TIC. 4º a 6º. 3 o 4 HCS	NO DEFINE EN LA FE	NO DEFINE EN LA FE	
<b>Educación</b>		NO CORRESPONDE	NO DEFINE EN LA FE	NO CORRESPONDE	
<b>Otros espacios curriculares no explicitados en los diseños</b>		NO DEFINE	NO DEFINE	[6] <b>Cultura y Comunicación. S/D año y HCS. Formación General y Educación Técnico Profesional. Modalidades Adulto y Rural</b>	
<b>Años que comprende el Ciclo Orientado</b>	4º año	Entre 3 y 4 años	3º año	Entre 3 y 4 años	3º año
	5º año		4º año		4º año
	6º año		5º año		5º año
	7º año Formación Técnica		6º año Formación Técnica		6º año Formación Técnica
<b>Espacios Curriculares de Comunicación Social</b>		<b>7 + 16 posibles= 23</b>	<b>10</b>	<b>2 + 2 posibles= 4</b>	

[1] Son 7 opciones de las cuales 4 responden al campo de la Comunicación Social: Emprendimientos en Medios; Comercialización y Publicidad; Arte y Comunicación; Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y Ciencias y Comunicación.  
 [2] Estos espacios son de opción institucional, una posibilidad entre 7 alternativas para ser desarrolladas en 4º, 5º y 6º años.  
 [3] Estos espacios son de opción institucional, dos posibilidades entre 5 alternativas para ser desarrolladas en 4º, 5º y 6º años.  
 [4] Estos espacios son de opción institucional, una posibilidad entre 5 alternativas para ser desarrolladas en 4º, 5º y 6º años.  
 [5] Explicita una carrera de Bachillerato en Artes donde aparece como alternativa en la definición de incumbencias de titulaciones para el ejercicio docente.  
 [6] Aparece como alternativa en la definición de incumbencias de titulaciones para el ejercicio docente.

Elaboración Propia

**Fuente:** Resoluciones del Consejo Federal de Educación del Ministerio de Educación. Diseños curriculares y Resoluciones de Incumbencias de Títulos Docentes para el Nivel Secundario de las Provincias de Córdoba, Salta y Mendoza

Cuadro 4:  
**INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LOS BACHILLERATOS DE CÓRDOBA, MENDOZA Y SALTA**

	<b>CÓRDOBA</b>	<b>MENDOZA</b>	<b>SALTA</b>
<b>TRAYECTOS FORMATIVOS</b>	PROPIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	PROPIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	AUSENTE
<b>ESPACIOS CURRICULARES EN LOS CICLOS</b>	RESTRINGIDA AL CICLO ORIENTADO	PLENA: EN CICLO BÁSICO RESTRINGIDO CICLO ORIENTADO	RESTRINGIDA AL CICLO ORIENTADO
<b>ESPACIOS CURRICULARES EN LOS CAMPOS FORMATIVOS</b>	PLENA EN BACHILERATO PROPIO PRESENTE EN 3 BACHILLERATOS EN FORMACIÓN ESPECÍFICA PLENA EN FORMACIÓN ESPECÍFICA DE TODAS LOS BACHILLERATOS: TIC	PLENA EN BACHILERATO PROPIO RESTRINGIDA A LA FORMACIÓN GENERAL EN DEMÁS BACHILLERATOS	RESTRINGIDA A LA FORMACIÓN ESPECÍFICA
<b>ORIENTACIÓN EDUCACIONAL</b>	PREVALECE HACIA LA PRODUCCIÓN O EL TRABAJO	PREVALECE GENERALISTA.	PREVALECE HACIA LA PRODUCCIÓN O EL TRABAJO
<b>Elaboración Propia</b>			

Cuadro 5:  
DISTRIBUCIÓN DE **ESCUELAS Y TITULACIONES TÉCNICAS SECUNDARIA POR SECTOR**  
DE LAS PROVINCIAS DE SALTA, CÓRDOBA Y MENDOZA

Sector		TOTAL NACIONAL	Sub Total 3 Provincias	SALTA	CÓRDOBA	MENDOZA
CANTIDAD DE OFERTAS TÉCNICAS EN ESCUELAS SECUNDARIAS (OTES)		2488	505	78	325	102
CANTIDAD DE TITULACIONES TÉCNICAS (TT)		<b>108</b>	<b>40</b>	13	21	27
OFERTAS Y TITULACIONES POR SECTORES DEFINIDAS POR INET		TOTAL NACIONAL	Sub Total 3 Provincias	SALTA	CÓRDOBA	MENDOZA
ADMINISTRACIÓN	OTES	121	2	2	-	-
	TT	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	-	-
AERONAÚTICA	OTES	21	5	1	3	1
	TT	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
AGROPECUARIO	OTES	493	129	22	80	27
	TT	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>7</b>
AUTOMOTRIZ	OTES	70	18	2	16	-
	TT	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	-
CONSTRUCCIÓN	OTES	305	63	8	39	13
	TT	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
ELECTRÓNICA	OTES	438	17	11	-	8
	TT	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	-	<b>2</b>
ELECTROMECAÁNICA	OTES	495	71	13	44	14
	TT	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
ENERGÍA ELÉCTRICA	OTES	58	25	-	16	9
	TT	<b>2</b>	<b>2</b>	-	<b>2</b>	<b>2</b>
INDUSTRIA DE LA ALIMENTACIÓN	OTES	96	46	3	38	5
	TT	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
INDUSTRIA DE PROCESOS	OTES	167	45	12	19	14
	TT	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>5</b>
INDUSTRIA GRÁFICA Y MULTIMEDIAL	OTES	24	1	1	-	-
	TT	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	-	-
MECÁNICA, METALMECÁNICA Y METALÚRGIA	OTES	103	39	-	28	11
	TT	<b>9</b>	<b>2</b>	-	<b>2</b>	<b>1</b>
INFORMÁTICA	OTES	266	28	4	24	-
	TT	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	-
MADERA Y MUEBLE	OTES	23	10	-	9	1
	TT	<b>2</b>	<b>1</b>	-	<b>1</b>	<b>1</b>
MINERÍA	OTES	13	6	-	5	1
	TT	<b>2</b>	<b>1</b>	-	<b>1</b>	<b>1</b>
SALUD	OTES	4	1	-	1	-
	TT	<b>1</b>	<b>1</b>	-	<b>1</b>	-

Elaboración Propia

Fuente: Catálogo del INET: [catalogo.inet.gob.ar](http://catalogo.inet.gob.ar) (marzo 2017)

**Cuadro 6:**  
**DISTRIBUCIÓN DE OFERTAS EN LAS ESCUELAS TÉCNICAS SECUNDARIAS DE TITULACIONES CORRESPONDIENTES AL SECTOR INDUSTRIA GRÁFICA Y MULTIMEDIA**

	TOTAL NACIONAL	CABA	SAN LUIS	CHUBUT	SALTA	SANTA FE	BUENOS AIRES	CÓRDOBA	MENDOZA
Técnico en Multimedia	12						12		
Técnico en Comunicación Multimedia	8		1	1		6			
Técnico en Artes Visuales-Comunicación Gráfica	2	2							
Técnico en Comunicación, Arte y Diseño	1				1				
Técnico en Industria y/o Artes Gráficas	1	1							
<b>TOTALES</b>	<b>24</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Elaboración Propia

Fuente: Catálogo del INET: catalogo.inet.gob.ar (marzo 2017)

**Cuadro 7:**  
**REGULACIONES VIGENTES DE LA ESTRUCTURA CURRICULAR PARA LAS SECUNDARIAS TÉCNICAS EN CÓRDOBA, MENDOZA Y SALTA**

	CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA			
<b>Tipo de regulación consultada y descripción</b>	Propuesta Curricular Primer Ciclo de la Modalidad Técnico Profesional. 2011. Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba. Estructura curricular por carrera secundaria técnica publicada en página oficial: <a href="http://www.cba.gov.ar/educacion-technica-media/">http://www.cba.gov.ar/educacion-technica-media/</a>	Resolución N° 333/15. 26/02/2015. Dirección General de Escuelas. Provincia de Mendoza: Estructura Curricular para la Educación Secundaria de modalidad Técnico Profesional <b>Diseños Curriculares</b> por cada oferta técnica. Octubre 2015. Dirección General de Escuelas. Han publicado 20 de las 27 titulaciones que registra INET en la provincia.	Decreto 511. 25/01/2011. Gobernación de Salta. Se aprueba estructura curricular de 11 de las 13 titulaciones que registra el INET en la provincia. <b>Resolución 904.</b> 30/03/2011. Ministerio de Educación de Salta: ratifica decreto anterior y amplía.			
<b>Ciclos de la Estructura Curricular</b>	<u>Ciclos consecutivos:</u>					
	<b>CICLO BÁSICO</b> o PRIMER CICLO 3 años común a todas titulaciones (ctt)	<b>SEGUNDO CICLO</b> 4 años, énfasis formación técnica y práctica (ftp)	<b>CICLO BÁSICO</b> o PRIMER CICLO 2 años (ctt)	<b>CICLO ORIENTADO</b> o SEGUNDO CICLO 4 años (ftp)	<b>CICLO BÁSICO</b> 2 años (ctt)	<b>CICLO SUPERIOR</b> 4 años (ftp)
<b>Campos de Formación de la Estructura Curricular</b>	<u>Campos de Formación transversales</u>					
	FORMACIÓN GENERAL (FG)					
	FORMACIÓN CIENTÍFICO TECNOLÓGICA (FCT)					
	FORMACIÓN TÉCNICA ESPECÍFICA (FTE)					
	PRÁCTICAS PROFESIONALIZANTES (PP)					

Elaboración Propia

Fuente: Normativa Jurisdiccional explicitada en este cuadro y Catálogo del INET: catalogo.inet.gob.ar (marzo 2017)

Cuadro 8:  
DESCRIPCIÓN DE LOS **ESPACIOS CURRICULARES** POR TIPO DE TITULACIÓN DE **SECUNDARIAS TÉCNICAS** EN CÓRDOBA, MENDOZA Y SALTA VINCULADAS A LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Titulación Técnica	CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA
<b>Administración y Gestión de las Organizaciones</b> 2 Salta	NO CORRESPONDE	NO CORRESPONDE	NO DEFINE PARA CICLO BÁSICO
			Lenguaje Artístico y Comunicacional 4º año. Ciclo Superior. FG. 3 Horas Cátedra (HSC)
			Diseño Gráfico Orientado y Asistido 3º año. Ciclo Superior. FCT. 3 HSC
			Comunicación y Comportamiento Organizacional 4º año. Ciclo Superior. FTE. 3 HSC
			Prácticas Profesionalizantes I 5º año. Ciclo Superior. PP. 3 HSC
			Prácticas Profesionalizantes II 6º año. Ciclo Superior. PP. 6 HSC
<b>Aeronáutica</b> 2 Córdoba 1 Mendoza 1 Salta	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	Comunicación Social. 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC. Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO
<b>Agropecuaria</b> 80 Córdoba 22 Mendoza (con distintas especialidades) 27 Salta	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	Comunicación Social. 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC. Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO
<b>Automotores</b> 16 Córdoba 2 Salta	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	NO CORRESPONDE	NO DEFINE PARA CICLO BÁSICO
			Lenguaje Artístico y Comunicacional 3º año. Ciclo Superior. FG.
<b>Aviónica</b> 1 Córdoba	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	NO CORRESPONDE	NO CORRESPONDE
<b>Computación</b> 1 Córdoba	SIN INFORMACIÓN	NO CORRESPONDE	NO CORRESPONDE
<b>Electricista</b> En ambas provincias 2 orientaciones 16 Córdoba 9 Mendoza	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	Comunicación Social. 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC. Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO CORRESPONDE
<b>Electrónica</b> 6 Mendoza 11 Salta	NO CORRESPONDE	Comunicación Social. 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC. Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO
<b>Equipos e Instalaciones</b> 44 Córdoba 12 Mendoza 13 Salta	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	Comunicación Social. 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC. Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO
<b>Farmacia y Laboratorio</b> 2 Mendoza	NO CORRESPONDE	Comunicación Social. 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC. Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO CORRESPONDE
<b>Hidráulica</b> 2 Mendoza	NO CORRESPONDE	Comunicación Social. 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC. Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO CORRESPONDE
<b>Informática Profesional y Personal</b> 14 Córdoba 4 Salta	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	NO CORRESPONDE	NO DEFINE PARA CICLO BÁSICO
			Lenguaje Artístico y Comunicacional 6º año. Ciclo Superior. FG.

Cuadro 8:  
DESCRIPCIÓN DE LOS **ESPACIOS CURRICULARES** POR TIPO DE TITULACIÓN DE **SECUNDARIAS TÉCNICAS** EN CÓRDOBA, MENDOZA Y SALTA VINCULADAS A LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Titulación Técnica	CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA
<b>Industria de los Alimentos</b> 38 Córdoba 3 Mendoza con 3 orientaciones	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	Comunicación Social, 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO CORRESPONDE
<b>Industria de Procesos</b> 13 Córdoba 9 Mendoza con 2 orientaciones 9 Salta	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	Comunicación Social, 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO
<b>Mecánico</b> 20 Córdoba 11 Mendoza	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	Comunicación Social, 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO CORRESPONDE
<b>Madera y Mueble</b> 9 Córdoba 1 Mendoza	SIN INFORMACIÓN	Comunicación Social, 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO CORRESPONDE
<b>Maestro Mayor de Obras</b> 39 Córdoba 13 Mendoza 8 Salta una denominada Construcciones	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	Comunicación Social, 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO
<b>Mecanización Agropecuaria</b> 8 Córdoba	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	NO CORRESPONDE	NO CORRESPONDE
<b>Minería</b> 5 Córdoba 1 Mendoza	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	Comunicación Social, 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	
<b>Óptica, oftálmica e instrumental</b> 1 Córdoba	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	NO CORRESPONDE	NO CORRESPONDE
<b>Programación</b> 9 Córdoba	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	NO CORRESPONDE	NO CORRESPONDE
<b>Químico</b> 6 Córdoba 3 Mendoza Químico Industrial 3 Salta	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO	Comunicación Social, 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO
<b>Tecnología en Alimentos</b> 2 Mendoza 3 Salta	NO CORRESPONDE	Comunicación Social, 2º año. Ciclo Básico o 1º Ciclo. FG. 2 HSC Comunicación. 5º año. Ciclo Orientado o 2º Ciclo. FG. 3 HSC.	NO DEFINE PARA NINGÚN CICLO
<b>Comunicación, Arte y Diseño</b> 1 Salta	NO CORRESPONDE	NO CORRESPONDE	SIN INFORMACIÓN

Elaboración Propia

Fuente: normativa explicitada en regulaciones mencionadas en Cuadro 9 y Catálogo del INET: [catalogo.inet.gov.ar](http://catalogo.inet.gov.ar) (marzo 2017).

Cuadro 9:

**INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LAS SECUNDARIAS TÉCNICAS DE CÓRDOBA, MENDOZA Y SALTA**

	CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA
TRAYECTOS FORMATIVOS	AUSENTE	AUSENTE	PROPIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
CICLOS		PLENA: EN AMBOS CICLOS	RESTRINGIDA AL CICLO SUPERIOR
CAMPOS FORMATIVOS		RESTRINGIDA A LA FORMACIÓN GENERAL	PLENA: EN TODOS LOS CAMPO DE FORMACIÓN
ORIENTACIÓN EDUCACIONAL		GENERALISTA	HACIA LA PRODUCCIÓN O EL TRABAJO

Elaboración Propia

Cuadro 10:

**BACHILLERATOS DEL NIVEL SECUNDARIO PARA JÓVENES Y ADULTOS IMPLEMENTADOS EN CÓRDOBA, SALTA Y MENDOZA EN EL CONTEXTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA OBLIGATORIEDAD**

	TITULACIONES	CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA
Año de regulación o de implementación	Nacional 2010	2011-2013	2015	2016
	AGRO Y AMBIENTE	ADOPTA	ADOPTA	NO ADOPTA
	ARTE	NO ADOPTA	ADOPTA	NO ADOPTA
	CIENCIAS NATURALES	ADOPTA	ADOPTA	ADOPTA
	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES	ADOPTA	ADOPTA	ADOPTA
	COMUNICACIÓN	NO ADOPTA	ADOPTA	NO ADOPTA
	ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN	ADOPTA	ADOPTA	ADOPTA
	EDUCACIÓN FÍSICA	NO ADOPTA	ADOPTA sin diseño	NO ADOPTA
	INFORMÁTICA	ADOPTA	ADOPTA sin diseño	ADOPTA
	LENGUAS	NO ADOPTA	ADOPTA sin diseño	NO ADOPTA
	TURISMO	ADOPTA	ADOPTA	NO ADOPTA
	EDUCACIÓN (Prov. de Mendoza)		ADOPTA	
	<b>Cantidad de Propuestas [10]</b>	<b>06</b>	<b>08 + 03</b>	<b>04</b>

[\*] Pese a ello aparece como alternativa en la definición de incumbencias de titulaciones para el ejercicio docente.

Elaboración Propia

Fuente: Resoluciones del Consejo Federal de Educación del Ministerio de Educación  
Diseños curriculares para el Nivel Secundario para Jóvenes y Adultos de las Provincias de Córdoba, Salta y Mendoza

**Cuadro 11:**  
**LA COMUNICACIÓN SOCIAL COMO ESPACIO CURRICULAR EN LOS MÓDULOS DEL CICLO ORIENTADO DE LOS BACHILLERATOS NIVEL SECUNDARIO DE JÓVENES Y ADULTOS DE MENDOZA**

	MENDOZA	
	Espacios Curriculares Estables	EDI Espacio de Definición Institucional
<b>ARTE</b>	Comunicación. 3º año. 2 horas cátedras	Marketing, Publicidad y Propaganda 3º año. 2 horas cátedras
<b>COMUNICACIÓN</b>	Lenguajes Comunicacionales I 2º año. 3 horas cátedra Taller de Periodismo Gráfico 2º año. 3 horas cátedra Trabajo y Sociedad aplicado a la Comunicación I 2º año. 3 horas cátedra Comunicación. 3º año. 2 horas cátedras Producción y Gestión Comunicacional 3º año. 2 horas cátedra Trabajo y Sociedad aplicado a la Comunicación II 3º año. 4 horas cátedra	Marketing, Publicidad y Propaganda 3º año. 2 horas cátedras
CIENCIAS NATURALES CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN AGRO Y AMBIENTE TURISMO		NO REGISTRAN
EDUCACIÓN FÍSICA LENGUAS INFORMÁTICA		NO SE OPTUVO INFORMACIÓN
Espacios Curriculares de Comunicación Social	<b>7: 19 horas cátedra</b>	<b>2: 4 horas cátedra</b>

Elaboración Propia

Fuente: Docentes para el Nivel Secundario para Jóvenes y Adultos de Mendoza

**Cuadro 12:**  
**INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LOS BACHILLERATOS DE JÓVENES Y ADULTOS EN CÓRDOBA, MENDOZA Y SALTA**

	CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA
<b>TRAYECTOS FORMATIVOS</b>	AUSENTE	PROPIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	AUSENTE
<b>ESPACIOS CURRICULARES EN LOS CICLOS</b>		AUSENTE CICLO BÁSICO	
		RESTRINGIDO CICLO ORIENTADO EN UN BACHILLERATO	
		RESTRINGIDA A LA FORMACIÓN GENERAL EN DEMÁS BACHILLERATOS	
<b>ORIENTACIÓN EDUCACIONAL</b>		PREVALECE HACIA LA PRODUCCIÓN O EL TRABAJO	

Elaboración Propia

**Cuadro 13:**  
**EGRESADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL DE LAS UNIVERSIDADES NACIONALES DE CÓRDOBA, SALTA Y UNCU**

		CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA
Egresados de Universidades Nacionales comparadas	Tecnicaturas	Técnicos (Planes 1978 y 1993) Desde 1978		
	Licenciaturas	Licenciados (Planes 1978 y 1993) Desde 1978	Licenciados Desde 1985	<b>Licenciados</b> Desde 2005
	Profesorados	<b>Profesores</b> Desde 2011	<b>Profesores</b> Desde 2003	

Elaboración Propia

Fuente: Documentos elaborados por miembros del equipo

**Cuadro 14:**  
**INCUMBENCIAS PARA LA HABILITACIÓN DOCENTE EN LAS PROVINCIAS DE CÓRDOBA, SALTA Y MENDOZA**

		CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA
Categorías de Incumbencias definida en la provincia	Plena	DOCENTE	TÍTULO A	DOCENTE
	Habilitante de 2° orden	HABILITANTE	TÍTULO HABILITANTE B (también existe un B1)	HABILITANTE
	Habilitante de 3° orden	SUPLETORIO	TÍTULO SUPLETORIO C	SUPLETORIO

Elaboración Propia

Fuente: Resoluciones de Incumbencias de Títulos Docentes para el Nivel Secundario de las Provincias de Córdoba, Salta y Mendoza

Cuadro 15:

**INCUMBENCIAS DE 2° Y 3° ORDEN PARA LOS PROFESORES EN NIVEL SECUNDARIO DE LAS PROVINCIAS DE SALTA, CÓRDOBA Y MENDOZA. Y DE 1° ORDEN NO PRESENTES EN EL ANÁLISIS DE LOS DISEÑOS CURRICULARES PRECEDENTES**

	ÁREAS O CAMPOS	CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA
Habilitación 1° Orden no contemplado en las estructuras curriculares analizadas con anterioridad en este trabajo y presentes como incumbencias	COM. SOCIAL	Teoría de la Comunicación Análisis del lenguaje radial	Taller Periodístico Taller de Periodismo Gráfico Taller de Guión Taller de Programación de Campañas Comunicación Organizacional Comunicación y comportamiento organizacional Comunicación, Imagen e Identidad Cultural	Imagen digital gráfica Locución Guión Prácticas Profesionalizantes (Artes Visuales, Esp. Arte y Nuevos Medios)
	CIENCIAS SOCIALES	Formación para la vida y el trabajo <sup>4</sup> Sociología Espacio de vinculación con el sector de la orientación (Ciencias Sociales)		
	ARTES VISUALES	Análisis del lenguaje audiovisual		Producción artística Artes gráficas-audiovisuales Prácticas Profesionalizantes (Artes Visuales, Esp. Arte y Nuevos Medios) Medios y Tecnologías para la Producción Artística
Habilitación de 2° Orden	ARTES, DISEÑO, LOCUCIÓN		Lenguaje Audiovisual I Lenguaje Audiovisual II Producción Audiovisual I Producción Audiovisual II	
Habilitación de 3° Orden	CIENCIAS SOCIALES	Historia Antropología Social y Cultural (Cs. Soc) Metodología de Investigación en Ciencias Sociales Ciudadanía y Participación Formación para la vida y para el trabajo Taller de Ciudadanía y Participación Psicología Social		
	ARTES, DISEÑO, LOCUCIÓN	Comunicación Audiovisual Producción Audiovisual Producción en Multimedia Lenguaje Audiovisual Lenguaje Multimedia Edición de Audiovisuales Edición Radial Taller de Grabación		
	LENGUA	Lengua y Literatura	Lengua I y II Lenguaje Aplicado Literatura Lengua III Lengua y Literatura I, II, III y IV Taller de Producción de Textos Taller de Lectura, Comprensión y Producción.	
	ADMINISTRACIÓN	Estrategias de Comunicación y Relaciones Públicas		

Elaboración Propia

Fuente: Resoluciones de Incumbencias de Títulos Docentes para el Nivel Secundario de las Provincias de Córdoba, Salta y Mendoza

**Cuadro 16:**  
**CCeTD DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN NIVEL SECUNDARIO DE LAS PROVINCIAS DE SALTA, CÓRDOBA Y MENDOZA Y TIPO DE INCUMBENCIA**

		CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA
CCeTD Disciplinar: teoría y análisis comunicacional:		Teoría de la Comunicación. 5/D	Comunicación Social. 1° o 2°. 2 HSC	
		Análisis del lenguaje radial. 5/D	Lenguajes Comunicacionales. 2° adultos. 3 HSC	
		Análisis del lenguaje audiovisual. 5/D		
CCeTD Disciplinar: producción audiovisual:		Producción en lenguajes. 4° a 6°. 4 HSC c/u	Taller de producción de medios: radio. 3° 4 HSC	Multimedios. 5/D año y HSC
		EDI. Comercialización y Publicidad. 4° a 6°. 3 a 4 HSC c/u	Producción y Diseño Multimedia. 4° 4 HSC	Diseño Gráfico asistido y orientado. 3° año. 3 HSC
			Taller de producción de medios: gráfico. 4° 4 HSC	
			Taller de producción de medios: Audiovisuales. 5° 4 HSC	
			Taller de Periodismo Gráfico. 2° adultos. 3 HSC	
			Marketing, publicidad y propaganda. 3° adultos. 2HSC	
			Taller de Guión. 5/D	
			Taller de programación de campañas. 5/D	
CCeTD Disciplinar: comunicación organizacional y/o comunitaria:		Comunicación Institucional y Comunitaria. 6°. 3 HSC c/u	Comunicación. 3°, 4° o 5°. 3 HSC	Comunicación Turística. 4° 5/D HSC
		EDI. Emprendimiento en Medios. 4° a 6°. 3 a 4 HSC c/u	Comunidad y Medios de Comunicación. 5°. 3 HSC	Comunicación y Comportamiento Organizacional. 4° 3 HSC
			Producción y Gestión de la Comunicación. 5° 5 HSC	
			Taller de Comunicación Institucional y Comunitaria. 5° 4 HSC	
			Comunicación Organizacional. 5/D	
CCeTD de las Disciplinas de Frontera.	CIENCIAS SOCIALES	Sociología. 5/D		
		Historia. 5/D		
		Antropología Social y Cultural. 5/D		
		Metodología de investigación en las ciencias sociales. 5/D		
		Psicología Social. 5/D		
	ARTE	Comunicación Audiovisual. 5/D	Lenguaje Audiovisual I. 5/D	Producción Artística 5/D
		Producción Audiovisual. 5/D	Lenguaje Audiovisual II. 5/D	Artes Gráficas Audiovisuales 5/D
		Producción en Multimedia. 5/D	Producción Audiovisual I. 5/D	Medios y Tecnologías para la producción Artística. 5/D
		Edición Audiovisuales. 5/D	Producción Audiovisual II. 5/D	Lenguaje Artístico y Comunicacional 4° 3 HSC
		Lenguaje Multimedia. 5/D		
		Edición Radial. 5/D		
		Taller de Grabación. 5/D		
	LENGUA Y LITERATURA	Lengua y Literatura. 5/D	Lengua I. 5/D	
			Lengua II. 5/D	
			Lenguaje Aplicado. 5/D	
			Literatura. 5/D	
			Lengua III. 5/D	
			Lengua y Literatura I. 5/D	
			Lengua y Literatura II. 5/D	
			Lengua y Literatura III. 5/D	
			Lengua y Literatura IV. 5/D	
			Taller de Producción de Textos. 5/D	
		Taller de Lectura. Comprensión y Producción de textos. 5/D		
ADMINISTRACIÓN	Estrategias de Comunicación y Relaciones Humanas. 5/D			
INFORMÁTICA	Tecnologías de la Información y la Comunicación. 4° a 6°. 3 o 4 HSC c/u. Es EDI también en bachillerato de Comunicación			

Cuadro 16:

**CCeTD DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN NIVEL SECUNDARIO DE LAS PROVINCIAS DE SALTA, CÓRDOBA Y MENDOZA Y TIPO DE INCUMBENCIA**

	CÓRDOBA	MENDOZA	SALTA
CCeTD de Problemáticas y/u Objetos de la Práctica Social y Educativa:	Comunicación, Cultura y Sociedad. 4° a 6°. 3 HSC c/u	Medios y representaciones sociales. 4° 4 HSC	Comunicación y Sociedad. 3° S/D HSC
	EDI. Arte y Comunicación. 4° a 6°. 3 a 4 HSC c/u	Comunicación, Cultura y Sociedad. 3° 4 HSC	Cultura y Comunicación. 5/D año HSC
	EDI. Ciencias y Comunicación. 4° a 6°. 3 a 4 HSC c/u	Trabajo y Sociedad aplicado a la comunicación I. 2° adultos. 3 HSC	
	Formación para la vida y el trabajo. S/D	Trabajo y Sociedad aplicado a la comunicación II. 3° adultos. 4 HSC	
	Ciudadanía y Participación. S/D	Comunicación, Imagen e Identidad Cultural. S/D	
	Taller de ciudadanía y participación. S/D		
CCeTD de Prácticas Profesionalizantes:			Prácticas Profesionalizantes. S/D

Elaboración Propia

Referencia: Incumbencia Plena, Incumbencia de 2° y/o 3° orden

## MESA 14

# Comunicación institucional y RRPP

# El lanzamiento de una aplicación móvil y su relación con la identidad institucional

Bravo, Emilia

emiliabravo2202@gmail.com

**Universidad Nacional de Tucumán**

## Introducción

El Instituto de Previsión y Seguridad Social de Tucumán es la obra social más grande de la provincia, ya que brinda una amplia cobertura de salud a 1.341.341 afiliados de Tucumán, según la sala de situación del año 2021 creada por la oficina de Comunicación Institucional del IPSST. Cuenta también con 20 filiales distribuidas en los departamentos de la provincia y en total son aproximadamente más de 800 empleados.

Sin embargo, muchos de los servicios que brinda la Obra Social no funcionan como corresponde y el descontento de los beneficiarios aumenta cuando los expedientes se pierden o tardan más de lo esperado, sumado a que muchas veces reciben mala atención por parte de los empleados y las respuestas no son concretas y certeras.

La falta de respuestas ante las necesidades de salud hace que los afiliados desconfíen de la institución y generen la idea de que el IPSST es la peor obra social de la provincia.

Con el fin de acelerar los procesos de autorización y gestión de trámites, así como también de disminuir las quejas de los afiliados, el instituto comienza un proceso de digitalización que más tarde se extiende al Departamento de Programas de Gestión Racional de Medicamentos o Centro de Calidad de Vida (área encargada de autorizar y auditar los medicamentos que se encuentran dentro de Planes Especiales). Esto representó un avance importante porque los afiliados envían sus solicitudes y reciben sus medicamentos por mail sin la necesidad de concurrir al establecimiento.

Los cambios siguieron adelante y en abril del 2021 se lanza la aplicación “IPSSTMovil” disponible únicamente para dispositivos Android, aunque en septiembre del mismo año se logra construir la versión para Apple IOs. La aplicación actualmente tiene aproximadamente 12.000 descargas, a pesar de ello, el número de usuarios es poco en frente a los 300.300 afiliados que forman parte de la obra social.

La app “IPSSTMovil” es una interfaz que conecta a la Obra Social con sus afiliados. Estudiar la App como un lugar de interacción, o de diálogo permite que se pueda relacionar la experiencia de los usuarios con la aplicación y cómo esta puede modificar la imagen corporativa de la Obra Social. Asimismo, es importante tener en cuenta que la App es el resultado de un proceso más amplio de digitalización que viene implementando el Instituto y dicho proceso, en conjunto con la eficacia de los servicios que brinda la Obra Social, moldean la imagen que los afiliados tienen de esta.

De esta manera, la imagen corporativa de la institución suele variar dependiendo de las vivencias de cada uno

---

<sup>1</sup> IPSST. (2022). Instituto de Previsión y Seguridad Social de Tucumán. IPSST. Recuperado el 20 Julio de 2022, en <https://ipsst.gov.ar/wordpress/wp-content/uploads/2021/08/SalaSituacionAgosto2021.pdf>

de los beneficiarios y de los servicios que hayan requerido, pero, aunque existan excepciones, los comentarios hacia el IPSST no suelen ser positivos. Por eso, este trabajo se propone averiguar si la creación de la aplicación móvil pudo mejorar de alguna manera la imagen institucional que los afiliados tienen de la Obra Social.

## **Pregunta de la investigación**

Este trabajo se propone analizar y describir los procesos por los cuales se construye la imagen corporativa del Instituto de Previsión y Seguridad Social de Tucumán, para poder establecer una relación entre la experiencia del usuario que los beneficiarios tienen con la nueva aplicación móvil y la imagen corporativa de la obra social. Haciendo énfasis en el proceso de digitalización, y la mejora de sus principales canales de comunicación externa.

Desde este punto de vista, el contenido a analizar parte de la siguiente pregunta de investigación:

¿ La creación de la aplicación “IPSSTMovil” generó, a través de la experiencia del usuario, mejoras o cambios positivos en la imagen corporativa que el Instituto de Previsión y Seguridad Social de Tucumán brinda a sus afiliados y afiliadas?

## **Planteamiento de objetivos**

### **Objetivo General:**

Determinar si la creación de un nuevo canal digital de comunicación, en este caso la aplicación “IPSSTMovil”, genera, a través de la experiencia del usuario, mejoras en la imagen corporativa que el Instituto de Previsión y Seguridad Social de Tucumán ofrece a sus afiliados.

### **Objetivos específicos:**

- Describir la situación actual del Instituto de Previsión y Seguridad Social de Tucumán a partir de cuatro elementos: la realidad institucional, la identidad institucional, la comunicación institucional y la imagen corporativa.
- Describir las funciones, interfaz gráfica y los últimos cambios realizados de la App “IPSSTMovil”.
- Analizar cómo estas funciones, interfaz y cambios afectan la usabilidad de la APP.
- Examinar la actitud de los afiliados y afiliadas en cuanto a su experiencia del usuario con la aplicación móvil
- Determinar si hubo mejoras en la imagen corporativa del IPSST.

## **Diseño metodológico**

Para contestar la pregunta de esta investigación, el enfoque que se adoptó es mixto porque combina elementos cualitativos y cuantitativos. Cualitativo porque en un principio se caracterizó a la aplicación, su diseño e interfaz, además se realizó una descripción general sobre el funcionamiento y recorrido histórico del Instituto de Previsión y Seguridad Social de Tucumán.

Por otro lado, la investigación también tiene un enfoque cuantitativo donde se realizaron encuestas para obtención y análisis de datos provenientes de los afiliados de la Obra Social y, de esta forma, conocer su experiencia del usuario con la App “IPSSTMovil” y si esto afectó la imagen institucional.

## **Resultados obtenidos**

A partir de los resultados obtenidos de las encuestas se puede determinar que la imagen institucional del Instituto de Previsión y Seguridad Social de Tucumán si mejoró gracias al lanzamiento de la app “IPSSTMovil”. Esto se ve claramente en los resultados, si pasamos el porcentaje a la cantidad de personas que contestaron muy probable y

probable en la influencia de la app tenemos que de 105 personas, 57 la consideraron probable y 33 muy probable.

Otro dato que llamó la atención fue que la mayoría de las personas encuestadas recomendarían la aplicación. Esto nos dice que en términos generales a los usuarios les resultó útil la app y esto contribuye a mejorar la imagen corporativa del instituto.

En cuanto a la experiencia del usuario, un análisis general de los resultados arrojados tras la evaluación de las siguientes dimensiones: Presentación, facilidad de acceso y eficiencia y rapidez de las funciones determinó que la experiencia para los usuarios fue positiva siendo que aproximadamente el 50% de los encuestados consideró que dichos aspectos son buenos y el 15% los consideró muy buenos.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que aproximadamente el 35% restante valoró su experiencia como regular. Esto se debe a que la aplicación aún no ha terminado de desarrollarse por lo que sus funciones se encuentran incompletas. En este sentido, los usuarios tenían la posibilidad de sugerir mejoras en su experiencia con la app y las respuestas que más se destacaron fueron las siguientes:



Mediante una nube de palabras se representaron la mayoría de las respuestas de los afiliados usuarios de la aplicación móvil. Así, podemos ver como la palabra “prestadores” resalta sobre el resto, esto se debe a que la mayor parte de afiliados sugirieron mejorar y actualizar la cartilla de prestadores, por eso también resalta la palabra “actualicen” y la palabra “listado”.

Además, podemos ver que también resaltan las palabras “funciones”, “fácil”, “directa” e “información”. Esto se debe a que muchos encuestados contestaron que la app debería agregar más funciones y que el acceso sea más fácil y directo. Asimismo, algunos afiliados contestaron que debería haber más información útil dentro de la aplicación.

Por otra parte, podemos observar que muchos usuarios no utilizan la aplicación con frecuencia. Esto puede deberse a dos razones: en primer lugar, por lo dicho anteriormente. Los usuarios ingresan a la app en búsqueda de algo específico y las funciones no responden como esperan. En segundo lugar, las funciones principales de la aplicación resultan provechosas cuando una persona concurre al médico, por lo que si el afiliado no necesita ser atendido, tampoco hay necesidad de consultar en la aplicación.

En cuanto a la antigüedad de los usuarios siendo afiliados en el instituto, el 37,1% respondieron que pertenecen a la Obra Social hace menos de 5 años. Este dato llama la atención, ya que los beneficiarios que se afiliaron durante

ese rango de años no conocen por completo la transición de lo presencial a lo digital, tampoco están familiarizados con los procesos anteriores a la llegada de la digitalización en el instituto. En consecuencia, la valoración que hicieron del proceso de digitalización estuvo determinada por lo que conocen.

Siguiendo con la línea anterior, entendemos que la aplicación no surge por sí sola, sino que se enmarca en un proceso digital mucho más amplio. Esta pregunta es fundamental en la encuesta porque todavía hay afiliados quienes no están familiarizados con dicho proceso o les resulta innecesario. Aunque las encuestas arrojaron que la mayor parte de los encuestados se encuentran satisfechos, muy satisfechos y altamente satisfechos con los avances tecnológicos de la Obra Social, hay un 7,7% que todavía no se encuentra satisfecho.

## **Conclusiones y proyecciones**

La presente investigación se dividió en tres ejes principales que corresponden a cada uno de los capítulos desarrollados: la parte institucional, la aplicación “IPSSTMovil” y la respuesta de los afiliados con respecto a la app y su experiencia como usuarios.

Dichos ejes están relacionados entre sí para poder responder al objetivo principal y a la hipótesis del trabajo. En ese sentido, es importante hacer un recorrido breve de lo que se trabajó hasta ahora:

En primer lugar, se hizo una descripción detallada de la institución, tomando como sustento teórico los aportes de Norberto Cháves en “La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional”. A partir de allí, se desarrolló la situación actual de la Obra Social describiendo cuatro elementos principales: la realidad institucional, la identidad institucional, la comunicación institucional y la imagen institucional.

En segundo lugar, gracias a los conceptos de interfaz desarrollados por Carlos Scolari en “Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales”, se pudo realizar una descripción completa de la app, detallando sus principales funciones, recorridos y procesos necesarios para tener acceso a la interfaz. Asimismo, se comprobó que la aplicación cumple con los requerimientos necesarios para ser considerada una app segura y confiable. Estos requerimientos fueron extraídos del siguiente trabajo: “Aplicaciones móviles en medicina y salud” de Alonso Arévalo.

Por último, a partir de los aportes tomados de “La experiencia del usuario. No solo usabilidad” de Hassan Monteros y Martín Fernández, se presentaron las respuestas de los afiliados en relación a su experiencia como usuarios de la aplicación “IPSSTMovil”.

Dicho esto, podemos afirmar que en cada uno de los capítulos se fueron resolviendo los objetivos planteados en el inicio de la investigación. En ese sentido, la definición de objetivos fue fundamental para estructurar la investigación en tres capítulos y elegir los trabajos e investigaciones pertinentes para el tema.

Asimismo, tomando en cuenta el trabajo realizado y los resultados de las encuestas, podemos confirmar la hipótesis de investigación. Las respuestas de los afiliados resultan positivas debido a que, de las 105 personas encuestadas, un 53,3% respondieron como probable el hecho de que la aplicación haya mejorado su imagen de la Obra Social y un 31,4 % lo consideró muy probable.

En relación con lo anterior, es importante destacar que, en los últimos 5 años, la institución y sus autoridades le han dado prioridad a la comunicación llevando a cabo iniciativas como la creación de la Oficina de Comunicación Institucional y el avance y desarrollo del proceso de digitalización. Ambos hechos le han permitido a la Obra Social mejorar los canales de consulta para los afiliados y crear algunos nuevos como las redes sociales y la aplicación móvil, lo que consecuentemente provocó mejoras en la imagen del instituto.

Sin embargo, a pesar de que la imagen institucional de la Obra Social se ve favorecida por dichos acontecimientos,

todavía quedan aspectos por mejorar y fortalecer.

A lo largo de la investigación se han vislumbrado los principales inconvenientes de la institución, y si bien algunos no están estrechamente relacionados con la Oficina de Comunicación Institucional, definitivamente afectan a la comunicación con el afiliado y, por lo tanto, a su imagen institucional.

En ese sentido, es importante tener en cuenta que la aplicación se estuvo desarrollando desde el 2018 por una empresa de Córdoba llamada Tecnet. El producto debía lanzarse en el año 2019, pero por inconvenientes relacionados a la empresa no pudo ser lanzada ese año. Finalmente, la aplicación fue promocionada por la Obra Social en el año 2021.

Hay que decir que hubo una falta de diálogo y acuerdos entre la Obra Social y Tecnet; la empresa incumplía los plazos de entrega e incluso llegó a perder dinero por no respetar los contratos. Por esta razón, la aplicación fue lanzada sin contar con todas las funciones y, hasta el día de hoy, no se agregaron aspectos nuevos a la interfaz.

Por otro lado, también hubo un apuro por parte de las autoridades de la institución en lanzar la app, por lo que la Oficina de Comunicación Institucional tuvo que promocionarla lo más rápido y mejor posible.

Sin embargo, dadas las circunstancias, la aplicación no tuvo una cantidad significativa de descargas, siendo que de 340.000 afiliados solamente 12.000 la descargaron. Esto puede deberse a que la aplicación todavía no cuenta con todas sus funciones y las que tiene hasta el momento, pueden resolverse sin la necesidad de descargarla.

En este sentido, es importante que la institución pueda contar con una Gerencia de Sistemas que tenga las herramientas necesarias para hacerse cargo de todos los productos tecnológicos de la Obra Social, tanto de app como del sitio web, entre otros. Así, podrían simplificarse todos los inconvenientes nombrados anteriormente, dado que conocen cómo funciona la institución y las necesidades de los afiliados. Además, el intercambio y diálogo con la Oficina de Comunicación Institucional sería más fluido y la aplicación podría haber sido lanzada con todas sus funciones.

Por su parte, la Oficina de Comunicación Institucional debe resolver algunas cuestiones para mejorar y fortalecer la comunicación de la Obra Social: En primer lugar, la oficina todavía debe jerarquizarse formalmente dentro de la institución. Hasta ahora funciona como un anexo de la intervención y no existe como tal en el organigrama de la Obra Social, tampoco depende de alguna gerencia como el resto de las oficinas. Esto provoca que una parte de los empleados no conozcan la oficina y mucho menos las funciones que cumplen, y otra parte crea que la oficina representa únicamente a la intervención, por lo que se dificulta la comunicación entre la oficina y el resto de las áreas.

Además, hace que sea difícil para la oficina contratar nuevo personal y contar con mejores herramientas para desarrollar sus funciones y cumplir sus objetivos. Por ejemplo, contratar nuevos diseñadores que puedan unificar el diseño, tanto de redes sociales, el sitio web, la aplicación, como de la cartelería, los folletos y formularios que se entregan a los afiliados, entre otros va a permitir que los afiliados puedan reconocer rápidamente a la institución en cualquiera de sus productos.

Por estos motivos, también es fundamental trabajar la comunicación interna dado que traería consecuencias positivas:

Al contar con canales de comunicación interna entre la oficina y el resto de las áreas que sean eficientes, iniciativas nuevas como la aplicación podrían difundirse con mayor facilidad entre los afiliados, ya que el personal que está en atención al público podría promocionarla. Esto no aplica únicamente a la app, sino también a las redes sociales que no tienen un número de seguidores significativo.

Que las otras áreas de la institución conozcan las funciones de la Oficina de Comunicación Institucional, facilitaría

el acceso a la información actualizada y unificada para el subir al sitio web y a las redes sociales ya que habría mayor colaboración por parte de otros empleados.

La comunicación interna no sólo debe ser trabajada dentro de Casa Central, sino que debe extenderse a todas las filiales que no cuentan con las mismas herramientas, ni tampoco con la misma información que la central. Elaborar un canal formal de comunicación con el resto de las filiales evitaría, por ejemplo, que afiliados del interior se vean obligados a concurrir a Casa Central para realizar trámites que podrían resolverse en la filial más cercana. Asimismo, también estarían promocionando las redes sociales, el sitio web y la aplicación.

Por otro lado, hay mejoras que no dependen de la Oficina de Comunicación, pero si se trabajara en ellas, la imagen institucional se vería favorecida. Por ejemplo:

El listado de prestadores: actualizar el listado de prestadores es una tarea que, hasta el momento, nadie se hizo cargo ya que conlleva mucho tiempo y es un trabajo tedioso. Sin embargo, son muchos los afiliados que lo exigen ya que en el listado figuran médicos que no reciben la Obra Social. En este caso, la Oficina de Comunicación decidió publicar en el sitio web únicamente el listado de prestadores directos.

Las denuncias por cobro indebido: esto es fortalecer y brindar un cauce real a las denuncias por cobro indebido y además, realizar acciones dirigidas a erradicar el cobro de *plus*. Por otro lado, también serviría extender el canal de denuncias, por ejemplo agregar en la aplicación una opción para denunciar.

Un mejor aprovechamiento de los operativos organizados por el Gobierno Provincial: generalmente los operativos constan de un stand únicamente informativo y, si bien han servido para promocionar las redes sociales, el sitio y la aplicación, hasta ahora no se pudieron resolver trámites a las personas que consultaban. En ese sentido, sería conveniente que los empleados del instituto puedan contar con una notebook o tablet que tenga habilitado el sistema interno de la Obra Social y que les permita resolver trámites de forma inmediata.

Luego del desarrollo de este trabajo, queda en evidencia que la experiencia que los usuarios tienen con la aplicación móvil está estrechamente relacionada con su experiencia como afiliados de la Obra Social y con el resto de los servicios que la institución brinda. Por lo tanto, se puede decir que la comunicación no es tarea únicamente de una oficina, sino que se necesita colaboración y participación de todos los empleados de la institución.

Por este motivo es que trabajar en lo anteriormente nombrado, necesariamente va a fortalecer la confianza de los afiliados y, en consecuencia, va a enriquecer aún más la imagen de la institución.

## Bibliografía

- (n.d.). IPSST - Instituto de Previsión y Seguridad Social de Tucumán. Recuperado en el año 2022, desde <https://ipsst.gov.ar/>
- Alonso Arévalo, J. (2016). Aplicaciones móviles en medicina y salud. *XII Jornadas APDIS, Universidad de Coimbra*. <https://gredos.usal.es/handle/10366/130118>
- Blaco Pérez, V. E., Bonilla Poscue, Y. Y., & Serrato López, C. M. (2021). *Evaluación: Experiencia del Usuario en una Aplicación Móvil para pacientes con Hipertensión Arterial*. Repositorio Institucional de la Corporación Universitaria Adventista. <http://repository.unac.edu.co/handle/11254/1084>
- Cháves, N. (2012). *La Imagen Corporativa. Teoría y Práctica de la Identificación Institucional*. G. Gili, SA de CV.
- Hassan Monteros, Y., & Martín Fernández, F. J. (2005). La Experiencia del Usuario. *No Solo Usabilidad*, 4. ISSN 1886-8592
- Knapp Bjerén, A. (2003). *Experiencia del Usuario*. Anaya Multimedia.
- Norman, D., & Nielsen, J. (2003). The Definition of User Experience. *Nielsen Norman Group*. <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>
- Scolari, C. A., & Scolari, C. (2004). *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Editorial Gedisa.

Tamayo Rodríguez, P., Oyaque Vásquez, L. M. (2020). *La Comunicación Institucional y la Imagen Corporativa en el Centro de Salud de Izamba, cantón Ambato, provincia de Tungurahua*. Repositorio digital de la Universidad Técnica de Ambato. <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31285>

# Esencia y valor de marca, claves para una gestión coherente

Rodolfo Varela

rodovarela01@gmail.com

Alfredo Parada Larrosa

alfredoparadalarrosa@gmail.com

**Universidad Nacional de La Rioja**

## Introducción

En un mundo revolucionado digitalmente por la explosión de Internet, las redes sociales y la inteligencia artificial, sumado a la aparición de diversos dispositivos como smartphones y tablets, se modificaron las formas en que las personas interactúan con las marcas. Esto representa a la vez, una oportunidad y un desafío, debido a que las organizaciones se encuentran frente a un medio atractivo para generar presencia y lograr posicionarse.

La marca se puede definir como el entramado abstracto e intangible que brinda identidad y personalidad a una organización. A su vez es el conjunto de percepciones que los públicos tienen de las instituciones. En las marcas entran en juego la cultura, los discursos, y las experiencias que todo ello genera. Muchas veces se confunde marca con signo gráfico. La marca no es lo que la empresa dice que es, sino más bien lo que las personas dicen de ella. De manera tal que el capital marcario tiene estrecha relación con las experiencias de marca.

Hasta hace algunos años la publicidad tradicional unidireccional les garantizaba a las organizaciones la difusión de sus productos y servicios. Los sistemas de diseño de identidad corporativa velaban por el uso correcto de signos gráficos para identificar. Hoy el paradigma cambió y las organizaciones que no lo hayan advertido estarán en problemas. Las empresas actuales hablan menos de sí mismas y mucho más de sus usuarios. Lo hacen porque cambiaron las reglas del juego y ahora es el público quien tiene el control. Los nuevos escenarios modificaron el rol de la organización y la perciben como un ente que necesita indefectiblemente crear vínculos emocionales y duraderos con sus públicos. Las personas al tener acceso a un ecosistema digital a su disposición, validan (o no), resignifican los mensajes, cuentan sus experiencias y construyen colectivamente la reputación de la organización.

## Hablemos del valor de marca

Una marca es lo que identifica a una empresa, lo que la diferencia del resto y lo que la gente piensa de ella. Una marca bien gestionada es un conjunto de promesas en las que los consumidores creen. Las marcas nacen como un dibujo (signo gráfico) y se transforman en una especie de esponja que absorbe las percepciones que las personas tienen sobre ellas. Esas percepciones tienen que ver con la comunicación y sobre todo con las experiencias que tienen los usuarios con la organización.

Figura1: Formas vs. sensaciones.



Imagen de producción propia.

Las marcas y el branding, en tanto gestión de marca, constituyen el regalo más importante que el comercio ha hecho jamás a la cultura popular. El branding ha sobrepasado ampliamente su origen comercial hasta el extremo de que se ha hecho casi imposible medir su impacto social y cultural. (Ollins, 2004, p. 14).

En la construcción de una marca siempre pesan más las experiencias y las vivencias personales que los discursos comunicacionales. Es fundamental desarrollar una estrategia que haga foco en convertir las acciones en experiencias memorables con los usuarios. Lo discursivo es muy importante pero lo que vive y siente el público en la prestación de ese producto o servicio es crucial en la construcción de una marca.

Una organización puede comunicarse mediante una campaña publicitaria como eficiente, dinámica y centrada en sus clientes, pero en la práctica real del servicio, comportarse de manera diferente a lo que pregona. El usuario que vivió personalmente una mala experiencia posiblemente no volverá a creer en la organización por más que la publicidad siga contándole sus bondades.

El valor de la marca es lo que las personas ponderan de una organización. Son las razones, principalmente emocionales, por la que el público elige una marca y no otras. Aquí cobra importancia lo que los especialistas llaman beneficio emocional, es decir: cómo se sienten las personas con el producto o servicio adquirido.

La estrategia de marca consiste en la planificación de una serie de acciones como respuesta a un diagnóstico previo. Es definir un conjunto de significados que queremos que nuestros públicos asocien a nuestra organización y sus productos o servicios. La estrategia tiene como principal objetivo generar valor de marca.

La planificación estratégica para generar valor de marca es una tarea interdisciplinaria que se encarga de la construcción y gestión de la identidad de la organización en el tiempo. Se trata de un trabajo que siempre está en proceso iterativo, analizando resultados, redefiniendo estrategias y planes de acción. El objetivo de esta gestión es posicionar a la marca y generar valor en los consumidores con el fin de lograr un profundo vínculo con los públicos.

## Posicionamiento

### Lo que no se ve

Un modelo de posicionamiento de marcas muy utilizado es el denominado Brand Key que supone una serie de lineamientos conceptuales que guiarán luego la producción discursiva, creativa y actitudinal.

Figura2: Analogía del iceberg.



Imagen de producción propia.

Para poder hablar sobre la atribución de valor de marca es necesario pensar en la noción de un iceberg, donde la parte que no se ve es la estrategia que sustentará todas las acciones de comunicación visibles.

En esta parte de la estrategia deberemos determinar los siguientes puntos: repensar el producto o servicio, comprender los beneficios del producto o servicio (racional/emocional), definir los valores y la personalidad de marca (arquetipos), desarrollar las razones para creer (avales), trabajar en la diferenciación del producto o servicio y definir la esencia de la marca.

Hacer branding consiste en tomar una estructura formada por decenas, cientos o miles de voluntades en interacción como si se tratara de una unidad monolítica y estable en el tiempo, y procurar que defina de modo riguroso sus intenciones, sus capacidades, sus conductas y su autopercepción. Lo hacemos inevitablemente a través del lenguaje, con la carga de subjetividad de todos los involucrados que a veces son muchísimos (Brea, 2020, p.15).

### **Productos y servicios**

Repensar el producto/ servicio implica volver a las raíces y reflexionar sobre la tarea diaria. Sobre la razón de ser del trabajo y también sobre las formas, es decir el cómo se lleva adelante la tarea. Otra forma de pensar el trabajo diario es hacer foco en la solución. De qué manera el producto o servicio modifica la vida de las personas y cuál es el resultado de esa acción.

### **Beneficios**

Los beneficios pueden ser tanto de carácter funcional o racional, como de carácter psicosocial o emocional. Los primeros tienen que ver con las soluciones reales de nuestros productos o servicios y las últimas con lo que produce a nivel emocional en los clientes la solución que les ofrecemos.

### **El valor de la marca**

Es lo que a la gente le sucede con la promesa de marca de una organización, y a su vez es la razón emocional por la que el público elige una marca y no las otras. Aquí cobra importancia lo que los especialistas llaman beneficio emocional, es decir: cómo se siente el usuario con el servicio adquirido.

### **La personalidad de marca**

Es la base de nuestra identidad visual y verbal, pero también de todas las actuaciones. La personalidad se hace visible no sólo en las comunicaciones intencionales, sino en cada experiencia que ofrece a sus consumidores en sus puntos de contacto con la marca. Para definir la personalidad de una marca es muy útil utilizar alguno de los doce Arquetipos que son modelos de personalidad creados por el psicólogo Carl Jung, y que posibilitan humanizar a las marcas acercándolas a sus consumidores. Un ejemplo es Apple, marca que utiliza el arquetipo del “creador” debido a que siempre va un paso adelante y marca tendencia en diseño y tecnología.

### **Razones para creer**

Se trata de formular argumentos basados en por qué el grupo objetivo de consumidores debe creer que la marca es su mejor opción. Se debe procurar la coherencia entre el accionar y los valores que proclama la marca.

### **Diferenciación**

Considerar cuál es la principal diferencia que tiene la marca frente a la competencia y trabajarla como materia prima de lo discursivo.

Figura3: La esencia de la marca.

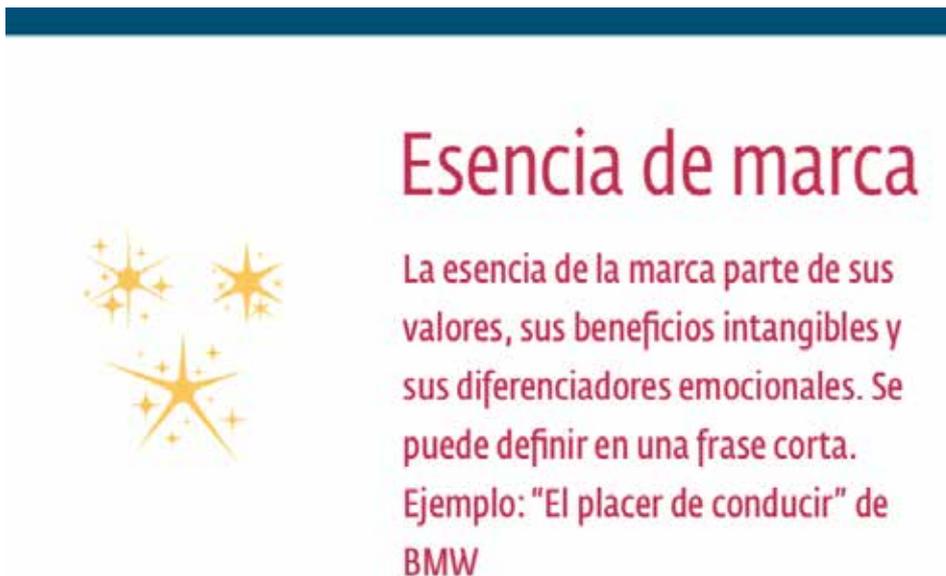


Imagen de producción propia.

### ***La esencia de marca***

La esencia de la marca parte de sus valores, sus beneficios intangibles y sus diferenciadores emocionales. Se puede definir en una frase corta. Ejemplo: “El placer de conducir” de BMW. La esencia es intangible pero siempre perceptible.

Encontrar una esencia permite que una marca no grite más fuerte que otra, sino que signifique más que otra.

### ***La estrategia de marca***

Consiste en la planificación de una serie de acciones como respuesta a un diagnóstico previo. Es definir un conjunto de significados que queremos que nuestros públicos asocien a nuestra organización y sus productos o servicios. La estrategia tiene como principal objetivo generar valor de marca.

### ***La promesa de marca***

Es el compromiso que una organización tiene con sus clientes sobre lo que recibirán de su marca. Es la promesa del valor o la experiencia racional y emocional que le entregará la marca a su consumidor en cada contacto y experiencia con la marca.

### ***La experiencia de marca***

Es el resultado de todas las anteriores. Constituye la percepción que se forman los consumidores cuando tienen contacto con una marca en cualquiera de sus puntos de contacto. La experiencia de marca se genera en los diferentes contactos entre la marca y sus consumidores. Puede ser por medio de la publicidad, el contacto personal, la calidad del producto y el servicio que reciben.

En el ambiente externo existen elementos fundamentales a la hora de planificar una estrategia de marca y son los siguientes: Target o públicos de valor, insights y ambiente competitivo.

### ***Los públicos de valor***

Este punto plantea identificar el target deseado, no sólo en términos demográficos, sino también en términos de actitudes y valores.

Una herramienta útil para definir los grupos de públicos de valor son los avatars. Un avatar es una descripción detallada de una persona ficticia que reúne las principales características e intereses y que debe responder al tipo de público promedio. Cuanto más detallada sea la descripción más elementos tendremos para definir ese grupo de público y direccionar mejor los mensajes.

### ***Los insights***

Los insights son fundamentales ya que nos permiten idear soluciones a problemas de nuestros usuarios. Los insights son bastante difíciles de obtener y son la clave para desarrollar productos y servicios que brinden experiencias diferenciales a los consumidores.

Los insight del consumidor son aspectos que se encuentran latentes y ocultos en la mente de las personas. Estos afectan sus formas de pensar, sentir o actuar. Provoca ideas y perspectivas desde la observación de los pensamientos, actos y conductas de las personas.

Es importante entender que un insight no es la solución, sino el punto de partida que nos lleva en camino a encontrar una solución basada en las necesidades reales de nuestros usuarios. El insight no es un dato, es algo muy

distinto. Un dato, es un hecho concreto, que podemos obtener desde diversas fuentes, el mismo que responde al “que” del comportamiento de nuestros consumidores, mientras que el insight nos cuenta sobre el “por que” de este comportamiento.

### ***Ambiente competitivo***

Conocer el entorno competitivo en el que se encuentra la marca significa poner en la balanza a todas aquellas que el consumidor puede considerar cuando hace su elección de consumo (competencia directa e indirecta). No sólo tiene que identificar marcas competitivas, sino que también debe considerar las percepciones que la gente tiene de ellas.

### ***Lo que se ve***

La parte visible del iceberg contiene el pasaje de lo abstracto a lo concreto. Una vez definidas las cuestiones conceptuales previas, se da paso al diseño de formas y discursos. Aquí se define el signo gráfico de identificación, el lenguaje o tono de marca, el camino creativo, la comunicación visual y la comunicación verbal. En cuanto a las formas on line, aquí también se produce la gestión de la web institucional y las redes sociales.

El estudio de la Identidad Visual se vincula al análisis de todo lo relacionado con sus elementos constitutivos: el símbolo (la figura icónica que representa a la organización); el logotipo y tipografía corporativa (el nombre de la organización escrito con una tipografía particular y de una manera especial); y los colores corporativos (o gama cromática, es decir, aquellos colores que identifican a la organización). También en la aplicación de la Identidad Visual a través del diseño gráfico, audiovisual, industrial, ambiental o arquitectónico (Capriotti, 2009, p.19).

Por otro lado, la narrativa de cada marca debe ser siempre coherente con su esencia de marca y con su personalidad. No solo deberán diseñarse los discursos sino también las experiencias.

Como mencionamos anteriormente, la experiencia de marca se genera en las personas con una mezcla entre los discursos y las acciones cotidianas. Ambas tienen que ser coherentes y continuadas en el tiempo. Se trata de que el decir y el hacer sean acciones coherentes y creíbles.

### ***Coherencia organizacional***

Las acciones de comunicación son la Publicidad, el Marketing, el diseño visual y el manejo de la web institucionales y las redes sociales.

Las acciones cotidianas son las actitudes y las formas de actuar del componente humano de la organización.

La marca se transforma entonces en experiencia. Ya no es un producto, ni una empresa. Es una sumatoria de diversos factores que hacen que el cliente se sienta a gusto o no con la solución que le brinda la empresa.

Figura4: Liderazgo.



Imagen de producción propia.

## Conclusión

Como podemos apreciar, generar valor de marca no es una tarea sencilla ni posible de lograr en el corto plazo. Las claves para una gestión coherente tienen que ver con el trabajo metódico, interdisciplinario y sostenido en el tiempo. No se trata de comunicar las bondades de los productos o servicios, sino más bien de lograr que éstos sean percibidos como un puente para mejorar la vida de las personas. Hoy las organizaciones deben generar un vínculo emocional con sus públicos. Esto es así porque el nuevo rol del usuario lo encuentra con un protagonismo inédito hasta el momento y son las personas quienes determinan colectivamente la reputación de las organizaciones. Sin experiencias positivas no será posible generar valor de marca que posibilite un buen posicionamiento.

## Bibliografía

- (Revised).
- Neumeier, M. (2006). *The brand gap : how to bridge the distance between business strategy and design* revised ed.
- Brea, G. (2020). *Brand Book, ideas sobre marca y diseño.*
- Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo.*
- Ollins, W. (2004) *Brand: Las marcas según Wally Olins.*

# Experiencias pedagógicas en la Comunicación y el Diagnóstico Institucional. 10 años de la Auditoria de Comunicación

Manuel Rodrigo Torres

mtorres@unlar.edu.ar

Carlos Navarro (UNLaR)

carlosnavarro00@gmail.com

Magalí Jiménez

maguiji25@gmail.com

**Universidad Nacional de La Rioja**

## **Experiencias de investigación en la comunicación institucional en la UNLaR**

La presente ponencia tiene el objetivo de compartir una serie de experiencias pedagógicas desarrolladas, en los últimos 10 años, por la Cátedra de Comunicación y Diagnóstico Institucional del cuarto año de la Lic. en Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Rioja.

Puntualmente, se expondrán diferentes tendencias y regularidades halladas en los trabajos prácticos de diagnóstico de los procesos de comunicación organizacional realizados por los y las estudiantes en organizaciones públicas, privadas y del tercer sector de la ciudad de La Rioja.

Cada año, tal investigación se extiende durante todo el año académico y se instrumenta a partir de los aportes teóricos de autores como Joan Costa (2009) y Paul Capriotti (2013), a través de una metodología de investigación y abordaje comunicacional, denominada Auditoria de Comunicación (Amado, 2009).

Tras realizar una especie de inventario de las auditorías se abordaron aspectos en común en materia de gestión de la identidad visual y conceptual, planes de comunicación, los públicos y la imagen real, estimada y potencial de las organizaciones auditadas anualmente por los y las estudiantes.

En tal sentido, se pretendió establecer si existen tendencias a nivel de estilos de gestión de la comunicación tácticos o estratégicos, de gestión de la comunicación fundada en valores y la importancia otorgada por las conducciones de la organización a la comunicación interna y la comunicación por canales y en espacios virtuales.

También se relevaron las opiniones de la conducción de las organizaciones con respecto a la gestión de la comunicación y las actividades y recursos que ello implica.

Asimismo, se observó la composición de los equipos de gestión de la comunicación, la formación de sus integrantes, los recursos económicos y tecnológicos a su alcance y la existencia, o no, de planes para llevar a cabo su actividad.

## **La formación en gestión estratégica de la comunicación**

La mencionada Cátedra, creada a partir del Plan de Estudios aprobado en 2009, se ubica en la orientación en Comu-

nicación Institucional y publicidad, es anual y cuenta con una carga horaria de 120 horas.

La planificación de actividades teóricas y prácticas apunta a que el estudiante sea capaz de construir conocimientos y adquirir competencias en materia de gestión de la comunicación en las organizaciones, la planificación y ejecución de una auditoría de la gestión de los procesos de comunicación y un plan de mejora de esta dimensión esencial de toda organización.

La comunicación institucional constituye un campo de conocimiento básico para la gestión y la mejora de estos procesos de interrelación social y el funcionamiento de las organizaciones. La correcta planificación y la gestión de la comunicación de una organización permite que la construcción de una identidad coherente y consecuente con los objetivos institucionales y lograr una repercusión positiva en la imagen que los diferentes públicos construyen de esa organización.

El especialista catalán Joan Costa (2006) explica que el actual contexto cultural en el que coexisten las diversas organizaciones demanda la planificación y la gestión de nuevos vectores estratégicos tales como la identidad, la cultura, la acción, la comunicación y la imagen. Entonces, la gestión de la comunicación apunta a repercutir positivamente en aspectos centrales para la vida de las organizaciones contemporáneas como son: el estilo de gestión, la diferenciación respecto de la competencia y el posicionamiento de la organización en un determinado contexto cultural.

En la actualidad, todas las organizaciones públicas, privadas y del tercer sector necesitan que sus procesos de comunicación sean gestionados de manera correcta y racional, lo cual se traduce en inmensas oportunidades de trabajo y desarrollo profesional para los y las licenciadas en Comunicación Social.

La comunicación organizacional también provee herramientas de investigación de los procesos de comunicación en las organizaciones a los fines de establecer diagnósticos lo más certeros posible y que arrojen datos que permitan elaborar planes de mejora de esos procesos.

Asimismo, las herramientas conceptuales, procedimentales y actitudinales aportadas por la Comunicación Institucional son clave para entender, construir, gestionar y evaluar nuevos factores que hacen al funcionamiento de las organizaciones modernas como el caso de los conceptos de valor e intangibilidad.

## **Nuevo Paradigma de la Comunicación Pública**

Especialistas provenientes de diferentes disciplinas sociales y la consultoría en comunicación organizacional coinciden en señalar que la relevancia de la gestión de los procesos de comunicación de las organizaciones se asienta en el actual entorno cultural en el que funcionan estos grupos humanos y a los que, indefectiblemente, deben adaptarse.

Joan Costa (2009, 194) señala que las organizaciones contemporáneas enfrentan el desafío de adecuar sus objetivos y funcionamiento a las condiciones de un nuevo paradigma en el que la información se convirtió en un factor clave.

“La lógica industrial ya no es ombligo del negocio en nuestra sociedad”, sino que ahora “la empresa-organización es una célula de una red enorme en el mundo de los valores emergentes”, explica Costa (2009,194).

Tales valores se resumen en la imagen que las organizaciones construyen en la mente de sus diversos públicos internos y externos, a partir de sus estilos de actuación. La imagen, explica Costa (2009) es el resultado, la consecuencia de su estilo particular de vinculación entre la organización y sus públicos. Ello, desde un enfoque “Watzlavikiano”, implica que las organizaciones comunican todo el tiempo y en todos los sentidos, generando diferentes reputaciones y por lo tanto reacciones hacia la misma organización.

Entonces, la forma más presente y efectiva de comunicación de las organizaciones es el estilo, el modo en el que realiza sus diversas actividades, generando diferentes imágenes en sus públicos, según cada experiencia de interrelación.

Ahora, por ejemplo, las empresas, no solo deben ser capaces de producir y comercializar productos de una calidad cercana a la demandada por sus públicos, sino que también deben ser capaces de escuchar y detectar sus deseos y requerimientos y construir mensajes adaptados a tales necesidades reales y/o simbólicas.

El nuevo paradigma se caracteriza por la profusión de mensajes y propuestas de distintas organizaciones que ofrecen productos y/o servicios bastante parecidos, ante lo cual, la clave está en la capacidad para diferenciarse del resto y lograr que esa pretendida “originalidad” se posicione en la mente de los públicos.

Por ejemplo, en el campo de los servicios, ¿qué nos lleva a elegir una empresa de telefonía celular cuando comercializan productos y servicios de calidades y precios bastante parecidos?

En estos casos, las organizaciones, especialmente las empresariales, apelan a estrategias de comunicación que les permitan distinguir su propuesta/mensaje de las de la competencia (Costa, 2009:71). Y es dable aclarar que decimos estrategias porque entendemos a las políticas de gestión de los procesos de comunicación como un conjunto de definiciones y un plan de actividades que trascienden a una campaña publicitaria y/o de marketing y la relación que cada organización establece con los medios de prensa. La estrategia debe tener carácter estructural y atravesar a todas las facetas y aspectos de la vida organizacional.

Entonces, como paso previo y necesario a la formulación de un plan de comunicación adaptado a las necesidades de los públicos, la gestión de los procesos de comunicación depende de la capacidad de la propia organización para investigar, describir y analizar cómo se registran esos intercambios de mensajes en su interior y con el entorno y de adaptar sus mensajes a sus objetivos y a las necesidades y deseos de sus públicos.

Adriana Amado Suárez (2008:11) denomina COMUNICACIÓN PÚBLICA a la circulación de mensajes que se da en el espacio público, más allá de la naturaleza del emisor y sus finalidades. Y entiende que las actividades de gestión de los procesos comunicacionales permiten mejorar la planificación y administración de las interacciones entre productores y consumidores de bienes materiales y simbólicos e intangibles.

## **EL DIRCOM**

Costa (2009:231) señala que la planificación, ejecución y evaluación de la estrategia de gestión de la comunicación en las organizaciones debe estar a cargo de un Director de Comunicación de la organización (Dircom), quien “debe guiarse más por la psicología que por la tecnología”.

Tal cual lo señalamos anteriormente, la clave de la gestión de los procesos de comunicación está en la capacidad de empatía del Dircom para “construir” consensos entre los intereses de la organización y las necesidades y deseos de los públicos.

En el campo de la Comunicación Política, este tipo de estrategias “permite reducir las tensiones existentes entre las demandas de la ciudadanía y la posibilidad de respuesta de los gobiernos”, (Riorda, 2013:4).

El Dircom debe ser un “generalista polivalente, estratega, gestor de las comunicaciones y guardián de la imagen corporativa”, al tiempo que tener una permanente actitud receptiva de las inquietudes y expectativas de los públicos que establecen diferentes tipos de vínculos de la institución (Costa, 2009,235).

Un Dircom podrá comunicar con eficacia en la medida en que sepa escuchar y comprender los requerimientos de los públicos e incorporarlos a su estrategia de gestión de la comunicación.

También debe conocer en detalle el proyecto organizacional a fin de adecuarlo a la estrategia de construcción de la imagen organizacional que se pretende instalar en sus públicos y aportar a la definición y fundamentalmente a la comunicación de la misión, visión, valores y la cultura organizacional de la organización.

## **La auditoría de comunicación**

Se trata de una metodología de investigación sobre las características y el alcance de los procesos de comunicación en una o varias organizaciones.

Etkin, (en Amado Suarez et al, 2009, 39) señala que la auditoría permite examinar y mejorar los sistemas y las prácticas de comunicación interna y externa de una organización, en todos sus niveles. Y, desde una perspectiva funcionalista, evalúa la incidencia de los procesos de comunicación en clima laboral y el compromiso organizacional y promueve cambios en los sistemas de comunicación.

Se divide en dos grandes facetas: la etapa de diagnóstico, prominentemente descriptiva y el plan de mejora, promotor de actividades de comunicación oportunos y efectivos para construir una imagen real lo más cercana posible a la imagen deseada por la conducción de la organización.

## **Tendencias y regularidades**

Cada año, la Cátedra encomienda a los estudiantes la organización de grupos de trabajo para la realización de auditorías de comunicación en organizaciones de los sectores: público, privado y no gubernamental de la Provincia.

Cada grupo cuenta con la supervisión y el acompañamiento del equipo docente a nivel disciplinar y de investigación metodológica.

El proceso pedagógico se extiende a lo largo del año, y en caso de cumplir con las pautas fijadas, cada grupo presenta su auditoría y plan de mejora al concluir la etapa de cursado.

El repaso de las auditorías y planes de mejora presentadas en esta década por los grupos de estudiantes de la Cátedra de Comunicación y Diagnóstico Institucional permitió hallar algunas regularidades en las variables y dimensiones de la auditoría de comunicación propuesta por Etkin (en Amado Suarez et Al, 2009, 42).

En materia de identidad, es evidente la tendencia a adoptar el uso de elementos de identificación visual como logos e isologotipos, cuyos colores institucionales, generalmente, también están presentes en diferentes espacios tangibles y virtuales de la organización como letreros, papelería, webs y redes sociales.

A nivel de identidad conceptual, son pocas las organizaciones que formulan su misión, visión y valores y menos aún las que se plantean comunicarlos estratégicamente y con regularidad a sus públicos internos y externos.

De este dato, se infiere que no consideran que la comunicación de estos elementos de la identidad conceptual revista carácter estratégico.

En cuanto a la comunicación, generalmente no cuentan con un plan estratégico de comunicación a públicos internos y externos. Su comunicación tiene carácter táctico, con fines estrictamente operativos y se orientan en función del sentido común, la experiencia hacia el corto y, en el mejor de los casos, hacia el mediano plazo.

Se prioriza la comunicación externa y en los últimos años creció la tendencia a comunicar en redes sociales, en detrimento de la publicidad en medios tradicionales.

En la mayoría de los casos, las conducciones de las organizaciones consideran a la gestión de la comunicación como un aspecto táctico y no le otorgan prioridad en materia de recursos y participación en las principales decisiones referidas al devenir de las organizaciones.

En las organizaciones públicas, se incrementaron las oficinas y áreas de comunicación, generalmente a cargo de profesionales de la comunicación social o disciplinas afines. Generalmente, comunican en redes sociales, pero sin un plan estratégico de carácter estructural y a largo plazo.

En este sector, las oficinas de comunicación van siendo jerarquizadas en los respectivos organigramas, pero ello, no necesariamente se refleja en los recursos económicos, humanos y técnicos asignados a su funcionamiento.

La gestión de la comunicación interna y externa prácticamente no se evalúa y, a nivel interno, no tiene en cuenta aspectos como la cultura organizacional y las variaciones del entorno en el que se halla la organización.

En las organizaciones del sector privado y las no gubernamentales, generalmente, la gestión de la comunicación interna y externa está a cargo de sus autoridades o un referente. En la mayoría de los casos no tienen formación profesional y se realiza de manera intuitiva y con un enfoque instrumental y sin planificación.

En todos los casos, la comunicación externa de actividades, productos y servicios se realiza a través de Redes Sociales y, en menor medida, a través de sitios web. A nivel interno, se apela a las reuniones y la red de mensajería WhatsApp. Las reuniones tienen fines operativos, especialmente para organizar y atribuir roles y responsabilidades. En muy pocas oportunidades se emplean con el fin de motivar o fortalecer la identificación de los públicos internos con los objetivos de la organización.

En pocos casos se identificaron actividades de comunicación bajo el formato de promoción y de responsabilidad social empresarial o institucional. Y prácticamente ninguna de las organizaciones investigadas contaba con un plan de comunicación en casos de crisis.

La mayoría de las organizaciones auditadas no mide su imagen en sus públicos internos y externos y tampoco el posicionamiento de tal imagen en sus diferentes públicos. De ello, también se desprende que tampoco gestionan la mejora de su imagen organizacional a partir de la comunicación de determinados atributos de su imagen.

En conclusión, la gestión de la comunicación en las organizaciones públicas, privadas y del tercer sector de la ciudad de La Rioja se realiza en función de actividades de alcance táctico y sin mayor planificación estratégica.

Los equipos de comunicación no comunican a nivel interno para adecuar las culturas organizaciones a los objetivos institucionales y las permanente modificaciones del entorno social y tecnológico en el que se hayan insertas.

## Referencias bibliográficas

- Amado Suárez, Adriana, et al (2009): Auditoría de Comunicación. La Crujía Ediciones. Buenos Aires.
- Costa Joan (2009): Imagen Corporativa del siglo XXI. La Crujía. Buenos Aires.
- Capriotti, Paul (2013): Planificación estratégica de la imagen corporativa. Editorial Ariel. Barcelona.

# El Banco Digital de Producciones de la FCC como resguardo del patrimonio inmaterial universitario

Ramé Vanina

FCC – UNC vanina.rame@unc.edu.ar

Minchaca María Isabel

FCC – UNC isabelminchaca@mi.unc.edu.ar Petroli

Josefina FCC – UNC josefina.petroli@unc.edu.ar

## Resumen

Este escrito presenta las reflexiones surgidas por el equipo de comunicadoras quienes desarrollamos el Banco Digital de Producciones (BDP) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). El BDP es una plataforma en línea que almacena piezas comunicacionales realizadas por docentes, estudiantes, egresadas y egresados en diferentes lenguajes, soportes y formatos: audiovisuales, sonoros, gráficos, producciones transmedia e institucionales. Año a año diferentes actores de la FCC desarrollan una multiplicidad de producciones en el marco de trabajos prácticos, tesinas o producciones independientes. Ante la inexistencia de un dispositivo que permitiera tanto su archivo como su circulación, nos pusimos a la tarea de proteger y poner en valor estas expresiones culturales universitarias. El BDP responde a dos oportunidades que lo propician, por un lado Internet y la web 2.0 se presentan como el escenario óptimo para la circulación y consumo global de material multiformato. Por otro lado, en adhesión a la UNESCO, reconocemos al BDP como aquel contenedor del patrimonio inmaterial el cual incluye “tradiciones o expresiones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza, al universo, saberes y técnicas vinculadas a la artesanía tradicional” (UNESCO, 2003). De acuerdo a esta línea, para la UNESCO (2003) es importante salvaguardar el patrimonio inmaterial, ya que su transmisión de generación en generación infunde sentimientos de identidad y continuidad y también contribuye a promover el respeto por la diversidad cultural y la creatividad.

Desde el año 2018 estuvimos trabajando en la digitalización de aquellas producciones que se presentan como trabajos finales de grado, posgrado y como resultantes de actividades profesionales de egresados. Metodológicamente organizamos las producciones en fichas que nos permitieron categorizar cada pieza comunicacional en tema, género, autor y año de realización. Categorías que derivaron en el posterior sistema de filtrado y botones de búsqueda del entorno digital.

En línea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 11.4 de la ONU, aportamos a “redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo” (ONU, 2015, p.25) y concluimos que el resguardo e intercambio de las obras creativas permite democratizar su acceso, habilita y abre nuevos debates, investigaciones y también la posibilidad de crear nuevas producciones. Por su facilidad de uso, amplia variedad de opciones disponibles y acceso en línea, el BDP es un aporte a la comunidad educativa y la sociedad en general.

## Introducción

En este escrito presentamos el trabajo desarrollado por un equipo de docentes, egresadas, egresados, no docentes y adscriptos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación que tuvo por finalidad desarrollar estrategias para la catalogación digital de las producciones que surgen del espacio universitario. Se trata del Banco de Producciones

Digitales (BPD) a través del cual apuntamos a propiciar la accesibilidad y circulación de productos comunicacionales realizados por los diferentes actores de la comunidad educativa.

En el marco del Programa de Apoyo y Mejoramiento a la Enseñanza de Grado (PAMEG) desde la Facultad de Ciencias de la Comunicación, nos propusimos desarrollar el micrositio web Banco Digital de Producciones de la FCC para contribuir al fortalecimiento de la formación profesional y apoyo al egreso<sup>1</sup>. Desde el año 2018, un equipo de docentes, no docentes, estudiantes y tesis de la FCC trabajamos en el archivo y sistematización de producciones audiovisuales, sonoras, transmedia y digital. Mediante una labor minuciosa de recupero de las obras universitarias, revalorizamos el patrimonio inmaterial de la cultura institucional universitaria.

Actualmente el Banco aloja producciones que emergen de todo tipo de trabajos y también que son realizados en variados formatos y soportes. En este sentido rastreamos y almacenamos todos aquellos productos realizados a partir de trabajos finales, experiencias extensionistas, de cátedras y también de otros espacios formativos y profesionales vinculados a la FCC (tecnicaturas, especializaciones, posgrado, seminarios, etc). Se trata de producciones que se realizan en diferentes soportes (audiovisuales, sonoros, digitales, multimediales) y formatos (documentales, informes periodísticos, spots de campañas, propuestas de comunicación institucional).

Puntualizamos la funcionalidad del BDP como recurso pedagógico de apoyo de las distintas ofertas académicas que brinda la FCC. Las temáticas, recursos estéticos y narrativos que ofrecen las producciones que integran el BDP, pueden ser consideradas como material de consulta por quienes se encuentran desarrollando sus investigaciones, desarrollos académicos y trabajos finales.

Se trata de una acción de utilidad para la comunidad educativa ya que profesionaliza un proceso que fomenta el vínculo entre la academia, las y los estudiantes, tesis, egresadas, egresados, docentes y profesionales de la comunicación en general. Su uso posibilita el acceso, consulta y circulación de parte del patrimonio cultural universitario, dando por resultado la mejora en la calidad de la enseñanza haciendo énfasis en el proceso creativo de las y los comunicadores sociales. Además, se configura en un espacio de inspiración creativa para futuras realizaciones vinculadas a la comunicación.

## Un reservorio de la cultura

Al hablar de patrimonio cultural, debemos consensuar en aquello que entendemos por cultura. Desde la perspectiva antropológica, cada pueblo, sociedad y grupo humano posee cultura porque participamos de un sistema social organizacional, lo cual supone compartir diferentes valores, símbolos, habilidades y demás rasgos que conforman la cultura del grupo. Sabemos que la cultura es dinámica y se transforma constantemente a medida que la realidad misma cambia. Los hábitos de las personas, las ideas, el lenguaje cambia al tiempo en que la sociedad evoluciona. Al decir de Bonfil Batalla:

*“toda sociedad va acumulando un acervo de elementos culturales (bienes materiales, ideas, experiencias, etc.) que ha hecho suyos a lo largo de su historia (ya sea porque los crearon o porque los adoptaron). Algunos mantienen plena vigencia como recurso para practicar o re-producir su vida social, en tanto que otros han perdido su vigencia original y han pasado a formar parte de su historia o se han perdido u olvidado para siempre.” (Bonfil Batalla, 1997)*

Cuando hablamos del patrimonio cultural de un pueblo, a lo que nos estamos refiriendo es al acervo de elementos culturales en los que se incluyen elementos tangibles y también intangibles. Se trata de elementos que una socie-

---

<sup>1</sup> Actividad desarrollada en el proyecto marco institucional: “Propuestas Pedagógicas para entornos presenciales y a distancia para la construcción del vínculo educativo en post pandemia”. El BDP estuvo incluido en el Componente B, línea de acción: “Producción de espacios virtuales para el alojamiento y acceso a recursos para el apoyo de trabajos finales.”

dad determinada considera propios y que les permite imaginar, gozar y expresarse. Todo acto humano se realiza a partir de un acervo cultural previo. Es decir que el patrimonio cultural de cada pueblo está integrado por los objetos culturales que a su vez mantienen vigente una sociedad, sus sentidos y memorias. En ese sentido García Canclini agrega que “El patrimonio cultural expresa la solidaridad que une a quienes comparten un conjunto de bienes y prácticas que los identifica, pero suele ser también un lugar de complicidad social.” (1999, p. 17)

## La creación del archivo digital como política institucional y nacional

El BDP es el resultado de una política institucional impulsada por la FCC, por ello tal como expresamos, su desarrollo implicó que diversas áreas de la Facultad trabajaran en conjunto. Por un lado la cátedra Narración Televisiva I a través de proyectos de extensión e investigación dio el impulso de la creación y ejecución completa del BDP; en cuanto a la Biblioteca, esta área se avocó a poner a disposición aquel material que se debía recuperar para digitalizarlo e incluirlo en el BDP. Por su parte, el Área de Comunicación Institucional y Sistemas, a través de la agencia de diseño web coordinaron las acciones operativas tecnológicas para poner a punto el BDP en la plataforma dispuesta para tal fin.

En palabras de Marisa Raquel De Giusti (2014)

*“un repositorio institucional es un depósito de documentos digitales, cuyo propósito es gestionar, organizar, almacenar, preservar y difundir en acceso abierto la producción resultante de la actividades de una organización. La variedad de materiales que se aloja en un repositorio institucional depende de la política de contenidos que determine la propia institución; los contenidos, en principio, podrían mantenerse a perpetuidad y el repositorio ser implementado de modo tal de asegurarlo, pero este punto también dependerá de la política de preservación que la institución determine.” (De Giusti, 2014).*

Al hablar de BDP nos referimos a aquel repositorio digital que tiene entre sus objetivos dar acceso e incrementar la visibilidad de los objetos digitales que almacena (Swan y Carr citados en De Giusti, 2014). En el caso del BDP almacena producciones de diferentes lenguajes tales como audiovisuales, sonoros, gráficos y multimediales. El elemento distintivo del BDP es que se trata puntualmente de un repositorio de producciones que emergen del ámbito institucional. Este tipo de repositorio forma parte de la producción intelectual y creativa de una institución académica perteneciente al ámbito público. La divulgación del material científico y académico es importante ya que apuesta a la democratización del conocimiento y en ese punto, el entorno digital es el espacio óptimo para garantizar su archivo y circulación. De Giusti cita a Thelwall y Kousha:

*“la búsqueda de información y recursos utilizados en el ámbito científico y académico se inicia primeramente en el marco digital, por lo que estas instituciones deben asegurar la preservación de los recursos, su accesibilidad en el largo plazo, su originalidad y el contexto en el cual han sido generados y para ello, las instituciones académicas deben incorporar metodologías de trabajo que permitan almacenar, catalogar, transformar y recuperar tales recursos” (Thelwall y Kousha citados en De Giusti, 2014).*

Estas iniciativas puestas en práctica por la UNC, responden a políticas públicas y normativas de referencia. En el caso de Argentina, la Ley 26.899 Repositorios digitales institucionales de acceso abierto, sancionada en el año 2013 por el Honorable Congreso de la Nación promueve en su artículo n°1 que:

*“Los organismos e instituciones públicas que componen el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI), conforme lo prevé la ley 25.467, y que reciben financiamiento del Estado nacional, deberán desarrollar repositorios digitales institucionales de acceso abierto, propios o compartidos, en los que se depositará la producción científico-tecnológica resultante del trabajo, formación y/o proyectos, financiados total o parcialmente con fondos públicos, de sus investigadores, tecnólogos, docentes, becarios de posdoctorado y estudiantes de maestría y doctorado. Esta producción científico-tecnológica abarca al conjunto de documentos (artículos de revistas, trabajos técnico-científicos, tesis académicas, entre otros), que sean resultado de la realización de actividades de investigación.” (Ley 26.899 Repositorios digitales institucionales de acceso abierto, 2013).*

Se trata de una Ley que garantiza la circulación libre, gratuita y sin restricciones de lo producido en entidades científicas públicas. Tiene la intención de fortalecer la democracia en tanto incentiva compartir el conocimiento y el acceso y participación ciudadana.

## **El archivo inmaterial como registro de la memoria colectiva**

Por lo que expresamos, la importancia del BDP radica en que es un espacio único de salvaguarda y conservación de todas las producciones que emergen de la FCC. Se trata también de un espacio de construcción de memorias y disputas sociales acerca de esas memorias, en ello radica la necesidad de archivo y reconstrucción de esos procesos de producción. En tanto el BDP está conformado por documentos que emergen de diferentes instancias académicas y el vasto archivo que abarca, permite contextualizar y valorizar las obras con las que cuenta en tanto patrimonio cultural.

Siguiendo la definición de la UNESCO (1980), al hablar de obras creativas nos referimos a obras que abarcan imágenes y sonidos reproducibles, integrados en un soporte y que suponen un acto intelectual deliberado. El patrimonio cultural comprende, entonces, sonido registrado producido en cine, televisión, video, radio o cualquier otro tipo de realización o producción que incluye imágenes y/o sonido registrado, estén o no orientadas a su difusión pública. También abarca objetos materiales, obras relacionadas con los medios audiovisuales, sonoros, transmedia y objetos que podemos identificar desde un punto de vista técnico, como industrial, cultural e histórico. Esta amplitud permite así incluir material relacionado con la industria cinematográfica, de radio y televisión y de grabación musical, como textos, guiones, fotografías, carteles, materiales publicitarios y objetos, tales como equipos técnicos o vestuario y entornos de trabajo en desuso asociados con la reproducción y presentación de estos medios.

Respecto de la salvaguarda y conservación de imágenes en movimiento, tomamos en cuenta la recomendación que propone la UNESCO en 1980, donde se define:

*“Las imágenes en movimiento son expresión de la personalidad cultural de los pueblos (...) son un modo fundamental de registrar la sucesión de acontecimientos, debido a la nueva dimensión que aportan, testimonios importantes y a menudo únicos de la historia, el modo de vida y la cultura de los pueblos así como la evolución del universo (...) al difundir conocimiento y cultura en todo el mundo las imágenes en movimiento son una contribución importante a la educación y al enriquecimiento del ser humano. Tienen un papel cada vez más importante en los medios de comunicación y en la comprensión mutua entre todos los pueblos del mundo”. (Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 1980)*

Ray Edmondson (1998) resalta la importancia de la preservación del patrimonio audiovisual para facilitar el acceso a los documentos. Para el autor, un archivo audiovisual es una organización (o un departamento de una organización) cuyo cometido, que podrá estar establecido por ley, consiste en facilitar el acceso a una colección de documentos audiovisuales y del patrimonio audiovisual mediante actividades de acopio, gestión, conservación y promoción.

En esa línea, consideramos que los archivos en todos los géneros y formatos, se constituyen como una variante tecnológica de la memoria de una sociedad. Con respecto a los criterios de preservación y las políticas de acceso, Ray Edmondson (1998) señala que la conservación de la memoria es un acto político y agrega que la democratización de un archivo podrá medirse en función de un criterio básico, que es el grado de participación y acceso al archivo, así como su constitución e interpretación.

Entendemos que las obras que emergen del espacio universitario son documentos que transmiten, conservan y visualizan las actividades políticas, sociales, científicas y culturales y revisten las condiciones de época. A su vez, adquieren ciertas características en relación a las instituciones y las prácticas socio-políticas, la cultura y los medios de comunicación, por lo que se erigen en un verdadero documento social. (Parisi, 2015). De ahí la importancia de la conformación de un archivo digital que aglutina los procesos de conservación, sistematización y facilitación

del acceso para su divulgación y reutilización del material.

De esta manera, concebimos los archivos universitarios como un espacio de construcción de memorias, de disputas sociales acerca de esas memorias, de su legitimidad social y su pretensión de verdad (Jelin, 2001), pensamos, al igual que Schmucler (1997), que es necesario fortalecer el contexto de circulación y de recepción para que los consumos se politicen.

## **Metodología de trabajo**

El proyecto se estructuró en dos etapas: una primera etapa de Coordinación y Ejecución en la cual generamos las gestiones pertinentes con el área de Comunicación Institucional de la FCC; Sistemas, la Biblioteca y la asignatura Narración Televisiva I a fin de establecer criterios para la digitalización de las producciones que emergen de los distintos espacios académicos de la Licenciatura en Comunicación Social de la FCC<sup>2</sup>. En las instancias de consulta del material de archivo, revisamos los procedimientos académicos e institucionales de elaboración y entrega de las diferentes producciones que surgen de ejercitaciones áulicas, trabajos finales de grado, resultados de proyectos de extensión e investigación.

Durante los primeros años del desarrollo del proyecto trabajamos en conjunto desde la cátedra Narración Televisiva I y la Biblioteca de la FCC rastreando las diferentes producciones físicas, es decir aquellas que no estaban digitalizadas. Puntualmente, en el caso de los audiovisuales, nos detuvimos en revisar el óptimo estado de los dispositivos electrónicos para su posterior reproducción. La sistematización de la actividad consistió en la concreción de reuniones periódicas entre el equipo ejecutor, el cual centró su tarea en la revisión de las documentaciones de registro y archivo propios del área de Biblioteca. Revisamos minuciosamente la nomenclatura archivística a fin de examinar su correspondencia con la existencia física del material audiovisual. Por otro lado, el análisis estuvo enfocado en determinar el correcto estado de los DVD o soportes audiovisuales a fin de accionar en el caso de deterioro o falta del material. Por ejemplo, estableciendo contacto con los equipos realizadores a fin de solicitarles una copia del audiovisual.

Una vez depurado el material audiovisual óptimo para digitalización, procedimos a realizar una ficha por cada producto. Para ello, recurrimos a un archivo compartido on line a fin de disponerlo a todo el equipo ejecutor. Luego de ver cada audiovisual, el proceso de fichaje consistió en la carga de datos incluyendo las siguientes categorías: formato del producto, espacio donde se realizó el producto, título de la producción, año de presentación, autoría, docente responsable, breve descripción de la producción y palabras clave.

En las etapas de avance en el desarrollo del proyecto ideamos un modo de priorizar la sustentabilidad y la actualización automática del catálogo y lo transmitimos a diferentes áreas de la facultad con la finalidad de que cada persona interesada en incorporar su producción al BDP, lo hiciera por sus propios medios a través de la carga de un formulario dispuesto para tal fin. De este modo, cada obra creativa es almacenada directamente por sus realizadores en dispositivos digitales institucionales que dan continuidad sistemática a la actualización del catálogo.<sup>3</sup>

Además, con la intención de propiciar la difusión de las producciones universitarias nos propusimos generar acciones de circulación del material y el fomento del uso del BDP. En ese marco desarrollamos propuestas de extensión universitaria y realizamos muestras de audiovisuales tanto al interior de las aulas de la FCC como también en el Cispren (Círculo Sindical de la Prensa y Comunicación de Córdoba) y organizaciones vinculadas con la UNC. Particularmente en las clases prácticas de la asignatura Narración Televisiva I, muchas ejemplificaciones con audiovisua-

---

<sup>2</sup> Cabe señalar que esta actividad recupera el arduo trabajo realizado por los equipos de investigación dirigido por la Dra. Mariela Parisi con subsidio Secyt-UNC desde el año 2012.

<sup>3</sup> A su vez el catálogo fue actualizado por la docente Dra. Vanina Ramé para su investigación de Tesis Doctoral.

les las concretamos desde el visionado de realizaciones que están archivadas en el BDP. La difusión del BDP está centrada en la articulación institucional y en cada espacio se fomenta la permanente carga de material. Además, regularmente realizamos publicaciones en las redes digitales de la FCC a fin de presentar la funcionalidad y uso del catálogo a la comunidad educativa. Desarrollamos un instructivo de carga<sup>4</sup> del material y abrimos un canal de consulta directa<sup>5</sup> para aquellas personas que lo requieran.

Como anticipamos, la puesta a punto del BDP<sup>6</sup> en la web de la FCC la desarrollamos en conjunto con el área de Comunicación Institucional y la agencia de diseño web. Inicialmente recuperamos las fichas de cada producción, nos valimos de las categorías que tuvimos en cuenta en el fichaje y que luego resultaron los botones de búsqueda y filtrado del BDP. Tomamos decisiones en cuanto a carga de producciones, adecuaciones de redacción, formato y maquetación para comenzar a exportar la base de datos de uso interno y transportarla al micrositio digital a fin de garantizar acceso a la información y diseño responsivo.

## Metas e Indicadores

En cuanto a los indicadores de logros, con respecto a la actualización y a las pre- cargas del BDP, nos interesa medir la cantidad de formularios completados, los tipos de trayectos académicos que realizan cargas, la cantidad de trabajos que se van incorporando y los diferentes formatos, soportes y temáticas preponderantes.

Según datos provistos por el último relevamiento, el formulario Google de pre-carga contiene 98 producciones elaboradas entre el año 2007 y 2022. Actualmente el formato que predomina en el BDP es el Audiovisual con un 75,5%, les sigue las producciones institucionales con un 11, 7%, un 7,4 Sonoro, un 4,3% de producciones transmedia y un 1,1% de producciones gráficas. En tanto que en el espacio curricular donde se realizaron las producciones, en su mayoría son trabajos finales de grado un 47,9%, mientras que un 45,7% son trabajos prácticos de cátedras y un 6,4% trabajos de extensión o investigación.

Actualmente nos encontramos en proceso de difusión del BDP a fin de incentivar tanto las cargas de material como las consultas y visionados. Además, nos interesa comenzar a realizar reportes acerca del uso del BDP, es decir, llevar estadísticas acerca de los tipos de búsquedas y cargas que se realizan por parte de las personas usuarias, los modos y circuitos de navegación.

## A modo de conclusión

En línea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 11.4 de la ONU aportamos a “redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo” (ONU, 2015, p.25) y concluimos que el resguardo e intercambio de las obras creativas permite democratizar su acceso, habilita y abre nuevos debates, investigaciones y también la posibilidad de crear nuevas producciones. Por su facilidad de uso, amplia variedad de opciones disponibles y acceso en línea, el BDP es un aporte a la comunidad educativa y la sociedad en general.

El papel cada vez mayor que cobran las obras universitarias en la construcción de la memoria y la cultura de los pueblos, sobretudo para las nuevas generaciones, hace surgir la necesidad de crear conciencia en instituciones académicas y organizaciones sociales acerca de la importancia de preservar el acervo audiovisual y definir políticas que faciliten el acceso público. Si bien la biblioteca, el archivo, el museo tienen su origen en la antigüedad, los archivos digitales poseen una especificidad propia, la de resguardar la producción universitaria en soportes tecno-

4 Instructivo de Carga: [https://drive.google.com/file/d/1aiDQ8kX4KQYAfhhvSj8Ys6\\_F-ZzdcYe/view](https://drive.google.com/file/d/1aiDQ8kX4KQYAfhhvSj8Ys6_F-ZzdcYe/view) Formulario de Carga: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd\\_Jwarm-I96OX5Ka5ZQzIV1SSqAlyhIG500RZkDzOC3SCd7w/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd_Jwarm-I96OX5Ka5ZQzIV1SSqAlyhIG500RZkDzOC3SCd7w/viewform)

5 El mail directo del BDP es: [proyectopameg@gmail.com](mailto:proyectopameg@gmail.com)

6 El siguiente es el link de acceso al BDP: <https://fcc.unc.edu.ar/portaldeproducciones/>

lógicos, distribuirla y recuperarla. Se trata de dispositivos tecnológicos los cuales facilitan el acceso y la consulta constante.

En esa línea nos encontramos en la etapa de difusión. Difusión que no solo consiste en dar a conocer el BDP y su uso, sino que también implica instancias de capacitaciones para comprender cómo es el procedimiento de carga, búsqueda y descarga de material. Esta etapa, además tiene la intención de mostrar el material que incluye el BDP y en ese sentido hemos programado una serie de encuentros mediante los que exhibimos algunas obras y estimulamos el debate y la conversación entre personas y organismos de diferentes espacios. Estas instancias de diálogo están pensadas para que se generen intercambios entre los equipos realizativos y de producción y la academia.

## Bibliografía

Banco Digital de Producciones: <https://fcc.unc.edu.ar/portaldeproducciones/> Bonfil Batalla, G. (1997). Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados

De Giusti, M. R. (2014). Una metodología de evaluación de repositorios digitales para asegurar la preservación en el tiempo y el acceso a los contenidos (tesis de doctorado). Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/43157>

Edmondson, R. (1998). Filosofía y principios de los archivos audiovisuales. AVAPIN. Unesco.

Edmondson, R. (1998). Filosofía y principios de los archivos audiovisuales. Unesco. García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del Patrimonio Cultural. En Aguilar Criado, Encarnación (1999) Cuadernos Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio. (pp. 16-33). Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. [http://portal.unesco.org/es/ev.phpURL\\_ID=13139&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.phpURL_ID=13139&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

Jelin, E. (2001). Los trabajos de la memoria. Siglo XXI.

Ley 26.899 Repositorios digitales institucionales de acceso abierto. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-26899-223459/texto>

ONU (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Asamblea General de Naciones Unidas.

Parisi, M (2015) Nuevas miradas en la pantalla. Consolidación del documental desde el espacio universitario (Córdoba, 2001-2011). Ed. Ferreyra Editor.

Schmucler, H. (1997). Memoria de la comunicación. Biblos.

UNESCO (1980). Recomendación sobre la Salvaguardia y la Conservación de las Imágenes en Movimiento.

Disponible en:

UNESCO (2003). El texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Disponible en: <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n#art2> UNESCO (2003). Texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en: <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n>

# Comunicación Interna vs Endomarketing

Maria Belen Martinez  
Rosana Navarro Menegazzo

Universidad Nacional de La Rioja

## Resumen

Hablar de comunicación interna es hablar de un programa o área del plan de comunicación institucional que tiene a su cargo la gestión de la información y de los procesos simbólicos que involucran a cada uno de los públicos internos específicos con el fin de apoyar el proyecto de la institución.

es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

En cambio, la palabra Endomarketing tiene otro significado, Endo proviene del griego y significa dentro de y marketing, mercadotecnia, Es un conjunto de acciones de mercadeo institucional dirigido al público interno conformado por colaboradores, proveedores, accionistas y vendedores

El destinatario de ambas acciones es el público interno, que debe saber la misión y la visión de la empresa, su funcionalidad y objetivo, pero también en un público cautivo en la práctica del Endomarketing que permite la coordinación entre las distintas partes y la alineación de los objetivos de todas áreas de la empresa con las estrategias generales de la empresa.

Su implementación hace que los empleados se sientan familiarizados con la organización haciendo que sus procesos sean eficientes y productivos. Esto es debido a que, si los colaboradores de una organización están motivados y satisfechos en la organización y en los beneficios que recibe de ésta, tanto a nivel personal como laboral, se verá reflejado en los servicios prestados o productos ofrecidos a los clientes externos. Por lo tanto, los clientes estarán también satisfechos con lo brindado

Comunicación Interna y Endomarketing, cada uno tiene sus funciones, pero con un objetivo en común generar un buen ámbito de trabajo que se ve reflejado en la imagen positiva de la empresa

Para explicar mejor los conceptos debemos individualizar cada uno, cuáles son sus objetivos, sus acciones y cuales sus funciones.

## Comunicación interna

La comunicación interna de una empresa debe tener un programa o área del plan de comunicación institucional que debe estar a su cargo la gestión de la información y de los procesos simbólicos que involucran a cada uno de los públicos internos específicos con el fin de apoyar el proyecto de la institución.

La comunicación interna tiene a su cargo la gestión de la información y de los procesos simbólicos que involucran a cada uno de los públicos internos específicos con el fin de apoyar el proyecto de la institución. es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías

de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

## **Objetivos de la comunicación interna**

El objetivo de la comunicación interna es principalmente apoyar estructuralmente el proyecto de la organización. Por medio de la comunicación se puede conocer la visión y la misión de la organización. El público interno debe tener esta información, para lograr pertenencia a la empresa.

Otros objetivos que se deben tener en cuenta son para esta mejor relación entre empleados y empresa son:

- involucrar al personal
- dar coherencia y coordinación al plan de acción
- acompañar el cambio
- mejorar la productividad

## **Funciones**

Aparte de los objetivos se debe tener en cuenta las funciones de la comunicación interna, que las diferencias del Endomarketing. Estas funciones son:

Función Operativa, se concentra la información esencial para el funcionamiento de la empresa. allí se encuentran los manuales de procedimiento, los instructivos, manual de regulaciones, y cualquier otra información que se inherente al funcionamiento operativo de la empresa.

Función Informativa está relacionada con los aspecto que hacen a la organización, porque es importante que el público interno la conozca para tener pertenencia con la institución, cómo es la situación de la empresa, la información del personal y sobre todo las políticas y planes de administración

## **Acciones de comunicación interna**

La comunicación interna tiene acciones de comunicación que es parte de dar esa pertenencia al empleado, una forma de confirmar que la opinión de cada empleado tiene validez, entre ellos encontramos le buzón de sugerencias, carteleras, correo electrónico, manual de funciones, reglamento interno, código de ética, descripción de puestos, recorrida por las instalaciones, señalética, house organización de eventos como reuniones, capacitaciones, fiestas, etc

Esto no solo da pertenencia sino también el manejo de las Relaciones Publicas entre los empleados y los distintos cargos de autoridad o con los mismos pares, por ejemplo, una cena de aniversario se integra el personal de una forma coloquial e informal.

## **Endomarketing**

El Endomarketing es una herramienta poco conocida y empleada por las empresas Su implementación hace que los empleados se sientan familiarizados con la organización haciendo que sus procesos sean eficientes y productivos. Esto es debido a que, si los colaboradores de una organización están motivados y satisfechos en la organización y en los beneficios que recibe de ésta, tanto a nivel personal como laboral, se verá reflejado en los servicios prestados o productos ofrecidos a los clientes externos. Por lo tanto, los clientes estarán también satisfechos con lo brindado por la organización y harán de ésta, una empresa competitiva en el mercado.

Según Soriano (1993), el márketing interno es un conjunto de métodos de

gestión de la relación personal-organización que tiene como propósito lograr que el personal adopte voluntariamente la orientación hacia la calidad

del servicio, necesaria para lograr altos, consistentes y estables niveles de

calidad, tanto interna como externa, en todos los servicios de la empresa

La interpretación del márketing interno de Berry (1981) está basada en la perspectiva de tratar a los empleados como clientes, lo cual puede llevar a cambios de actitud en los trabajadores y afectar positivamente la satisfacción de los consumidores.

El significado Endo proviene del griego y significa dentro de y marketing, mercadotecnia

Objetivos del Endomarketing

Fortalecer las relaciones al interior de la empresa con la función de integrar la noción de cliente y abastecedor interno,

- Promover el mercado dirigido de manera estricta su cliente interno.
- Motivar al público interno como su primer cliente,
- Lograr que todos los empleados tengan una visión compartida sobre el negocio de la empresa,

## Funciones

Es un conjunto de acciones de mercadeo institucional dirigido al público interno conformado por colaboradores, proveedores, accionistas y vendedores (Feitosa, Dos Santos y de Almeida -2016)

- Mejora el éxito de los proyectos y por ende minimiza el fracaso. La colaboración y puesta en conocimiento de las iniciativas con otras áreas permite detectar áreas de mejora y compartir conocimiento.
- Mejora el clima laboral entre áreas o departamentos enfrentados. La mejora en la comunicación ayuda a empatizar y comprender mejor la situación de compañeros y compañeras y a prevenirlos con suficiente antelación de los cambios que sucederán.
- Permite hacer evaluaciones más precisas de las estrategias empresariales y estudiar mejor la viabilidad de los proyectos.
- Funciones del Endomarketing
- Permite la coordinación entre las distintas partes y la alineación de los objetivos de todas áreas de la empresa con las estrategias generales de la empresa.
- Mejora el éxito de los proyectos y por ende minimiza el fracaso. La colaboración y puesta en conocimiento de las iniciativas con otras áreas permite detectar áreas de mejora y compartir conocimiento.
- Mejora el clima laboral entre áreas o departamentos enfrentados. La mejora en la comunicación ayuda a empatizar y comprender mejor la situación de compañeros y compañeras y a prevenirlos con suficiente antelación de los cambios que sucederán.
- Permite hacer evaluaciones más precisas de las estrategias empresariales y estudiar mejor la viabilidad

de los proyectos.

Acciones de Endomarketing

Boucher de viajes o estadía,

- Utilización del producto de la empresa
- Horas extras se pagan con Boucher en los supermercados de la empresa
- Premios por mejor desempeño del mes
- Pase para servicios personales
- Descuentos en productos de la empresa

## Conclusiones

COMUNICACIÓN INTERNA = ENDOMARKETING

Similitudes

Aunque siguen procesos distintos, ambas áreas tienen como propósito mantener satisfechos a los colaboradores y retener a sus mejores talentos, para así garantizar su compromiso con la empresa. Al compartir esta meta, los dos trabajan estrechamente con el área de Recursos Humanos.

Diferencias

La comunicación interna trabaja por mejorar las relaciones y el flujo de información entre los colaboradores y la empresa, a través de una planificación estratégica que permita la completa comprensión de la cultura organizacional y que, además, fomente un mayor involucramiento hacia los objetivos y rentabilidad del negocio.

Por su parte, el Endomarketing, al ver a los colaboradores como clientes internos y principales embajadores de marca, se preocupa principalmente por aplicar herramientas y estrategias de marketing tradicional para fidelizar al personal dentro de la compañía. El objetivo de fondo es, por supuesto, aumentar la participación e interacción de los clientes internos con la organización

## Comunicación interna y Endomarketing

	COMUNICACIÓN INTERNA	ENDOMARKETING
<b>AREAS DE LA EMPRESA QUE INTERVIENEN</b>	COMUNICACIÓN + RRHH	COMUNICACIÓN + RRHH + MARKETING
<b>OBJETIVO</b>	-Involucrar al personal -Dar coherencia al plan de acción -Acompañar al cambio -Mejorar la productividad	-Promover el mercado a través de los clientes internos -Motivar al personal -Mejorar la productividad
<b>FUNCION</b>	OPERATIVA INFORMATIVA	SOCIAL PRODUCTIVIDAD
<b>ACCIONES</b>	BUZON DE SUGERENCIAS, CARTELERAS,  CORREO ELECTRONICO, MANUAL DE FUNCIONES, REGLAMENTO INTERNO,  CODIGO DE ETICA, DESCRIPCION DE PUESTOS, RECORRIDA POR LAS INSTALACIONES, SEÑALECTICA, HOUSE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS INTERNOS: REUNIONES, CAPACITACIONES, FIESTAS, ETC	- DESCUENTOS - PREMIOS - MERCHANDISING - VIAJES -REGALOS DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA BENEFICIOS DE HORARIO BECAS

# “Lo institucional” y la capacidad comunicativa de las normas en y de las organizaciones

Ana Lucia Sola

Carla Avendaño Manelli

**Universidad Nacional de Villa María**

## Introducción

Se parte de la idea de las instituciones como consensos histórico –culturales normativos, que en el plano de la abstracción regulan (y en parte, determinan) las conductas de las personas y los sentidos que les atribuyen a éstas en la sociedad. Las organizaciones, como “corporizaciones” de acciones humanas grupales, teleológicas y funcionales que se objetivan como personas jurídicas, es decir a través de normas formalizadas que, desde el Estado, permiten su existencia y que después de constituidas generan su propio sistema normativo formalizado.

Este plano de la ontología formalista de las organizaciones conlleva intrínsecamente su relación con todos los otros “elementos del sistema social”, relaciones que solo pueden comprenderse intercambiando sentidos, por más que algunos sean intercambios sean entendidos solo como “materiales”. En este sentido, retomar el estudio de las normas formalizadas que dan otorgan la existencia, naturaleza, obligaciones, derechos, entre otras dimensiones constitutivas de las organizaciones, implica el ejercicio de inferir la capacidad comunicacional de las organizaciones en tanto su existencia en la trama social. El objetivo principal es comprender la importancia de las normas formales en la constitución de las organizaciones, en tanto, materialización de las instituciones sociales y entidades comunicantes.

El estudio se basa en la posibilidad de triangulación o convergencia metodológica al integrar las siguientes actividades en los momentos previstos: Búsqueda documental – relevamiento de normativas – detección preliminar de emergentes; Análisis de contenido: construcción de matrices de análisis a partir de tópicos emergentes; Interpretación – reconstrucción de modélica de las organizaciones a partir de las normas formales; detección de las capacidades comunicacionales organizaciones.

Este estudio pretende profundizar las líneas de trabajo de las investigaciones subsidiadas por la UNVM: “Identidades profesionales en el campo de la Comunicación Social. Formación institucionalizada y la realidad laboral /profesional en ciudades de la provincia de Córdoba.” (UNVM, 2016 – 2017) y “De las prácticas a las “Buenas Practicas”. Trayectorias de profesionalización de Comunicación en organizaciones de Villa María y Región (2001 – 2018)” (UNVM, 2018 – 2019). Ambas experiencias en producción de conocimiento se anclaron en abordar la compleja trama que se construye entre los sujetos, la institución formadora y el escenario laboral profesional de la comunicación en clave territorial.

El equipo humano que se está conformando para el presente proyecto, comparte la producción de conocimiento, desde hace más de cinco años en los proyectos citados y en la dirección codirección, y/o evaluación de trabajos finales de grado y dictado de espacios curriculares en la Licenciatura en Comunicación Social, así como en los espacios de socialización de la ciencia como los congresos disciplinares, otros eventos académicos y la producción de textos académicos y material para la divulgación y el uso pedagógico.

## La cuestión de las normas y las instituciones

Desde el aporte del diccionario Filosófico de Audi (2004) "Institución" se define de varias maneras: "1) organización, como, por ejemplo, una corporación o colegio oficial; 2) práctica social como el matrimonio; 3) sistema de normas que define una posible forma de organización social, como, por ejemplo, los principios capitalistas en economía en su oposición a los principios comunistas. (Audi, 2004: 542). En el marco de la Psicología Social, las instituciones se definen como "aquellos cuerpos normativos jurídico-culturales compuestos por ideas, valores, creencias, leyes que determinan las formas de intercambio social".

Las instituciones caracterizadas de esta manera son abstracciones que se materializan través de las organizaciones, siendo éstas las mediatizadoras en la relación entre las instituciones y los sujetos (Schvarstein, 1991). En esta misma línea de argumentación, si bien en el lenguaje corriente el término institución se asimila al de organización, en un sentido más amplio la institución designa "...un conjunto estructurado de valores, de normas, de roles, de formas de conducta y de relación" (Marc y Picard, 1991). De este modo, la familia, la educación, la religión son instituciones.

A partir del consenso acerca del "poder de las instituciones para conformar las sociedades y las vidas de los individuos, los teóricos de la ética profesional", acuerdan en cuatro orientaciones que han asumido los estudios:

*El primero se refiere al tipo de instituciones políticas y legales que resultan posibles y aquellas otras que son deseables (Platón, República; Rawls, Una teoría de la justicia). El segundo investiga el modo en que los valores se ven incorporados a las instituciones a través de las normas que les son constitutivas y a través de las cuales se definen. En tercer lugar, (...) si las instituciones tienen responsabilidades colectivas o si sólo son los individuos los que tienen responsabilidades y, en general, cómo están relacionadas las responsabilidades de las personas y las instituciones. Por último, y en un nivel más práctico, se ha procedido a investigar el modo de prevenir a las instituciones ante el fenómeno de la corrupción producido por una consideración inadecuada del poder y el dinero (Audi, 2004: 542).*

A partir de esta definición, se visualiza que el estudio de las instituciones tiene una larga tradición en la filosofía política, la historia, el Derecho y, más recientemente, en la sociología y en la Ciencia Política, si bien para Torres Espinosa:

*"la necesidad de construir una definición de institución nunca constituyó una verdadera prioridad". Por ello, la mayoría de los representantes del llamado viejo institucionalismo (Peters, 2003: 16-26) asoció dicho concepto a la noción demasiado general y, por tanto, ambigua y confusa de "normas universales", emanadas de la sociedad y, sobre todo, del Estado y su orden jurídico. Lo anterior explica nociones de institución tan ambiguas como las de "normas instituidas" de Rousseau, la de "universalidad objetiva" de Hegel, la de "hecho social" de Durkheim y la de "elemento objetivo del sistema jurídico" de Hauriou (Lourau, 1994: 9, 32-62). (Torres Espinosa, 2014).*

El institucionalismo considera a las instituciones como reglas de funcionamiento de la sociedad. Los institucionalistas describen las instituciones como acción de gobierno en los campos organizacionales. Las instituciones son consideradas como recursos de los agentes y actores racionales para obtener el logro de sus objetivos (Vargas Hernández, 2008: 47).

### Nuevo institucionalismo (NI)

En este contexto, "esta ancestral deficiencia le fue heredada al *nuevo institucionalismo*" (Immergut, 1998: 5; Powell y Dimaggio, 1999: 33). Esta vaguedad conceptual ha permitido que dicho término sea empleado lo mismo para designar a entidades abstractas e intangibles como la religión, el Estado, las clases sociales, el mercado, los sistemas jurídicos y el orden internacional, que a estructuras tangibles tales como los gobiernos, incluidos sus órganos en lo individual, y las organizaciones sociales, políticas y económicas tanto nacionales como supranacionales (Peters, 2003: 49-50 en Torres Espinosa, 2014).

Pese a esa vaguedad conceptual histórica en el campo, se acuerda que las instituciones son en esencia "reglamentaciones por las que los individuos determinan qué y a quién se incluye en la toma de decisiones" (Kiser y Ostrom, 1982: 179); son "prácticas reconocidas que consisten en funciones fácilmente identificables, junto con una serie de reglas o convencionalismos que dirigen las relaciones entre los poseedores de esas funciones (Young 1986: 107 en Torres Espinosa, 2014).

Por su parte, March y Olsen (1989) diferencian "organizaciones" e "instituciones políticas", sin llegar a definiciones precisas:

*En ocasiones se refieren a las instituciones políticas "como sistemas de reglas y de estructuras de significado" (...). Pero también hablan de "estructuras institucionales" y de "estructuras normativas" a las que conciben como "colecciones de procedimientos operativos estándar... que definen y defienden valores, normas, intereses, identidades y creencias" (...). Al mismo tiempo, dan como ejemplos de instituciones políticas a "los parlamentos, los ministerios, las cortes y las agencias administrativas" (...). (Sjòblom, 1993: 405 en Torres Espinosa, 2014).*

El desarrollo de diversas versiones de NI en el ámbito general de las ciencias sociales agravó el problema conceptual que se comenta. Desde por lo menos 1984, March y Olsen observaron que el interés por las instituciones no se limitó a la Ciencia Política, sino que también se observó en la economía, mientras que en la sociología y la antropología reforzó su tradicional perspectiva institucional (1984: 738). Vergara (1993) se refirió a versiones diferenciadas en la economía, la Ciencia Política y la sociología. Hall y Taylor (1996) identificaron tres "nuevos institucionalismos": el histórico, el de la elección racional y el sociológico. Peters (2003) habla de siete: el normativo, el histórico, el empírico, el sociológico, el internacional y una categoría que denomina "instituciones de representación de intereses". Más recientemente, *The Oxford Handbook of Political Institutions* agregó a la lista al NI constructivista y el de redes (*network institutionalise!*) (Rhodes, Binder y Rockman, 2006). (Torres Espinosa, 2014).

## **La cuestión de las normas, las instituciones y las organizaciones**

Las diferentes perspectivas teóricas del neoinstitucionalismo intentan identificar y explicar desde acercamientos transdisciplinarios a fenómenos económicos, sociales y políticos complejos a partir de las relaciones e interacciones de los individuos en las organizaciones. El nuevo institucionalismo atiende a los campos organizacionales como unidades de análisis. Los procesos institucionales pueden dar cierta estabilidad a los campos organizacionales, aunque estos siempre están evolucionando y no son estáticos, resolviendo mediante consenso negociado socialmente las diferencias de interpretación.

Lo importante es identificar complementariedades entre las diversas perspectivas del neoinstitucionalismo para analizar ampliamente las interacciones sociales (Schmidt, 2006; Katznelson y Weingast, 2005). Para una mejor comprensión de los fenómenos institucionales, diversos autores (Santizo Rodall, 2007) proponen la complementariedad entre los ámbitos de análisis macro, meso y micro. (Vargas Hernández, 2008: 50)

El Nuevo Institucionalismo Normativo (NIN) el funcionamiento de los organismos reguladores se determina por reglas formales e informales en una lógica de lo más apropiado (March y Olsen, 1989). La teoría neoinstitucionalista argumenta que la importancia de los marcos de referencia normativos y las reglas de comportamiento para guiar, constreñir, y crear poder en las organizaciones las que se consideran consisten de estructuras y actividades cognitivas, normativas y regulativas que dan significado al comportamiento social. La racionalidad normativa muestra un movimiento de la organización a la institución, que legitiman las elecciones organizacionales en referencia a la misión y valores de la organización que sostiene la integridad organizacional.

El institucionalismo normativo enfatiza las funciones que desempeñan organizaciones que componen el gobierno de las sociedades consideradas como instituciones que actúan dando forma a sus medios ambientes. Las institu-

ciones regulan el comportamiento social y su ambiente económico, por lo que el cambio de este entorno requiere también de cambios institucionales. Los cambios se producen a través de procesos de adaptación complejos que transforman incrementalmente las reglas, las normas y los mitos que regulan la organización. La tensión entre el medio ambiente y la organización genera el cambio. Las tensiones del medio ambiente presionan para cambiar el arreglo institucional existente. Las rutinas y las prácticas organizacionales incitan a la estabilidad y continuidad.

El institucionalismo normativo fundamenta el cambio en armonizar las reglas, identidades y situaciones, a partir de reformas que consideren la cultura organizacional que se pretenda modificar. Bajo este enfoque, el cambio se induce mediante reformas administrativas, aunque no siempre se logra por las dificultades para controlarlo y finalmente se realicen más reformas y no los cambios deseados. De acuerdo al institucionalismo normativo, los actores no toman sus decisiones en función de un cálculo racional de sus preferencias, sino de las normas y las tradiciones de la organización. Así, las decisiones públicas se legitiman por las formas en que se obtienen y no tanto por los resultados logrados. Los actores respetan las normas institucionales porque simplifica la realidad limitando los cursos de acción posibles y predice las acciones futuras posibles. Los actores eligen sus comportamientos de acuerdo a su función en las organizaciones. Los actores se apegan a este principio porque lo han interiorizado mediante procesos de socialización (Vargas Hernández, 2008: 51).

## **Análisis institucional**

La perspectiva teórica de René Lourau acerca de lo institucional es disruptiva en dos aspectos.

*Primero, (...) no es sustancialista, ni teleológica; la institución no resulta una cosa, una objetividad exterior a los individuos, sino una dialéctica siempre contingente. Esto no significa que Lourau desconozca que toda institución requiere producir un sentido histórico que la conecte con un destino, sino entender que ese sentido forma parte de una dialéctica cuya direccionalidad no puede predecirse. Segundo, y en virtud de lo anterior, resulta posible concebir que lo instituyente, lo acontecimental, está incorporado a esa dialéctica y no procede necesariamente de una fuerza excepcional y exterior (Paz, 2020: 30).*

El análisis institucional de Lourau (1970) conforma una “dialéctica permite integrar dentro del concepto de institución, la dimensión puramente organizacional junto a la ideológica y a los procesos imaginarios”, compuesta por tres momentos.

El primer momento, la universalidad, es decir, la “unidad positiva del concepto”. Toda institución está constituida en parte por un conjunto de representaciones que mantienen una autonomía relativa respecto de la contingencia de las prácticas. (...) es el del hecho social, el de la ideología, el de lo instituido. En este momento, la institución aparece como una cosa que se impone al individuo con positividad y fuerza externas (Paz, 2020: 31).

El segundo, es el de la particularidad, el momento del acontecimiento, de lo instituyente. Para Lourau, expresa “la negatividad del momento universal” (1988, p.10). El tercero, la singularidad. el nivel de la norma, de la función y de la organización del trabajo; se trata en última instancia de la aspiración a la totalización que expresa el momento de la unidad negativa: “resultante de la acción de la negatividad sobre la unidad positiva de la norma universal” (1988, p.10) y sobre las dinámicas instituyentes del momento particular; en éste existen un conjunto de funciones que están presentes de un modo no explícito a nivel de la organización y que son producto de los atravesamientos de ésta con otras instituciones, y con las exigencias de la reproducción social en su conjunto (Paz, 2020: 32). “El análisis institucional se vuelve clave porque no sólo atiende a los aspectos estructurales de las instituciones sino, y en especial, a las referencias y a los modos de implicación que despliegan los sujetos en ellas” (Paz, 2020: 31).

## **Institucionalismo organizacional**

En esta línea, los arreglos institucionales y organizacionales guían las acciones individuales y colectivas en las actividades económicas. Según Parsons (1960) el nivel técnico de las organizaciones se convierte en el racional que

busca una eficiente producción. Así, las estructuras y formas organizacionales son irracionales o no racionales en su carácter. El impacto de los cambios de la racionalidad en las identidades individual y organizacional es una importante dimensión de la teoría institucional (Townley, 2002). El estudio de la racionalidad facilita el análisis de la estabilidad de los arreglos organizacionales, su inercia, cambio y conflicto (Vargas Hernández, 2008: 48).

Los diferentes elementos institucionales desempeñan diferentes funciones que se pueden dividir en constitutivas, regulativas y procedimentales. Además, la naturaleza del elemento institucional particular puede cambiar en el tiempo. Mientras que una regla formal puede perder gradualmente fuerza moral en el tiempo. Así, por ejemplo, las formas de gobernanza públicas o privadas no ofrecen los elementos para la fijación de estándares. Los diferentes tipos de estándares requieren diferentes formas de gobernanza, ya sea las organizaciones formales públicas y privadas y la descentralización más identificada con el mercado. Sin embargo, el análisis institucional comparado facilita la elección de mecanismos de gobernanza. (Vargas Hernández, 2008: 50).

El institucionalismo organizacional examina las adaptaciones y conformaciones de las organizaciones a las presiones del medio ambiente institucional para conseguir la legitimidad (DiMaggio and Powell, 1983, 1991; Scott, 2001). Estos autores han analizado la difusión de instituciones entre organizaciones en poblaciones a través de procesos evolutivos de variación, selección y retención de instituciones típicamente prácticas y formas organizacionales. (Vargas Hernández, 2008: 54)

Desde la perspectiva institucional-cultural se enfatizan las tradiciones históricas y culturales del sistema político administrativo. La estabilidad intra e inter organizacional es producto de la cultura organizacional homogénea en la cual los actores realizan sus actividades colectivas y logran sus objetivos comunes (Vargas Hernández, 2008: 55).

Existe un consenso emergente que relaciona los valores, ideas comunes, principios y normas que son sustentados por las instituciones estatales y no estatales que están involucrados en la gobernabilidad corporativa. Las influencias domésticas pueden ser las más importantes determinantes de las prácticas e instituciones del Estado, a pesar de que un creciente cuerpo de investigaciones sugiere que las consideraciones internacionales también juegan un papel importante. La institucionalización de los principios de la gobernabilidad corporativa a través de la emisión de códigos tiene un impacto en la red institucional integrada que intentan regularizar las expectativas (Vargas Hernández, 2008: 57).

## **Organizaciones y normas organizacionales**

Por lo tanto, si las organizaciones son creaciones humanas y están conformadas y dirigidas por conjuntos humanos, es plausible que presenten las mismas limitaciones que presenta un actor (19) solitario en cuanto a capacidad, atención, tiempo e información, aun cuando la interacción entre sujetos posibilite una respuesta más rápida y eficaz en la atención de diversos asuntos.

No obstante, la relación entre diferentes actores sociales dentro de las organizaciones, en varias ocasiones la aleja de un compromiso común, ya que estos vierten dentro de ellas sus inquietudes, intereses, formas de actuar y perspectivas sobre la realidad, por lo que resulta importante el establecimiento de reglas que proscriban estas prácticas y muestren lo que está permitido hacer, de tal forma que la organización persiga objetivos comunes, sea más efectiva y reduzca la complejidad que le presenta el ambiente social.

Bajo esta premisa es que nace el interés por las instituciones, las cuales se encuentran adheridas a las organizaciones y presentan tres características precisas; primero, su facultad para prescribir, constreñir y restringir ciertos comportamientos; segundo, su capacidad para responder, simplificar y reducir el impacto de los estímulos externos; tercero, su habilidad para mostrar cómo se hacen las cosas a través de la rutina. Guy Peters (2003) (Leija Parra, 2021:20).

citando a March y Olsen (1997), precursores de los estudios institucionales, menciona que las instituciones: [...] no

son necesariamente una estructura formal, sino que más bien se les entiende como un conjunto de normas, reglamentaciones, supuestos; y, sobre todo, rutinas [...] se definen por su durabilidad y su capacidad para influir en la conducta de los individuos durante generaciones [...] poseen una legitimidad casi inherente, que compromete a sus miembros a comportarse de determinadas maneras [...] (2003, p.50) De acuerdo con lo anterior, las instituciones no son entramados formales y objetivos, es decir, constructos sociales que pueden observarse o ser conscientes de su existencia; sin embargo, es a través del comportamiento de los individuos que éstas se expresan y toman forma, al constituirse como una serie de reglas que limitan y constriñen el accionar humano, y que se interiorizan a través de la ejecución sistemática en la vida cotidiana. Las instituciones tienen presencia durante mucho tiempo en un grupo social y deben su éxito a la legitimidad, la cual valida su presencia y justifica las conductas que impone entre los sujetos sociales. Éstos se comportan de acuerdo a las pautas establecidas por la institución y hacen elecciones conscientes, condicionadas por el marco institucional en el que se desenvuelven (Leija Parra, 2021:34 – 39).

## **La cuestión de las normas, las instituciones, las organizaciones y la comunicación**

Como se viene delineando, la organización es el sustento material de la institución, y atendiendo a la universidad, ésta es, como ya se ha explicitado, la organización que materializa la institución educación, institución principal que le da su razón de ser en la sociedad. Aparte de sus características particulares como centro de educación superior que contribuye a la formación integral, humanista y científica, de las distintas profesiones cuya enseñanza imparte, la universidad comparte las características genéricas enmarcadas en el concepto de organización.

Los rasgos característicos de una organización son de distintos órdenes: finalidad existente y conocida por todos los miembros del grupo, distribución de roles y tareas a realizar, división de la autoridad y del poder formal, duración indeterminada (misión permanente) o claramente explicitada en función de un determinado objetivo, sistema de comunicación y coordinación, y criterios de evaluación y control de resultados. Una organización es un conjunto estructurado de componentes e interacciones del que se obtienen deliberadamente características que no se encuentran en los elementos que la componen. Esto remite a la noción de sistema. En efecto, el concepto de sistema se forma alrededor de tres ideas clave:

- un sistema es un conjunto de elementos unidos entre sí,
- un sistema está él mismo inmerso en un entorno,
- un sistema se adapta y evoluciona, conservando una continuidad a través de modificaciones incesantes (Bartoli, 1992).

A partir de esta perspectiva de la organización como sistema Aldo Schlemenson, propone conceptualizar a la organización como “un sistema socio técnico integrado, enmarcado en un contexto tiempo-espacial concreto, deliberadamente constituido para la realización de un proyecto concreto, tendiente a la satisfacción de necesidades de sus miembros y de una audiencia externa, que le otorga sentido” (Schlemenson, 1988). Así, una organización es un conjunto estructurado de componentes, pero también de interacciones, cuya interrelación lleva a la conformación de la unidad organizacional. La interacción de los miembros de la organización y la cohesión mínima necesaria que le da unidad y sentido, operan en dos planos interdependientes. Por una parte, esa integración está regulada por procesos interpersonales, mecanismos de identificación (con la autoridad y entre pares), necesidades, motivaciones y ansiedades inconscientes, que encuentran en el ámbito organizacional posibilidades de expresión y expectativas de realización. Por otra, la integración opera a través de un sistema sancionado de roles interrelacionados que conforman una estructura susceptible de ser definida en términos de tareas y expectativas fijadas para los ocupantes de dichos roles (Avendaño y Ponce, 1999).

Puede observarse entonces, que en una organización se superponen aspectos formales e informales. Los primeros se refieren a la existencia de relaciones sociales fruto de un plan formalmente establecida para alcanzar los objeti-

vos propuestos. Estas relaciones son racionalmente establecidas por la dirección o por los fundadores de la organización. Los segundos se materializan en acciones espontáneas donde tienen cabida lo afectivo y lo más difícilmente racionalizable de la conducta humana (Marin, 1997).

Para caracterizar los aspectos formales de una organización, es pertinente considerar que esta última no sólo está constituida por personas, sino que también por un conjunto de posiciones sociales que ellas ocupan. En este sentido, dos son los aspectos fundamentales a considerar en la organización formal, el que se deriva de la división del trabajo, que da lugar a una diferenciación de funciones, denominada *organización funcional*, y las diferentes esferas de autoridad y poder, repartidas de arriba hacia abajo en toda la entidad, que hacen necesaria una *organización jerárquica o de subordinación*.

La organización formal funcional se basa en la división del trabajo, necesidad existente en cualquier organización en la cual se realicen separadamente diferentes tareas para conseguir un funcionamiento óptimo. La organización funcional, por un lado, considera a la organización como una unidad y permite diferenciar las distintas funciones que definen los puestos de trabajo a ocupar por los individuos concretos. Por otra parte, desataca la exigencia de cooperación entre las distintas partes, considerando que todas las funciones son importantes.

La conceptualización sistémica propuesta, entre otros, por Katz y Kahn (1986) conciben las organizaciones como sistemas abiertos, sensibles, con capacidad para crecer y autorreproducirse y con capacidad de respuesta, en constante intercambio con el medio ambiente que los rodea, a través de la metáfora “organicista” (Scheisohnn, 1999) El entorno, define a la organización como un sistema abierto porque mantiene relaciones con ese “afuera”, del cual se recibe influencias o inputs y al que se envían resultados o outputs. Se entiende por entorno al conjunto de condiciones ambientales o fuerzas sociales, culturales, legales, políticas, económicas, tecnológicas, etc. ajenas a la organización pero que la modifican o influyen en ella. Pueden establecerse dos clasificaciones de entorno: *un entorno inmediato y otro mediato*. El primero hace referencia a aquellos actores individuales y colectivos que operan en el mismo ambiente de la organización, a los cuales ésta debe atender permanentemente antes de ver qué acciones desarrollará. El segundo aparece más alejado de la organización, y comprende fuerzas que se le presentan totalmente ajenas, pero que tienen gran incidencia en ella y en los otros actores individuales y colectivos que operan conjuntamente en su mismo ambiente (Chiavenato, 2009: 34).

Como complemento de los componentes estructurales de una organización, es necesario considerar otro de sus aspectos “esenciales”. Se trata de una dimensión que le confiere su “esencia y naturaleza”, la cual abarca principalmente su cultura e su identidad.

Para Edgard Schein (1980, 2004), la cultura organizacional tiene la función de adaptación externa y de integración interna, a través de un lenguaje común y categorías conceptuales, límites grupales y criterios de inclusión y exclusión, poder y jerarquía, intimidad, amistad y amor, recompensas y castigos y, finalmente, ideología y religión. Definida como “aquel conjunto de creencias que comparten los miembros de una organización sobre cuál es la mejor forma de hacer las cosas, las cuales definen la visión que la empresa tiene de sí misma y del entorno”. pudiendo ser abordada desde tres niveles: a) los artefactos, es decir los aspectos conductuales y tangibles, tales como los rituales y los líderes; b) los valores, es decir las convicciones sobre la naturaleza de la realidad y sobre la manera de tratarla; c) las presunciones básicas que constituyen el nivel más profundo, inabordable de manera directa y que se relaciona con dimensiones tales como la relación de la humanidad con la naturaleza, la naturaleza de la realidad y la verdad, del género humano, de la actividad humana y de las relaciones humanas. Así como la presunción sobre el tiempo (pasado, presente, futuro) y los ciclos temporales.

Joan Costa define a la identidad como: “la suma intrínseca del ser y su forma, autoexpresada en el conjunto de los rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás. En esta línea de razonamiento, la idea de identidad supone la idea de verdad, o de autenticidad, puesto que identidad significa, sobre todo, idéntico a sí mismo” (Costa, 1993). La identidad hace referencia a que toda organización tiene una personalidad propia, que permite identifi-

carla diferenciándola de las demás. Dicha personalidad constituye su identidad específica, su propio ser. En este sentido, la identidad de la organización se concreta en dos tipos de rasgos específicos: los físicos y los culturales. Los primeros incorporan los signos icónico- visuales como signos de identidad, válidos para la identificación de la organización desde su entorno. Los segundos, por su parte, incorporan los elementos profundos de la propia esencia de creencias y valores de la organización; es decir los rasgos de tipo conceptual y comportamental. Así, la personalidad cultural se concibe como la manifestación en forma codificada de la cultura latente de aquella. En este sentido las nociones de “identidad visual”, “identidad conceptual” (Sanz de la Tajada, 1995), e “identidad conductual” (Scheinsohn, 1999) quedan adheridas a la Comunicación.

## **Comunicación institucional – organizacional**

Toda organización tiene el deber de comunicar; se lo debe a sus públicos y a ella misma. Ha de tenerse en cuenta que toda ausencia de comunicación no es “no comunicación” sino comunicación negativa (Scheinsohn, 1999). De allí la importancia de la comunicación estratégica entendida como una interactividad, una tarea multidisciplinaria, una hipótesis de trabajo que interviene para asistir a los procesos de significación de una organización (Scheinsohn, 1999). Desde esta perspectiva, el autor propone seis temáticas de intervención a la hora de abordar la realidad organizacional-comunicacional en una organización: Personalidad Corporativa, Identidad Corporativa, Cultura Corporativa, Vínculo Institucional, Comunicación Corporativa e Imagen Corporativa:

“En toda organización existe una personalidad que entra en relación con la identidad. Esta identidad se construye en relación con otros y ese otro es el que en gran medida la define. Allí se forma una enorme red vincular. Esos vínculos se dan en un contexto cultural que determinan nuestras conductas y actitudes. Todos estos intercambios son posibles en el seno de la comunicación”(Bustos, 2005)<sup>1</sup>.

La misma se presenta como un proceso de intercambios ininterrumpido que se vale de herramientas; que es condición existencial de la vida humana y el orden social ya que desde que nacemos hasta que dejamos de existir nuestra vida se halla mediada por la comunicación. Es por ello que el modelo de comunicación estratégica, fundado en la teoría general de los sistemas, permite abordar analíticamente la realidad organizacional/comunicacional de una organización, desde una perspectiva sistémica y organicista, lo cual aporta una visión más amplia del desarrollo de sus actividades.

Las organizaciones producen significados; lo que circula y se intercambia ya no son productos o servicios solamente, sino los valores que vienen asociados a ellos; de este modo, las compañías se consolidan como actores sociales que emiten y reciben mensajes diversos y por lo tanto requieren establecer un orden y un control sobre los discursos que circulan (Brandolini y González Frígoli, 2009).

## **Propuesta de abordaje**

Se parte de la idea de las instituciones como consensos histórico –culturales normativos, que en el plano de la abstracción regulan (y en parte, determinan) las conductas de las personas y los sentidos que les atribuyen a éstas en la sociedad. Las organizaciones, como “corporizaciones” de acciones humanas grupales, teleológicas y funcionales que se objetivan como personas jurídicas, es decir a través de normas formalizadas que, desde el Estado, permiten su existencia y que después de constituidas generan su propio sistema normativo formalizado.

Este plano de la ontología formalista de las organizaciones conlleva intrínsecamente su relación con todos los otros “elementos del sistema social”, relaciones que solo pueden comprenderse intercambiando sentidos, por más que algunos sean intercambios sean entendidos solo como “materiales”. En este sentido, retomar el estudio de las normas formalizadas que dan otorgan la existencia, naturaleza, obligaciones, derechos, entre otras dimensiones

---

<sup>1</sup> Apuntes Espacio Curricular: Planificación y Gestión de la Comunicación. Prof.: Lic. María José Bustos. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Villa María. 2005.

constitutivas de las organizaciones, implica el ejercicio de inferir la capacidad comunicacional de las organizaciones en tanto su existencia en la trama social.

A partir de estos supuestos, surge como principales interrogantes: ¿Cómo se constituyen las organizaciones a partir del entramado normativo formalizado? ¿Cómo puede abordarse la capacidad comunicacional de las organizaciones a partir del entramado normativo que le otorga existencia social? Desde estos planteos iniciales, emergen otros interrogantes: ¿Qué normas estatales (argentinas, nacionales y provinciales en Córdoba) permiten y regulan a las organizaciones? ¿Qué tipologías regulan? ¿Cómo las caracterizan? ¿Cómo normalizan su sistema de vinculación? ¿Cómo puede inferirse la materialización de las instituciones sociales (de su tiempo histórico) en las normas analizadas? ¿Cómo pueden surgir fuerzas instituyentes en las y desde de las organizaciones abordadas, a partir del propio entramado normativo que la construye? ¿Qué aspectos, contenidos, aplicaciones de las normas externas permiten la particularidad indentitaria de las organizaciones? ¿Qué normas formalizadas generan las organizaciones para consolidar su cultura y construir y proyectar su identidad? ¿Qué aspectos de las normas externas a las organizaciones, pero que las constituyen y de las normas internas son inherentes a la gestión de la comunicación institucional/ organizacional?

El objetivo general consiste en “comprender la importancia de las normas formales en la constitución de las organizaciones, en tanto, materialización de las instituciones sociales y entidades comunicantes”, del cual se desprenden los siguientes objetivos específicos:

- Sistematizar la existencia y procedencia de normas formales externas e internas a las organizaciones.
- Visibilizar la materialización institucional de las organizaciones a través de su sistema normativo.
- Denotar estructuras instituidas y capacidades instituyentes en las normas organizacionales.
- Determinar la capacidad para la regulación comunicacional del sistema normativo de las organizaciones.
- Reconstruir los entramados normativos que permiten abordar la complejidad organizacional y los sentidos que las particularizan.

El trabajo del equipo de investigación estructura en indagaciones, sistematización y primeros análisis particulares, en relación a los siguientes momentos y dimensiones:

Momentos	Dimensiones
Primer momento	Normas organizacionales Normas comunicación
Segundo momento	Normativas sectoriales, determinadas por:  Nivel de institucionalidad  Ámbito: público – privado con o sin fines de lucro  Territorialidad: locales – regionales – nacionales - internacionales  Rubro de actividad: a determinar

Tercer momento	Normas de organizaciones particulares (situadas):  Organizaciones Públicas  Organizaciones privadas sin fines de lucro  Organizaciones privadas con fines de lucro  Elaboración de matrices de análisis
----------------	---

El estudio se basa en la posibilidad de triangulación o convergencia metodológica al integrar las siguientes actividades en los momentos previstos:

- Búsqueda documental – relevamiento de normativas – detección preliminar de emergentes
- Análisis de contenido: construcción de matrices de análisis a partir de tópicos emergentes
- Interpretación – reconstrucción de modélica de las organizaciones a partir de las normas formales.
- Cruces de la información analizada – modelización de las organizaciones: construcción / reconstrucción de las identidades organizativas desde las normativas abordadas.
- Detección de las capacidades comunicacionales organizaciones.

Estudio se basará en la búsqueda, lectura análisis y comprensión y nuevas búsquedas (a través de la técnica de la “bola de nieve”) de los textos formalizados de leyes (nacionales, provinciales) y ordenanzas municipales; decretos, resoluciones, proyectos institucionales, estatutos, manuales de misiones y funciones, y normas de creación y procedimentales de las organizaciones, sujetos de esta investigación.

Este estudio es de corte cualitativo, erigido sobre el Paradigma Interpretativo, supone la comprensión del sentido de la acción social en el contexto del mundo de la vida y desde la perspectiva de los sujetos participantes. Considerando a las organizaciones como actores sociales, este estudio intentará reconstruir el (o los) mundo (s) construido(s) a través de los entramados normativos de las organizaciones, comprendiéndolas como abstracciones creadas, objetivadas y productoras de sentidos que perviven en la sociedad a través de la asunción de sus normas como elementos disciplinantes en las personas que las viven.

En este sentido, de las lecturas profundas de los marcos normativos hallados, se pretende generar hipótesis acerca de la constitución de esas entelequias que resultan ser las organizaciones. Estas posibles modelizaciones emergentes y consensuadas por el equipo de investigación. en un esbozo de “doble hermenéutica colectiva”, intentarán ser conceptualizadas a través de analogías.

Para ello, se adopta el modelo interactivo de cinco componentes: propósitos, contexto conceptual, preguntas de investigación, métodos, y validez, que “interactúen dejando margen para las concesiones, flexibilizando las secuencias y las relaciones entre los momentos y decisiones, a su vez generando un monitoreo crítico en cada momento y manteniendo la posibilidad de dar a luz a hallazgos frente de la mirada libre de los hallazgos no “atemorizada” por el método (Maxwell, 2005).

## Bibliografía y otras fuentes

Amado Suarez, Adriana y Castro Zuñeda, Carlos (1999) *Comunicaciones Públicas. El modelo de la comunicación integrada*. Temas Grupo Editorial. Buenos Aires. Argentina.

Arnold Cathalifaud, M. (2008). Las Organizaciones desde la Teoría de los Sistemas Sociopoiéticos Cinta Moebio 32: 90 [www.moebio.uchile.cl/32/a\\_arnold\\_108.html](http://www.moebio.uchile.cl/32/a_arnold_108.html)

- Bartoli, Annie (1992) *Comunicación y organización*. PAIDOS. Buenos Aires.
- Berrocali, Alejandro: *Estrategia de comunicación en el proceso de reorientación de la cultura organizacional caso Gigante S.A. de C.V. en Rebel, Antonieta y RuizSandoval, Celia (comps)*. El poder de la comunicación en las organizaciones. Plaza y Valdés. Méjico. 2000.
- Brandolini, Alejandra; Gonzalez, Frígoli Martín (2009). *Comunicación Interna*. Editorial DIRCOM. Buenos Aires.
- Cambria, Antonio (2016) *La importancia de la Comunicación Estratégica*. Madrid. Instituto Español de Estudios Estratégicos.
- Capriotti Peri, Paul. (2009). *Branding Corporativo, fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Chile: Colección de libros de la empresa.
- Capriotti Peri, Paul. (2013). *Planificación Estratégica de la imagen corporativa*. Editorial Ariel, S.A. Barcelona.
- Castillo González, M. (2017). "El problema de las falsedades en las redes sociales". España.
- Chiavenato Idalberto (2009). *Comportamiento Organizacional, la dinámica del éxito en las organizaciones*. México: Mc Graw Hill Interamericana.
- Coll, D., & Carrel, A. (2017). *¡En Campaña! Manual de Comunicación política en Redes Sociales* (1ª edición ed.). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Costa, Joan.: (1993). *Identidad Corporativa*. TRILLAS. México
- Etzioni, A (1965): *Organizaciones modernas*, México, UTEHA.
- Fernandez Collado, C. (1995) *La comunicación en las organizaciones*. TRILLAS. México.
- García Jiménez, J. (1998). *La comunicación interna*. DIAZ DE SANTOS. Madrid.
- Jaramillo López, Juan Camilo (2004) *Modelo de comunicación pública organizacional e informativa para entidades del estado*. Usaid – Casals & Associates. Bogotá, Colombia.
- Katz, D. y Kahn, J. K. 1966. *The social psychology of organizations*. New York: John Wiley and Sons.
- Lazzaro, L. (2015). *Geopolítica de la palabra. Reflexiones sobre comunicación, identidad y autonomía*. Buenos Aires: Fundación CICCUS.
- Leija Parra, Rudy Argenis (2021) "Andamiaje institucional que reproduce y mantiene la desigualdad. El caso de la comunidad de Fracción Milpillas. 1980-2019" T E S I S para obtener el grado de Doctor en Ciencias Sociales Colegio de San Luis. San Luis Potosí, S.L.P. Diciembre, 2021.
- Livacic Rojas, Carlos (2009) "La Comunicación y la Información como sistema de relación y logro al interior de las organizaciones. Revista de Estudios Politécnicos Polytechnical Studies Review. Vol VII, nº 11. <https://es.scribd.com/doc/215781506/Livacic-2009-la-comunicacion-y-la-informacion-como-sistema-de-relacion-pdf#>
- Lourau, René. (2001). *El análisis institucional*. Amorrortu editores. Buenos Aires.
- MARC Edmund y PICARD Dominique.: (1991) *La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación* - PAIDOS - Buenos Aires Primera Edición.
- Marín, Antonio Lucas (1997) *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Madrid. Bosch Comunicación.
- Massoni, S. (2006) *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- Massoni, S. (2016) "Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del". Ediciones CIESPAL. Quito, Ecuador. Año: 2016. Páginas: 212. – Dialnet <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5792042.pdf>
- Maxwell, J. A. (2005). *Qualitative research design: an interactive approach* (Seconded.). Thousand Oaks CA: Sage.
- Meyer, J. W. y B. Rowan (1999) "Organizaciones institucionalizadas: la estructura formal como mito y ceremonia", en W. W. Powell y P. J. DiMaggio (comps), *El Nuevo Institucionalismo en el análisis organizacional*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Paz, Gabriel (2020) Retornar a Lourau: institucionalización, acontecimiento y perspectivas de intervención en las instituciones disciplinarias PERSPECTIVAS EN PSICOLOGÍA – Vol. 16 - Número 2 – diciembre 2019/mayo 2020 - (pp. 30-39).
- Piñuel Raigada, J.:(1997) *Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones*. SINTESIS. Madrid.

Robert Audi (editor) (2004) *Diccionario Akal Dd Filosofía Traducción de Huberto Marraud y Enrique Alonso Profesores titulares de Lógica y Filosofía de la ciencia Universidad Autónoma de Madrid. Cambridge University Press, 1995, 1999 Ediciones Akal, S. A.*

Sandoval Casilimas, C. A. (2002). *Especialización en teoría, métodos y técnicas de investigación social*. (Vol. Módulo 4: Investigación cualitativa). (I. C. (ICEFS), Ed.) Bogotá, Colombia: ARFO, editores e impresores. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/2815/1/Investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>

Sanz De La Tajada, L. (1995) *Integración de la identidad y la imagen de la empresa. Desarrollo conceptual y aplicación práctica*. ESIC Madrid.

Sauthu, Ruth (2005) *Todo es Teoría. Objetivos y Métodos de investigación*. Buenos Aires. Lumiere.

Schein, Edgar (1972) *Psicología de la organización*, Prentice Hall International, 1972, Cap. II, pag. 19.

Scheinsohn, Daniel (1999). *Comunicación estratégica. Managment y fundamentos de la imagen corporativa*. Quinta edición. Ediciones Macchi. Buenos Aries.

Scheinsohn, Daniel (2000). *Más allá de la Imagen Corporativa. Como crear valor a través de la comunicación estratégica*. Segunda edición. Ediciones Macchi. Buenos Aries.

Schlemenson, Aldo. (1988) *Análisis organizacional y empresa unipersonal. Crisis y conflictos en contextos turbulentos*. PAIDOS. Buenos Aires. Primera Edición.

Schvarstein, Leonardo. (1995). *Psicología Social de las organizaciones. Nuevos aportes*. Editorial Paidos. Buenos Aires.

Vargas Hernández, José Guadalupe (2008) "Perspectivas del Institucionalismo y Neoinstitucionalismo" <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/perspectivas2008-1.pdf>

Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Epistemología y técnicas*. Buenos Aires, Argentina: De Las Ciencias.

Villafañe, Justo (1998) *Imagen Positiva*. PIRAMIDE. Madrid.

Ynoub, Roxana Cecilia. (2015) "¿inducción o abducción? Revisión de los fundamentos lógico-inferenciales. Comprometidos en la construcción de datos cualitativos." 5to Congreso Internacional de Investigación de la Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires. Pp 740-742. <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/56327/Resumen.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**MESA 15**

# Comunicación Política

# Discursos de odio

Irma Alejandra Nuñez (IAPP-UNLaR)

inunez@unlar.edu.ar

María Belén Martínez (UNLaR)

bmartinez@unlar.edu.ar

Maria Alejandra Ibañez (UNLaR)

alejandraiba@gmail.com

## Introducción

A partir del intento de homicidio a nuestra vicepresidenta, Cristina Fernández de Kirchner, el 1 de septiembre del año 2022, se ha podido escuchar con mayor frecuencia sobre la responsabilidad de los medios de comunicación a la hora de brindar una información y como estos medios, al igual que la oposición (políticos/as y partidos) instalan los discursos de odio.

Esto resulta interesante para el ámbito de la comunicación política ya que es un término que conocemos, lo hemos sentido nombrar muchas veces, pero que poco se estudia o se indaga.

El concepto de “discurso del odio” es impreciso, intenta englobar expresiones que provocan hostilidad y violencia contra otras personas por su pertenencia a ciertos grupos. Sin embargo, otros autores sostienen que su aplicación práctica está sirviendo para penalizar e intentar silenciar ideas que desafían la ortodoxia políticamente correcta del momento. Es decir, en contra de una genuina libertad de expresión. Aquella que implica que la gente pueda emitir opiniones que sean “molestas” para otros ciudadanos/as o para la opinión pública dominante.

Resulta interesante poder pensar y repensar el concepto de discurso de odio, observar su aplicabilidad y poder distinguir y resaltar sus efectos y consecuencias. ¿Podemos decir, expresar o pedir a alguien que no odie?, ¿desde que lugar lo decimos? si el odio es un sentir al igual que el amor ¿Porque seria uno valido y el otro no? ¿Podemos dejar de odiar?

“Restringir o suprimir la libre

expresión política, incluida la expresión subversiva,

implica siempre una suspensión parcial de la democracia”

John Rawls

## Discursos de odio

Podríamos definir el discurso de odio como: cualquier forma de expresión que propague, incite, promueva o justifique el odio racial, la xenofobia, el antisemitismo y otras formas de odio basadas en la intolerancia, incluyendo la intolerancia manifestada mediante un nacionalismo y etnocentrismo agresivos, la discriminación y hostilidad contra las minorías. Por su parte, para la convención interamericana de Derechos Humanos, la intolerancia: es el acto o conjunto de actos o manifestaciones que expresan el irrespeto, rechazo o desprecio de la dignidad, características, convicciones u opiniones de los seres humanos por ser diferentes o contrarias. Puede manifestarse como marginación y exclusión de la participación en cualquier ámbito de la vida pública o privada de grupos en condiciones de vulnerabilidad o como violencia contra ellos.

Frank La Rue (2012), Relator Especial de la ONU, había afirmado que la libertad de expresión es esencial para crear

un entorno de entendimiento y tolerancia que evite los discursos que incitan al odio. cuando se cuenta con un ambiente propicio, las sociedades pueden discutir sobre temas de carácter religioso o racial para promover la abolición de estereotipos negativos. Las acciones contra la intolerancia deben ser cotidianas y permanentes, pues las exhortaciones al odio siguen ocurriendo en todos los niveles socioeconómicos. sin embargo, es importante definir cuándo y cómo los Estados pueden limitar legítimamente la libertad de expresión. Cualquier restricción a la libertad de expresión debe establecerse en una legislación en forma clara y accesible a toda la gente, y debe demostrarse que es necesaria para proteger los derechos de las personas, la seguridad nacional o el orden público.

En su intento por combatir el discurso de odio, algunos gobiernos tienden a criterios equivocados y establecen leyes ambiguas con sanciones desproporcionadas. Estas en realidad suelen utilizarse a veces para silenciar las posturas críticas o políticas, más que para socavar el mal que pretendían combatir.

El discurso de odio promueve el odio y la intolerancia. Persuade, directa o indirectamente, a sus receptores para que tomen acciones en contra de aquellos a quienes se dirigen los mensajes. Los discursos de odio expresados pública y constantemente preceden, por lo general, a actos violentos de odio (por ejemplo, el intento de matar a la vicepresidenta). De manera independiente a la voluntad del emisor, el discurso de odio genera entre el público receptor un clima de hostilidad, discriminación y violencia hacia las víctimas. De esta forma, el discurso de odio crea espacios de impunidad para las conductas violentas, pues se ha desarrollado una legitimación de la violencia y de los que realizan conductas violentas, incluso en algunos casos se puede incitar a la comisión de delitos contra la propiedad y contra las personas objeto del odio. Ante esto cabe considerar que la ley no ampara el ejercicio abusivo de ningún derecho. Los discursos de odio se constituyen en una degeneración de la libertad de expresión, un total libertinaje que puede dar origen a situaciones no justificadas en ningún modo.

De acuerdo a la investigadora de redes sociales susan Benesch, se puede hablar de cinco indicadores que señalan la posibilidad de que un mensaje en las plataformas sociales pueda ser peligroso, es decir, un contenido que tiene una posibilidad razonable de amplificar la violencia de un grupo hacia otro. Estos indicadores son:

- 1) la influencia del orador,
- 2) los temores de la audiencia,
- 3) el contexto social,
- 4) la forma en la que los mensajes son difundidos y
- 5) si estos invitan o no a la violencia.

Las redes manifiestan una agresividad que siempre esta ahí y replican mensajes injuriosos, calumnias y amenazas, pero también permiten actuar a gran escala. La educación y concientización por parte de la propia sociedad ayudará a proteger su propia libertad de expresión. sí internet no tiene fronteras, debe ser la gente quien establezca los límites y el rechazo al odio.

Pensando hacia el futuro, es necesario señalar que unos de los motivos que despuntan el discurso de odio en las plataformas sociales son la impunidad, el anonimato y una aparente libertad de expresión irrestricta.

### **¿Qué es el discurso de odio?**

Es la expresión de un discurso ofensivo dirigido a un grupo o individuo y que se basa en características inherentes y que puede poner en peligro la paz social.

La Estrategia y Plan de Acción de la ONU para la lucha contra el discurso de odio define este discurso como “cualquier tipo de comunicación ya sea oral o escrita, —o también comportamiento—, que ataca o utiliza un lenguaje

peyorativo o discriminatorio en referencia a una persona o grupo referido a lo que son, es decir, basándose en su religión, etnia, nacionalidad, raza, color, ascendencia, género u otras formas de identidad”.

Sin embargo, no existe una definición universal de discurso de odio de acuerdo con el derecho internacional en materia de derechos humanos. El concepto todavía se debate ampliamente, sobre todo en relación con la libertad de opinión y expresión, la no discriminación y la igualdad.

A pesar de que esta no es una definición legal, abarca un sentido más amplio que “una instigación a la discriminación, la hostilidad o la violencia” — que está prohibida de acuerdo con el derecho internacional en materia de derechos humanos, el discurso de odio posee tres características esenciales:

Se puede materializar en cualquier forma de expresión, incluidas imágenes, dibujos animados o ilustraciones, memes, objetos, gestos y símbolos y puede difundirse tanto en Internet como fuera de él.

Es “discriminatorio” (sesgado, fanático e intolerante) o “peyorativo” (basado en prejuicios, despectivo o humillante) de un individuo o grupo.

Se centra en “factores de identidad” reales o percibidos de un individuo o grupo, que incluyen: “su religión, etnia, nacionalidad, raza, color, ascendencia o género”, pero también en otras características como su idioma, origen económico o social, discapacidades, estado de salud u orientación sexual, entre otras muchas.

El discurso de odio solo puede dirigirse a individuos o grupos de individuos, no entre las comunicaciones que pueda haber entre Estados y sus oficinas, símbolos o funcionarios públicos, ni tampoco entre líderes religiosos o dogmas de fe.

La proliferación del contenido de odio en línea ha ido acompañada del incremento de la desinformación que puede ser fácilmente compartida a través de las herramientas digitales. Esto está creando retos sin precedentes para nuestras sociedades, ya que los gobiernos luchan por hacer cumplir las leyes nacionales a la escala y velocidad del mundo en línea.

A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, el discurso de odio en línea puede producirse y compararse con facilidad, a un bajo costo y de forma anónima. Puede llegar a un público de todo el mundo y diverso en tiempo real. La relativa permanencia del contenido de odio en redes supone también un problema, ya que puede resurgir y (volver a) ganar popularidad con el paso del tiempo.

El uso de las redes sociales como arma con la que extender discursos divisorios y de odio se ha visto favorecido por los algoritmos de las empresas de Internet. Esto ha intensificado el estigma al que se enfrentan las comunidades más vulnerables y expuesto la fragilidad de nuestras democracias a nivel mundial. Asimismo, ha provocado el escrutinio de los operadores de Internet y desencadenado preguntas acerca de su función y responsabilidades al infringir daño en el mundo real. Como resultado, algunos Estados han empezado a pedir responsabilidades a las empresas al respecto de moderar o eliminar contenido que pueda considerarse en contra de las normas establecidas, suscitando inquietudes sobre las limitaciones de libertad de discurso y censura.

A pesar de estos retos, las Naciones Unidas y muchas otras partes implicadas trabajan por encontrar formas de contrarrestar el discurso de odio. Esto incluye iniciativas para fomentar mayores competencias básicas en materia de información y medios de comunicación entre los usuarios en línea, mientras se garantiza el derecho a la libertad de expresión.

## **Del amor al odio: ¿hay un solo paso?**

El amor es un concepto universal relativo a la afinidad entre seres, definido de diversas formas según las diferentes ideologías y puntos de vista. Se interpreta como un sentimiento relacionado con el afecto y el apego, y resultante y productor de una serie de actitudes, emociones y experiencias.

A diferencia del amor, el odio es un sentimiento de profunda antipatía, disgusto, aversión, enemistad o repulsión hacia una persona, cosa, o fenómeno, así como el deseo de evitar, limitar o destruir a su objetivo.

El amor y el odio son sentimientos, por lo que todas y todos los seres humanos en algún momento, en algún contexto, hacia alguna cosa/hecho/persona lo hemos sentido o experimentado.

Algunos autores, hacen referencia a que no podemos aferrarnos a amar para siempre, ya que el Amorodio es una relación. Al elegir amar, también elegimos odiar, como dos caras de la misma moneda. Es un estado de dualidad. Allí donde hay amor, encontramos odio debajo, ya que el odio es una intrínseca parte del amor.

### **Como se construye el odio**

Muchas veces podemos expresar o decir que odiamos madrugar, hacer ejercicio, trabajar, etc. Pero aquí la palabra 'odiar' se aliviana o se trivializa. Realmente lo que sentimos es miedo, cansancio, incomodidad, no sería odio. Al contrario de "antipatía", que simplemente hace referencia a un sentimiento de animadversión hacia el otro, el 'odio' es siempre una palabra cargada de potencia, parece admitir también lo que el diccionario le adjudica: un deseo de hacer el mal al que se odia. Hay que observar que ese deseo no equivale, sin embargo, a una intención real de dañar, sino que se limita a ser eso: deseo. Desafortunadamente, el odio lleva muchas veces a la acción de destruir, como nos demuestra la experiencia.

Sentir odio conlleva malestar, inestabilidad, un estado de alerta, que nos perjudica. El odio comienza por hacer daño al sujeto que lo siente (fundamentalmente, tarde o temprano).

Odiar requiere de energía y de tiempo: el que odia tiende a obsesionarse con el objeto de su odio, a poner allí su foco, a examinar cada cosa que hace, a prestarle una atención desmesurada. Decía Charles Baudelaire que "el odio es un borracho al fondo de una taberna, que constantemente renueva su sed con la bebida". Caroline Emcke, expresa que "el odio no se manifiesta de pronto sino que se cultiva". Muchas veces escuchamos que el amor se construye, pareciera ser que el odio también.

La comunicación, ya como bien lo define Mario Riorda y muchos estudiosos de la comunicación política, es todo. Actos, palabras, silencios, etc. Lo que sentimos también es comunicable, por nuestras palabras, pero también en nuestros gestos, posturas, etc.

El odio, como todas las emociones y sentimientos, parte de un juicio, de una manera de ver, se asienta en creencias: cuando nace de la indignación, de una sensación de injusticia, cuando

es la respuesta al oprobio, la exclusión o la humillación, el odio puede cegar, pero también puede llegar a ser esclarecedor, aguzar la capacidad crítica. No se busca una justificación de la violencia, pero a veces permite comprenderla. Por ejemplo, pensar en el odio al tirano o al invasor o al régimen genocida. Cuando la violencia es asimétrica, es natural que el odio crezca en el corazón de sus víctimas y llame a la venganza. Y aunque en principio toda violencia es peligrosa, aquella que nace de colectividades oprimidas por años y sirve para liberarse de regímenes asesinos y opresores, suele ser aceptada por el mundo a pesar de los horrores que pueda desatar.

También es importante expresar que el insulto en un discurso constituye un acto de cobardía. Antoni Rubí, en su libro gestionar las emociones políticas, manifiesta que la ofensa y la humillación canalizada por la agresividad, no busca justicia (aunque sea esa la justificación), busca venganza. Cuando el insulto lesiona la dignidad o ratifica el prejuicio de la víctima, las posibilidades de desencadenar violencia son todas.

Para ello, sobran ejemplos, medios y oposición hablando sobre Cristina Fernandez de Kirchner como Yegua, soberbia, la mujer de, la autoritaria, entre otros miles de expresiones negativas.

EL ODIOS EN LAS REDES: Las redes sociales son contemporáneamente un vehículo propicio para la propagación del discurso del odio. Por supuesto, ellas son un medio que favorece la democratización de la opinión, en la medida en que hacen visibles a todos aquellos tradicionalmente marginados de los grandes canales de comunicación; e incluso han servido como instrumento de organización para causas muy justas. La pregunta es ¿por qué son ellas una vía tan propicia para propagar el discurso del odio? Tiene que ver con su anonimato, con su inmediatez, con la simplificación (me gusta, no me gusta), entre otras.

### **¿Por qué debemos combatir el discurso de odio?**

El discurso de odio representa la negación de los valores de tolerancia, inclusión y diversidad, así como de la propia esencia de las normas y derechos que rigen los derechos humanos. Puede exponer a las personas que son objetivo de este tipo de discurso a la discriminación, los abusos y la violencia, además de la exclusión económica y social.

Las expresiones de odio pueden incluso dañar sociedades, perjudicar la paz y desarrollo, ya que son caldo de cultivo para los conflictos, las tensiones y las violaciones de los derechos humanos, entre ellos, los crímenes atroces.

Abordar y combatir el discurso del odio es, por tanto, imperativo. Se necesita un enfoque holístico, movilizar a la sociedad en su conjunto. Todos los individuos y organizaciones, incluidos los gobiernos, el sector privado, los medios de comunicación, las corporaciones de Internet, los líderes espirituales, los educadores, los jóvenes y la sociedad civil tienen el deber moral de posicionarse firmemente contra el discurso de odio y de desempeñar un papel crucial para contrarrestar esta plaga.

Es importante señalar que para combatirlo se necesita primero un control y análisis de este fenómeno para así entender completamente su dinámica. Dado que la expansión de la retórica del odio puede ser un aviso precoz de violencia, incluidos los crímenes atroces, la limitación de este discurso podría contribuir a mitigar su impacto.

Habría que exigir responsabilidades a los autores de estos discursos de odio, para acabar con su impunidad. Vigilar y analizar el discurso de odio es una prioridad para muchas entidades de la ONU; entre otras, para la UNESCO, que investiga sobre este fenómeno para comprender mejor sus dinámicas.

En respuesta a la alarmante tendencia del aumento del discurso del odio por todo el mundo, el Secretario General, António Guterres, presentó la Estrategia y Plan de Acción de las Naciones Unidas para la lucha contra el Discurso de Odio, el 18 de junio de 2019. La Estrategia se compromete firmemente a intensificar la acción coordinada para hacer frente al discurso del odio, tanto a escala mundial como nacional.

*“Responder al discurso de odio no implica coartar o prohibir la libertad de expresión, sino evitar que ese discurso se convierta en algo más peligroso, como una incitación a la discriminación, la hostilidad o la violencia, prohibidas en virtud del derecho internacional”.*

*—secretario general de las Naciones Unidas, António Gutiérrez, junio de 2019*

La Estrategia y Plan de Acción tiene dos objetivos primordiales: 1- Aumentar los esfuerzos de la ONU de forma coordinada para abordar las causas profundas y los desencadenantes del discurso de odio, que se centren en la educación como instrumento preventivo que promueva la concienciación y genere unidad. Y 2- Centrar la respuesta de la ONU en el impacto del discurso de odio en las sociedades, haciendo hincapié en la colaboración con

los agentes pertinentes, reforzar las actividades de promoción y elaborar pautas para contrarrestar determinadas narrativas.

La Estrategia y Plan de Acción se compone de 13 compromisos adquiridos por el sistema de la ONU, que dependen de cuatro principios clave:

1 La Estrategia y su aplicación deben estar en consonancia con el derecho de libertad de opinión y expresión, puesto que la ONU aboga por un discurso más positivo, no la carencia de discurso, como forma esencial de abordar el discurso de odio.

2 Tratar el discurso de odio es responsabilidad de todos. Esto significa que todos debemos tomar medidas: gobiernos, sociedades y el sector privado, pero debe empezar con cada individuo.

3 La ONU trata de apoyar a una nueva generación de ciudadanos digitales, con un poder delegado para reconocer, rechazar y resistirse a un discurso de odio en la era digital.

4 Para que la acción sea efectiva debe basarse en información fundamentada. Por eso, la Estrategia aboga por la recopilación coordinada de datos y la investigación, entre otros, sobre las causas profundas, los factores impulsores y las condiciones que propician el discurso de odio.

El efecto devastador del odio no es, nada nuevo. Sin embargo, su escala e impacto se ven amplificados hoy en día por las nuevas tecnologías de la comunicación, hasta el punto de que el discurso del odio se ha convertido en uno de los métodos más frecuentes para difundir retóricas e ideologías divisorias a escala global. Si no se controla, el discurso del odio puede incluso perjudicar la paz y el desarrollo, ya que sienta las bases de conflictos y tensiones, y de violaciones de los derechos humanos a gran escala.

El concepto sigue siendo objeto de debate, especialmente en relación con la libertad de opinión y expresión, la no discriminación y la igualdad.

Hacer frente a la retórica del odio, ya sea en línea o en la vida real, resulta más fácil cuando uno está equipado con los conocimientos y habilidades suficientes para identificar y contrarrestar el discurso del odio. La campaña de las Naciones Unidas #NoAlOdio ofrece ideas sobre cómo aprender y compartir conocimientos sobre cuestiones relacionadas con la lucha contra la incitación al odio.

En julio de 2021, la Asamblea General de la ONU mostró su preocupación sobre “la propagación y proliferación exponenciales del discurso de odio” en todo el mundo y adoptó una resolución para “promover el diálogo y la tolerancia interreligiosos e interculturales para contrarrestarlo”. La resolución proclamó el 18 de junio como Día Para Contrarrestar el Discurso de Odio, el cual se conmemora por primera vez en 2022 donde las Naciones Unidas invitan a los gobiernos, las organizaciones internacionales, la sociedad civil y las personas a realizar eventos e iniciativas que promuevan estrategias para identificar, abordar y contrarrestar el discurso de odio.

## **Conclusiones**

Como lo expresa Standey Greenberg, “El relato, la narración es la llave de todo”. A esto le sumo la frase tan escuchada en la que se afirma “las palabras no se las lleva el viento, construyen o destruyen”, nada más real que estas dos afirmaciones para entender que en comunicación son fundamentales que deben ser pensadas estratégicamente para lograr los resultados que esperamos.

El discurso del odio promueve la intolerancia y la agresión contra determinados grupos sociales que la materia de veces termina en incidentes y en delitos de odio.

Es evidente que la generación y propagación del discurso de odio en las redes sociales remiten a una serie de

problemas que, para ser combatidos, deben ser reconocidos y enfrentados por la sociedad. Descubrir dentro de nuestra sociedad este manejo de mensajes en la red, nos lleva al desafío y autocrítica que implica preguntarnos: ¿qué debemos cambiar?, ¿qué queremos conseguir? Debemos informar y educar con perspectivas de derechos humanos, para que las personas puedan entender que hay consecuencias graves en la vida de la gente que, sistemáticamente, es discriminada y se vuelve objeto de discursos de odio, incluso cuando esto sucede bajo un esquema que se disfraza en ocurrencias, en chistes, en un humor que se justifica en estereotipos sociales y que pretende hacer uso de una mal entendida libertad de expresión.

La educación y la conciencia social son la mejor herramienta para la prevención del discurso de odio. La regularización digital no es la vía, ya que aun cuando las leyes puedan obligar a no decir cosas discriminatorias o racistas, nunca podrán ejercer un control real sobre lo que la gente piensa o siente.

Debemos educar para no fomentar el odio contra aquello con lo que no se tiene coincidencia. Hagamos que el discurso de odio no sea la vía para la oposición a lo que es diferente de nosotros. Buda aseguraba que: El odio no disminuye con el odio. El odio disminuye con el amor.

## Referencias bibliográfica

Aparici R y Garcia Marin D (2019) LA POSVERDAD: Una cartografía de los medios, las redes y la política.

Blasco Sanz R y Carro de Francisco C. (2019) Susceptibilidad cognitiva a las falsas informaciones. Historia y comunicación social.

Crespo Martinez I, Garrido Rubia A, Rojo MArtinez J. (2022) El uso de las emociones en la comunicación política electoral. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8373709>

Sedran, S (2017) El rol de la información en los cambios de opinión : ¿actualización sesgada o racional?. <https://repositorio.utdt.edu/handle/20.500.13098/6529>.

<file:///C:/Users/IRMA/Downloads/Dialnet-ApunteSobreElDiscursoDelOdioEnLaSociedadContempor-6775900.pdf>

<https://www.un.org/es/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>

# Comunicación y Política. Sentido común y eficacia simbólica del “cambio cultural” en Argentina entre 2015 y 2019

Autores: Urbano, Eduardo.  
estrategiasformativas@hotmail.com  
Leguizamón, Sergio.  
sleguizamon@sociales.unlz.edu.ar  
Viñoles, Leonardo.  
leocseduc@gmail.com

**Universidad Nacional de Lomas de Zamora**

## Introducción

En el contexto actual, marcado por los rápidos cambios sociales y políticos, el estudio del cambio cultural -y más aún las apelaciones que se hacen al mismo desde distintos espacios de poder- se vuelve cada vez más relevante.

En virtud de ello, esta ponencia aspira a contribuir con quienes se dedican a la comunicación política y /o a la articulación entre comunicación y política, con algunos insumos de trabajo producidos no desde la especificidad del campo de la Comunicación sino desde un proyecto de investigación interdisciplinario, que en vinculación central con ella, analiza construcciones de sentido, en el área identitaria de “lo argentino”, indagando a qué imaginarios de la ciudadanía recurren.

Dicho proyecto, que estuvo centrado en analizar el caso en nuestro país y explorar cómo los discursos políticos y las representaciones de identidad han contribuido a configurar procesos de cambio cultural, se concentró, en uno de sus tramos, sobre cómo se operativizó el llamado “cambio cultural” que llevó en Argentina al gobierno la Coalición Cambiemos en 2015 y que buscó implantar entre 2016 y 2019. Y algunos de sus resultados es lo que ofrecemos compartir en este encuentro, con la expectativa de ser continuados desde una convergencia interdisciplinaria mayor en la que otras experticias en el área de comunicación política le confieran su marco.

Para comprender adecuadamente este fenómeno, es fundamental situarnos en el contexto histórico y sociopolítico nacional.

A lo largo del tiempo, Argentina ha experimentado una serie de transformaciones que han impactado en la construcción de su identidad, y desde los primeros momentos de su formación como nación hasta la actualidad, diversos eventos y procesos han dejado su huella en la configuración de la identidad argentina.

Una parte fundamental de estos procesos de cambio cultural radica en los imaginarios de lo que significa ser "argentino" y las representaciones de identidad nacional que se han propuesto en diferentes ámbitos sociales y políticos. A través del análisis de los discursos que circulan en dichos ámbitos, podemos desentrañar qué imaginarios y representaciones se han construido para intentar moldear subjetividades acordes con propuestas socio-políticas

y proyectos de país.

En sus primeros años como nación independiente, Argentina se enfrentó a desafíos políticos y económicos que marcarían su matriz a futuro.

Durante el siglo XIX, el país se caracterizó por una marcada influencia de las élites terratenientes y la expansión de la frontera agrícola. Este período se vio marcado por la lucha por la consolidación del Estado y la construcción de una identidad nacional que reflejara los ideales de la elite gobernante.

Un punto crucial en la evolución de la identidad argentina fue el “mestizaje” que tuvo lugar entre fines de ese siglo y principios del XX. Sin embargo, este proceso no ocurrió como la élite dirigente y sus intelectuales esperaban, ya que el "otro" resultante no se ajustaba a sus preconcepciones. Esta situación generó tensiones y confrontaciones que influyeron en la configuración de categorías identitarias como "gaucho", "criollo" o "gringo", las cuales adquirieron un carácter estratégico en la lucha por el significado de "ser argentino".

Durante el siglo XX, movimientos políticos como el yrigoyenismo y el peronismo, también dejaron su huella en la construcción de identidades. Con estos movimientos se introdujeron nuevas categorías identitarias, como "chusma", "inmigrante" o "cabeza negra", que generaron tensiones y debates en la sociedad argentina.

En este marco, a los efectos de nuestra investigación, entendemos por identidad un proceso de construcción social e histórica en torno al sentido de pertenencia de personas, grupos, comunidades o sociedades que ‘define’ para sus actores el ‘quiénes son’ a partir de eso que tienen en común y de lo que los diferencia de quienes adscriben a otros sentidos de pertenencia. Y en particular, consideramos como identidades argentinas –o “identidad nacional”– a todo proceso de construcción de identidades colectivas que tiene origen en nuestro territorio en relación a los sentidos que se despliegan en la idea de nación.

A partir de esto, reconocemos también en el concepto de identidad aquel que informa sobre la valorización consciente de la pertenencia a una historia común y a una misma manera de estar y ser en el mundo (Kusch, 2000).

En el análisis de los discursos políticos, las representaciones de identidad y las técnicas de ocultamiento presentes en el contexto argentino, pueden enfocarse los procesos de transformación cultural que han dado forma a la identidad argentina y han moldeado las interacciones sociales en el país.

## **Recorridos y metodologías**

En el siglo XXI, los procesos de cambio cultural continúan su curso, anudando la formación de ciudadanía con la formación de opinión. Los movimientos sociales, los feminismos y los sectores pobres han emergido como actores clave en la configuración de subjetividades y en la disputa por la hegemonía cultural. El análisis de estas prácticas -hegemónicas y contrahegemónicas- muestra cómo se construye consenso y se producen subjetividades en el contexto actual.

La producción de subjetividades, a su vez, en nuestras sociedades contemporáneas tecno-digitales, se actualiza –y resignifica– cotidianamente en la interacción entre ciudadanos y medios de información y de comunicación.

Por esto, estos espacios -por los que todo sujeto está hoy atravesado- son escenarios privilegiados y fundantes para la pugna entre prácticas hegemónicas y contrahegemónicas en el despliegue de construcciones de sentidos -individuales y colectivos-, por las que distintos grupos sociales busquen construir –y/o generar– consenso alrededor de imaginarios y representaciones que en torno a la condición de ‘lo argentino’, identifiquen al conjunto de los habitantes como colectivo ‘nacional’, y a los sujetos como ‘ciudadanos’ de la nación.

Con un marco de carácter socio-antropológico, y 3 ejes de abordaje como perspectiva de análisis -el cultural, el histórico-social y el simbólico-, en esta investigación, nos propusimos relevar discursos presentes en los medios de información y comunicación para analizar imaginarios sobre la condición de ser argentinos y representaciones de identidad nacional, y observar cómo se reproducen sistemas de valores a través de instituciones y medios, en un juego de legitimaciones y des-legitimaciones que busca influir las configuraciones simbólicas de la sociedad.

Por ello, utilizamos como metodología central el análisis de significación para examinar los discursos y textos informativos seleccionados.

Nuestro objetivo fue observar la relación entre los efectos de sentido generados por estos discursos y las formas en que se presentan a través de titulares, referencias y argumentos, y este enfoque nos permitió identificar patrones, significados implícitos y estrategias discursivas utilizadas en la conformación de imaginarios sociales y representaciones de identidad nacional.

En lo que sigue de esta ponencia, presentamos una breve selección de algunos puntos con los que Cambiemos instaló y fue operativizando su propuesta de “cambio cultural”, producidos mediante ese relevamiento en discursos que circulan en medios de información y de comunicación.

### **El cambio cultural del proyecto “Cambiemos”**

El análisis y la deconstrucción que intentamos en nuestra investigación tuvo como norte dar con significaciones y subjetividades que en el período que establecimos, 2015-2019, fue construyendo el gobierno de Cambiemos, y colocarlas eventualmente en contraposición con las del gobierno anterior.

Lo que sigue, reúne a modo de muestra, algo de lo que fuimos encontrando.

Cambiemos no representó –ni representa aún hoy- sólo a un grupo económico, es ante todo un “proyecto de vida” que se pretende “inculcar” en un imaginario que aglutina prácticas que subsisten aún en grupos sociales preformados bajo ideas de mérito, esfuerzo y corrupción política.

Carlos Mayer en 2017 postulaba que “... el partido gobernante no creó nada nuevo, sino que recopiló y articuló elementos dispersos de la sociedad argentina...”. El macrismo y la alianza Cambiemos vino a transmitir cómo debe posicionarse el ciudadano en el modo de vivir y actuar frente a determinadas situaciones, cómo pensar la realidad nacional y el mundo, incluso “...qué debe sentir y con qué intensidad...” (Mayer 2017: 16).

Así, con el objetivo de Cambiemos de refundar el Estado viene el de intervenir en la concepción ciudadana asociada a él.

Como partido gobernante adoptó una visión liberal-burguesa del Estado, donde su principal objetivo y herramientas políticas deben estar orientados hacia la protección de los bienes y la seguridad de los individuos y enfatizó el enfoque en lo individual y lo aspiracional, promoviendo la idea de que cada individuo debe trabajar por su felicidad y progreso, basado en la meritocracia y el esfuerzo personal.

No se reconoce en su discurso el impacto del contexto en las dificultades sociales que enfrentan las personas.

La construcción identitaria del sujeto desde la visión de Cambiemos, se basa en la idea de la "supremacía" de clase y en un “lema moral” que las clases bajas parecieron haber “comprado”. En diversos discursos y mensajes en Twitter el expresidente Macri refleja esta perspectiva, donde se resalta el esfuerzo individual y el mérito como caminos hacia un mejor futuro.

Cambiemos se presenta como post-ideológico y busca corregir una supuesta cultura de debilidad y error, promoviendo el esfuerzo y la responsabilidad individual. Sin embargo detrás de este discurso de esfuerzo y mérito se

esconde la intención de reubicar las posibilidades de consumo y favorecer a los sectores más poderosos del país.

En el análisis de Mayer mencionado aparece la importancia de los medios de comunicación y su papel en la formación del sentido común y la opinión pública. Se destaca que la interacción entre ciudadanos y medios digitales es fundamental en la producción de subjetividades y la disputa entre prácticas hegemónicas y contrahegemónicas.

Cambiamos buscó refundar el Estado y construir una identidad basada en el esfuerzo individual y la meritocracia, promoviendo un “cambio cultural” y una nueva visión de país en contraposición a lo que consideraba como una cultura de debilidad y error, catapultado desde la importancia de los medios de comunicación en la configuración de los imaginarios y representaciones de la sociedad.

En un discurso llevado adelante en Villa Soldati en 2016 el entonces presidente decía.

*Yo les quiero agradecer porque sé que duele esta transición, sé que no es fácil, a mí me duelen muchas de estas medidas que he tenido que tomar, pero las he hecho desde la convicción absoluta de que es el camino que nos va a llevar al progreso, es el camino que le va a asegurar a los hijos de cada uno de ustedes que vamos a tener un mejor futuro, porque eso es lo que nos merecemos los argentinos, un mejor futuro, y a partir del esfuerzo personal de cada uno de nosotros, porque somos gente valiosa, que sabemos hacer, que sabemos trabajar.<sup>1</sup>*

En consonancia a lo anterior sumamos las palabras de su presentación en el Ingenio Ledesma en mayo de ese mismo año “...Sé que este sinceramiento de la economía ha sido una pesada carga para muchos, pero créanme que cada medida la he impulsado pensando en el futuro de ustedes. Sé que juntos, poniendo lo que cada uno tiene y va a poner, tenemos un gran porvenir...”<sup>2</sup>

Tanto en Twitter como en los discursos detectamos que el partido gobernante de ese entonces despliega una lógica más o menos sistemática que se piensa a sí misma como post-ideológica y constituye una de las claves del sinceramiento como lógica cultural.

La apuesta Cambiamos fue, o mejor dicho sigue siendo, una política del realismo que sugiere que, para salir de las crisis cíclicas argentinas, queda sólo una alternativa: extirpar la creencia y sincerar el conjunto de nuestras prácticas sociales, hasta el 2015 distorsionadas. En esto radica una de sus principales innovaciones políticas, el pasado como simulacro y el presente como pura verdad.

El gobierno de Mauricio Macri había puesto el faro sobre la cuestión de encubrir las cuestiones referidas a la ampliación de derechos y, en el caso de las tarifas, eliminar cualquier fundamento conceptual en relación con una

1 Macri: "A mí me duelen muchas de estas medidas que he tenido que tomar" (clarin.com)

2 Palabras del presidente Mauricio Macri en el Ingenio Ledesma, provincia de Jujuy <https://www.casarosada.gob.ar/informacion/discursos/36293-palabras-del-presidente-mauricio-macri-en-el-ingenio-ledesma-provincia-de-jujuy>

cuestión de “soberanía nacional” para instalar la idea del despilfarro presupuestario y el costo para todos y todas.



3

Paula Canelo (2019) propone como eje conceptual el de “ortopedia moral” con el cual “...vino a corregir esta supuesta cultura generalizada de la debilidad y el error, dislocada e irresponsable, sobre la que Cambiemos vino a restituir la verdad, a sincerar, a poner las cosas en su sitio...”, “... a -enderezar- a los argentinos...”. (p. 46)

Se contraponen dos visiones, la “promesa populista” y la nueva “promesa aspiracional”. Pero lo que se ocultaba detrás de ese dulce néctar de esfuerzo individual y mérito era la de reubicar las posibilidades de consumo y volver a instalar un status quo en consonancia con las potencialidades y los negocios de los sectores más poderosos del país. Detrás de esta maniobra discursiva, tomando la cuestión ahora del esfuerzo, había en ese “sinceramiento” un “sacrificio” que debían hacer los consumidores de servicios por pertenecer a ese sector de “supremacía” diferenciándose de aquellos que empeñaban, hasta el bienestar y la salud, por intentar pagar el servicio. “La figura de víctima del ajuste era considerada culpable o responsable de su condición de víctima”. (Canelo 2019: 92)

Este debate tiene puntos de unión con las dos visiones de país que se encuentran en pugna. Es por ello que desde su asunción en diciembre de 2015 Cambiemos fue una “máquina” en la refundación de ideas y conceptos que fue desplegando por todo un aparato comunicacional, multimedios con poder en la difusión y la repetición del mensaje, que fueron instalando y visibilizando dos proyectos totalmente contrapuestos.

La patria dejó de ser “el otro” para transformarse en el slogan de “sos vos”. En ese “vos” es donde actuaron personajes de diferente tenor como es el caso de Alejandro Rozitchner (2002) quien señaló: “Se construye la realidad a partir de la participación en el deseo y lo inmediato y no en la reconstrucción minuciosa y eterna del pasado”. Para Rozitchner hay que apreciar el momento presente, la creatividad y liviandad de la ruptura con la genealogía, las lealtades o las tradiciones: ya no es necesario tener un criterio histórico para actuar.<sup>4</sup>

3 Mauricio Macri [@mauriciomacri] (23 abr 2018) “Para cubrir esos subsidios nos tuvimos que endeudar. La otra alternativa hubiera sido hacer un shock de ajuste y ese no es el camino que elegimos. Elegimos el camino del cambio con gradualismo para que ningún argentino se quede atrás.”

4 <https://www.youtube.com/watch?v=juURKRAsUfY>

No hay para el intelectual de Cambiemos una historia y un pasado que unifique para la comprensión de la realidad nacional.

Para esta misma cuestión se magnifican las construcciones de este nuevo sujeto cambiemista que opera escindido de un todo social, que aspira a parecerse o asemejarse a ese modelo de sujeto, basado en el esfuerzo, el mérito y lo aspiracional que operan en el discurso del gobierno macrista.

“...Pero yo les dije desde el primer día que les iba a decir la verdad y que magia no hacía, y por eso estamos recomponiendo las tarifas, por ese camino.

Pero para eso yo necesito que los argentinos sigan firmes, sigan convencidos que estamos en camino correcto y que me ayuden a que todos los dirigentes entendamos que tenemos que ser responsables en las cosas que proponemos. No podemos proponer leyes que mágicamente retrotraen tarifas a un origen...”<sup>5</sup>

### **Breve sinopsis para poner un punto...**

La formación del sentido común del ciudadano y de la opinión pública de la sociedad, preexisten, coexisten y sobreviven a nuestra educación formal, y la producción de subjetividades al respecto, en nuestras sociedades contemporáneas tecno-digitales, se actualiza –y resignifica- cotidianamente en la interacción entre ciudadanos y medios de información y de comunicación.

Estos espacios –por los que todo sujeto está hoy atravesado- son escenarios privilegiados y fundantes para el despliegue de construcciones de sentidos, individuales y colectivos, en la pugna entre prácticas hegemónicas y contrahegemónicas por las que distintos grupos sociales buscan construir –y/o generar- consenso alrededor de imaginarios y representaciones que identifiquen en torno a la condición de ‘lo argentino’, al conjunto de los habitantes como colectivo ‘nacional’, y a los sujetos como ‘ciudadanos’ de la nación.

Mediante el relevamiento de discursos que circulan en esos ámbitos podemos dar con qué imaginarios de ‘argentino’, y con qué representaciones de identidad ‘nacional’ intentan construir subjetividades en línea con sus propuestas socio-políticas en la formulación de un proyecto de país esos grupos que pugnan por la hegemonía.

En este punto, la teoría de Laclau ofrece un trabajo hacia la comprensión de una escena social propia de fines del siglo XX y principios del XXI, signada por la emergencia de nuevos antagonismos y múltiples tipos de identidades que conlleva necesariamente a la reconceptualización de la noción de sociedad mediante el concepto de «hegemonía» como nueva lógica de constitución de lo social que recompone los fragmentos sociales, dislocados y dispersos que no se ligana ninguna “ley teleológica de la historia” y que, a su vez, sólo puede ser concebida como una crítica a toda configuración esencialista sobre la dinámica de las identidades colectivas. (Laclau & Mouffe 2015)

En el caso argentino, a principios del siglo XX, hacia 1910, cuando “el nuevo mestizaje” que se fue produciendo –no con ingleses, franceses ni americanos ‘del norte’ como la elite dirigente y sus intelectuales ‘esperaban’- contrarió al ‘buscado’, ‘la Argentina’ próxima a cumplir cien años, se encontró con que el ‘nosotros’ planeado había resultado ‘otro’, un ‘otro’ que en números y, precisamente por su magnitud, se empezaba a parecer a un ‘ellos’.

Las ‘multitudes’, las ‘masas’, aparecieron en escena como un nuevo sujeto social, y en su interior, la figura del “inmigrante” comenzó a tornarse amenazadora: se diferenciaba del criollo en progresivo aniquilamiento y del indio ya aniquilado, pero en tanto no constituía el ‘nosotros’ esperado, fue para esa elite dirigente un nuevo ‘otro’.

---

5 Palabras del Presidente de la Nación, Mauricio Macri, en el acto de inauguración del Parque Eólico Bahía Blanca <https://www.casarsada.gob.ar/informacion/discursos/42790-el-presidente-mauricio-macri-en-la-inauguracion-de-un-parque-eolico-en-bahia-blanca>

A partir de estos efectos impensados, tanto para el proceso de conducción desde el bloque dominante como para la resistencia de las clases subalternas, las categorías de ‘gaucho’, ‘criollo’ o ‘gringo’, adquirieron un carácter estratégico en la lucha por el significado en cuanto al ‘ser argentino’.

En medio del siglo XX, ocurre algo similar con las derivadas del yrigoyenismo y del peronismo (‘chusma’, inmigrante’, ‘cabeza negra’, por ejemplo).

En el siglo XXI, en el entrelazamiento de la formación de ciudadanía con la formación de opinión, ‘se le ‘agregan’ los movimientos sociales –desocupados, indigenistas, piqueteros-, los feminismos y los pobres en general.

La pugna entre prácticas hegemónicas y contrahegemónicas de los distintos grupos sociales que buscan construir consenso y producir subjetividades, parten de algunas de esas configuraciones -con sus consiguientes resignificaciones-, para hacer alusión a nuestra condición de ‘argentinos’, hablar de ‘la Argentina’, e impregnar nuestras interacciones.

Aquí, es donde cabe consignar expresamente para nuestro caso de análisis que los discursos y las representaciones no sólo refieren a objetos, los construyen...

Y los lenguajes, las imágenes, las marcaciones, tienen la capacidad de construir una práctica en verdaderas políticas de las representaciones en las que instituciones formales y actores particulares definen y dan forma a perspectivas, valores y agendas culturales (Bendix, 1999).

En discursos ‘mostrados’ como ‘sin contenido ideológico’ como el de Macri del 03 de Octubre de 2017 en Bahía Blanca, también se opera con “técnicas de ocultamiento” (Jauretche 1958) -no sólo utilizadas como herramientas por los medios de comunicación-, encubriendo la trama de intereses sobre los que se pretende avanzar:

“...Estamos en este mundo para ser felices, y lo que te hace feliz no es lo que te regalan, lo que te hace feliz es lo que vos conseguís con tu propio trabajo, con tu propio esfuerzo. Y eso es lo que también estamos recuperando de fondo, la cultura de los inmigrantes que hicieron esta Argentina, de nuestros padres y abuelos que vinieron acá y encontraron un país que les dijo: “vengan, necesitamos gente con ganas de trabajar, con las dos manos adelante”; porque necesitaban trabajo, necesitaban salir de la pobreza, se vinieron después de una guerra, en distintas situaciones, o antes de una guerra. Esto es lo que estamos volviendo a recrear en la Argentina hoy, esos valores de fondo que nos van a llevar a ese lugar donde podamos realizar nuestros sueños...”<sup>6</sup>

El hecho de referirse al “te regalan” es una alusión directa a toda política social implementada, en el ejercicio del gobierno anterior a su mandato. Y es precisa la alusión a que el país ‘lo hicieron’ los inmigrantes -sus abuelos inmigrantes... no los indeseables que trajeron las luchas gremiales, las huelgas...-, con su ‘cultura del trabajo’ y no con la nuestra...

Estas palabras, culpabilizan y denostan a aquellos que pueden haber sido beneficiarios de una ampliación de derechos o de una ayuda momentánea del Estado, además de alimentar odios y ruptura del tejido social.

En nuestro caso, aplican a nuestra preocupación especial por el lugar de la diferencia y la diversidad en la construcción de propuestas socio-políticas.

Y al desafío por la disputa del cambio cultural...

Ahí queda por el momento nuestro trabajo, para ser continuado..., y enriquecido por quienes desde la experticia en el campo de la articulación entre comunicación y política, deseen tomarlo...

---

6 Palabras del Presidente de la Nación, Mauricio Macri, en su visita a la planta de la empresa Dow Chemical Chemical, en Bahía Blanca, Provincia de Buenos Aires <https://www.casarsada.gob.ar/informacion/discursos/40914-el-presidente-mauricio-macri-visito-la-planta-de-dow-chemical-en-bahia-blanca>

## Bibliografía de referencia

- Achilli, Elena (2005) Investigar en Antropología social, Laborde editor, Rosario.
- Barbero, Jesús M. (1997) De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía, G.Gilli, México.
- Basualdo, Eduardo (2001) Sistema político y modelo de acumulación, Universidad Nacional de Quilmes Ediciones, Buenos Aires.
- Bendix, Regina (1999) Desde el folclore a la política de la cultura. Los contornos cambiantes del folclore americano en Performance, arte verbal y comunicación. Nuevas perspectivas en los estudios de folclore y cultura popular en USA, Oíartzum Auspoad-Sendoa 1999 pág 259-297. Re edición como Ficha de cátedra Temas en Folklore. Bs.As. Facultad de Filosofía y Letras, 2002.
- Bleichmar, Silvia (2002) Dolor País, Libros del Zorzal, Buenos Aires.
- Briones C; (2002) Cartografías argentinas: políticas indigenistas y formaciones provinciales de alteridad, Claudia Briones Ed., Buenos Aires.
- Calderón, F., Hopenhayn, M. y Ottone, E. (1996) Esa esquiva modernidad Desarrollo, ciudadanía y cultura en América Latina y el Caribe, Nueva sociedad, Venezuela.
- Canelo Paula. (2019) ¿Cambiamos? La batalla por el sentido común de los argentinos, Siglo XXI, Buenos Aires, 1era ed.
- Chávez, Fermín (1983) La recuperación de la conciencia nacional, Peña Lillo, Buenos Aires.
- Devoto, Fernando (2009) Historia de la inmigración en la Argentina, Sudamericana, 3ra. edición, Buenos Aires.
- Feinmann, José Pablo (2013) Filosofía del poder mediático, Planeta, Buenos Aires.
- Feldman, Simón (2019) La conquista del sentido común, Ediciones Continente, Buenos Aires.
- González, Joaquín V. (1979) El juicio del siglo, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.
- Gramsci, Antonio (1967) Literatura y vida nacional, Península, Madrid.
- (2006) Cartas desde la cárcel, Nueva Visión, Buenos Aires.
- Hernández Arregui, Juan José (2004) La formación de la conciencia nacional, Ediciones Continente, Buenos Aires.
- Hobsbawm, E. (1992) Naciones y nacionalismos desde 1780, Crítica, Barcelona.
- Hopenhayn, Martín y Sojo, Ana (comp.) (2011) Sentido de pertenencia en sociedades fragmentadas, siglo XXI, Buenos Aires.
- Jauretche, Arturo (1959) Los profetas del odio, A. Peña Lillo editor, Buenos Aires.
- Kusch, Rodolfo (2000) Geocultura del hombre americano, Obras completas Tomo III, Editorial Fundación Ross, Rosario.
- Laclau, Ernesto y Mouffe, Chantal (2015) Hegemonía y estrategia socialista radicalización de la democracia, Siglo XXI. Madrid.
- Mato, D. (2005) Cultura, política y sociedad, CLACSO, Buenos Aires.
- Mayer, C (2017) El relato macrista, Ediciones B, Buenos Aires, 1era ed.
- Oszlack, O (1982) La formación del estado argentino, Editorial Belgrano, Buenos Aires.
- Perón, Juan D. (2005) Proyecto nacional, CS ediciones, Buenos Aires.
- Pons, M.C.y Soria, C. (comp.) (2005) Delirios de grandeza Los mitos argentinos: memoria, identidad, cultura, Beatriz Viterbo Editora, Rosario.
- Portelli, Hughes (1973) El bloque histórico Siglo XXI, México.
- Pratt, Mary.L. (2011) "La antropología y la desmonopolización del pensamiento social" en Grimson, A. Merenson, S. Noel, G. Antropología ahora. Debates sobre la alteridad, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Prieto, Adolfo (1988) El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna, Sudamericana, Buenos Aires.

Ribeiro, Gustavo Lins (2011) "La antropología como cosmopolítica: globalizar la antropología hoy" en Grimson, Alejandro, Silvina Merenson y Gabriel Noel (comps) Antropología ahora. Debates sobre la alteridad. Buenos Aires, Siglo XXI, pp. 69-96.

----- (2003) Postimperialismo. Cultura y política en el mundo contemporáneo, Gedisa, Barcelona.

Rojas Mix, Miguel (2006) El imaginario Civilización y cultura del siglo XXI, Prometeo, Buenos Aires.

Rozitchner, Alejandro (2002) Argentina impotencia, Libros del Zorzal, Buenos Aires.

Rubione, Alfredo (1983) En torno al criollismo. Textos y polémica, CEAL, Buenos Aires.

Scalabrini Ortiz, Raúl (2005) El hombre que está solo y espera, Editorial Biblos, Buenos Aires.

Schutz, Alfred. (1972) Fenomenología del mundo social. 1ª ed., Paidós, Buenos Aires.

Sen, Amartya (2008) Identidad y violencia, Katz, Madrid.

Viñas, David (1982) Indios, ejército y frontera, Siglo XXI, México.

----- (1996) Literatura argentina y política (2 tomos), Editorial Sudamericana, Buenos Aires.

# Fake News y Disonancia Cognitiva

Irma Alejandra Nuñez

inunez@unlar.edu.ar

Albarez Gómez, Natalia

nataliaalbarezgomez@hotmail.com

Diaz, Abril

abrilmicad@gmail.com

**IAPP-UNLaR**

## Introducción

Nuestras creencias son las que determinan el modo en que vemos el mundo, el modo en que vamos a vivir nuestras vidas. No hablamos de “La realidad”, como algo único, igual para todos/as, sino de NUESTRA REALIDAD, la propia, la que percibimos e interpretamos. Lo que vemos no es el resultado lógico de la evidencia, sino que está basado en nuestra propia historia, experiencia, prejuicios y suposiciones. Aunque enfrentemos datos objetivos que contradigan esta visión previa propia, nos resulta difícil y hasta imposible cambiarla.

Se trata de un conflicto cognitivo que experimentamos al ver amenazada nuestra forma de concebir las situaciones. Aquí, lo que se pone en juego no es la verdad, sino la propia identidad, por lo que la mente hará lo posible por mantener una coherencia entre nuestros pensamientos.

La disonancia cognitiva, es un concepto del psicólogo social León Festinger en los años 50, que hace referencia a la tensión incómoda que resulta de sostener simultáneamente dos actitudes u opiniones conflictivas o contradictorias entre sí. Es lo que sentimos cuando nos enfrentamos con evidencias que amenazan nuestro autoconcepto. Incluso ante datos o hechos que nos objetan, tendemos a reforzar nuestras opiniones preestablecidas y a estar aún más convencidos de nuestra verdad.

Las personas tienden a cambiar los hechos para adaptar las creencias preconcebidas con el objetivo de disminuir la incomodidad de la disonancia cognitiva. Este comportamiento, se denomina “razonamiento motivado”. Es aquel, donde seleccionamos los datos coincidentes con lo que queremos creer y reforzamos así nuestros preconceptos en un movimiento de retroalimentación y, como gesto contrario, evitamos, ignoramos, le quitamos valor o simplemente olvidamos lo que los contradice.

Tendemos a ser de partidos que tengan la misma ideología, a leer los editoriales de los diarios que confirman nuestras convicciones políticas, miramos en la TV los programas que coinciden con nuestra visión de la realidad y seguimos en redes sociales a quienes opinan cosas parecidas a nosotros y nosotras.

Actualmente, el rápido acceso a información y a contenidos periodísticos a través de internet, su facilidad de edición junto con el uso creciente de las redes sociales, han cambiado nuestros hábitos de consumo a la hora de acceder a la información, potenciando la proliferación de **falsas noticias**, y en este sentido es que nos preguntaremos sobre el poder de las creencias sobre los datos y las evidencias, sobre la formación de las opiniones y cómo afecta a las decisiones sociales de los individuos.

En este trabajo, intentaremos mostrar que creer en noticias falsas tiene mucho que ver con la disonancia cognitiva, es decir, creemos en algo, la realidad nos muestra lo contrario, la fake news avala lo que creemos, la compartimos y tomamos como cierta, como verdad.

## **Fake news: noticias falsas**

David Alandete (2019), define fake news, como aquellas noticias con datos erróneos, exagerados o manipulados, que pervierten el oficio del periodismo con una finalidad política. Se hace referencia a información fabricada que imita el contenido de los medios de comunicación en forma, pero no en el proceso o la intención de la organización. Carecen de normas y procesos editoriales para eliminar lo falso a favor de lo verdadero.

Las noticias falsas son, por lo tanto, un subgénero de la categoría más amplia de información errónea, de información incorrecta sobre el estado del mundo.

Es objetivo de este trabajo poder explicar el ¿por qué se cree en las noticias falsas?, ¿que hace que compartamos y difundamos las mismas? . Por ello, este trabajo se enfoca en poder dar respuesta a través de conocer y entender el concepto de razonamiento motivado, de la teoría del procesamiento dual y a de disonancia cognitiva que se dan en el procesamiento de la información.

El razonamiento motivado sostiene que nuestras motivaciones forman y configuran las informaciones que recibimos para que encajen con nuestras creencias, opiniones o gustos, realizando un análisis emocional de la información entrante.

Por medio de esto, es que las personas llegan a confirmar sus creencias, ignorando los datos y hechos que las contradicen debido a la implicación de las emociones en los razonamientos y decisiones aparentemente racionales.

En este sentido, tendemos a procesar la información de manera que encaje con algún objetivo predeterminado explicando por qué pensamos que llevamos la razón incluso cuando estamos equivocados.

De este modo, las personas se muestran menos minuciosas examinando evidencias congruentes con sus creencias a diferencia de aquellas informaciones y opiniones que son contrarias a éstas. Los individuos pueden ser más vulnerables a noticias falsas que sean congruentes con su ideología política (Pennycook y Rand, 2018).

La teoría del procesamiento dual plantea dos sistemas diferenciados para explicar el razonamiento y pensamiento humano. Ambos procesos presentan diferencias en: aspectos funcionales, velocidad de procesamiento, acceso a la conciencia y capacidad computacional o de recursos que demandan (Seoane 2017).

Por un lado, la cognición humana se caracteriza por presentar procesos automáticos e intuitivos (Sistema 1) y, por otro, procesos deliberativos y analíticos (Sistema 2). De este modo, el Sistema 1 realiza una interpretación coherente de lo que sucede en nuestro mundo en cualquier instante operando automáticamente. Es un sistema rápido, intuitivo que requiere de un mínimo esfuerzo y control voluntario. Las capacidades del Sistema 1 incluyen destrezas innatas que compartimos con otros animales. Nacemos preparados para percibir el mundo que nos rodea y evitar las amenazas, reconocer objetos, orientar la atención, etc., haciendo asociaciones entre ideas.

El Sistema 2 enfoca su atención en las actividades mentales que se lo exigen. Está asociado a la elección y la concentración, es reflexivo, requiere esfuerzo, es lento, serial, consciente, reglado y deductivo. En todas estas situaciones es necesario prestar atención, y si no se está preparado o la atención no es la adecuada, las actividades correspondientes se realizarán peor o no se llevarán a término (Kahneman, 2012).

En las redes sociales, mediante el uso de algoritmos se ofrece un contenido adaptado a las preferencias de búsqueda y consumo que realizamos, generándose la falacia de que la mayoría de personas piensan como uno mismo. Si el contenido se adapta mejor, se obtienen más clicks y más tiempo se invertirá leyendo, lo se traduce en beneficios económicos.

Es decir, no sólo el cerebro trata de evitar realizar un análisis racional de los hechos para minimizar un elevado coste cognitivo, sino que las propias plataformas se aprovechan de este hecho realizando el trabajo por nosotros. En muchas ocasiones no se tendrá la ocasión de tener que ignorar o suprimir la información que es contraria a nuestras ideas o creencias, hecho que de manera natural nuestro Sistema 1 haría por sí mismo, ya que ni tan siquiera tendremos la ocasión de poderla ver.

En síntesis, al asimilar nueva información se generan distintos efectos y procesos en la mente del ser humano.

Estos procesos cognitivos pueden dividirse en dos: Intuición (Sistema 1) y Razón (Sistema 2). En este modelo sistemático de “doble-proceso”, la **intuición** propone rápidamente respuestas intuitivas a los problemas de juicio a medida que surgen, y **la razón** controla la calidad de estas proposiciones, las cuales pueden ser endosadas, corregidas o anuladas.

El peso de la intuición o la razón dependerá del tipo de tarea y de diferentes condiciones, como el tiempo disponible para responder, el humor de quien tiene que dar su respuesta, su inteligencia, etc. Ambos sistemas pueden estar activos al mismo tiempo, en el que operaciones cognitivas automáticas compiten con procesos controlados, aunque pueden existir errores en estos (Kahneman y Frederick, 2002).

### **¿Por qué se generan las noticias falsas?**

Básicamente porque son más atractivas, rápidas y fáciles. Uno de los principales problemas del consumo de noticias a través de las plataformas digitales es que son gratuitas. Debido a esto la supervivencia de muchos medios dependen de los ingresos que se obtienen de la publicidad.

Es necesario que se vean muchos anuncios para poder subsistir lo que lleva a miles de individuos a producir contenido y noticias a gran escala, tratando de luchar por un proceso cognitivo limitado como lo es nuestra atención.

En definitiva, los medios de comunicación a través de internet se encuentran al servicio de la publicidad generándose una gran cantidad de contenidos con el fin de insertar anuncios publicitarios. Debido a que generar contenido de calidad con información contrastada es muy costoso, resulta mucho más atractivo, fácil y económico la generación de falsas noticias.

En un mundo con una gran sobrecarga informativa, la lucha por nuestra atención no reportaría tantos beneficios si el cerebro no siguiera unos determinados patrones de funcionamiento como los analizados y, esencialmente, por la actuación del denominado sesgo de confirmación.

Para no realizar demasiado esfuerzo ante cada noticia, evaluando de un modo consciente y analítico su veracidad, se tiende a sobreestimar el contenido que encaja y confirma nuestras ideas o creencias en detrimento de aquellas informaciones que no se adaptan a nuestras expectativas, a lo que pensamos o creemos o que simplemente no nos generan afecto positivo.

### **Los sesgos y la información**

Los sesgos ayudan a procesar la información que recibimos cotidianamente y a dar respuesta a situaciones a las que se debe enfrentar de manera rápida. Nuestro cerebro utiliza un sistema de toma de decisiones sin mayor esfuerzo en la mayoría de las situaciones cotidianas, donde no procesa la información de manera enteramente lógica y racional, porque ello demandaría demasiado tiempo y recursos cognitivos.

Más que analizar minuciosamente todos los datos de los que se dispone, el cerebro se apresura a tomar la información a partir de patrones sistemáticos, que no siempre son correctos o veraces, pero permiten interpretar rápidamente los hechos nuevos en coherencia con nuestros pensamientos. Por supuesto que, otras veces, cuando es indispensable porque no disponemos de una respuesta ya moldeada o porque surge un conflicto que necesita

mayor entendimiento, nuestro cerebro posee mecanismos para realizar un análisis más detallado y completo de la información que suponen más esfuerzo mental.

Claro que estos temas fueron abordados a lo largo del tiempo por diversas teorías y disciplinas, y hoy se refleja de manera cabal en la tan transitada idea de “posverdad”, en la que hechos objetivos son secundarios en relación con la apelación a las emociones y a la creencia personal previa, fortalecida con las nuevas tecnologías en tanto siempre se hallará evidencia a favor de cualquier cosa que queramos creer y en contra de lo que no.

Asimismo, los algoritmos tienden a sugerirnos, a través de la predicción, propuestas alineadas con nuestras lecturas y búsquedas previas. Aunque no es una tarea fácil, para moderar el efecto de los sesgos cognitivos en nuestras creencias, decisiones y conductas es importante saber que existen, reflexionar sobre esto y ver qué se hace en consecuencia.

## **Disonancia cognitiva**

Festinger, sugirió que los individuos tienen una fuerte necesidad de que sus creencias, actitudes y su conducta sean coherentes entre sí, evitando contradicciones entre estos elementos. Cuando existe inconsistencia entre éstas, el conflicto conduce a la falta de armonía de las ideas mantenidas por la persona, algo que genera malestar.

Esta teoría ha sido ampliamente estudiada en el campo de la psicología y puede definirse como la incomodidad, tensión o ansiedad que experimentan los individuos cuando sus creencias o actitudes entran en conflicto con lo que hacen. Este displacer puede llevar a un intento de cambio de la conducta o a defender sus creencias o actitudes (incluso llegando al autoengaño) para reducir el malestar que producen.

Si bien la disonancia cognitiva puede ser resuelta de diversas maneras, en muchas ocasiones optamos por el “engaño o hacer trampas” para hacer que desaparezca. Manipulamos nuestras propias ideas y creencias para hacer que encajen entre sí de manera aparente, creando la ficción de que la aparición del malestar de la disonancia cognitiva no tenía razón de ser, en primer lugar. Sin embargo, eso nos vuelve vulnerables a toparnos una y otra vez con las consecuencias de esa contradicción encubierta que no hemos resuelto realmente.

Es necesario entender que los sujetos por lo general viven en consonancia cognitiva entre su pensar y actuar y si por algún motivo no pueden ser congruentes, intentarán no hablar sobre los hechos que generan la disonancia, evitando así aumentar ésta y buscarán reacomodar sus ideas, valores y/o principios para así poder auto justificarse, logrado de esta manera que su conjunto de ideas encaje entre sí y se reduzca la tensión. Cuando se presenta la disonancia cognitiva, además de hacer intentos activos para reducirla, el individuo suele evitar las situaciones e informaciones que podrían causarle malestar.

Las personas que experimentan disonancia cognitiva tienen opciones. Pueden reducirla de esta manera: Rechazar o evitar la información contradictoria, limitar su exposición a información nueva que no coincide con sus creencias existentes “sesgo de confirmación”, Persuadir y justificar: Las personas pueden persuadirse a sí mismas de que no existen conflictos., buscar apoyo de otras personas que comparten creencias similares o intentan convencer a los demás de que la información nueva es inexacta.

## **Conclusiones**

La disonancia cognitiva afecta a todos, y juega un papel en muchos de los criterios y decisiones diarias de las personas. Aunque puede parecer un efecto negativo, también puede ayudar a las personas a cambiar y crecer de maneras positivas, a través de la conciencia de creencias y acciones contradictorias, las personas pueden resolver sus hábitos y hacer que sus comportamientos coincidan con sus valores.

A lo largo del presente trabajo hemos tratado de realizar un recorrido por los aspectos fundamentales acerca de los procesos cognitivos que operan en el procesamiento de la información en general y de las falsas informaciones en particular. Proporcionar informaciones falsas con la intención de engañar al público se ha convertido en un problema globalizado que se ha visto reforzado por la omnipresencia de Internet, la aparición de las redes sociales y la posibilidad de viralización (Parra y Oliveira, 2018).

Las informaciones falsas se convierten en un fenómeno que tiende a prosperar debido a un mundo digital mediático y publicitario que lo potencia con escasos filtros de calidad y de revisión de la información, pero especialmente porque se adapta y se aprovecha del modo en el que sentimos y pensamos.

Debido a nuestro funcionamiento cerebral sabemos que las falsas informaciones se procesan fácilmente y desacreditarlas resulta complicado. Como hemos podido comprobar, limitarnos a decir que una información es falsa no es efectivo. Siguiendo la Teoría del Razonamiento Motivado, las personas tienden a convencerse a sí mismas de que incluso las noticias inverosímiles son correctas si son coherentes con sus creencias e ideologías (Beck, 2017; Calvert, 2017; Kahan, 2017; Singal, 2017).

De manera complementaria, el ser humano tiende a economizar recursos cognitivos, empleando el Sistema 1 de pensamiento, de carácter rápido e intuitivo, lo que nos lleva en ocasiones a generar conclusiones precipitadas y erróneas. Por contra, diversos estudios han demostrado que el razonamiento analítico, empleando el Sistema 2 de pensamiento, aunque no es nuestro sistema primario o habitual de procesar la información, está vinculado a la anulación de las creencias en una gran variedad de ámbitos o, dicho de otro modo, nos protege de los rumores y de las falsas informaciones (Pennycook, 2015).

En última instancia, conociendo nuestro sistema cerebral y sabiendo que éste funciona bajo un principio de economía cognitiva, con el objetivo de protegernos de las falsas informaciones, resulta relevante analizar la noticia en profundidad, especialmente si es importante o nos atañe, huir de los titulares y prestar atención a lo que no se cuenta. Además, debemos tener presente que los sesgos del informado son los mismos que tiene el informante. Recordar que en la información política o ideológica nuestros sesgos se incrementan debido al componente emotivo y al sentido de pertenencia.

## Referencias bibliográficas

Aparici R y Garcia Marin D (2019) LA POSVERDAD: Una cartografía de los medios, las redes y la política.

Blasco Sanz R y Carro de Francisco C. (2019) Susceptibilidad cognitiva a las falsas informaciones. Historia y comunicación social.

Crespo Martinez I, Garrido Rubia A, Rojo Martinez J. (2022) El uso de las emociones en la comunicación política electoral. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8373709>

Sedran, S (2017) El rol de la información en los cambios de opinión : ¿actualización sesgada o racional? <https://repositorio.utdt.edu/handle/20.500.13098/6529>

# Representaciones sociales sobre la política por parte de jóvenes escolarizados de Chilecito

Brenda Nair Castillo  
bren.c680@gmail.com

Universidad Nacional de Chilecito

## Resumen

La presente ponencia expone los resultados de una investigación que indaga sobre la política y los jóvenes enfocando en las representaciones sociales que tienen sobre esta actividad social caracterizada por una gran carga simbólica y referencial. El trabajo de campo se realizó en el año 2022 con jóvenes de 16 a 18 años de edad.

Se seleccionó a Chilecito por ser el segundo departamento más poblado de la provincia de La Rioja y que se encuentra vinculado fuertemente con grupos referenciales y tradicionales de la política, en los cuales hay participación de las juventudes.

La investigación fue de tipo cualitativa situada en el marco de un paradigma interpretativo. Se seleccionó a tres escuelas secundarias del departamento y se implementaron como técnicas los grupos de discusión y las entrevistas individuales semiestructuradas.

## Introducción

Hannah Arendt, politóloga alemana, propone la idea de que los hombres, desde su nacimiento, no son iguales y que por esa razón se necesita de una institución política para llegar a serlo. Es así que sostiene que la política se desarrolla en el seno familiar y que ésta se manifiesta en la sociedad (Carbó, 1997). Para ella, la política era el lugar donde los hombres podrían mostrar de forma real e invariablemente quiénes eran, además de iluminar los sucesos humanos al proporcionar un espacio de visibilidad en el que hombres y mujeres pueden ser vistos y revelar mediante la palabra y la acción, quienes son. (Carbó, 1997) Con este concepto redefinido en pleno auge de la democracia se comienza a pensar en la política como una actividad importante en el seno social. Situándonos en nuestro país, Pablo Vommaro se refiere a la participación de los jóvenes en la política y la define como un sistema de representación institucional y liberal de producción territorial, racional y dinámica en la cual pueden participar todas las personas. Sostiene que “la política es una producción relacional y dinámica, en proceso, y los jóvenes son protagonistas fundamentales de estas transformaciones de las formas de la política, con sus innovaciones y continuidad respecto a modalidades anteriores (Vommaro, 2015, p. 23).

Los jóvenes tienen incidencia en los modos de la política, lo que se plasma en Argentina cuando se sancionó en el año 2012 una ley, que establece el voto no obligatorio para los jóvenes a partir de los 16 años de edad. La llamada ley “Voto joven”, N° 26.774<sup>1</sup> tiene el objeto de ampliar la frontera electoral y generar una mayor participación de la ciudadanía adolescente en la emisión del sufragio. Además, trae consigo un cambio generacional y también estimula el involucramiento de los jóvenes en la política partidaria.

---

<sup>1</sup> Ley de voto a los 16 años. (2012). Ministerio de Educación. Presidencia de la Nación. Disponible en: <http://www.educ.ar/recursos/118420/ley-nacional-del-voto-a-los-16-anos>

El rol de los medios de comunicación en la actualidad es importante, siendo las redes sociales una de las fuentes de información más elegidas. Se habla de un proceso de mediatización de la política que consiste en que los medios se constituyen en agentes centrales de la definición de agendas políticas, de candidatos, temas y modos de habla. Autores como Crespo, Garrido y Riorda, en el libro “La conquista del poder”, sostienen:

El rol cada vez más relevante de los medios masivos de comunicación en la campaña, y la presentación política en los mismos, repercute en el estilo político e incluso en la forma en que el electorado recibe el mensaje político” (Crespo, et ál, 2008, p. 134).

Luciano Galup (2019) refuerza esta idea diciendo: “Las redes tienen un protagonismo cada vez más importante en los procesos sociales y políticos alrededor del mundo” (p.35).

Si partimos de la idea de que las acciones que desarrollamos se relacionan con las formas en que percibimos e interpretamos el mundo, se vuelve relevante analizar las representaciones que los jóvenes tienen acerca de la política, los políticos y partidos. De esta manera un concepto nuclear de la investigación fue el de representaciones sociales.

Fueron nombradas por primera vez por el sociólogo Emile Durkheim bajo el nombre de “Representaciones colectivas”, las cuales constituyen un fenómeno de múltiples niveles de complejidad, individualidad y colectivos psicológicos y sociales. Posteriormente se avanzó con conceptualizaciones diversas, entre éstas la que propone Serge Moscovici, quien habla de Representaciones Sociales (RS) y las define como productos mentales y construcciones simbólicas que se crean y recrean en el curso de las interacciones sociales. También sostiene que son maneras específicas de entender y comunicar la realidad que son determinadas por las personas a través de sus interacciones.

La autora Silvia Valeria Abundiz (2004) retoma los escritos de Moscovici, y las describe como “aquellos conjuntos dinámicos destinadas a la interpretación, en donde se determina el campo de las comunicaciones posibles, los valores y las ideas presentes en las visiones compartidas por los grupos. (p. 53).

A partir de lo que el individuo intercambia en la sociedad con respecto a algún tema y cómo construye sus ideas, está ligado a las diferentes reconstrucciones de sentido que tiene la persona y que hacen referencia al contexto social con el que se relaciona.

Las RS son un conjunto de conocimientos e interacciones que el individuo realiza para hacer tangibles una realidad social que lo integra a un grupo o en una relación cotidiana de intercambio social.

En las investigaciones realizadas por Moscovici se identificaron tres dimensiones para el estudio de las RS, las cuales aportan a la construcción de esta teoría.

Ellas son: la información, el campo de representación y la actitud.

- La información: hace referencia a la cantidad o el conocimiento que tiene el individuo sobre algún objeto o hecho social: “Dimensión o concepto, se relaciona con la organización de los conocimientos que posee un grupo respecto a un objeto social”. (Moscovici citado por Mora, 2002, p. 10)
- Campo de la representación: es el modo en que se recibe la información, cómo el individuo jerarquiza la información con respecto al carácter del contenido, las propiedades de este y las fuentes por la que es recibida la información. Es decir, la influencia que tienen ciertos grupos sociales (familia, amigos o medios de comunicación) y sus ideologías con respecto a un tema en particular. Éstas “nos remiten a la idea de imagen modelo social, al contenido en concreto y limitado de las proposiciones que refieren a un aspecto preciso del objeto de presentación” (Moscovici citado por Mora, 2002, p. 10).

- **Actitud:** es la dimensión que hace referencia a la representación o significado que tiene el individuo de un hecho social o de un objeto. Esto solo sucede luego de que él recibe información dotada por la interacción social que realiza como individuo.

Estas dimensiones fueron importantes para poder indagar a las representaciones sociales del estudio aquí expuesto dado que a partir de éstas se describió el grado de conocimiento que tenían los jóvenes sobre la política.

## **Metdología y técnicas**

La investigación fue de tipo cualitativa fundamentada en un paradigma interpretativo. Según Irene Vasilachis de Gialdino (2009):

*Se considera que la investigación cualitativa es un proceso interpretativo de indagación basado en distintas tradiciones metodológicas- la biografía, la fenomenología, la teoría fundamentada en los datos, la etnografía y el estudio de caso- que examina un problema humano o social. Quien investiga construye una imagen compleja y holística, analiza palabras, presenta detalladas perspectivas de los informantes y conduce el estudio en una situación natural (p. 3).*

Por su parte, Clara Betty Weisz (2017), investigadora del área de Psicología, hace alusión a las Representaciones Sociales (RS) como categoría teórica y estrategia metodológica. Sostiene que éstas son un “proceso de investigación que conlleva un vínculo dialógico sujeto-sujeto”. Es decir que tienen un “proceso de co-construcción entre el investigador y los sujetos participantes de la investigación”, los cuales se puede hacer a partir de una metodología cualitativa usando como herramienta los grupos de discusión. (p.3)

Se consideró conveniente utilizar en primer término los grupos de discusión con jóvenes de Chilecito que asisten a distintas instituciones escolares. Con ello buscamos acceder al universo de sentidos de los sujetos, sus opiniones, valoraciones, recuerdos, experiencias en relación a la política.

Los grupos de discusión, según lo manifestado por Weisz, son un tipo de técnica factible para la RS: “El grupo discusión se propone especialmente apto para el abordaje de las mismas desde la perspectiva de Moscovici de origen durkhemiano” (p.103). Esto permitió ver una dimensión simbólica y también al significado comunitario de las categorías, sociales y culturales.

Es así que autores como Roberto de Miguel sostienen que “los grupos de discusión constituyen una técnica de recolección de información cualitativa ampliamente utilizada y debatida en diferentes campos de la investigación social, incluida la investigación en comunicación” (citado en Pascal, 2005, p. 2).

Esta técnica de recolección de datos giró alrededor de una temática propuesta por el investigador, buscando acceder a la dimensión colectiva de los sentidos, los grupos fueron conformados por 8 a 12 jóvenes teniendo en cuenta el sexo, la edad (16 a 18 años), la condición socioeconómica y el lugar de residencia.

Por medio de estas conversaciones colectivas se encontraron diferentes posicionamientos que surgieron en los intercambios entre los jóvenes, en este caso, acerca de los aspectos vinculados a la política.

Además, se utilizó la técnica de entrevista individual semiestructurada para profundizar en ese universo de sentidos desde una concepción individualista, es decir, se pudieron conocer sus opiniones, valoraciones, recuerdos, experiencias en relación a la política, de un modo más profundo y desde sus manifestaciones individuales. Es la entrevista semiestructurada una técnica de gran utilidad en investigaciones mayormente cualitativas, debido que a través de ésta se puede recabar datos desde la perspectiva individual de los sujetos, orientando su relato con preguntas que permitan acceder a su experiencia y sentidos propios, pero a la vez dejando un margen para que en la conversación surjan nuevos temas. Graciela Tonon (2008) manifiesta que “la entrevista de investigación es fundamentalmente un encuentro entre sujetos en el cual se busca descubrir subjetividades” (p.48). Para las entrevistas

se tuvieron en cuenta criterios de elección como la edad (16- 18 años), el sexo y las condiciones socioeconómicas. Los datos obtenidos mediante las entrevistas sirvieron para profundizar los argumentos tomados desde los grupos de discusión, que es una representación colectiva de la política pero que con la implementación de la entrevista se pudo profundizar y así responder a los objetivos específicos planteados en la investigación.

## Desarrollo de resultados

Cuando hacemos alusión a las juventudes, la política y las representaciones sociales nos estamos refiriendo a un campo con un amplio abanico de investigaciones, conceptualizaciones y demás que hacen que esta indagación por conocer las representaciones sociales que tienen los jóvenes escolarizados del departamento de Chilecito sea rica en cada una de sus interpretaciones. Es por ello que desde las teorizaciones de las diferentes dimensiones que componen a una representación podemos obtener una visión sobre los múltiples significados que tiene la política para esta generación.

Las representaciones sociales, según lo descrito por Moscovici, son aquella forma de “conocimiento social”, lo que piensan las personas sobre algo. Las dimensiones del concepto remiten a: información, campo de representación y actitudes.

En los siguientes párrafos se van a desarrollar los resultados obtenidos a partir de la implementación de técnicas de recolección de datos. Las instituciones educativas seleccionadas para el trabajo de campo tienen poblaciones estudiantiles con características diferenciadas. Este es un aspecto importante ya que veremos cómo se plasma en los diferentes posicionamientos de los jóvenes. Por ello presentamos a continuación una breve caracterización de cada colegio.

El Centro Polivalente de Arte es una escuela de doble turno la cual posee una orientación artística. Cuenta con aproximadamente 600 alumnos que provienen de diferentes zonas de Chilecito y también una alumna del departamento de Famatina. En entrevistas, las autoridades escolares relataron que las condiciones socioeconómicas de los estudiantes se caracterizan por la escasez de recursos económicos. En algunos casos particulares se les dificulta el cursado debido a los costos del transporte y la provisión de elementos esenciales como comida y materiales de trabajo:

*Están yendo y viniendo todos los días, es muy oneroso, lo pueden hacer, pero resulta bastante complicado. Vienen a la mañana, se quedan, comen acá, pasan todo el día, toman clases de la tarde y recién en la noche se van a sus casas. (Soledad Soraide, vicedirectora de CPA)*

Por su parte, en el Colegio Nacional Agrotécnico, el panorama es otro. Se encuentra situado en la localidad de Tilimuqui y es una institución preuniversitaria que cuenta con una amplia matrícula, aunque su zona de influencia son los pueblos de Colonias de Tilimuqui, Malligasta, Colonias de Malligasta, Tilimuqui y Los Sarmientos. Asisten 532 alumnos que se forman como técnicos agrónomos.

*Las condiciones socioeconómicas son variadas, van de un extremo al otro, desde algunas muy precarias a otras más acomodadas. Con los años hemos logrado de alguna manera un trabajo fuerte entre los docentes. Contamos con el gabinete de orientación educativa que es una gran fortaleza de esta institución. Vamos haciendo relaciones para que realmente aquí sean todos absolutamente iguales. Y para quienes no están en mejores condiciones tal vez, en relación a otros, se les generan acciones de acompañamiento. (Cecilia Neris, Coordinadora Académica del CONAG).*

En la EPET N°2, la orientación es de Administración de empresas. Los alumnos provienen de una clase media a baja. Se observaron situaciones diferentes en torno a la condición edilicia de la escuela como también a las políticas estudiantiles, según se plasma en los testimonios de los alumnos y las autoridades:

*Tenemos alumnos de clase media a baja, en realidad no son alumnos que posean fácil acceso*

*a la parte de dinero. Tenemos incluida una copa de leche que se hace gracias al bolsillo de todos los docentes porque no contamos con una copa de leche que venga del Estado, de la Provincia. Las escuelas secundarias no están cubiertas dentro de este sistema. (Sergio Olmos, vicedirector EPET N°2).*

Teniendo en cuenta estas descripciones podemos aproximarnos a comprender las respuestas diferenciadas que se obtuvieron de estudiantes de estas escuelas en torno a algunas dimensiones consultadas sobre su relación con la política.

Como primer punto debemos destacar que el estudio se enfocó en los posicionamientos de veinticuatro alumnos secundarios, lo que significa que no es una definición única, al contrario, es este el primer paso y aproximación para entender y comprender la mirada de los jóvenes con respecto a la política.

Es así que abordamos la información como una de las dimensiones de las representaciones sociales, la cual hace referencia al conocimiento que tiene el individuo sobre algún objeto o hecho social. Es lo que nos ayuda a situarnos en el conocimiento más cercano que tienen los jóvenes sobre la política.

### **Los jóvenes y su información sobre la política**

La principal vía de información, según lo manifestado, son las redes sociales mientras que los medios de comunicación tradicionales se ubican en un segundo plano. Si tenemos que hablar de las redes sociales, es preciso mencionar la concepción de Galup (2019) planteada en su libro “Big Data y Política” donde expresa la importancia que tienen las redes sociales en la actualidad no sólo para las campañas electorales sino también para la sociedad. Desde su mirada, “las redes sociales son el lugar ideal dónde los rasgos identitarios de personas y grupos se superponen incluso a normas sociales o democráticas” (p18). Tomando en cuenta la noción, este nuevo espacio de opinión es esencial para las sociedades debido a que para algunos sectores “son la principal fuente de consumo de información, de participación política y de socialización” (p. 20).

Los jóvenes manifiestan que el uso y manejo que emplean en las redes es diferente. La frecuencia de uso de Instagram fue la más mencionada por los jóvenes. Por su parte algunos manifestaron que a través de las tendencias en Twitter de un tema se interesan y conocen más al respecto: “En Twitter ver a políticos, opinar, es más diverso”, contó Santino (17 años, del CONAG).

Mientras que afirmaron que no se veían reflejados ni tampoco influenciados con el contenido que encuentran en las redes y manifiestan que no hay información específicamente creada para ellos.

Como fuente de información, en las escuelas secundarias no existen materias ni tampoco está en la currícula el abordaje de temas de política como una actividad social, sino que lo hacen desde la conversación informal con diferentes profesores y alumnos:

*Sí, no hay un proyecto específico para tratar cuestiones políticas... de hecho ahora que estamos activando la asamblea se propone desde el espacio de formación ética y ciudadana y de los espacios de filosofía y sociología estamos trabajando justamente la importancia de estos espacios de participación estudiantil, que comienza siendo estudiante pero que son la réplica de alguna manera de lo que sucede a nivel social cuando ellos crecen. (Coordinadora Académica del CONAG).*

En la construcción colectiva de los grupos de discusión, los jóvenes manifestaron que en muy pocas oportunidades se trataron temáticas referidas a la política en la escuela y también que no se sienten influenciados por lo que se dice esas charlas. Tomando un tema puntual, el “voto joven” como uno de los tópicos, los adolescentes conocían que podían votar desde los 16 años y que no era obligatorio, muchos de ellos no sabían el nombre de la ley ni tampoco tenían información sobre este derecho. En la escuela, según lo manifestado, no les habían proporcionado la información, sino que, en sus hogares, les habían contado sobre esto.



Para los adolescentes consultados son sus padres la principal fuente de donde reciben información y hablan de política.

Con mi papá hablamos mucho de ese tema porque es como [que] nos gusta. Tenemos eso en común de hablar mucho de política y él como me explica de partidos políticos, partidos anteriores y esas cosas, hablamos mucho de eso. También vemos el canal Encuentro a la noche [donde] pasan cosas así. (Solana, 17 años, del CPA).

En estos casos los jóvenes hicieron alusión a sus padres demostrando la influencia que tenían en sus posicionamientos sobre la política: “Mis papás son medio kirchneristas digamos, entonces a veces nos peleamos. Es que yo sé que son medios chorros” (Angela, 17 años, de CONAG).

La dimensión de la información enfatiza aún más la idea de que es mediante los diferentes medios como se va construyendo un posicionamiento sobre un tema. En esta oportunidad debemos destacar que para este grupo de jóvenes las mayores fuentes de información son sus familias y las redes sociales.

### La política y sus asociaciones negativas

Para entender lo que se representaban al oír hablar de política, en la implementación de la técnica de grupo de discusión se les pidió definir la política con una sola palabra. Ante la propuesta, en el CPA algunos se mostraron al principio indecisos, pero lograron definir las con palabras como: “sociedad”, “crisis”, “desastre”, “sistema de apoyo”, “desgracia” y “corrupción”. Mientras que en CONAG, se observó que desde el inicio tenían conceptos más definidos sobre lo que ellos pensaban de la política. Es así que la denominaron como “organización”, “sistema”, “corrupción”, “cualidad” y “leyes”. En una particular situación, los jóvenes de la EPET se mostraron reticentes de hablar respecto a la temática manifestando que no tenían conocimiento ni suficiente información sobre ésta, pero aun así participaron describiéndola como: “importante”, “corrupta”, “complicada”, “compleja”, “una forma de gobierno”, “democracia” y “forma de dirigir”.

Como principal similitud, en las tres instituciones los jóvenes dijeron que la política es corrupción. A su vez es asociada con palabras negativas como: crisis, desastre, desgracia, complicada y compleja.

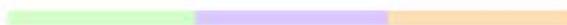


También fue asociada con otras palabras que hacen alusión a un orden o régimen,: sistema de apoyo, organización, sistema y forma de dirigir.



Por otra parte, en los grupos de discusión, se propuso que pudieran mencionar una figura política. En todos los casos, se tuvo que explicar qué es una figura política y qué función tiene, dando algunos ejemplos actuales.

En coincidencia, se repitió la figura de Alberto Fernández en varias oportunidades, también a Macri. Mientras tanto Milei fue mencionado en una oportunidad no así en las entrevistas en donde varios de los alumnos manifestaron que se sintieron identificados con sus propuestas.



### Figuras Políticas

CPA	CONAG	EPET N°2
ALBERTO FERNÁNDEZ	JUAN DOMINGO PERÓN	RICARDO QUINTELA
JUAN DOMINGO PERÓN	NÉSTOR KIRCHNER	ALBERTO FERNÁNDEZ
CRISTINA KIRCHNER	JAVIER MILEI	LUIS BEDER HERRERA
MAURICIO MACRI	ALBERTO FERNÁNDEZ	DOMINGO SARMIENTO
CARLOS MENEM	MAURICIO MACRI	SAN MARTÍN
		NICOLAS MADURO



## Las actitudes de los jóvenes

Según lo que manifiesta Sandra Araya Umaña (2002), la actitud es aquella dimensión que “permite conocer los modos y procesos de construcción del pensamiento social, por medio del cual las personas construyen y son construidas por la realidad social” (p.12). La participación de las juventudes en este espacio no es mala desde la percepción de los jóvenes, pero a su vez no se consideran actores, protagonistas. Muchos de los consultados manifestaron que deben estar [en política] personas que conozcan verdaderamente de qué trata a fin de tomar decisiones buenas. A su vez, no se sienten totalmente representados por los partidos, figuras y discursos políticos de la actualidad. Si bien pueden llegar a simpatizar con algunas ideas y posturas, no consideran que se les tome en cuenta.

Desde el planteamiento del tema de la política como actividad social se pudo denotar en los jóvenes cierta reticencia y descontento con ella. A medida que se fue estableciendo confianza se pudo conocer que algunos de ellos se ven influenciados por el pensamiento de sus padres y la conducta que ellos tienen al respecto; hay quienes supieron expresarse en contra, pero otros se ven condicionados. A su vez destacamos que para estos jóvenes la principal fuente de información son sus padres y las redes sociales. Por su parte en la escuela y con sus amigos no mantienen charlas o intercambio de opiniones sobre esto habitualmente.

Además, identificamos que los factores que influenciaron en la construcción de la actitud de estos jóvenes fueron: la información, la edad y la situación socioeconómica, los cuales se vieron plasmados en sus discursos.

Mientras que fue la vista tridimensional, mencionada por Umaña (2002), la que aportó a la interpretación de esta dimensión una visión en el discurso del lenguaje, la manera con la que se refirieron de la política, el elemento afectivo que estuvo presente en cómo los jóvenes vincularon a la política con sus familias y no así con otros medios. Y por último los elementos corporales que expresaron su actitud sobre la política.

Estos jóvenes comparten una franja de edad, un trayecto educativo similar, crecieron en determinados contextos socioeconómicos, forman parte de familias y de una generación que experimenta una misma época. Comparten estos aspectos que inciden en las representaciones sociales sobre la política, las cuales son negativas, por los condicionamientos y el valor agregado que provienen de los múltiples medios, ya que en los hogares donde escuchan cuestionamientos a las gestiones de los funcionarios de turno; en la escuela no pudiendo encontrar espacios donde sean los protagonistas y en los medios de comunicación tradicionales y redes sociales donde observan discursos tendenciosos que aportan a la construcción de una visión negativa de la política como una actividad social.

## Conclusiones

En este apartado retomamos las principales conclusiones que se recogieron de la investigación. Decimos en primer lugar que las representaciones sociales que tienen los jóvenes escolarizados de Chilecito sobre la política son negativas.

Respecto a cómo acceden a la información sobre política, por un lado, tenemos a la familia, la cual tiene la mayor influencia en la información que el joven recibe sobre la política. Por otra parte, sus fuentes de información se sitúan en las redes sociales donde cada uno de ellos les da un uso personalizado.

En el caso de las redes sociales debemos destacar que las más utilizadas son: Instagram, Twitter, WhatsApp y TikTok. En ellas reciben información directa o indirectamente con respecto a la política. En algunos casos puntuales siguen a personas que este vinculan con esta actividad o alguien de influencia. Mientras que destacamos que muchos de estos jóvenes manifestaron que usan redes sociales como Twitter para informarse sobre un tema de política a través de las tendencias.

En el caso de la familia fue la influencia más mencionada haciendo alusión a que en los hogares se habla frecuentemente o a veces sobre temas de política, sea de manera negativa o positiva, pero se habla. A su vez destacamos

que son sus familias las que consumen información en medios de comunicación tradicionales y que los jóvenes en su mayoría repiten.

En lo que respecta a otras fuentes de información, en muy pocos casos se mencionó a los amigos y a la escuela. Por otra parte, se hizo presente la falta de información o la creación de contenido para los jóvenes, los cuales en varias oportunidades manifestaron no sentirse totalmente informados para poder opinar sobre política.

Al comenzar con la indagación sobre las representaciones sociales de los jóvenes sobre la política, en primera instancia nos encontramos con adolescentes que sentían resistencia a expresar sus pensamientos y que en ciertas oportunidades repetían lo que escuchaban. Destacamos que las representaciones sociales se expresan de manera negativa por parte de estos jóvenes, debido a que en los espacios dónde se nutren de conocimientos no se considera a la política como importante.

En muchos de los casos, la política fue asociada con personalidades, con formas de gobiernos y con la corrupción. Destacamos que esta fue la palabra con la que más se vinculó a la política mientras que en muy pocas oportunidades se la relaciona con palabras positivas. En parte se debe a los diferentes posicionamientos que tienen los jóvenes donde se observa la influencia de las posturas familiares y de la información que reciben mediante redes sociales.

Con respecto a las actividades que tienen estos jóvenes en espacios políticos solo destacamos aquellas que están vinculadas con la escuela: los centros de estudiantes y la asamblea. Consultados al respecto, la mayoría manifestó desinterés y falta de motivación. Esto puede estar relacionado al hecho de que los espacios están organizados y controlados por adultos, lo que implica limitaciones a la participación juvenil. Otros vincularon a estos ámbitos con la política partidaria de la cual tienen mala imagen.

En este punto destacamos que, según lo manifestado, en las escuelas no poseen espacios específicos donde puedan dar a conocer y aportar ideas, opiniones o al menos ser escuchados. Por otro lado, con respecto al voto joven muchos de ellos tienen una visión positiva, aunque manifestaron la falta de información sobre los partidos políticos, figuras o referentes y demás. Sin embargo, no se consideran protagonistas ni tienen interés de vincularse en estos espacios.

Cerrando esta exposición, reflexionamos sobre el rol de la política entendida como aquella que es una actividad social en la que nos vinculamos como individuos inmersos en una democracia. Se construye en una comunidad buscando el bien de los demás. Los jóvenes son un eslabón fundamental. Sin embargo, ellos, como el resto de la comunidad que forma parte del sistema democrático, necesitan sentirse representados por el mensaje, los discursos, las acciones y las figuras vinculadas a la política.

Las representaciones sociales desde el punto de vista teórico nos aportaron una mirada más descriptiva y también interpretativa sobre las formas en que los jóvenes se representan las vinculaciones con la política. Nos ayudaron a responder mejor las preguntas que nos planteamos al inicio de la investigación, teniendo un acercamiento al mundo juvenil y analizaron el entorno social que los rodea. En este sentido, observamos que los jóvenes necesitan poder educarse y conocer que la política partidaria no es la única forma de ejercicio político, sino que, desde su naturaleza como ciencia y acción social, la política es amplia y diversa, que no es mala en sí misma, sino que es parte del sistema democrático en el vivimos y que su mejoramiento es tarea activa de todos. Pero ese ejercicio de formación se construye con la práctica en distintos ámbitos, como el escolar, donde se vuelve fundamental generar espacios de verdadera escucha y posibilidades de participación juvenil para que sean realmente experiencias de aprendizaje para vivir en democracia.

La temática merece seguir siendo investigada por el rol clave que cumplen los jóvenes en el sostenimiento del sistema democrático, su funcionamiento, su vitalidad. Queda abierta la posibilidad para que así sea.

## BIBLIOGRAFÍA

Abundiz, S. (2006). "Las representaciones sociales como perspectiva teórica para el estudio etnográfico de comunidades". En Representaciones sociales, alteridad, epistemología y movimientos sociales. Universidad de Guadalajara.

Arendt, H. (1997). ¿Qué es política? Traducido por Rosa Sala Carbó. Paidós.

Crespo, I. Garrido, A. y Riorda, M. (2008). La conquista del poder: elecciones y campañas electorales en América Latina. 1er ed. La Crujía.

Galup, L. (2019). Big data y política, de los relatos a los datos persuasión en la era de las redes sociales. Ediciones B. 2da ed.

Pascal, R. (2005). Investigar en comunicación : guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación / coord. María Rosa Berganza Conde, José A. Ruiz San Román. págs. 265-276.

Mora, M. (2002). La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. Universidad de Guadalajara, México. Athenea digital. Núm. 2.

Tonon, G. (2008). Reflexiones latinoamericanas sobre investigaciones cualitativas. Comp.

Umaña, S. (2002). Cuaderno de Ciencias Sociales 127. Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión. Editorial: Flacso.

Vasilachis, I. (2009). "Los fundamentos ontológicos y epistemológicos de la investigación cualitativa". Forum Qualitative Sozialforschung. Vol. 10. Núm. 2. Art. 30.

# Culturas políticas, mediatización y performance en clave comparativa

María Eugenia Contursi

eugecontursi@gmail.com

Gabriela Anahí Costanzo

gabrielacostanzo@gmail.com

**CCCS - IIGG, FSoc, UBA**

En el marco del proyecto de investigación que integramos<sup>1</sup>, hemos analizado dos performances político-artísticas: “DNI anti DNU” de la campaña Migrar no es delito<sup>2</sup>, que ha sido replicada en las redes sociales (Costanzo, 2019) y también analizamos la mediatización vía Instagram de la performance “Las criadas”, como forma de intervención y protesta en el marco de la campaña por la legalización de la interrupción voluntaria del embarazo por parte del colectivo Periodistas Argentinas (cfr. Contursi y Crivelli, 2019).

Se trata en ambos casos de una disputa por la visibilidad, de una lucha simbólica por lo que puede ser visible, decible y pensable en la sociedad actual. Los sentidos construidos en las performances se oponen tácticamente al dispositivo de visibilidad vigente. Rancière (2010) afirma que un dispositivo

*[...] crea un cierto sentido de realidad, un cierto sentido común. Un “sentido común” es antes que nada una comunidad de datos sensibles: cosas cuya visibilidad se supone que es compartible por todos, modos de percepción de esas cosas y de las significaciones igualmente comparables que les son conferidas. Luego, es la forma de estar juntos los que une a los individuos o a los grupos sobre la base de esta comunidad primordial entre las palabras y las cosas. (p. 102)*

En el marco de los activismos que analizamos, los grupos intervienen para modificar los regímenes de verdad que son sustento de los dispositivos de visibilidad vigentes sobre las poblaciones que re-presentan y sus demandas, ese modo de “estar juntos” en comunidad que compete en un caso los migrantes y en el otro a las mujeres, poniendo en escena lo intolerable de sus realidades. Por eso pensamos ambas performances como género de la comunicación política<sup>3</sup> en sentido amplio. Las organizaciones que aquí nos ocupan generan sus propias producciones performáticas y las ponen a circular en el complejo ecosistema mediático actual para poner en tensión los regímenes de verdad también sobre la propia práctica activista.

Entendemos que en estas prácticas activistas se materializan aspectos de culturas políticas emergentes, es decir, constituyen un conjunto de operaciones discursivas, recursos de inteligibilidad, marcos interpretativos y afectivos a través de los cuales se produce sentido sobre el colectivo al que representan, sobre sus demandas específicas y sobre el activismo mismo (cfr. Costanzo, 2019; Contursi y Costanzo, 2021). En este sentido, consideramos que allí se materializan los dispositivos de visibilidad que van componiendo las culturas políticas emergentes<sup>4</sup> y que la me-

1 Proyecto UBACyT 20020220200098BA, “Comunicación, cultura política y hegemonía en tiempos de mediatización profunda. Estudio de activismos en la Argentina contemporánea”, dirigido por María Eugenia Contursi.

2 Compuesta por varias organizaciones de migrantes de la Ciudad de Buenos Aires como forma de resistencia a las políticas públicas excluyentes materializadas en leyes y en discursos mediáticos dominantes durante el gobierno de Cambiemos (2015-2019).

3 Se trata de un discurso emergente y de oposición a los discursos dominantes, cuyas instancias de enunciación no pertenecen a las instituciones de la sociedad política, sino que irrumpen en el espacio público performando su propia grupidad y representatividad política.

4 Preferimos referirnos a culturas políticas en plural, remedando el gesto gramsciano, puesto que entendemos que,

diatización de dichas prácticas es ya un aspecto intrínseco a su acción política (cfr. Hepp, 2020, Fuentes, 2015). Nos interesa analizar, entonces, los procedimientos discursivos a través de los cuales se disputa sentido públicamente en sus prácticas comunicacionales.

Hablamos aquí de la performance como género de la comunicación política<sup>5</sup> actual, entendiendo como aspectos insoslayables de su estudio 1) las relaciones entre productos culturales provenientes de diferentes campos de la praxis social que se resignifican; 2) la mediatización de estos productos como inherente de la praxis política y 3) su funcionamiento procedimental como materialización de culturas políticas emergentes. Claramente, las tres dimensiones están íntimamente relacionadas en su funcionamiento y naturaleza.

En tanto práctica comunicacional, la performance, como intervención situada, adquiere rasgos específicos. Entendemos dicha categoría como lo hace Marcela Fuentes:

*[...] desde las elaboradas presentaciones de figuras políticas hasta las igualmente elaboradas e igualmente impredecibles manifestaciones populares. La relación entre performance y política abarca un amplio rango de comportamientos, sujetos y agentes que va desde cuerpos individuales hasta los cuerpos de la protesta. [...] El activismo contemporáneo, tanto en su versión “en vivo” como en la web, muestra la estrecha relación que existe entre la estética y la política. (Fuentes, 2015, p.1)*

## DNI ante DNU

Como dijimos más arriba, la intervención político-artística “DNI anti DNU” en espacios públicos por parte de la campaña Migrar no es delito constituyó una forma de resistencia frente a las políticas públicas excluyentes como el Decreto 70/2017 del Poder Ejecutivo Nacional (Costanzo, 2019). En diversas movilizaciones, especialmente en el paro migrante, se presentó un inmenso cartel emulando un documento nacional de identidad argentino (DNI) con un recuadro hueco, donde habitualmente va la foto, para ser completado por quien lo “portara”. La actividad performática consistía en que cualquiera de los presentes, participantes u observadores, podía poner su rostro en el recuadro vacío. El “DNI ante DNU”, según Diego, uno de los referentes de la campaña, tiene una historia “mítica”:

*Es todo un mito cómo surgió. Una compañera de Venezuela cuenta que soñó un día que había un DNI gigante. Entonces, un día en una asamblea, que estábamos pensando campañas y acciones más de campaña desde lo comunicacional y esta compañera, dice: -ay, yo soñé que había un DNI gigante..., y en la discusión salió, bueno, hagamos un DNI ante DNU, que salga la cara, copiando más o menos los modelos que ya existen de campañas que hay. Y la idea salió básicamente así, por ese lado más místico del sueño, pero luego se le dio contenido. EL DNI garantiza derechos, lo que el DNU nos quiere quitar, entonces, que la gente ponga su cara como reforzando el derecho a migrar, poniendo la cara por los migrantes.*

Es así como un cartel que imita el DNI que pasa de mano en mano para quien quiera sacarse una foto, genera una serie de juegos. En primer lugar, toda copia del documento realizado por otro que no sea la institución estatal correspondiente es ilegal, por lo tanto, el cartel, maximizado en su tamaño incita una burla, con respecto a las tácticas performáticas que realizan los movimientos sociales. Es así como la copia magnificada del documento circula de mano en mano, deviene casi un acto de subversión al sistema mediante la performance, la posibilidad de que cualquiera, todos, puedan incorporar su cara con la expresión que elija y no con gesto serio y estandarizado y, en consecuencia, incorporar su identidad a aquel documento. Una manera de volver colectiva una identificación individual estatal, de construir horizontalidad a partir de una norma excluyente. A su vez, juega con la concepción del Estado-nación, el cartel integra, no distingue territorios o fronteras, ni clasificaciones de ciudadanías, cual-

---

si bien existe un cierto consenso en cuanto a los modos de ocupar el espacio geográfico y el virtual en las organizaciones populares, también existen particularidades que merecen la atención del analista. De allí la apuesta comparativa del presente trabajo, que toma como base común la composición de los colectivos por individuos que cuentan con una formación universitaria o profesional.

5 Sin entrar en detalles ni polémicas respecto de si existe una comunicación “no política” o “no social”, nos referimos a aquella que tematiza algún conflicto político, incluso las elecciones de autoridades representativas.

quiera pudo poner su rostro, más cerca del Preámbulo de la Constitución Nacional que de las políticas públicas de entonces.

Figuras 1 y 2

Figura 1. Fuente: Campaña Migrar no es delito, Facebook, 10 de abril de 2018.



Figura 2. Fuente: Campaña Migrar no es Delito, 4 de marzo de 2018. Disponible en: [https://www.facebook.com/events/279649119233708/?post\\_id=280860192445934&view=permalink](https://www.facebook.com/events/279649119233708/?post_id=280860192445934&view=permalink)

Ese espacio intersticial que significa el hueco de la foto, que permite ser completado performáticamente por cualquier rostro, hace que los participantes compartan un cuerpo colectivo, unido bajo el uso revulsivo del principal documento de identificación estatal, aquel que comporta la condición de legalidad para quien lo posee. El mensaje podría traducirse desde la experiencia en algo así como “todos podemos poner el rostro para ser ciudadanos conforme a derecho”. Al mismo tiempo, pone en escena los rostros de quienes son excluidos de la ciudadanía. Como sostiene Fuentes (2015),

*[...] las protestas contemporáneas recurren con frecuencia al uso de elementos simbólicos y utilizan el cuerpo para comunicar consignas más allá de barreras geográficas e idiomáticas. Ubicados en la sociedad del espectáculo, los manifestantes ponen en práctica una amplia gama de estilos comunicativos y técnicas de movilización que incluyen usos estratégicos de acciones corporales”. (p.2)*

La presentación de un fragmento del cuerpo, del rostro, en la performance adquiere protagonismo por transitar el pasaje de la individualidad a la comunidad, de la negación a la afirmación de su presencia, y les permite a los migrantes formar parte del cuerpo completo de la ciudadanía. Aquí la necesidad en el acceso al DNI implica romper con la invisibilidad y con la fragmentación de los derechos hechos cuerpo. Es un momento liberador, de subversión del sentido, que dura el tiempo de la performance en su modalidad situada, pero se perpetúa en las redes sociales, volviéndose documento. Lo efímero de la performance se multiplica reticularmente y se hace obra política de arte, como sostiene Suely Rolnik (2005):

*[...] la especificidad del arte como modo de producción de pensamiento es que en la acción artística, las transformaciones de la textura sensible se encarnan, presentándose en vivo. De allí el poder de contagio y de transformación que esa acción lleva potencialmente: es el mundo*

*el que esta pone en obra, reconfigurando su paisaje. No es de extrañarse entonces que el arte indague sobre el presente y participe de los cambios que se operan en la actualidad (p. 2).*

Entonces, el cartel pone de manifiesto esta cuestión fundamental de la política, “poner el cuerpo”, aquello que nos hace presentes y que, a su vez, posibilita una interpelación a quien observa, en términos de construcción identitaria y ritualizada, casi como a la espera de una respuesta. Pero además “contagia”, multiplica in situ y también en las redes. Rolnik agrega,

*[...] uno de los problemas que afrontan las prácticas artísticas en la política de subjetivación en curso ha venido siendo la anestesia de la vulnerabilidad al otro -anestesia tanto más nefasta cuando este otro es representado en la cartografía imperante como jerárquicamente inferior por su condición económica, social, racial u otra cualquiera-. Es que la vulnerabilidad es condición para que el otro deje de ser simplemente un objeto de proyección de imágenes preestablecidas y pueda convertirse en una presencia viva, con la cual construimos nuestros territorios de existencia y los contornos cambiantes de nuestra subjetividad. (2005, p. 3)*

Los rostros que van ocupando el cartel gigante del DNI muestran su vulnerabilidad junto con su fuerza colectiva, es decir, se hacen visibles en un sentido político que los re-subjetiva positivamente. Hay un hilo conductor donde ciertas referencias a la corporalidad son puestas en escena en las producciones visuales de los migrantes. Se trata de una operación discursiva cuyo efecto de sentido entra en flagrante oposición respecto de las funciones principales de los mecanismos burocráticos de identificación de la ciudadanía que, al negar la identificación, niegan la existencia misma.

## El cuento de la criada

Por su parte, la performance de Periodistas Argentinas (PA) se basa en una relectura de la serie más exitosa de 2017, El cuento de la criada (The Handmaid’s Tale), que fue estrenada en EEUU durante la campaña presidencial de Donald Trump, en coincidencia con la explosión del movimiento “Mee TOO”, que denunciaba hechos de violencia contra las mujeres en Hollywood (Contursi y Crivelli, 2019). A partir de entonces, “Las criadas” han sido evocadas por activistas y performances en diversos países. En Argentina, la primera performance de PA se realizó frente al Congreso de la Nación el 10 de julio de 2018, en el marco del comienzo de las exposiciones sobre el proyecto de legalización del aborto en el plenario de la Cámara de Senadores. En esa ocasión, la periodista Miriam Lewin, ex detenida desaparecida en la ESMA durante la última dictadura, leyó frente a 30 artistas-activistas vestidas de criadas el resumen del prólogo de la novela, en el que la autora, Margaret Atwood, explica que, entre otras cosas, se inspiró en los partos y robos de bebés ocurridos en ese campo de concentración. Hacia finales del mismo mes, las periodistas repitieron la performance y triplicaron el número de las participantes que realizaron la primera acción: cien “criadas”, especie de monjas vestidas de rojo<sup>6</sup>, caminaron en silencio, formando dos largas filas desde Riobamba hacia Callao y se detuvieron frente a la puerta del Congreso. La actriz y cantante reconocida internacionalmente, Elena Roger, leyó la carta que la propia Atwood escribió para los senadores argentinos:

*[...] A nadie le gusta el aborto, incluso cuando es seguro y legal. No es lo que ninguna mujer elegiría para festejar un sábado por la noche. Pero a nadie le gusta tampoco mujeres sangrando hasta la muerte en un baño por un aborto ilegal.*

Figuras 4 y 5

Figura 4: Publicación del Instagram de PA (@periodistasargentinas). 8 de marzo 2019.

<sup>6</sup> El vestuario, diseñado por Ane Crabtree está inspirado originalmente en los atuendos típicos de los puritanos que llegaron a EEUU en el siglo XVII. Sobre el uso del traje que diseñó para la serie en diferentes performances feministas alrededor del mundo, la diseñadora dijo en una entrevista al diario *Clarín*: “es hermoso y conmovedor que el traje esté alineado con los deseos de expresión de millones en el mundo. La apropiación masiva significa que las mujeres encuentran consuelo y un medio de protesta a través de este símbolo” (*Clarín*, 11/03/2019).

Figura 5: Publicación del Instagram de PA (@periodistasargentinas). 14 de agosto de 2018



La performance de PA podría describirse como un caso de hipertextualidad en relación con la novela original y la serie<sup>7</sup>, metatexto (Genette, 1989) en el que los elementos imaginarios toman nueva carnadura: los ambientes, los cuerpos, los colores se especifican, así como los sentidos producidos.

Si la serie televisiva opera como una materialización de los elementos imaginarios que describe la novela y si la performance implica una nueva transformación en el pasaje de lo narrativo audiovisual a la experiencia estética “en presencia”, propia de la performance, podemos pensar en una transmodalización intermodal, donde hay que tener en cuenta que se modifican categorías como las de tiempo, modo, voz y focalización. Es decir que cambia el “punto de vista”. La trasposición afecta al texto original (sea el libro o la serie) diegéticamente, porque cambia el universo espacio temporal designado para el relato. Así, Gilead, esa distopía opresiva, no queda tan lejos, puede ser aquí y ahora. Se produce una resemantización del relato, que afecta la significación misma del hipotexto.<sup>8</sup> Gilead es Argentina y las esclavas obligadas a procrear contra su voluntad son las mujeres que están obligadas a abortar en la ilegalidad y cuya voz no es escuchada.

El pasaje de lo evocativo ficcional a lo experiencial performático implica un anclaje contextual que necesariamente nos lleva a la dimensión discursiva. Este plano nos permite inscribir esta resemantización de los productos en sus condiciones de producción, circulación e interpretación, atendiendo a la vida dinámica de los fenómenos del sentido y sus desplazamientos. En verdad, todos los componentes de esta serie de textos se resemantizan a partir de cada nueva emergencia, que implica la relectura de cada uno de ellos al actualizarse sus condiciones de recepción.

Desde que la performance se inscribe en el campo político, sigue la huella, se asocia, al enunciador modelo de la comunicación política –en términos de Rancière (1995), opuesta a la política como policía– y por ende ya no se leen de la misma manera la serie y la novela. Ese es el asunto de la hipermediatización: la convergencia no solo es de medios, incluidas las plataformas con base en internet, sino también de sentidos y de dispositivos enunciativos. Y de auras, tomando el concepto de Benjamin (1989). ¿La novela y la serie se vuelven “directamente” políticas al actualizarse en la performance, que las inscribe en un conflicto particular y local? ¿pierden su aura artística? ¿O acaso la serie televisiva y la performance ingresan al “mundo del arte”? Y, en tal caso, ¿qué concepciones de arte y de política se ponen en escena? Esto dicho en términos de especificar las condiciones de producción de estos discursos y el modo en el que modelan su recepción, construyendo subjetividades. Como afirma Jenkins (2020) las maneras en que los movimientos o grupos sociales imaginan mundos posibles pueden ser construidas a partir las maneras en que la cultura popular (por caso, los productos mediáticos)

<sup>7</sup> Nos centramos en el análisis de la *performance*, por lo que en este trabajo no problematizaremos la relación entre novela y serie televisiva y las tomaremos indistintamente como texto fuente.

<sup>8</sup> Para Genette (1989) no existe una trasposición inocente, es decir que no modifique de una manera o de otra la significación de su hipotexto. Explica que hay operaciones susceptibles de modificar el punto de vista narrativo o de la focalización del relato: desfocalizar, refocalizar, transfocalizar. Lo cual puede implicar una reorganización completa del texto y de la información narrativa, ya sea en el orden temporal, en la duración y la frecuencia, en el modo o distancia con que se cuenta, como ejemplo menciona el pasaje de discurso directo a indirecto.

[...] constituye el reino en el que podemos imaginar alternativas, promueve deseos compartidos que pueden alimentar luchas por la justicia social, interpela sentimientos que quizás no pueden ser expresados de otras maneras, y porque puede acercar distancias culturales. Ciertamente otras narrativas – religiosas, folklóricas, épicas – también cumplen algunas de estas funciones. Pero para muchos jóvenes las narrativas populares son particularmente apreciadas como recursos para la imaginación cívica. (p. 13 de la trad.)

De todos modos, el pasaje desde las industrias culturales (editoriales, plataformas audiovisuales) a la esfera política explota la enorme repercusión de la serie, su “éxito”, y su efecto interpelador, pero inscripto ahora en un contexto específico: la disputa legislativa por la ley de IVE. Hay una operación sinéctica que interpela: las criadas somos todas y la distopía del imaginario mundo de Gilead es aquí y ahora.

Ese mundo distópico que imaginó Atwood es la síntesis de lo indeseable: escenario de un desastre ecológico resultado de la explotación de la naturaleza, concebida como stock en el marco del capitalismo más salvaje. Un estado totalitario, con un gobierno dictatorial y teocrático, que funda sus doctrinas en verdades religiosas, que colocan a la familia como la institución principal de la sociedad, al varón como centro de autoridad y a la natalidad como causa primera<sup>9</sup> (cfr. Crivelli, 2018).

Gilead es evocado en esa especie de cuadro vivo que componen las criadas frente al Congreso, en el que podemos identificar varios connotadores<sup>10</sup>. Por un lado, las vestimentas que remiten a la serie, junto con la forma de caminar de los personajes, (lento, en fila, en silencio, con la cabeza gacha). Pero, por otro lado, las criadas llevan los pañuelos verdes, y perchas, o ramas de perejil, o fotos con los rostros de los y las senadoras que votaron contra la ley. Signos retóricos que enlazan con otro código, con otro sistema de saberes: no ya la serie o la novela, sino el contexto local, la disputa en torno a la ley de IVE en nuestro país. Las exclamaciones que enuncian las criadas al final de la performance, ¡aborto legal ya!, terminan de anclar<sup>11</sup> el sentido.

Hay una nueva situación de comunicación, en este caso, típicamente política. Pero la interpelación al espectador se produce en el plano enunciativo, en el que el receptor se vuelve enunciatario y son posibles los efectos de subjetivización por estetización del conflicto<sup>12</sup>. La performance, en su focalización de las mujeres, corre la disputa del tópico vida/muerte –instalado en el debate social sobre el aborto por las posiciones en contra del proyecto de ley– hacia el sometimiento que implica la ausencia de la ley de IVE. Decimos que la performance, a diferencia de la novela y de la serie, construye la escena focalizando solamente en las criadas. Ellas son las únicas protagonistas de este micro-relato teatral. No hay en este nuevo relato presencia explícita de un agente responsable, no aparecen representados los culpables, los malos del cuento: ni los comandantes que violan, ni las sádicas carceleras, ni las

<sup>9</sup> En el prólogo del libro, la escritora cuenta que se preocupó porque el libro representara “lo que James Joyce llama *la pesadilla* de la historia”. Su regla fue construir un relato “cercano a la realidad”, sin eventos ni tecnologías que no hubiesen ya sucedido o existido. Por eso habla de una *ficción especulativa* o una *distopía crítica* que, a diferencia de la clásica, no solo muestra la opresión sino también una salida posible (cfr. Crivelli, 2018).

<sup>10</sup> En la retórica de la imagen Barthes (1986) explica que en la imagen conviven un mensaje icónico, no codificado: denotado, un mensaje icónico codificado: connotado y un mensaje lingüístico. La distinción entre mensaje denotado y connotado es analítica, pues siempre que nos enfrentamos a una imagen se nos presentan los signos de la connotación. Los connotadores son significantes retóricos, signos discontinuos naturalizados por el mensaje denotado que los vehiculiza. Su lectura requiere de la actualización de un código, de un sistema de saberes y referencias, cultural.

<sup>11</sup> Barthes (1986) explica que el mensaje lingüístico que puede acompañar a la imagen puede cumplir la función de relevo, donde la palabra hace avanzar a la imagen. O de anclaje, cuando hay un texto que guía la interpretación del lector entre los posibles significados de la imagen, que siempre es polisémica.

<sup>12</sup> Juliane Rebentisch precisa el sentido político de la estetización en tanto se asocia lo estético con una figura de la libertad “(...) que asume validez frente a la praxis social, es decir, tanto frente a su orden normativo como a las correspondientes prescripciones de identidad o de roles, y que lo hace ciertamente en la medida en que motivos de carácter privado (estados de ánimo, disfrute, gusto) adquieren un peso tal frente a las orientaciones concordantes con un determinado orden social que devienen decisivos para la configuración de la propia vida” (2013, p. 120). Pero esto es posible siempre que el sujeto en realización práctica asuma una distancia puntual respecto de algunos aspectos concretos de su identidad social, es decir, sea autoirónico: “el sujeto no se libera de tales aspectos (...) sino al experimentar aspiraciones que son contrarias a las imágenes establecidas de sí. A un distanciamiento con respecto a la imagen disciplinada (...) a situarse en una relación de diferencia con respecto a sí mismos (...)” (p. 124).

cómplices esposas de la obra inicial. No hay una referencia explícita al machismo. Las mujeres son a la vez víctimas y responsables de su salvación. Desde allí interpela, como si dijera “las criadas podemos ser, somos de hecho, todas las mujeres, pero de nosotras depende dejar de serlo”.

Esa focalización, ese punto de vista situado, construye una escenografía (cfr. Maingueneau, 2002 y 2009) que coloca a los espectadores en posición de observadores de la marcha de las criadas y son enfrentados a una elección: reaccionar o ser cómplices. Recordemos que la evocación de las marchas de las Madres y Abuelas de Plaza de Mayo está explicitada en la novela: ¿seremos otra vez observadores pasivos de la atrocidad?, ¿esa atrocidad les ocurre solo a las otras?

La escenografía es la escena en la que el lector se ve ubicado, que desplaza al marco escénico a segundo plano produciendo adhesión, haciendo que el lector acepte un determinado rol. Es reflexiva, por lo que construye el dispositivo de habla que la instaura como legítima<sup>13</sup> a través de la evocación de escenas convalidadas socialmente, estereotipadas.

En el caso del “DNI ante DNU” también se construye una escenografía interpeladora en la que los activistas, devenidos “agentes del Estado” que invitan a enmarcarse en el cartel del DNI, incorporan a los espectadores en la condición de migrantes y a los migrantes en condición de ciudadanos legales. Es que la experiencia estética, para ser política, debe ser transformadora de las identidades en juego.

Esta operación nos lleva a pensar en el modo en que la emoción y la afectividad se inscriben en el discurso y construyen un destinatario (cfr. Amossy: 2000). La noción de pathos, que refiere al efecto emocional producido en el alocutario, es productiva en este sentido.

## Un cierre posible

En el caso de las dos performances que analizamos aquí, las emociones –la empatía, la bronca, el sentimiento de injusticia– son suscitadas en el enunciatario sin necesidad de ser mencionadas explícitamente y sin evocar explícitamente a “los culpables”. El llamado a asumir una posición frente a una disputa concreta, el DNU 70 y la disputa por la ley IVE, está motivado por la analogía entre los migrantes/las criadas y el enunciatario: “la distancia que separa a aquellos de los que se habla de los interactuantes se encuentra disminuida al máximo por la insistencia en una humanidad común” (Amossy, 2000: 8). Además, la analogía se construye cambiando la dimensión del conflicto: de la situación global de opresión que sufren históricamente los migrantes y las mujeres, a la opresión sufrida en el contexto particular, local, por la ausencia de leyes que permitan legalizar la identidad y la interrupción voluntaria del embarazo.

La performance, como signo que se llena de sentido indexicalmente, en situación, nos interpela y nos compele a despojarnos de la condición de “ilegales” y de “criadas”, de sometimiento, nos pone en situación, aquí y ahora, y entonces nos llama a asumir una posición. En tanto experiencia estética, estas escenografías nos interpelan a “no-ser-uno-consigo mismo y esto significa también hacer uso de la experiencia de enajenación del sí mismo con respecto a las imágenes socialmente apoyadas, a los fines de promover una emancipación con respecto a tales imágenes” (Rebentisch, 2013, p. 134).

Planteamos que la performance es un nuevo género<sup>14</sup> de la comunicación política porque el tipo y el género del

<sup>13</sup> A través de la escenografía, la enunciación “se esfuerza por poner progresivamente en su lugar su propio dispositivo de habla (...) es así a la vez aquello de donde viene el discurso y aquello que engendra el discurso; ella legitima un enunciado que, a su vez, debe legitimarla” (Maingueneau, 2009: 80).

<sup>14</sup> En cuanto a la *escena genérica* (cfr. Maingueneau, 2002), creemos que es importante pensar si vale la pena hablar en términos de género discursivo cuando nos referimos a un discurso que pertenece a la esfera de lo artístico-estético, donde la expresividad más que “enmarcarse”, “fluye” entre géneros de manera dinámica y elástica.

discurso están definidos por la situación de enunciación más que por sus cualidades verbales o textuales. Y esa es también la lógica que parece gobernar los medios digitales y las hibridaciones genéricas a las que asistimos cada vez más frecuentemente en los medios tradicionales (cfr. Contursi y Tufro, 2018): las fronteras entre esferas de uso de la lengua tienden a desaparecer en el ciberespacio. Por eso cobra cada vez mayor importancia el concepto de escenografía, puesto que se trata de la escena que construye el discurso con la que se relaciona directamente el enunciatario, y todo discurso político es discurso persuasivo.

Se trata de una enunciación en la que la experiencia estética no es un fin en sí mismo, sino un medio para lograr una acción: que el espectador asuma o se desentienda de un posicionamiento frente a una situación real, concreta, que se re-presenta en la performance ya cargada de sentido. La expresión estética, entonces, no queda reservada al goce que la convertiría en mercancía disponible para el entretenimiento, o a lo sumo para la mirada compasiva, pero, hasta cierto punto, aún indiferente por distante, gracias al contrato ficcional: en las performances hay una refocalización que opera en relación con lo real de la representación: refiere a las luchas colectivas. Desde allí hay, a través de la experiencia estética, una interpelación en términos que ponen en jaque nuestra propia identidad: migrantes y criadas somos todos. Y entonces, una apelación a la acción, por eso hablamos de una obra estético-política, que no corre el riesgo de la estetización banal siempre que cree, como dice Boris Groys, “un horizonte último para el éxito de la acción política, siempre y cuando esta tenga una perspectiva revolucionaria” (2016: 124).

## Bibliografía

- Amossy, R. (2000). El pathos o el rol de las emociones en la argumentación, en *L'argumentation dans le discours*. París: Nathan.
- Barthes, R. (1986). *Retórica de la imagen*, en *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Benjamín, W. (1989). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica [Urtext]*. México: Itaca, 2003.
- Contursi, M. E. y Tufro, M. (2018). *Intratables. La revancha del infoentretenimiento sobre la política*. XX Congreso de REDCOM. Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Disponible en <http://sociales.unvm.edu.ar/xx-congreso-de-redcom-io-congreso-latinoamericano-de-comunicacion-de-la-unvm/>.
- Contursi, M. E. y Crivelli, N. (2019). *Comunicación política, mediatización y subjetividades. El caso de las performances basadas en El cuento de la criada*. XXI Congreso de REDCOM. Comunicación, poder y saberes. Agendas pendientes en el Sur global. Salta, del 16 al 18 de octubre de 2019. Disponible en <https://www.aacademica.org/maria.eugenia.contursi/5>.
- Contursi, M. E. y Costanzo, G. (2021). *La voz del portavoz. Elementos para la construcción de un ethos colectivo*. III Encuentro Iberoamericano de Retórica, Instituto de Lingüística, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, del 10 a 12 de noviembre de 2021. Disponible en [https://congresoretorica2021.web.app/area?id=-MIB\\_G64ySrBcsjJczMZ](https://congresoretorica2021.web.app/area?id=-MIB_G64ySrBcsjJczMZ)
- Costanzo, G. (2019). *Formas de resistencia migrante: reflexiones sobre la campaña Migrar no es delito*. III Jornadas de Migraciones Cartografías en movimiento: memorias, violencias y resistencias, Universidad de José C. Paz, 23 y 24 de mayo de 2019.
- Crivelli, N. (2018). *Atwood pide que no dejes que los bastardos te aplasten*, en *Continuidad de los Libros*. Diciembre de 2018. Disponible en <http://continuidaddeloslibros.com/atwood-pide-no-dejes-los-bastardos-te-aplasten/>
- Fuentes, M. (2015). *Performance, política y protesta*, en Taylor, D. y Steurnagel, M. (eds.) (2015) *¿Qué son los estudios de performance?*, e-ISBN: 978-0-8223-7407-7.
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos: la literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.
- Groys, Boris (2016). *Arte en flujo. Ensayos sobre la evanescencia del presente*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Hepp, A. (2020). *Deep Mediatization*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Jenkins, Jerry; Peters-Lazaro, Gabriel y Sangita Shresthova (2020): “Popular Culture and the Civic Imagination: Foundations”, en Henkins, J.; Peter-Lazaro, G. y S. Shresthova (eds.), *Popular Culture and the Civic Imagination. Case Studies of Creative Social Change*, New York: New York University Press, pp. 1-30. Traducido y anotado por Manuel Tufro para uso exclusivo de la cátedra de Teoría y Práctica de la Comunicación II, CCCS, FSoc, UBA.
- Maingueneau, D. (2002). *Problèmes d'ethos*, en *Pratiques* N°113/114, junio de 2002, pp.55-67.
- Maingueneau, D. (2009). *Análisis de textos de comunicación*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Rancière, J. (1995). El desacuerdo: política y filosofía. Buenos Aires: Nueva Visión.

Rancière, J. (2010), El espectador emancipado, Buenos Aires: Manantial.

Rabentisch, J. (2013). Estetización: ¿qué relación existe entre la estetización y la democracia, por qué se la debería defender, por qué motivo es necesaria la filosofía para hacerlo y qué se sigue de este hecho para la crítica de la sociedad?, en Galfione, María Verónica y Esteban Juárez (Eds.). Modernidad estética y filosofía del arte I. La estética alemana después de Adorno. Córdoba: 29 de Mayo.

Limón. Rolnik, S. (2005), "Geopolítica del rufián", en: Félix Guattari y Suely Rolnik, Micropolítica, Buenos Aires: Tinta

# Estrategias de Discurso Persuasivo en la Política Juvenil

Guanco, Emanuel Exequiel  
Emanuelgvanco87@gmail.com

Universidad Nacional de Tucumán

## Resumen

La comunicación se ha convertido en uno de los desafíos más complejos de la humanidad. Lograr que nuestro interlocutor se sienta interpelado por el mensaje es el fin último y más codiciado por los que hacen comunicación. En el ámbito de la política, la comunicación es clave para establecer conexiones significativas, transmitir propuestas y convencer a la audiencia de la relevancia de determinadas ideas o acciones. Sin embargo, en un contexto donde los jóvenes electores no se sienten representados por los partidos políticos, alcanzar una comunicación efectiva se vuelve aún más desafiante.

El mensaje será descifrado cuando logre representar de manera precisa al segmento al que apunta. En el marco de las campañas electorales, no basta con tener buenas propuestas e intenciones para posicionar a un candidato, sino que resulta imprescindible encontrar la manera más eficaz de llegar al electorado. Las estrategias discursivas son fundamentales en este proceso. La comunicación política exitosa requiere el dominio de la retórica verbal y visual, el conocimiento de los problemas que preocupan a los jóvenes, la capacidad de establecer un diálogo, el manejo de un lenguaje claro y conectar emocionalmente con el público objetivo. Todos estos aspectos deben estar, sutilmente integrados, en el discurso macro y micro de los partidos y de los candidatos para el éxito de una campaña.

¿Qué recursos son esenciales en el discurso político para que resuene con los jóvenes y refleje sus preocupaciones? ¿Qué tipo de lenguaje y tono son más efectivos para generar conexión y confianza con este segmento? ¿Cómo podemos transmitir propuestas políticas de manera clara y convincente, abordando los desafíos que afectan directamente a los jóvenes? Son algunos de los interrogantes que guiarán este artículo.

**Palabras Clave:** comunicación política, estrategias discursivas, electores jóvenes

## Abstract

Communication has become one of humanity's most complex challenges. Achieving that our interlocutor feels engaged by the message is the ultimate and most coveted goal for communication practitioners. In the realm of politics, communication is key to establishing meaningful connections, conveying proposals, and convincing the audience of the relevance of certain ideas or actions. However, in a context where young voters do not feel represented by political parties, achieving effective communication becomes even more challenging.

The message will be deciphered when it accurately represents the targeted segment. In the context of electoral campaigns, it is not enough to have good proposals and intentions to position a candidate; it is essential to find the most effective way to reach the electorate. Discursive strategies play a fundamental role in this process. Successful political communication requires mastery of verbal and visual rhetoric, knowledge of the issues that concern young people, the ability to establish dialogue, the use of clear language, and emotional connection with the target audience. All these aspects must be subtly integrated into the macro and micro discourse of parties and candidates for a campaign's success.

What resources are essential in political discourse to resonate with young people and reflect their concerns? What type of language and tone are most effective in generating connection and trust with this segment? How can we convey political proposals in a clear and convincing manner, addressing the challenges that directly affect young people? These are some of the questions that will guide this article.

**Keywords:** political communication, discursive strategies, young voters

## A modo de introducción

En las campañas electorales, conquistar el voto joven se ha convertido en un desafío crucial para los partidos políticos en todo el mundo. Los jóvenes representan una parte significativa de la población y su participación activa en el proceso político puede tener un impacto decisivo en los resultados electorales. Para lograrlo, los partidos emplean diversas estrategias que buscan conectar con este segmento demográfico y movilizarlo hacia su causa.

Sin embargo, ese intento por generar simpatía no es lineal. Existe una visión de descreimiento de los candidatos y de la política en general. Bauman argumenta que, en la modernidad líquida, las instituciones políticas se enfrentan a una pérdida de confianza por parte de la ciudadanía, especialmente entre los jóvenes. Esta desconfianza se ha visto agravada por la falta de transparencia, la corrupción y la desconexión percibida entre los políticos y los ciudadanos. En palabras de Gonzalo Diego Peña, investigador en opinión pública, hay una creciente apatía por parte de la gente con respecto a la política. No obstante, esto no significa un rechazo a la democracia, sino que evidencia los límites de la acción política, es decir, hasta dónde las medidas tomadas por los funcionarios ayudan a mejorar las condiciones de vida.

En ese marco, el informe publicado en 2021 por Taquion<sup>1</sup> muestra que 7 de cada 10 centennials no confía en los políticos de Argentina. Para algunos politólogos nos encontramos ante una crisis de representación política. [Atilio Borón](#), sociólogo y doctor en Ciencia Política por la Universidad de Harvard, comprende que una crisis de representación política se hace presente cuando un candidato a un cargo político o un funcionario público no cuenta con la confianza ni la credibilidad de un sector mayoritario de la población. Para [Fernando Domínguez Sardou](#), también analista político, entiende que este fenómeno se da cuando hay un desanclaje entre las demandas del pueblo y las decisiones de los representantes<sup>2</sup>. Es decir, cuando un político no escucha las peticiones de la sociedad o simplemente no cumple sus promesas.

Ante la falta de representación en la política por parte de los jóvenes, las campañas electorales tienen un doble desafío: por un lado, posicionar a los candidatos y sus propuestas y, por otro lado, lograr llegar de manera estratégica a los sectores donde la política no ocupa un lugar predominante. En este sentido, los equipos de comunicación política – y los propios políticos – han reconocido la importancia de establecer una conexión sólida con el segmento más joven; y para lograrlo han recurrido a estrategias discursivas de representación e interés común entre los jóvenes.

En este artículo, veremos qué se entiende cuando decimos que llegar a los jóvenes se ha convertido en un reto y cómo los fenómenos que les interesa a los jóvenes son utilizados como estrategias discursivas; que se materializa en las piezas que conforman una campaña política. Veremos cómo estas estrategias están sutilmente articuladas con el discurso del partido político. Analizaremos algunos ejemplos de spot de campañas políticas realizadas en diferentes países y cómo cada una de estas implementan diversos recursos y adaptan el mensaje a su público.

---

1 Taquion es una agencia consultora especializada en campañas y gestión: <https://www.taquion.com.ar/>

2 Ambas citas fueron recuperadas de [https://puntoconvergente.uca.edu.ar/los-jovenes-y-la-politica-un-lazo-cada-vez-mas-debil/?gad=1&gclid=CjwKCAjwg-GjBhBnEiwAMUvNWxuiOOYwHM1jYgOWizq5MkFvXBa6XSypqPMjDn0HxQLRKIEoVKbOhoC3vcQAvD\\_BwE](https://puntoconvergente.uca.edu.ar/los-jovenes-y-la-politica-un-lazo-cada-vez-mas-debil/?gad=1&gclid=CjwKCAjwg-GjBhBnEiwAMUvNWxuiOOYwHM1jYgOWizq5MkFvXBa6XSypqPMjDn0HxQLRKIEoVKbOhoC3vcQAvD_BwE)

Finalmente, reflexionaremos acerca del carácter persuasivo de dichas estrategias.

## Sobre el público al que va dirigido el mensaje

Existen muchos escritos acerca de la participación de los jóvenes en la política: hay quienes caen en una visión esencialista sosteniendo que, por el simple hecho de ser jóvenes, no les interesa la política y quienes, por el contrario, discuten esa concepción<sup>3</sup> afirmando que la participación política de los jóvenes se manifiesta de diversas formas. No sería apropiado afirmar que todos los jóvenes tienen una visión desencantada de la política. Hacerlo sería desconocer a aquellos que, con su participación y militancia, han logrado poner en agenda temas que hoy son incumbencia de la política. Sin embargo, en lo que sí hay una visión más homogénea es en la falta de representación que sienten los jóvenes en los políticos actuales. Es decir que no se sienten representados por quienes hoy tienen una estructura de poder o un aparato político. La no representación se debe a múltiples razones: ideológica, política, económica, religiosa, partidaria, generacional, histórica, etc. Manuel Castells, sociólogo y teórico de la comunicación, diría que los jóvenes a menudo expresan una sensación de desencanto y desconfianza hacia los políticos actuales, argumentando que no se sienten representados por ellos. Perciben a los políticos como distantes, desconectados de sus realidades y más interesados en mantener su poder que en abordar los problemas que les afectan directamente.

La idea de que los jóvenes, en cuanto tales, tienen mayor predisposición ya sea a la acción y a la participación o al desencanto con la política y a la retracción de los compromisos públicos ha estado presente, como supuesto implícito y/o explícitamente, en el discurso académico, mediático, partidario y político estatal, y sigue estándolo. Con ese mismo criterio se ha naturalizado a la juventud asociada al cambio social, a la acción y a la participación (Poliszuk, 2019). Las nuevas juventudes –mediatizadas, multifacéticas, informatizadas– ya no esperan que les otorguen un lugar o invitaciones para participar, sino que es parte de sus búsquedas, crear sus propios espacios políticos de participación (Lagneaux, 2019). En este sentido, quienes no se sienten representados con los políticos tradicionales, han optado por involucrarse en la militancia apartidaria como una forma de desafiar el *statu quo* y buscar un cambio real. Perciben a los políticos actuales como desconectados de sus necesidades y preocupaciones, y creen que solo a través de su participación activa pueden lograr una representación auténtica y un impacto significativo en la sociedad. Esto, por un lado, y, por otro lado, están quienes se mantienen al margen; con una “actitud tibia”. El activismo partidario y apartidario no les resulta una propuesta atractiva; o no lo suficientemente convincente como para involucrarse. Para estos, la participación individual no cambiaría nada o, en todo caso, sería muy difícil. En este sentido, entendemos que el “no activismo” no es una decisión inocente y arbitraria; al contrario, es una postura que está atravesada por vivencias, experiencias y consideraciones. En este sentido, compartimos con Slavoj Žižek, filósofo y teórico cultural esloveno, en que el no activismo puede ser una forma de “militancia pasiva” que desafía las normas y expectativas sociales impuestas, generando así un espacio de resistencia simbólica.

Por lo anteriormente mencionado, ninguno de estos grupos se mantiene en una actitud pasiva ante los mensajes políticos en épocas de campañas electorales. Su actitud crítica y su capacidad para problematizar los mensajes políticos los convierten en agentes activos en la esfera política. Este fenómeno no es puro y exclusivamente del segmento joven, sino que es el común denominador de más de un segmento. Sin embargo, es en esta porción de la sociedad en donde prevalece a tal punto de caracterizarlos.

La barrera existente de comunicación se ha convertido en un elemento a tener en cuenta a la hora de elaborar discursos políticos. Dicha brecha, entre los políticos y los jóvenes, se debe, como ya vimos, a diferencias generacionales, falta de representación, problemas de comunicación, desconfianza y falta de participación. Superar esta

---

3 Jorge Benedicto en *La juventud frente a la política: ¿desenganchada, escéptica, alternativa o las tres cosas a la vez?* Supera la visión simplista de la apatía de los jóvenes frente a la política. Disponible en: <https://www.injuve.es/sites/default/files/documentos-1.pdf>

brecha requiere esfuerzos para fomentar la inclusión, mejorar la comunicación y establecer canales efectivos de participación que permitan a los jóvenes tener un rol activo en la política y sentir que sus voces son escuchadas y valoradas.

Entonces, decimos que llegar a los jóvenes representa un reto, porque como público objetivo representan un desafío único en la elaboración de los *spots* políticos. Elaborar un discurso que atravesase todos sus prejuicios -en cuanto a la política partidaria- no es tarea sencilla. Están desconectados de la política partidaria y su atención está fragmentada entre innumerables causas e intereses. Para llegar a ellos, es necesario abandonar los enfoques convencionales y adoptar estrategias discursivas de comunicación que se ajusten a sus preferencias, preocupaciones, intereses y formas de consumo.

## La agenda

En las últimas décadas, se ha observado un creciente protagonismo de los jóvenes en la marcación de agenda en diferentes contextos globales y locales. Este fenómeno ha desafiado las narrativas tradicionales y ha propiciado un cambio en la dinámica social y en la esfera política. Es decir que los jóvenes han emergido como una fuerza impulsora que cambia la agenda en la sociedad, centrándose en temas cruciales. Conscientes de los desafíos que enfrentan, generan cambios significativos a través de su activismo – o “no activismo”<sup>4</sup> - demandando acciones concretas a los gobiernos y empresas. Su voz resonante y sus ideales progresistas están influyendo en las decisiones políticas y sociales, forzando a las estructuras establecidas a repensar las prioridades y establecer una base más sólida para un futuro más “equitativo y sostenible”.

Adriana Balaguer, periodista y conductora, entiende que la agenda de la nueva militancia ha variado. Es una agenda joven. Porque ser joven es un valor en sí. Es una agenda transversal, que va más allá de lo partidario.

La Agenda 2030 en América Latina y el Caribe<sup>5</sup> entiende que, durante los próximos años, la calidad de la educación, la disponibilidad de empleos, la desigualdad de género y la situación del medio ambiente, entre otros, tendrán un profundo impacto en las vidas de millones de jóvenes. Las acciones y soluciones de los jóvenes, así como su alcance y voluntad de influir en la toma de decisiones, son esenciales para enfrentar el gran desafío de implementar la Agenda 2030, que plantea una visión de futuro ambiciosa y transformativa: un mundo sin pobreza, donde el progreso económico, social y tecnológico se produzca en armonía con la naturaleza; un mundo inclusivo para todos, donde “nadie se quede atrás”.

En ese marco, algunos de los temas con el que lo jóvenes han logrado marcar agenda están relacionados al cambio climático y calentamiento global; pérdida de biodiversidad y extinción de especies; escasez de agua y crisis hídrica; desigualdad económica; desempleo y falta de oportunidades laborales; discriminación racial y étnica; derechos de los inmigrantes y refugiados; acceso a la educación de calidad; desigualdad de género y violencia de género; salud mental; derechos LGBTQ+ y matrimonio igualitario; corrupción política y falta de transparencia; discriminación por discapacidad; ciberacoso y seguridad en línea; abuso de drogas y adicciones; explotación laboral; privacidad de datos y protección de la información personal; violaciones de los derechos humanos; falta de acceso a la justicia y sistema legal ineficiente; desigualdad en el acceso a la tecnología; entre otros.

El papel desempeñado por los jóvenes en la marcación de agenda en los últimos años ha sido una manifestación que evidencia su capacidad de movilización y compromiso. Su enfoque innovador y su perspectiva fresca han aportado nuevas ideas y enfoques a los problemas complejos que les afecta. Pretenden forjar un futuro en el que las preocupaciones sociales y ambientales se abordan de manera integral. Su activismo nos recuerda que el cambio real puede ser impulsado por aquellos que están dispuestos a desafiar el *statu quo*. Su participación en la mar-

4 Tal como lo entiende Slavoj Žižek: el no activismo puede ser una forma de "militancia pasiva" que desafía las normas y expectativas sociales impuestas, generando así un espacio de resistencia simbólica.

5 Datos recuperados de <https://agenda2030lac.org/es/juventud>

cación de agenda no solo es un reflejo de sus preocupaciones, sino también una invitación para que los sectores dominantes de la sociedad tomen medidas audaces y significativas para abordar los desafíos actuales y construir un mundo donde estén atendidas sus necesidades.

Los líderes políticos y los equipos de comunicación reconocen la importancia de abordar los fenómenos sociales que preocupan a los jóvenes, y utilizar esas demandas como base para elaborar discursos y mensajes políticos que sean relevantes y atractivos para una generación en constante evolución.

### **Sobre “estrategias discursivas”**

Antes de adentrarnos a hablar de estrategias discursivas dentro de la comunicación política es necesario mencionar lo complejo que es hablar de “discurso”. Es una tarea dificultosa debido a la amplitud y la diversidad de enfoques que existen en torno a este concepto. El discurso abarca diversos aspectos de la comunicación humana, desde la forma en que utilizamos el lenguaje hasta las estructuras sociales y políticas en las que se desarrolla.

En lingüística, el término "discurso" se refiere al uso del lenguaje en situaciones concretas de comunicación y a su organización más allá de las oraciones individuales. El enfoque lingüístico del discurso se centra en analizar las estructuras y las características lingüísticas más amplias que influyen en la producción y comprensión de textos orales o escritos. Desde otra perspectiva más amplia, el término "discurso" puede ser definido como un conjunto de ideas, valores, creencias y formas de expresión que se utilizan para comunicar y construir significado en un determinado contexto social, cultural o político. En este sentido, el discurso no se limita únicamente al uso del lenguaje, sino que abarca un conjunto más amplio de prácticas discursivas, como el uso de símbolos, imágenes, gestos y comportamientos comunicativos. En este marco, el discurso se entiende como una herramienta poderosa para influir en la forma en que las personas piensan, perciben y actúan en relación con determinados temas o situaciones. Michel Foucault entiende al discurso como el espacio donde se construyen y negocian las significaciones, donde se establecen relaciones de poder y se configuran las identidades individuales y colectivas. En *Vigilar y Castigar*, el autor sostiene que el discurso no solo es una herramienta de expresión, sino que también es una tecnología de control y regulación social.

En cuanto a las estrategias discursivas en campañas electorales, Chantal Mouffe, filósofa y politóloga, comprende que son las tácticas y enfoques comunicativos utilizados por los actores políticos para construir narrativas persuasivas, influir en la opinión pública y obtener apoyo electoral. Estas estrategias se basan en la selección y manipulación de discursos, mensajes y símbolos para construir una imagen favorable del candidato, destacar sus propuestas y diferenciarse de los oponentes políticos. Por su parte, Ernesto Laclau, político y filósofo argentino, las entiende como herramientas retóricas y comunicativas utilizadas por los actores políticos para dar forma a la percepción pública, movilizar el apoyo electoral y promover su agenda política. Estas estrategias implican la selección cuidadosa de discursos, el uso de argumentos persuasivos y la construcción de una identidad política convincente. Además, el discurso en el ámbito político incluye la puesta en escena de un candidato, que comprende aspectos como la elección del escenario, la iluminación, la música y otros elementos que contribuyen a crear una atmósfera determinada y generar impacto emocional en la audiencia. Esta puesta en escena busca transmitir un mensaje político específico, establecer una conexión con los electores y proyectar una imagen de liderazgo y credibilidad.

Tal y como lo piensan estos autores, en la comunicación política el discurso no solo se limita a la palabra, sino que también se refiere a todo aquello que la rodea. Sin embargo, en el discurso hablado se destaca el uso de las palabras, significados, metáforas, etc.; puesto que están construyendo realidades. En este sentido, George Lakoff, lingüista y científico cognitivo estadounidense, en su libro *No pienses en un elefante: Lenguaje y debate político*, lo remarca en otras palabras:

“Las palabras no solo describen la realidad, sino que también la crean. Los candidatos que dominan el arte de la comunicación política son capaces de articular una visión persuasiva, de enmarcar los problemas de una manera que

resuene con la audiencia y de presentar soluciones convincentes que generen confianza y apoyo” (Lakoff, 2004).

Por su parte, la tarea del marketing político –en la construcción de estrategias discursivas- será buscar comprender las dinámicas de la juventud, sus valores y aspiraciones. A través de un análisis exhaustivo, debe identificar los temas que resuenan en este segmento de la población y se adaptan los discursos políticos para conectar con sus intereses. El objetivo es crear una conexión emocional, generar impacto y lograr la participación activa de los jóvenes en los procesos políticos. En este sentido, el marketing político se convierte en una herramienta clave para amplificar las voces de los jóvenes y fomentar su compromiso cívico.

Sea cual sea la estrategia discursiva que se vaya a escoger para una campaña política, lo importante es que haya una coherencia discursiva en todos los aspectos, macro y micro. Cuando decimos macro nos referimos a las cuestiones que son extramurales de un partido político: sus integrantes, sus propuestas, su reputación, su ideología, etc. Y, cuando decimos micro, nos referimos a las acciones concretas del partido y de los candidatos que la integran.

Hasta este punto ya hemos visto cuáles son las diversas posturas de los jóvenes respecto a la política, cuáles son los temas que les interesa/afecta y, además, hemos remarcado cómo todos esos factores se tienen en cuenta a lo hora de elaborar una estrategia discursiva en el marco de campañas electorales. El recorrido por los apartados anteriores nos ayudará a comprender que lo que vemos, escuchamos, sentimos y percibidos en los *spots* de campañas no son resultado de un proceso arbitrario, sino más bien un proceso sistemáticas y deliberados con el fin último de persuadir al público.

### **Ejemplos: spot en campañas electorales**

Una de las estrategias discursivas más comunes es la utilización de la retórica persuasiva. Mediante el uso de figuras retóricas, como la metáfora y la analogía, los candidatos buscan conectar emocionalmente con el electorado y presentar sus ideas de manera memorable y persuasiva. Además, se recurre a la repetición de mensajes clave para reforzar su impacto y facilitar su recordación. Las estrategias basadas en la persuasión emocional copan la comunicación publicitaria dirigida a los jóvenes, en detrimento de los argumentos racionales, más propios de los procesos de toma de decisiones de los adultos (Sánchez Pardo, 2017).

Los ejemplos que veremos más adelante cristalizan las estrategias discursivas escogidas por distintos partidos y candidatos. Estos casos representan la culminación de un proceso de planificación y selección cuidadosa de mensajes, símbolos y argumentos, con el objetivo de crear una imagen favorable, movilizar el apoyo electoral y promover una agenda política específica. Estos ejemplos nos permiten apreciar cómo las estrategias discursivas se convierten en herramientas efectivas para comunicar ideas, conectar con la audiencia y generar impacto en el ámbito político. Además, resulta relevante destacar cómo las causas sociales que interesan a los jóvenes se integran sutilmente al discurso empleado.

Los equipos de comunicación comprenden la importancia de abordar temáticas como el cambio climático, la igualdad de género, los derechos humanos y otras problemáticas mencionadas en apartados anteriores que resuenan en esta generación. A través de un enfoque estratégico, se incorporan estas preocupaciones de manera coherente y auténtica en los discursos políticos, presentando propuestas y acciones concretas que responden a estas demandas. Esta integración de las causas sociales en el discurso político busca establecer un vínculo emocional y generar confianza entre los jóvenes, demostrando que los líderes políticos comparten sus valores y están comprometidos con los cambios que ellos anhelan. De esta manera, se busca no solo captar la atención de los jóvenes, sino también involucrarlos activamente en el proceso político y motivar su participación en la construcción de un futuro más inclusivo y sostenible que ellos mismo proponen.

Conviene señalar que no analizaremos las campañas en su totalidad, sino más bien *spots* publicitarios que son representativos de las campañas llevadas a adelante por los partidos políticos; y que nos van a servir para ilustrar

la manera en que se materializan las estrategias discursivas.

### **En Argentina. Elecciones Generales 2019: “Argentina necesita tu voto”. Spot de campaña de la fórmula Fernández – Fernández**

[https://www.youtube.com/watch?v=ack2ICaGoBM&ab\\_channel=AlbertoFern%C3%A1ndez](https://www.youtube.com/watch?v=ack2ICaGoBM&ab_channel=AlbertoFern%C3%A1ndez)

El título del *spot*, "Argentina necesita tu voto", establece una conexión directa y emocional con el electorado al transmitir la idea de que su participación en el proceso electoral es fundamental para el futuro del país. La elección de la palabra "necesita" implica una urgencia y responsabilidad. Apela a los distintos ciudadanos segmentándolo por profesión y edad. Vemos, por ejemplo, a dos jóvenes – uno estudiante y otro dj - hablándole a los jóvenes electores y remarcándoles que, además de llevar su DNI para votar, “lleven con ellos las ganas de los jóvenes de estudiar, crecer y trabajar en el país”. Asimismo, el otro joven remarca que lleven “el sueño de que cada uno pueda vivir de lo que le gusta”. Esto busca generar identificación y empatía en el electorado joven al escuchar un discurso que los representa.

Es importante remarcar que en este *spot* el discurso hablado no es enunciado por el propio candidato, Alberto Fernández, sino que son “los propios ciudadanos” quienes transmiten sus inquietudes a través del discurso verbal y no verbal. Este recurso genera – casi por excelencia - una representación por parte de los destinatarios. Estos discursos refuerzan los conceptos como la igualdad de oportunidades, el acceso a la educación de calidad y la participación política activa como pilares fundamentales de la propuesta política. Al presentar una visión inclusiva, promueve la participación ciudadana y resaltar la importancia de su voto, se busca construir una narrativa que impulse el apoyo y la movilización de este segmento de la población.

Además, la música, las imágenes y las tomas utilizadas pueden transmitir emociones positivas y motivadoras, generando un ambiente propicio para la persuasión y la movilización del voto juvenil. El uso de ritmos modernos y enérgicos busca conectar con los gustos musicales y la cultura joven, reforzando el mensaje de que el candidato entiende y se acerca a sus intereses. Además, la estrategia utilizada en el *spot* incluye el discurso de los jóvenes junto con el de los docentes, investigadores, pymes, jubilados, etc.

En Canadá. Elecciones Generales 2019: "Choose Forward" (Elige Avanzar). Spot de la campaña de Justin Trudeau<sup>6</sup>.  
[https://www.youtube.com/watch?v=ZRdE2b8uNDM&ab\\_channel=LiberalVideo](https://www.youtube.com/watch?v=ZRdE2b8uNDM&ab_channel=LiberalVideo)

En primera instancia, el título del *spot*, "Choose Forward", evoca la idea de progreso y movimiento hacia adelante, implicando que el partido de Trudeau representa el cambio positivo. Esta elección de palabras busca generar una connotación positiva y atractiva para los jóvenes, que suelen estar en busca de un futuro mejor y más prometedor.

En cuanto al contenido del *spot*, se observa el uso de imágenes y escenas que transmiten valores asociados con la juventud: la diversidad, la inclusión y la participación. Se muestra a jóvenes de diferentes orígenes étnicos y culturales, interactuando de manera amigable y entusiasta. Estas imágenes buscan conectar con la identidad y las aspiraciones de los jóvenes, presentando al partido como una opción política que valora la diversidad y está comprometida con la igualdad de oportunidades.

Asimismo, se emplea un lenguaje emocional y motivador en el discurso del *spot*. Se destacan frases como "juntos podemos construir un futuro mejor" o "tenemos el poder de hacer la diferencia", que apelan a la idea de empoderamiento y participación activa de los jóvenes en la política. Estas palabras buscan despertar un sentimiento de esperanza y la creencia de que su voto y su participación pueden marcar la diferencia.

---

<sup>6</sup> Justin Trudeau, primer ministro de Canadá desde 2015, se postuló a las elecciones generales de su país en 2019 como el líder del Partido Liberal de Canadá. Fue su segunda candidatura como primer ministro, ya que anteriormente había ganado las elecciones de 2015 y asumido el cargo.

Es importante destacar que todos los aspectos que se resaltaron anteriormente están sutilmente incorporados en el *spot*. Es ahí donde radica el aspecto persuasivo del discurso político que pretende posicionarse en la mente de los electores de manera indirecta. Es decir que a través de todos los recursos audiovisuales el *spot* refleja la totalidad de su discurso político partidario.

En Estados Unidos. Elecciones Primarias 2020: "The Courage to Change" (El coraje de cambiar) Spot de la campaña de Alexandria Ocasio-Cortez<sup>7</sup>

[https://www.youtube.com/watch?v=ebfs1cc7wzg&ab\\_channel=AlexandriaOcasio-Cortez](https://www.youtube.com/watch?v=ebfs1cc7wzg&ab_channel=AlexandriaOcasio-Cortez)

En primer lugar, el título del spot, "The Courage to Change", El coraje de cambiar, establece desde el inicio un llamado a la acción y un mensaje de empoderamiento. La palabra "coraje" evoca valentía y determinación, enfatizando la importancia de atreverse a desafiar el *statu quo* y luchar por un cambio significativo.

El discurso político utilizado en el *spot* se caracteriza por su enfoque en temas progresistas y de justicia social, como la igualdad de oportunidades, la lucha contra la desigualdad económica y el cambio climático. Estos temas son ampliamente debatidos y valorados por la generación joven, lo que permite establecer una conexión directa y emocional con la audiencia. El *spot* busca validar y amplificar las voces de los jóvenes, reforzando el sentido de pertenencia y representación.

La estética visual del *spot* también juega un papel importante en la estrategia discursiva. Se utiliza un estilo dinámico y moderno, con música energética y edición rápida, para captar la atención y mantener el interés de la audiencia joven. Se incluyen imágenes de manifestaciones, movimientos sociales y momentos de empoderamiento, creando una narrativa de cambio y activismo. Se muestra a Ocasio-Cortez en diferentes situaciones y escenarios, desde reuniones con líderes comunitarios hasta manifestaciones y encuentros con jóvenes activistas. Estas imágenes buscan transmitir una sensación de autenticidad, cercanía y compromiso, presentando a la candidata como alguien accesible y comprometida con las mismas preocupaciones que los votantes jóvenes.

Además, el *spot* utiliza una narrativa persuasiva que busca generar una respuesta emocional y motivar a la acción. Se presentan ejemplos concretos de los logros y propuestas de Ocasio-Cortez, mostrando cómo ha trabajado en el Congreso para impulsar cambios significativos en áreas como la justicia social y el medio ambiente. Estos ejemplos se presentan de manera clara y concisa, utilizando un lenguaje sencillo y directo para facilitar la comprensión y conexión con la audiencia.

En España. Elecciones Generales 2019: "Es hora de la política útil". Spot de Campaña de Más País, partido político de reciente formación liderado por Íñigo Errejón<sup>8</sup>.

[https://www.youtube.com/watch?v=t5TLfK6UW1E&ab\\_channel=M%C3%A1sPa%C3%ADs](https://www.youtube.com/watch?v=t5TLfK6UW1E&ab_channel=M%C3%A1sPa%C3%ADs)

En primera instancia, el *spot* transmite un mensaje de optimismo y esperanza al presentar la política como una herramienta útil para abordar los desafíos y problemas de la sociedad. Se utiliza el término "útil" para evocar la necesidad de políticas concretas y efectivas que den respuestas tangibles a las preocupaciones de los jóvenes.

---

7 Alexandria Ocasio-Cortez se postuló en las Elecciones Primarias de Estados Unidos en 2020 como candidata para representar al Distrito 14 de Nueva York en la Cámara de Representantes. Su postulación se convirtió en un fenómeno destacado en la política estadounidense, ya que desafió a un miembro demócrata establecido y logró una sorpresiva victoria.

8 Íñigo Errejón es un político y activista español que ha sido una figura destacada en el panorama político de España. En 2019, Íñigo Errejón decidió fundar un nuevo partido político llamado Más País, con el objetivo de ofrecer una alternativa progresista y centrada en la agenda social y medioambiental. Encabezó la candidatura de Más País en las elecciones generales de noviembre de 2019, presentando un mensaje centrado en la necesidad de una política útil y comprometida con las demandas de la ciudadanía.

El *spot* de campaña de Más País utiliza de manera efectiva recursos audiovisuales y una cuidada puesta en escena para reforzar su mensaje y captar la atención del público joven. A lo largo del video, se intercalan imágenes de jóvenes comprometidos con causas sociales, como manifestaciones, actividades de voluntariado y proyectos medioambientales. Estas imágenes impactantes tienen como objetivo despertar emociones y generar identificación en el espectador joven, mostrando situaciones que reflejan sus inquietudes y valores. La música y el ritmo del *spot* también contribuyen a crear un ambiente positivo y motivador, generando una conexión emocional con el público objetivo.

El lenguaje utilizado en el *spot* es directo y accesible, buscando conectar con el público joven de manera clara y concisa. Al igual que los anteriores *spots*, se evitan tecnicismos y se utilizan frases cortas y contundentes para transmitir el mensaje de cambio y transformación. Además, se apela a la emoción y a los valores compartidos, como la justicia social y la sostenibilidad, para generar identificación y compromiso por parte de los jóvenes.

## **A modo de cierre**

La comunicación política no se trata solo de transmitir información objetiva, sino de construir marcos mentales y moldear la percepción del electorado, tal y como lo piensa Lakoff. Los candidatos exitosos comprenden que el poder de persuasión radica en las estrategias discursivas y se utilizan metáforas convincentes para ser presentados el discurso político.

Al final, las estrategias discursivas empleadas por los distintos partidos en campañas electorales tienen como propósito posicionarse a través de la diferenciación de sus oponentes. Podemos inferir, entonces, que en los casos analizados las estrategias discursivas se nuclean en estrategia de la polarización discursiva<sup>9</sup>. Se busca generar una identificación emocional con el electorado objetivo y movilizar su apoyo en base a la percepción de que existe una clara división entre los contendientes. A través de los distintos recursos utilizados en el armado del discurso – como hacerse eco de los fenómenos que les afectan a los jóvenes, utilizar el lenguaje audiovisual a su favor, apelar a recursos retóricos pertinentes, etc. – logran apelar a un sector de la población que históricamente se mantenía al margen de la política partidaria.

"En campañas políticas altamente polarizadas, las estrategias discursivas se centran en destacar las diferencias fundamentales entre los candidatos y sus plataformas. Estas estrategias aprovechan los marcos mentales y las metáforas persuasivas para movilizar emocionalmente al electorado y generar una identificación con un determinado campo político. La polarización discursiva busca activar las divisiones políticas existentes y acentuar la percepción de una elección entre dos visiones diametralmente opuestas. De esta manera, se busca construir una identidad política sólida y movilizar el voto en base a la adhesión emocional a un determinado grupo político" (Lakoff, 2004).

A medida que los partidos políticos utilizan técnicas de polarización discursiva, se genera un clima de confrontación y contraste entre las diferentes opciones políticas. Esta dinámica puede despertar el interés y la participación de aquellos individuos que antes no se sentían motivados o involucrados en el proceso político. Al resaltar las diferencias y promover un sentido de urgencia y relevancia en torno a los temas planteados, se logra captar la atención de un público más amplio y diverso.

Es importante destacar que la utilización de estrategias discursivas polarizadoras no está exenta de críticas y controversias. Algunos argumentan que este enfoque puede generar una polarización excesiva y una simplificación de los problemas complejos que enfrenta una sociedad. Sin embargo, en muchos casos, estas estrategias han demostrado ser efectivas para movilizar a diferentes grupos y despertar el interés de aquellos que antes se sentían alejados de la esfera política.

---

9 Esta técnica consiste en resaltar las diferencias y contrastes entre los candidatos y sus propuestas, enfatizando la superioridad de una opción sobre la otra.

"Los spots de campañas políticas a menudo recurren a la polarización discursiva como una estrategia persuasiva para movilizar a los electores y fomentar la identificación partidaria. A través de la exageración de las diferencias políticas y la creación de una dicotomía maniquea entre los candidatos y sus propuestas, se busca construir una narrativa convincente que apele a las emociones y valores arraigados en la sociedad. Estos spots utilizan metáforas visuales y verbales, estereotipos simplificados y mensajes polarizantes para enmarcar la competencia política como una lucha entre el bien y el mal, generando una movilización afectiva que busca consolidar el apoyo de los votantes y aumentar la participación electoral. Sin embargo, esta polarización discursiva también puede contribuir a la polarización social, limitar el diálogo político constructivo y erosionar la confianza en el sistema democrático. Por lo tanto, es crucial analizar críticamente el papel de estos spots en la formación de la opinión pública y reflexionar sobre su impacto en la sociedad democrática" (Entman, R. M., 2004).

Por último, es crucial comprender que las estrategias discursivas en las campañas políticas no son meros procesos arbitrarios, inocentes o espontáneos. Es necesario reconocer que son el resultado de un trabajo sistemático que se caracteriza principalmente por la búsqueda de la persuasión a través del consenso. La inclusión de las causas que preocupan a los jóvenes en estas estrategias discursivas ha sido utilizada como un recurso destacado para lograr dicho consenso en este segmento específico.

## Referencia bibliográfica

Castells, M. (2006). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.

Lagneaux, M. A. (2019). Los jóvenes, abordaje de una propuesta de comunicación política. *Hologramática*, 2(31), 27-33. Recuperado de [http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/1890/holog31\\_v2\\_pp27\\_33.pdf](http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/1890/holog31_v2_pp27_33.pdf)

Lakoff, G. (2004). *No pienses en un elefante: Lenguaje y debate político*. White River Junction, VT: Chelsea Green Publishing.

Poliszuk, S. (2019). *¿Qué ves cuando me ves? Juventudes, narrativas mediáticas y agendas de la participación juvenil*. Colección: Las juventudes en Argentina hoy: tendencias, perspectivas y debates. Grupo editor universitario.

Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión* (A. Garzón del Camino, Trad.). Siglo XXI Editores.

Žižek, S. (2010). *Vivir en el final de los tiempos*. Paidós.

# La comunicación política, hoy, es principalmente imagen

Pablo René Belzagui

**UNDeC**

El texto que continua está estructurado en formato de ensayo. En el mismo se entrelazan los fundamentos del formato junto con los elementos conceptuales que se piensan. Por esto, la forma es -también- parte del contenido de lo que se dice pensando.

La sociedad es esta, en la que insertamos el tiempo presente, algo muy poco de nuestro pasado y nos animamos a proyectar mañana. No es otra, aún con sus múltiples divergencias, contradicciones, conflictos y anhelos individuales y colectivos. No propongo adjetivaciones que intenten modular en otras sintonías, o dejen abierta la posibilidad de plantear que podría ser otra; argumento contra-fáctico que es muy bonito para la literatura, como recurso creativo, pero inútil para el pensamiento social. Entonces, esta sociedad es la que se describe en múltiples áreas y publicaciones como “mediatizada”, “tecnologizada”, “antropocéntrica” e “individualista”. Las comillas<sup>1</sup> vienen a cuenta de que cuando se utilizan estas palabras, aún cuando se intente hacer solamente un aporte descriptivo, conlleva un gran prejuicio conceptual: avala o destruye con anticipación. Es allí donde el discurso, en estas ocasiones, son desarrollos para aportar solamente descripciones enumerativas de una visión de mundo pre-seteada por las mismas visiones de mundo (teorías, creencias, anhelos). “No escribir sobre ningún problema, si ese escribir no se constituye también en problema.” (cfr. González, 1990/2021).

Ahora bien, esta sociedad es interpretada, analizada, discutida, opinada; es decir, es así, pero resolver cómo de así es abre un mundo intenso y extenso; y si por teorías gnoseológicas fuese, se presenta incluso como infinito.<sup>2</sup>

La imagen, ahora.

## La imagen y la política

- El lenguaje de las imágenes tiene un efecto mayor en nuestro cerebro que las palabras, ataca directamente a las emociones, a los recuerdos y a su forma de funcionar. Las grandes empresas de publicidad lo saben, por este motivo, las campañas de publicidad se basan mayoritariamente en imágenes.

- La imagen política es una herramienta de comunicación, hay que gestionarla para que proyecte y transmita un mensaje coherente entre aquello que se muestra, lo que se dice y lo que se hace.

(...presentar a la consultoría en imagen política como una profesión seria, relevante y de gran impacto...)

Presentación de una reconocida Consultora de Imagen Política.

---

1 Suspende el pensamiento con “comillas” es la bonita idea que acerca Horacio González para avalar su uso en el ensayo. Adherimos a la idea. (cfr. González, 1990/2021).

2 Para quien guste, de Quentin Meillassoux “Después de la finitud” (2015) Editorial Cactus, sobre todo en sus capítulos 4 y 5.

No son de estas imágenes de las que nos ocupamos aquí, no. La imagen que se brinda al conocimiento para “vestir” las ideas políticas; aquellas que son propuestas por la comercialización de la política. La mercadotecnia de la vida en sociedad.

La imagen es todo presente. La imagen en política rompe y cancela el devenir político; allí donde es (¿era?) necesaria la mística de una historia, personal y grupal, donde las ideas se tornan (¿tornaban?) asequibles y reconocibles. Hoy ese espacio está borrado por la presentación de una imagen que se busca sintetizadora. ¿Qué sintetiza? Poco, más bien muy poco. La imagen en política es la comunicación de lo evidente, de lo que ya creemos que sabemos qué es. La imagen política es una apelación a la reafirmación de las emociones subjetivas, exacerbadas por sistemas de comunicación que no dejan de recordar la falacia de la cual es producto: una imagen vale más que mil palabras.

La imagen apela siempre a un otro, a diferencia del texto que siempre es primero “para sí”. Entonces, la producción de imágenes parte de la idea de un espectador, que perfila, modela, y al cual se propone hacerle llegar la propuesta/imagen. La imagen está modelada sobre la experiencia del espectador; la imagen es pura experiencia subjetiva. Allí se busca su inserción, en la subjetividad emotiva de las personas. Porque no importa que se puede pensar sobre lo que sucede en la imagen, es la imagen la que produce el suceso.

Puede que esta manera de “decir” no sea nueva. Podemos pensar en formas que el imperio de la lingüística soterró, como las que sobrevivieron en piedras, aleros y cuevas, que el lenguaje llama de “arte primitivo”. No solamente se puede referir al famoso caso de la cueva de Chauvet<sup>3</sup>. Hay más. Allí hay un todo por indagar.

La transformación, o mejor dicho cambio, de un mundo regido por una lógica de la palabra a otro que se rige por la lógica de la imagen. Si en esto se acuerda, entonces deberíamos pensar en cuál es esta otra lógica que nos estarían indicando, de índice, el recurso de la imagen. Nos apartamos de la idea de que las imágenes pueden, de hecho lo son, interpretadas desde las mismas lógicas de su antecesor, el lenguaje; que antes de la retirada pareciera insistir en hacer de la mutación su materia de abordaje, sin percatarse -tal vez- que es su materia de descarte.

Lo cambiado, el lenguaje, está representado en un mundo de ideas. Lenguaje es manejo de lo conceptual e ideal. Allí, la realidad o hecho, lo fáctico de la conceptualización, es una idealización. ¿Plantea la lógica de la imagen un vacío de las ideas? ¿O, más bien, la comunicación visual es una lógica sin ideas? ¿Y si no hay ideas, qué manejo hace del contenido la imagen?

La magia es falsa, hay engaño, hay ilusión. Por ello, creo en ella. “No se discute la verdad de las ilusiones, sino su función en lo que la gente imagina, piensa, decide y hace” (cfr. Cabrera, 2022). No es la obsesiva búsqueda de veracidad lo que marque la traza de la lógica de las imágenes. «Vemos lo que queremos ver», lo que refuerza nuestras creencias previas, lo que se ajusta a nuestra idea del mundo y, todo ello, reforzado por las redes sociales, donde la experiencia fundamental es el acuerdo que amplifica las ideas previas, sean sobre lo que sean, independientemente de la verdad fáctica.” (cfr. Cabrera, 2022).

La lógica del cambio es antecedida por otro cambio no menos dislocante: la comunicación mediada por tecnologías. Y no se trata de parangonar la piedra del rupestre como “también es una herramienta técnica”. La técnica de la comunicación produce y deja ver la comunicación; utilizando la arcaica definición, es emisor, medio y receptor. O todo es medio, si nos acercamos a McLuhan. “La comunicación es el espacio donde el imaginario social se expresa dejando ver las creencias, los sueños y las esperanzas de la sociedad”, dice Cabrera (cfr, 2022).

En esta amalgama de mosaiquismo eléctrico, las imágenes resuelven las estadísticas.

La imagen del mosaico re-constituido por fragmentos desechados, hoy traído de los tiempos por el pasatismo

productivista que el covid nos supo legar, sirve de metáfora. Allí, porque las partes son siempre de bordes imprecisos, impropios en la rectitud del mosaico científico del modernismo -entiéndase el pensamiento de ciencia centro-europeo dominante- configuran un todo accesible a la teoría a fuerza de su distanciamiento. Lejos de ser distanciamiento edificante, o des-emozivante para el autor, como las estrategias de representación brechtianas o las propuestas del extrañamiento, la toma de distancia se produce por incoaducción de la lógica del lenguaje al acercamiento pensante. Es el arte del trencadís catalán; para verlo, hay que alejarse; para comprender su hechura, hay que acercarse. Quiero decir, se lo puede pensar, con los aportes del discurso del lenguaje (giro lingüístico) solamente si se lo reduce a una red de sentidos reducidos por el lenguaje. Esta idea de escapar a analizar las razones a través de la interpretación positiva; entiéndase positiva en concomitancia con lo dicho, como lenguaje. De allí que, enfrentado a la idea de que “de cerca todos somos raros”, la distancia procede a utilizar el prejuizamiento como alternativa de pensar la imagen: puede ser leída, por lo tanto es interpretable.

Adelanto los tiempos, hablo de individuos modernos a partir de aquellos en que los atravesó la historia de las imágenes masivas: el cine. Los individuos así modernizados fundan sus creencias, deseos, esperanzas y sueños en formatos que se asimilan a la producción audiovisual; se piensa el sistema social a partir de la producción de imágenes, no a partir de la producción de ideas. Puede ser, luego, que estas imágenes sean productoras de ideas sociales propias, no quiere decir que “nuevas”, aunque si novedosas para el individuo. También puede que no, que las ideas o el conjunto de las idealizaciones individuales estén ancladas a las mismas, como la pared “amura” el mural. En estos casos, estas producciones de ideas asociadas, pero no evidenciadas en las imágenes, tienen sus producciones de sentidos por fuera de los individuos. Entonces, más que interpretaciones de éstas, del tipo acostumbrado en los procesos lingüísticos de los que no se puede aún salir, incluidos los llamados del “giro por las imágenes”, cabría pensar nuevamente en esos bordes difusos y a-nómalos que el entramado comunicacional visual ofrece como observación de la realidad. Una lógica difusa, no concluyente, porque en ese límite se mueve el individuo. Una lógica cerrada al facilismo deductivista, porque allí la imagen es encarnación en el individuo; no idea aglutinadora o razones compartibles. La lógica de la imagen es individualista, se reduce al individuo, y el intento de comprensión analítica de las “consecuencias” se diluye como tinta en agua; algo queda, a fuerza de aceptar lo difuso. Este borde borroso, llamado ilimitado o inconmensurable en las lógicas del pensamiento moderno, es donde se instala el individuo. Es decir, el individuo y la imagen no configuran para el análisis un discurso dentro de las lógicas del pensamiento de la “comprensión de lo social”, de la “explicación”.<sup>4</sup> Tampoco en el de la descripción informativa. Entonces, ¿qué queda que no sea sumisión a lo inacabado o inabordable de la extraña esencia humana que compartimos? Bueno, queda la imagen.

## La imagen y la comunicación política

¿Cómo la imagen puede ser el medio y el contenido en la comunicación política? Surge un intento interpretativo cuando se piensa el miedo o el terror como contenido. Cuando ese contenido visual trata de “mostrar” lo que puede estar sucediendo de no mediar algo (la facticidad de una idea contraria). Así lo interpretan y explican historiadores europeos cuando buscan saber qué invocan las imágenes. El caso de la pintura de Lorenzetti<sup>5</sup>, analizado por Patrick Boucheron, cuando dice ...“por eso, dado que la lengua falla, Lorenzetti pinta en estado de urgencia... ..la imagen vuelve visible lo que se oculta bajo el desgaste de las palabras” (cfr. Boucheron, 2015/2016). El fin de una lógica de la comunicación (y del discurso) habilita el cambio de lógica. Y este cambio no es de medio, si queremos comprender por fuera del fórceps del instrumentalismo comunicacional “Emisor-Mensaje-Receptor”.

Ahora bien, ¿en qué falló o fue insuficiente la lógica del lenguaje? Podemos decir en su poder de reconfigurar un imaginario esperado. En el caso de Boucheron, la lengua perdió poder de convencimiento. Pienso, en Lorenzetti,

4 Variados estudios escarban en la historia de occidente y del capitalismo la “necesidad” de tener que comunicar el misterio de lo mágico, enigmático y misterioso de su base religiosa en la producción de imágenes; hasta de reductos en donde ellas “vivían”.

5 En bibliografía se agrega una reproducción de la pintura estudiada.

las palabras le fueron insuficientes, o no llegaban a brindar la comprensión que se buscaba. Entonces, se recurre a la imagen; la lógica de lo involuto, lo impreciso, lo inacabado, lo misterioso, lo enigmático. Aquí, pensemos al pintor como el “medio” por el cual el poder de Siena pide el encargo de la obra: que haga entender lo que podría suceder; que lo haga a través de dar miedo a eso que podría suceder.

La lógica de las imágenes en la comunicación (política) no es decir, que para ello están las palabras, sino mostrar. Y eso que muestran es equívoco, confuso. Mostrar nunca es claro, o no intenta conllevar la lógica de la claridad universalista del positivismo social. Entonces, el entendimiento de esa lógica apela a la movilización del sujeto. Es el sujeto el que complementa el proceso lógico; el que da sentido a la imagen. Nada excepcional, podría serlo, si no fuese que los individuos apelamos allí no a la razón, instrumento predilecto de la lógica del lenguaje, sino a las emociones subjetivadas. Las imágenes, podemos decir, encuentran el complemento allí en donde ya se hallaba. Perciera una lógica socrática, o dialógica; puede ser. La diferencia es que aquí la imagen no es fuente de realidad o falsedad, porque poco importa en esta lógica. Lo que se torna fuerte en el arraigo es que la lógica extrapone los límites de la realidad; allí donde toda realidad es como en el cine. La lógica de la inversión. ...”lo que moviliza a la sociedad no son las ideas, sino las creencias cuyo poder no reside en su verdad o falsedad, sino en su capacidad de convencer”. (cfr. Cabrera, 2022). El sistema social está compuesto por una amalgama de producciones sociales de imágenes que acompañan al individuo en su propia construcción social.

Pienso en la destrucción de las imágenes, además de los cuerpos, que hace el occidente moderno sobre las tierras americanas. Una manera de reconducir la lógica de la imagen hacia la lógica del lenguaje; Dios es el que habla a través de la escritura. “Hay en el colonialismo una función muy peculiar para las palabras: las palabras no designan, sino encubren”... dice Rivera Cusicanqui; y de allí que pregona la vuelta a las imágenes para indagar y conocer esa historia que los pueblos americanos vieron negada por la palabra. Saltar de lógica. (cfr. R. Cusicanqui, 2015). En línea con Boucheron, la socióloga de la imagen acerca el conocimiento de que desde los tiempos precoloniales las imágenes eran el camino para la “comprensión crítica de la realidad”. (cfr. R. Cusicanqui, 2015).

Así, al individuo se le impone el individualismo, y a este le asisten la idea de la meritocracia y el analfabetismo visual. Entre ellos construyen una tríada de poder sobre la que se sostiene la lógica de la imagen en el proceso de comunicación político.

Del individualismo y la idea de meritocracia se ocupan mucho en los estudios de las ciencias sociales. No vamos a repetirlos. Los intentos de alfabetización visual son hasta el momento recursos recortados a buenas prácticas educacionales, voluntarismo individualista; o interpretaciones académicas descriptivas, retomando lo dicho por Horacio González, ... “Las ciencias sociales han privilegiado la comunicabilidad suponiendo que era sinónimo de inteligibilidad... no se entienden. Se lo impide su “claridad ya calculada”. (cfr. González, 1990/2021), haciendo de la selección del mismo objeto de estudio (la imagen) y el medio de su comunicación una división que atenta contra la idea de que se... “considere a lo comunicacional y lo político como dos cortes analíticos de procesos sociales inescindibles”<sup>6</sup> y que articulan la lógica del lenguaje para hacer que las imágenes “hablen”. Y no, las imágenes apelan a la lógica de la intersubjetividad emocional; no emiten palabras. Esta idea de verdad tiene un efecto performático, influye en aquello que decidimos hacer.

En otra forma crítica, Bifo observa el quiebre generacional de la palabra (lenguaje), el significante y los significados. Analiza que si las generaciones mayoritarias actuales aprenden más palabras de una máquina que de un humano, la deshumanización y una sociedad emocionalmente aséptica es su correlato, a lo que suma la idea de una confianza en su origen porque medio y contenido se unifican en un todo. (cfr. Bifo, 2017).

Breve apartado sobre la lógica del lenguaje y su supremacía en los espacios del pensamiento social academizado. Allí, como ya lo señalamos mencionando a González, la supraidea de “ser científicos” facilitó el camino de los trabajos descriptivos, interpretativos y propedéuticos: comprender. Y esa marca social de “ciencia válida o veraz” estaba impuesto desde los centros de poder eurocéntricos, donde no encontraron mucha resistencia para configurar allende sus fronteras académicos de pensamientos europeistas. Entonces, ciencia es la que se atiene a los dictados de esa lógica de racionamiento y de lenguaje. El resto fue destituido del centro del pensamiento, o considerado deleznable. Cancelado, diríamos hoy. Aunque esa lógica siguiera su curso, el individuo actual acude para creer, no para saber. Así, “el marketing ha entendido mejor que nadie el papel de la comunicación así definido y lo utiliza como herramienta clave de «conquista de la mente» de los individuos, centrándose en los aspectos emocionales y en las creencias de la sociedad.” (cfr. Cabrera, 2022). Las asociaciones que se producen en las búsquedas de los sitios de producción de textos académicos con finalidad técnica o instructiva ligan de manera asombrosa la mercadotécnica con la producción de imágenes con el discurso político. No así los que ligan los textos de análisis interpretativos o descriptivos de imágenes y comunicación política. Lógicas diferenciadas que hacen como si una desconociera a la otra, aún cuando tratan el mismo objeto social.

## La imagen

En línea con lo dicho, la imagen se introduce en el discurso de la comunicación política por el abandono de la lógica del lenguaje; por la desconfianza que el discurso de la palabra produce en los imaginarios de los individuos, o bien porque no “llenan” las aspiraciones imaginarias. Motivos que deberán producir otros pensamientos que traten de observar y decir sobre algunos de los difusos orígenes. En nuestro caso, tal vez deformado por la formación visual, pensamos que la imagen no reemplaza al lenguaje, sino que, a la inversa, el individuo agrupado en humanidad recuperó la base primogénita de su autorepresentación, que no fue el lenguaje sino la imagen. Recuperó la performatividad que la imagen propone, porque una imagen es siempre verdad en sí misma. Esto, que hacía ruido teórico en Barthes y sus lúcidas distinciones entre denotado y connotado, tendría que ser lo central. No ya establecer el camino para “descubrir” el engaño que las imágenes conllevarían (¡siempre!), sino repensar cuáles son las estrategias operacionales que los ciudadanos producimos, o imaginamos, a partir de las imágenes. Cuáles de ellas son en preproducción y cuáles en postproducción.

No hablamos de la imagen que es leída como “guión”, o de la cual se extrae un “guión” en formato de comentario<sup>7</sup>, interpretación, análisis, relato; en definitiva, de comprensión positivista del objeto. Copia de los discursos de análisis de la lógica del lenguaje. Pensamientos que anulan el caos, lo enigmático y lo inconmensurable de la vitalidad para comentar en el orden de la lógica del lenguaje. Formas de pensar el mundo escindidas de la compleja realidad del individuo, relegando a creencias -cuando no llamadas pseudo-ciencias- a las aproximaciones que auxilian los vacíos existenciales del individuo, de la humanidad. Y la imagen, normalmente mirada solamente desde la irrupción fotográfica y el uso periodístico, es decir, validándola como “nacimiento” tecnológico moderno y por ello negando su historicidad, se inscribe aquí en las “lecturas” de la lógica del lenguaje.

La imagen como un bloque de luz que choca contra nuestra incompreensión, u oscuros andamiajes del devenir vital; que funciona como amarre del individuo, como conexión de deseos, emociones y anhelos con la realidad que se percibe caótica pero que debe de alguna forma “hacer” funcionar. La imagen que funciona como “luz”, que alumbrada y da fuerza de existir a la razón que busca comprobación, no veracidad. O, sería mejor pensar que esa comprobación es veraz.

No hay conclusión sino más bien un horizonte modificado, un universo que nos presenta nuevamente el enigma y descrea de las explicaciones conocidas. Y muchas preguntas por hacernos... Esto, sigue.

---

<sup>7</sup> La acción verbal “comentar” en idioma alemán (kommentar) está asociada etimológicamente a “amarrar”, “manipular”. Es como el complemento de la acción “nominar”. Luego de “dar” nombre, hacer existir, el “comentario” crea el relato posible para “decir” de ello.

## Bibliografía utilizada

BIFO (Franco Berardi). 2017. Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva. Caja negra Editora. Buenos Aires, Argentina.

Boucheron, Patrick. 2015. Conjurer la peur: Sienne, 1338. Essai sur la force politique des images. París, Editions du seuil, 2013 (reed. 2015) Francia. Mencionado en El Miedo, Boucheron, P y Robin, C (2016) El Miedo. Capital Intelectual. Buenos Aires, Argentina.

Cabrera, Daniel H. 2022. Tecnología como ensoñación. Ensayos sobre el imaginario tecnocomunicacional. Ediciones Universidad de la Frontera. Temuco, Chile.

Debray, Régis. 1994. Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente. Paidós. Buenos Aires, Argentina.



# Uso de base de datos de vacunación Covid para campaña política. El caso de las elecciones a Intendente 2022 en la ciudad de Marcos Juárez, Córdoba

María Noelia Forgione  
mnforgione@gmail.com

**Universidad Nacional de Rosario**

## Introducción

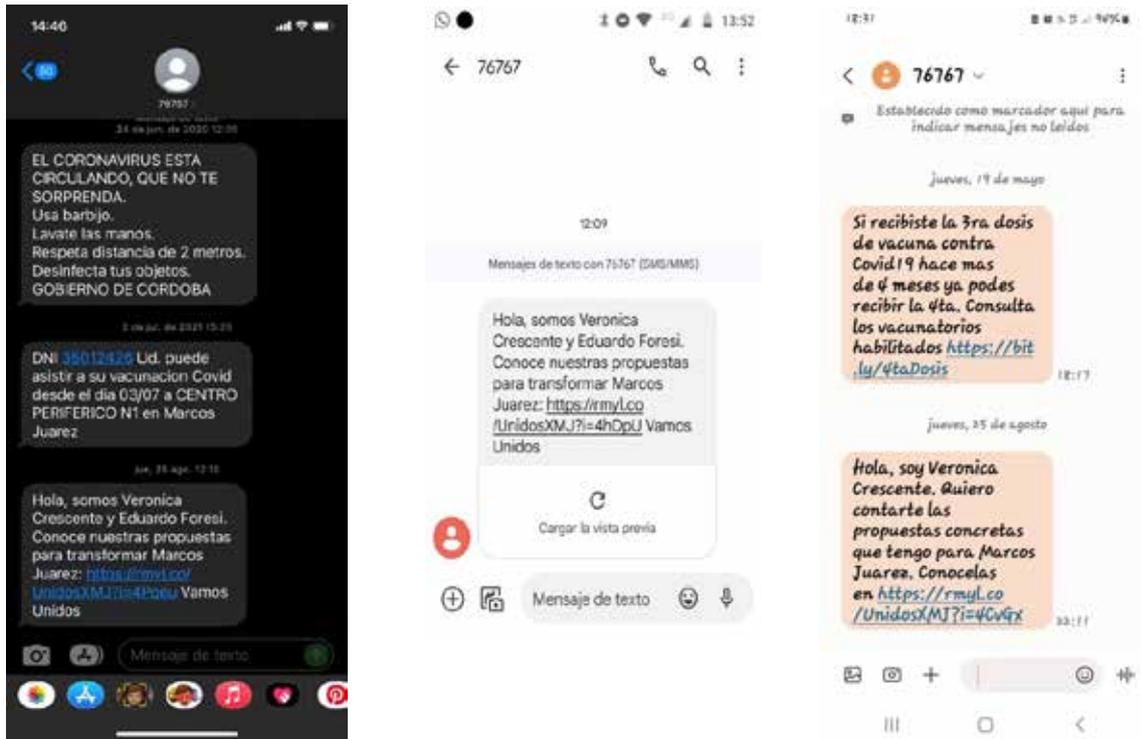
El pasado 11 de septiembre, en la localidad de Marcos Juárez, provincia de Córdoba, se llevaron a cabo elecciones para intendente y concejales. En esta ciudad de 30.000 habitantes del sudeste cordobés, por primera vez en su historia, dos mujeres se disputaban el máximo cargo ejecutivo local. Así es que la elección despertaba gran interés a nivel provincial y hasta nacional.

Las candidatas eran, una del oficialismo de Juntos por el Cambio y la otra representante de UNIDOS, una coalición formada por el PJ cordobés, la Unión Vecinal y la fracción local del kirchnerismo. Ambas mujeres de trayectoria política local, empresarias y destacadas socialmente.

Tan llamativa resultaba la elección, que las campañas proselitistas debieron ser altamente creativas para llegar a cada vecino de la ciudad. En esta oportunidad, ganaron gran protagonismo las propagandas digitales, el uso de redes sociales, mediante la construcción de perfiles políticos y hasta, el uso de bases de datos públicas. Aquí el punto principal a desarrollar en este trabajo final de la materia Regulaciones y derecho en comunicación.

La candidata del oficialismo (Sara Majorel) y su candidato a primer concejal (Pedro Dellarossa), actual intendente, basaron su estrategia en los perfiles personales de Instagram, mientras que la candidata de UNIDOS (Verónica Crescente), creó un perfil partidario. Desde allí, las comunicaciones principales trataron de captar los públicos joven, productivamente activos y los consumidores de bienes informativos y culturales.

Todo iba en carriles esperados, hasta que un día, se comenzaron a recibir mensajes de texto de la candidata de UNIDOS a través de los números de teléfono utilizados durante la campaña de vacunación de Covid. Esa plataforma de envíos de mensajes, pertenece al Gobierno de Córdoba, donde la población en condiciones de vacunarse debía inscribirse a través del portal CIDI (Ciudadano Digital) de la provincia, dejando sus datos de contacto y el de sus familiares que recibirían vacunas.



En este marco, el presente trabajo abordará las acciones de comunicación política expuestas y tratará de dar cuenta de los conceptos teóricos desarrollados en la materia que permitan analizar el fenómeno.

## Contexto conceptual

### Antecedentes: marco legal electoral

La ciudad de Marcos Juárez, posee carta orgánica y un Concejo Deliberante que legisla sus propias normas y en este caso se ajusta a la ley N° 9571: código electoral provincial. El cual en su Artículo 66, regula las acciones proselitistas y PROHIBE toda actividad publicitaria 48 hs previas a los comicios. Se citan los dos puntos de referencia:

“7) A los electores o agrupaciones, la publicación y difusión por toda vía, incluidas las redes sociales, de resultados de encuestas en boca de urna o similares;

8) A los electores o agrupaciones, el uso de las redes sociales para publicar información sobre el acto electoral deliberadamente no fidedigna o falsa”. (Ley n°9571, Código electoral provincial, p16)

En esta línea, se inscriben las dos ordenanzas locales N°2399/2400 que se adjuntan para lectura.

### Marco teórico

Introduciendo el tema, sirve el análisis de la transición en el ciberespacio que desarrolla Lessig, en el cual plantea que no estamos en un espacio de libertad absoluta sino que puede ser amplia y totalmente regulado, más si comprendemos los 4 tipos de regulaciones en los que se inscribe el mundo real y que pueden traspasarse al ciberespacio: la ley, las normas sociales, el mercado y la naturaleza (arquitectura). Así, presenta el concepto de *código* (Lessig 1998), entendido como “el conjunto de protocolos y reglas implementadas, o codificadas, en el software del ciberespacio mismo, las cuales determinan cómo interactúan, o existen, las personas en este espacio” (p3).

En ésta línea, el uso de la *criptografía* puede convertirse en una herramienta poderosa de regulación de datos. Como expone Lessig, entre las distintas posibilidades de la criptografía se encuentra la *identificaci-*

ón: “de la misma forma que se oculta lo que alguien dice, mediante certificados digitales puede utilizarse para autenticar quién dice algo. Con la capacidad de autenticar quién es quién, el gobierno podría decir de dónde viene alguien o qué edad tiene” (p9). Así reflexiona que el gobierno puede tener la potestad de regular la conducta en el ciberespacio.

Sin embargo, otros autores ponen en discusión la seguridad de los datos en internet, poniendo en debate los conceptos de *consentimiento* y ética digital. Precisamente en el artículo “Por qué es importante proteger nuestra privacidad en internet”, publicado en The New York Times en 2018 por Carissa Véliz, se presentan con ejemplos claros y se teoriza al respecto. “Los efectos de la pérdida de privacidad no son evidentes de manera inmediata porque son acumulativos. Parecería que no sucede nada por dar un dato personal a una empresa. Pero los datos se suman, se agregan, se analizan y se utilizan, muchas veces, en detrimento de los usuarios”.(p2)

A propósito de la privacidad, la autora expresa que “Algunos de los elementos más importantes de nuestras sociedades dependen de la protección de la privacidad: desde la integridad de nuestras democracias hasta el cumplimiento de la ley y la justicia, también nuestra seguridad y libertad individual. Por la naturaleza colectiva de la privacidad, necesitamos que tanto usuarios como instituciones públicas trabajen juntos para construir un internet que esté al servicio de los usuarios y no uno en el que los usuarios están al servicio de las empresas. Es urgente obligar a las instituciones y empresas a recolectar solo los datos que sean absolutamente necesarios para su funcionamiento, que se haga con el consentimiento informado de los usuarios, que esos datos no sean usados para objetivos distintos a los declarados ni compartidos con terceros y que se diseñe un mecanismo transparente para borrar los datos una vez que hayan sido utilizados. (P3)

Ahora bien, podríamos pensar que esos datos volcados en CIDI constituyen lo denominado por Loreti y Lozano como información pública, y desde esa perspectiva deducir que toda la población tiene acceso. “Por información pública entendemos no sólo la que está en manos del Estado, sino aquella información de interés público en tanto se vincula con la propia gestión del Estado, con la de los servicios que éste ha cedido, licenciado o concesionado —con lo que se incluyen a las empresas de servicios privatizados como obligadas a dar información—, o aquella que guarda relación con cuestiones de interés social como la información sanitaria o ambiental. Resulta obvio que esta información debería estar disponible a cualquier habitante de la Nación. Pero no es así”. (p20).

## **Análisis del caso**

Para desarrollar este trabajo, tomé como base los artículos teóricos en los cuales se plantea la privacidad de los datos en internet y la necesidad de regulación de actividades publicitarias basadas en esos datos.

También teniendo como ejemplo reciente el famoso caso de las elecciones en EEUU, donde Mark Zuckerberg, cofundador de Meta, fue intimado a pagar una indemnización por daños y perjuicios por haber vendido datos de usuarios de Facebook para la campaña de Trump.

Lo sucedido con la candidata de UNIDOS, puso en tela de juicio la utilización de los datos que hizo el gobierno provincial. Justamente la principal crítica social, que se evidenció en redes sociales, fue la confianza depositada en el sistema CIDI como centro de información de salud, en el delicado momento de la pandemia de COVID 19.



Una estrategia que hasta este momento no se había utilizado en política local, fue la sorpresa de la campaña. Para los ciudadanos afines a esa candidata, significó una ventaja y lo celebraron como parte del respaldo del gobierno provincial. Pero aquellos que eran opositores o los indecisos, sintieron que sus datos familiares fueron manipulados con fines no adecuados.

Más allá de cada postura ideológica, cabe aquí la reflexión acerca de cómo los gobiernos al igual que las empresas, pueden utilizar las bases de datos para la comunicación digital. Es un caso motivador del análisis que hoy nos ocupa como profesionales de la comunicación, que nos lleva a pensar cuáles son los límites de la privacidad, cuál es el consentimiento sobre el uso de la información que dejamos en un portal gubernamental y quién determina finalmente las reglas del juego en el ciberespacio.

## Conclusiones

Este caso se suma a la lista de ejemplos de cómo la comunicación digital necesita ser regulada, tanto a nivel global como local, en los aspectos comerciales, políticos y sociales.

Ya no basta con hablar del manejo de datos de las empresas, de los fines netamente económicos. Es urgente dar el debate en todos los espacios posibles y proponer en lo legislativo una revisión de las normas.

En el caso de la localidad de Marcos Juárez, quedó en claro que se necesita la adecuación de la ordenanza a los medios digitales, aprovechando la autonomía con la carta orgánica.

La vida en el ciberespacio es cada vez más amplia y para que todas las potencialidades del mismo sean confiables, se torna indispensable la regulación de manera de que los consumidores y ciudadanos se sientan seguros en sus operaciones.

## Bibliografía:

<https://www.justiciacordoba.gov.ar/Estatico/JEL/Contenido/Legislacion/files/Electoral/L.9571.pdf>

<https://www.mmj.gov.ar/webmj/jdownloads/01%20-%20Ordenanzas/ORD-2399.pdf>

<https://www.mmj.gov.ar/webmj/jdownloads/01%20-%20Ordenanzas/ORD-2400.pdf>

<https://www.france24.com/es/am%C3%A9ricas/20220523-facebook-mark-zuckerberg-demanda-fiscal%C3%ADa->

[cambridge-analytica](#)

Carissa Véliz, 2018, The New York Times. “Por qué es importante proteger nuestra privacidad en internet”.

Lawrence Lessig, Marzo 1999, Cuadernos Ciberespacio y Sociedad N° 3 - “Las leyes del ciberespacio”.

Martín Becerra y Silvio Waisbord - REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES | VOL. 60 - N° 232 - “La necesidad de repensar la ortodoxia de la libertad de expresión en la comunicación digital”

Damián Loreti y Luis Lozano - El rol del Estado como garante del derecho humano a la comunicación

# "Les otros": representaciones mediáticas de migrantes senegaleses en CABA (2017-2020)

Espínola, María Rocío  
mrocioespinola@gmail.com

**IDH - UNGS**

Este escrito es parte de los resultados del proceso de investigación del proyecto “Representaciones de los migrantes senegaleses: construcciones mediáticas en un contexto de políticas neoliberales en la Ciudad de Buenos Aires” enmarcado en mi beca de formación en investigación bajo la dirección de la Dra. Beatriz Alem y el Dr. Leandro González. El presente trabajo pretende explorar y analizar las representaciones en torno a migrantes senegaleses construidas por programas informativos y noticiarios en un contexto de políticas neoliberales durante el período 2017-2020. Desde una perspectiva que contemple el racismo como una problemática, se utilizará el concepto de ciudadanía para indagar sobre la construcción que se realiza de la migración y la otredad; y se analizará también cómo se construye su identidad como migrantes y la representación que se hace de estos como actores políticos en el espacio público.

Cabe señalar que durante el período del gobierno de Cambiemos, uno de los ejes del discurso público fue el combate contra la irregularidad migratoria y lo cual se relacionó directamente con el proceso de criminalización de la pobreza. En este contexto, se realizó la modificación de la Ley de Migraciones n°25871 a partir de un DNU, ligando la migración con la criminalidad y el narcotráfico, con lo cual los medios de comunicación colaboraron a partir de discursos estigmatizantes sobre los migrantes. En este caso, los migrantes senegaleses no solo son destinatarios de discursos xenofóbicos o estigmatizantes por su condición de “extranjeros”, sino también de discriminación por raza y etnicidad, ya que presentan una diferencia racial y un patrimonio cultural idiosincrático otro.

La investigación se aborda desde una metodología cualitativa, por lo cual se procede al análisis de los discursos comprendidos en un corpus audiovisual de programas televisivos. En principio, ese corpus estará compuesto por un conjunto de videos de programas periodísticos, particularmente informativos y/o noticiarios de canales (TN, Crónica TV, Canal 9 y A24) de la TV privada de la Ciudad de Buenos Aires. El caso de estos migrantes pone de manifiesto la construcción de la otredad, a lo que se suma su acción en el espacio público: además de ser un colectivo migrante, se desempeñan en su mayoría como trabajadores de la vía pública y se organizan en pos de esa acción conjunta. Generalmente los medios les representan en el espacio público sosteniendo determinados discursos sobre la migración y la otredad; pero a su vez esto y sus prácticas los colocan como actores políticos de este espacio y ponen en disputa la concepción y condición de ciudadanía.

## **Migraciones Sur-Sur: la llegada de los migrantes senegaleses**

Nos encontramos en un contexto que algunos autores denominan la “era de las migraciones” caracterizada por flujos migratorios complejos, que implican movimientos globales de personas y la construcción de sociedades más heterogéneas y diversas (Villavicencio, 2003). El endurecimiento de las políticas europeas y estadounidenses propiciaron una mayor circulación de la ruta migratoria Sur-Sur, lo cual generó que América del Sur, a partir de la década de los '90 y principalmente en los 2000, se consolidara como uno de los principales destinos para quienes

migraban desde África (Zubrzycki, 2016). Pero además, se pueden encontrar otros factores vinculados a la situación argentina, como lo son “una política migratoria relativamente abierta, la extensión y porosidad de las fronteras, la incapacidad del Estado argentino de controlar todos los ingresos y egresos y el poco control sobre el comercio informal” (Zubrzycki, 2019). En ese marco, se encuentra la llegada de senegaleses a Argentina y en particular a la Ciudad de Buenos Aires y la provincia, siendo el grupo más numeroso y también un conjunto muy diverso en términos étnicos y religiosos. Según el censo argentino de 2010, se registraron 459 personas de origen senegalés, aunque la Asociación de Residentes Senegaleses en Argentina (ARSA) calcula un número superior a 4000 (Espiro, 2019).

A lo largo de la historia, Argentina ha sido el principal receptor de migraciones en el continente sudamericano y estos procesos han operado en el desarrollo de los debates y proyectos de construcción nacional (Jaramillo, Gil-Araujo y Rosas, 2020). Las políticas estatales que abordan la migración ponen de manifiesto los criterios que se utilizan para pensar la exclusión o inclusión de los migrantes, en función de lo que se considera como ciudadanía y el acceso a derechos y/o libertades. Domenech afirma que, en los últimos

años, se consolida una política de la hostilidad, que es producto de los procesos de criminalización y securitización de la migración, lo cual supone un doble movimiento: construye a determinadas sujetes como amenaza, peligro o riesgo y, a su vez, intenta ofrecer “protección o seguridad” al resto de la sociedad, que además se constituyen como víctimas (2020). La política de la hostilidad tiene como figura intrínseca la del “extranjero delincuente” o “delincuente extranjero”, que sirve como forma de disciplinamiento para el resto de los migrantes en su conjunto (Domenech, 2020). Durante el período del gobierno de Cambiemos, uno de los ejes del discurso público fue el combate contra la irregularidad migratoria y esta condición de irregularidad/ilegalidad se relacionó directamente con el proceso de criminalización de la pobreza. En esa dirección, se realizó la modificación de la Ley de Migraciones n°25871, a partir del DNU n° 70/2017, que ligaba a la “migración con la criminalidad organizada y el narcotráfico generando estigmatización y xenofobia” (Canelo, Gavazzo y Nejamkis, 2018). Anteriormente, en el año 2016, había surgido la propuesta de creación de un centro de detención destinado a “personas retenidas por infracciones a la Ley de Migraciones”, que generó una gran polémica y resistencias por parte de los colectivos migrantes, y que finalmente no prosperó (Domenech, 2020). Los medios de comunicación colaboraron con estos discursos estigmatizantes de los migrantes y acompañaron los cambios en materia migratoria que supusieron un retroceso en los derechos de estas poblaciones (Jaramillo, Gil-Araujo y Rosas, 2020).

Los migrantes senegaleses no solo son destinatarios de discursos xenofóbicos o estigmatizantes por su condición de “extranjeros”, sino también de la discriminación por su raza y etnicidad, ya que conjugan una diferencia racial vinculada a un signo fenotípico y son portadores de un patrimonio cultural idiosincrático. La discriminación produce efectos vinculados al racismo en la esfera pública y la exclusión del grupo humano coarta, entre otras cosas, su acceso a derechos en el espacio público. Los discursos mediáticos se ven atravesados por un racismo “de costumbre” o “automático” que se encuentra completamente naturalizado y culturalmente establecido, y se asocia con el racismo estructural que implica los factores, valores y prácticas que fomentan la reproducción de la asociación entre raza y clase. Se articulan, entonces, dos estratos de racialización: una marca racial sobre las sociedades latinoamericanas por su condición de “no blancas” desde la visión eurocéntrica, y una matriz de alteridad racial hacia el interior de ellas que es la base de los mecanismos de exclusión que sostienen las élites en el Estado y en la distribución de recursos (Segato, 2017). Frantz Fanon señala que aquello que se llama alma negra no es más que una construcción de la civilización blanca y la cultura europea (1952). Esta visión en torno a la no blanquitud muestra la visión eurocéntrica en nuestro país, pero también deja en relieve el racismo estructural que se ha mostrado presente a lo largo de la historia en las políticas públicas vinculadas a la migración.

## El mito de la nacionalidad blanca, les “otros” y su representación en los medios

En nuestro país, la argentinidad se concibe como una forma de etnicidad unitaria y se trabaja como tal por las instituciones que construyen a la ciudadanía y las políticas que despliegan las mismas (Segato, 2017). La identidad queda representada en el término “blanco-nacional-argentino-porteño” como cadena significativa y son estas atribuciones lo que permiten el acceso a la ciudadanía (Rodríguez, 2016). En el caso particular de los medios de comunicación, los relatos de una sociedad blanca y descendiente de migrantes europeos se encuentran vigentes y colaboran en la construcción de sentido. Los sujetos e instituciones intervienen a partir de este carácter socialmente productivo del proceso de circulación de sentidos (Espiro, 2016).

Se puede considerar a los espacios nacionales como escenarios en los cuales es plausible analizar los procesos de construcción de sentidos sobre los cuerpos y las características fenotípicas, y las categorías de clasificación y nominación que se configuraron nacionalmente, le han otorgado distintos significados a lo que refiere a lo “nacional”, lo “racial” y lo “étnico”. Por ende, las lecturas que se hacen de ciertas características, se relacionan a un determinado desarrollo sociohistórico (Mallimaci, 2011). El mito de la nacionalidad blanca o el imaginario sedimentado de la “no-negritud nacional argentina” (Annechiarico, 2014), colabora entonces con la configuración de la alteridad. Este mito ha expulsado históricamente de lo que se considera como argentinos dentro del imaginario colectivo nacional, a todos aquellos que no cumplan con los rasgos étnicos, raciales y/o fenotípicos asociados a la visión moderna/eurocéntrica sobre la población argentina. Estos “otros” que se constituyen tienden a quedar relegados en cuanto a derechos y acceso a la condición de ciudadanos, principalmente frente a un Estado estructuralmente racista en un contexto neoliberal.

La alteridad implica la constitución de “otros” que se diferencian del ser nacional y la estereotipación es quien fija esa diferencia y excluye aquello que no pertenece. Simbólicamente se establecen límites y se diferencia lo que pertenece a la comunidad imaginada de lo “otro”, “internos” y “externos”, “nosotros” y “ellos”. Este mecanismo ocurre, especialmente, donde existen grandes desigualdades de poder y este debe ser entendido, no solo de forma económica o coerción, sino también en términos culturales o simbólicos: representar a alguien o algo de cierta manera en un determinado “régimen de representación”. La forma en que las experiencias negras han sido sometidas a los regímenes dominantes fue un efecto de la aplicación del poder cultural (Hall, 2010).

En este marco general, los migrantes africanos son construidos desde la visión de la migración como problema a solucionar y motivo de preocupación. La representación tiende a caracterizar sobredimensionando factores de conflicto y una cadena de significantes de valoración negativa, reproduciendo la perspectiva occidental sobre ellos (Espiro, 2016). Stuart Hall considera que los sentidos que se imprimen en las representaciones racializantes de los medios de comunicación juegan entre la sospecha (de una supuesta violencia o peligrosidad) y el exotismo, que en su base apela a la subalternidad y la extranjerización como pilares (2010).

Pensando a las representaciones mediáticas como formas activas de producción del ordenamiento social (Williams, 2000; en Álvarez Broz, M.; Rodríguez, M.G.; Settanni, S. y Vázquez, M.; 2014), es necesario señalar la importancia que tienen en los modos en que los sujetos incluyen en sus proyectos identitarios imágenes, significados y narrativas de los textos mediáticos. Pero además, los medios permiten la comunicación y puesta en común de experiencias, discursos y narrativas en el espacio público; y funcionan en lo pleno de su capacidad productiva en la organización de lo social y “co-construyen la legitimación de situaciones socialmente disimétricas”. Las representaciones mediáticas se instalan en un espacio de disputa y lo hacen con mayor o menos poder o legitimidad, y esto es porque comparten con los destinatarios similares estructuras de significación: básicamente quienes las producen son también sujetos que comparten reglas y sentidos con los consumidores (Rodríguez, 2011).

En el caso televisivo, la producción de sentido funciona principalmente a partir del orden de los fenómenos individuales, ya que es “el elemento de proximidad que permite romper con la distancia entre lo real y la representación”

(Alem, 2014: 84). Se privilegia la enunciación por sobre el enunciado, las noticias en directo reconstruyen “lo real”, lo cual emerge permanentemente a partir del automatismo y la indicialidad; y se construye un régimen enunciativo en base a tres principios: imagen, espectador y discurso (Carlón, 2006; en Alem, 2014: 85). La imagen representa para el espectador el acontecimiento que está sucediendo y que se encuentra fuera de su alcance, pero que resulta real por su carácter indicial y automático del registro. El espectador funciona como testigo ocular del acontecimiento y, como señala Carlón, se “identifica con un dispositivo que registra los acontecimientos del mundo desde un presente de la enunciación y semejante al de su percepción” (Alem, 2014: 85).

En esta nueva etapa de la televisión, denominada Metatelevisión, perdura la capacidad discursiva de la televisión como medio, gracias al poder “representativo (espacial) y presentativo (temporal) del directo como lenguaje y dispositivo” (Carlón, 2009: 183). En términos de lo representativo, se pone en juego la representación espacial como construcción de la imagen emitida al aire y por su carácter icónico-indicial, se ve condicionada por la capacidad de la cámara de denotar todo aquello que está en frente. Con respecto a lo presentativo, “lo representado aparece presentado, se despliega en la misma temporalidad que en la que se encuentra inscripto el sujeto espectador”, y presenta restricciones a las posibilidades discursivas porque se articula con el tiempo en su devenir. Quien emite no construye el tiempo, sino que el tiempo se va dando “naturalmente” y posibilita al espectador ser “testigo” de los acontecimientos en su transcurrir (Carlón, 2009: 180).

A partir de 2013, los programas de información política producidos por canales de la Ciudad de Buenos Aires, desarrollan una modalidad estilística definida por situaciones escandalosas que construyen la escenificación y donde prevalecen las denuncias como sucesos. Si bien en algunos casos estas pasan a instancias judiciales, en muchos otros las pruebas se caen, y se procede a mostrar otros indicios que intriguen y cautiven al telespectador que se encuentra en la saga del show, es decir, se construye otra verdad. La construcción mediática de los actores políticos no solo aparece como algo escandaloso, sino también “sospechoso” y esto también se sostiene con supuestos o intrigas; y esta misma situación continuó sosteniéndose durante el período de gobierno de Mauricio Macri y la alianza Cambiemos (Alem, 2017). Incluso si se hiciera un rastreo de los discursos del gobierno durante su período de gobierno, se podría visualizar cómo han contribuido a constituir estas representaciones de sospecha y peligrosidad sobre la migración, y cómo se han presentado las políticas destinadas a este sector siempre vinculándolas a la noción de delito e ilegalidad.

## **La construcción mediática del espacio público y el lugar de los migrantes**

Teniendo en cuenta la configuración de la cultura mediática, la construcción del espacio público en los medios tiene como característica el desarrollo de una estructura del “lugar” con modalidades propias del medio, como la modificación de ese lugar o la modulación del mismo con recursos técnicos y autonomía de la sociedad civil y el Estado; y, a su vez, se caracteriza por no ser un “espacio de construcción intersubjetiva”, donde no hay posibilidad por parte de las personas de modular los espacios desde su subjetividad ciudadana (Alem, 2011: 105).

El espacio público, según Etienne Tassin, es el lugar en el que las reivindicaciones sociales conflictivas y heterogéneas pueden encontrar una traducción política, y es el ámbito que acoge el conflicto, organizando las diferentes expresiones (1999). Es el lugar de redefinición de los derechos y garantías en nuestra sociedad, que junto con la ciudadanía reflejan la doble dimensión del ciudadano “como sujeto pasivo del goce de derechos y como sujeto activo en la producción de tales derechos”. Alrededor de esta articulación, surgen ciertos problemas y conflictos que se inscriben en las actuales sociedades con procesos de desigualdad en crecimiento, ya que se ve una vulneración de derechos por parte de los estados (Schuster, 2005: 72). Cuando se invoca a la ciudadanía en defensa de los derechos, no hay que ignorar las responsabilidades que esta implica para con el bienestar de la comunidad, lo cual no significa el sacrificio de sus libertades individuales (Marshall, 1949). Por otra parte, la ciudadanía puede definirse como una condición que se le otorga a quienes son miembros plenos en una comunidad, y todos, a su vez, son iguales en términos de derechos y deberes gracias a esta condición. Las sociedades donde la ciudadanía está en

desarrollo como institución, construyen una representación de la misma ideal “con la cual puede medirse el logro y hacia la cual deben dirigirse las aspiraciones” (Marshall, 1949).

Se impulsa a avanzar por este camino para lograr la plena igualdad y un crecimiento en los beneficiarios de esta condición, pero mientras tanto, la clase funciona como un sistema de desigualdad que se plantea como antagonista de este sistema, aunque sin embargo lograron conciliarse por mucho tiempo. El autor toma la cuestión de clase para pensar las conflictividades en torno a las desigualdades, pero también se podría pensar en torno al racismo como sistema de desigualdades y cómo se desarrollan ambos de manera conjunta.

Las representaciones de los migrantes senegaleses sostienen sentidos que les clasifican y categorizan como una otredad, son conformados como “objetos significantes en términos de problema social e inmigración no deseada” (Espiro, 2019). ¿Cómo se configuran esas representaciones en un contexto de políticas neoliberales? Las condiciones de construcción de un objeto discursivo son históricas y se sostienen por un determinado entramado social; y, en ese mismo marco, las construcciones mediáticas como prácticas simbólicas con lógicas específicas sostienen ciertas concepciones de la población local sobre los colectivos migrantes (Drey Costa y Dutra Brignol, 2019). Generalmente los medios representan a los migrantes en el espacio público con los sentidos antes mencionados, sosteniendo todo lo referido a las ideas sobre la migración y la negritud; pero a su vez esto y sus prácticas los colocan como actores sociales de este espacio y ponen en disputa la concepción y condición de ciudadanía.

### **Les senegaleses en los medios: otredad, extranjerización y criminalización**

Los senegaleses se encuentran hipervisibilizados en nuestro país, tanto por ser migrantes negres y por sus rasgos fenotípicos, en una sociedad que se considera blanca, como por su situación laboral, ya que en su mayor parte se desempeñan como trabajadores/as del espacio público (Voscoboinik y Zubrzycki, 2019). En las observaciones del corpus audiovisual, se puede señalar que el caso de las construcciones mediáticas en torno a los senegaleses se vincula directamente con las ideas sobre la migración como problemática a solucionar, con lo ilegal y la sospecha, y la estereotipación por su raza y etnicidad en una sociedad que borró la negritud de la argentinidad. En estas, no solo tiene peso su condición de migrantes, sino también su despliegue en el espacio público. Los senegaleses que se encuentran en las urbes de nuestro país se desempeñan en su mayoría como trabajadores de la vía pública (vendedores ambulantes, manteres) y, en múltiples ocasiones, se han visto envueltos en los desplazamientos y represiones llevadas adelante por parte de la policía en sus espacios laborales.

El corpus observado se compone por programas informativos y noticiarios de los canales TN, A24, Crónica TV y Telenueve. De los textos audiovisuales recogidos, se puede señalar que las notas periodísticas abordaban los casos de desalojos o conflictos en el espacio público en los cuales se involucraba a los migrantes senegaleses, y los informes se enfocaban en la situación o condición de esta población como “extranjeros” y su relación directa con lo ilegal y la inseguridad. Cabe recordar que, además, la situación de los trabajadores y trabajadoras del espacio público siempre se ha visto vinculada a estas ideas y, en este caso, su situación de migrantes acrecienta aún más esto. En la mayoría de las noticias e informes vinculadas a los senegaleses, se abordan los conflictos que surgen en el espacio público vinculados al ejercicio laboral y/o a situaciones vinculadas a la ilegalidad de su condición.



Noticiero de A24 con la conducción de Eduardo Feinmann, comentando sobre los “incidentes en Once” vinculados a los desalojos de manteros (2020). Extraído de YouTube.

Algunas de las frases que se presentan se vinculan directamente con algunas de las características con las que se les asocia, y podría pensarse en tres ejes en los cuales se piensa su estar en el espacio público: peligrosidad e inseguridad, migración y ciudadanía, trabajo e ilegalidad. En cuanto al primero, pueden observarse graphs que directamente tienden a la criminalización de los migrantes: “Mafia senegalesa” o “¿Quién financia a los senegaleses en el país?”, haciendo alusión a la idea de una red criminal (lo cual se desarrolla en el resto del discurso construido en la noticia). La concepción del “extranjero delincuente” o “delincuente extranjero”, consolidada por la política de hostilidad (Domenech, 2020), se hace presente en cada uno de los elementos que construyen esas noticias y en la manera en que se representan a estos migrantes. Los discursos se enfocan en la vinculación directa de los migrantes con el delito y el desarrollo de actividades ilegales dentro del espacio público. Se les asocia con redes mafiosas de contrabando de artículos y de personas, las cuales estarían conformadas por los mismos migrantes que, según los medios de comunicación y los informes periodísticos que realizan, vendrían a nuestro país a través de engaños para trabajar en estas mismas.

Es importante señalar que la noción de redes de migrantes se construye asociada a esta idea de criminalidad o mafia en el discurso mediático, cuando estas implican estructuras y conjuntos de relaciones interpersonales que permiten la vinculación de las personas migrantes. Como se puede ver en este caso, las redes migratorias facilitan oportunidades de acceder a trabajos o diversas actividades laborales, que es algo que sí es posible de visualizar a partir de las prácticas particulares de los senegaleses que aparecen en escena en el corpus audiovisual. La circulación tanto de información como de dinero y trabajadores/as, resulta fundamental para estos procesos y es necesario considerar también las dimensiones socioespaciales, sociotemporales y experienciales, que permiten una determinada resignificación de “los condicionamientos estructurales reproduciéndolos, resistiéndolos y, a veces, transformándolos” (Pizarro y Ciarallo, 2021). El caso de los migrantes senegaleses es una muestra de cómo se construyen estrategias de resistencia a ciertos condicionamientos estructurales, a partir de la configuración de asociaciones y colectivos, y de la constitución misma como actores políticos en el espacio público, como colectivo migrante y como trabajadores/as de la economía popular.

Por otro lado, la cuestión de la peligrosidad se acrecienta a la hora de la construcción del relato, donde se pueden hallar comentarios como: “Es una batalla campal, los senegaleses golpean a la policía” o “es una batalla desigual, miden dos metros contra un metro cincuenta”. En primera instancia, se hace alusión a la situación de represión por parte de la policía como conflictos en los que supuestamente estarían en igualdad de condiciones, siendo que las fuerzas de seguridad detentan el uso de la fuerza y la capacidad de coerción, y dejando en claro que son los migrantes quienes en realidad estarían haciendo uso de la violencia. En segunda instancia, incluso se hace mención de sus características corporales para justificar estos dichos, y aquí es importante repensar como se ponen en juego la construcción de otredades y alteridades (Segato, 2017), en base a rasgos físicos vinculados a un tipo de racialidad construida.



Cobertura de los desalojos de manteros senegaleses por las fuerzas de seguridad en CABA, por Crónica TV. Extraído del canal oficial en YouTube.

Con respecto al segundo, la construcción de la migración no está asociada a la idea de ciudadanía, en términos de pensar a los migrantes en condición de ciudadanos. Se retoma la idea de su peligrosidad y en los discursos se repiten frases como: “a los delincuentes se los deporta” o “en los países serios ya estarían expulsados”. No se les pensaría, entonces, como miembros plenos de la comunidad, y no podrían ser parte de esa representación ideal de sociedad (Marshall, 1949), sino que se constituyen en objetos significantes del problema social y de la inmigración no deseada (Espiro, 2019), y como un “otro” completamente ajeno a la argentinidad constituida como blanca y de ascendencia europea. Constantemente se hace alusión a su condición de “extranjeros” y a la necesidad de fortalecer una perspectiva expulsiva en las políticas migratorias. Se interpela constantemente al Estado y las instituciones, en tanto y en cuanto, son quienes se encargan de desarrollarlas, siempre apelando a una profundización de criterios que tiendan a la expulsión y al recorte de derechos, dejando absolutamente de lado la posibilidad de que se constituyan en ciudadanos. Aún así, esto no impide que se consoliden como actores políticos en el espacio público, no solo en su condición de colectivo migrante sino también como trabajadores del espacio público. Su lugar como actores políticos en el espacio público, a su vez, les permite seguir disputando la representación de la ciudadanía y su condición como tales.

Pensando el tercer eje, trabajo e ilegalidad, cabe destacar que los discursos repiten narrativas que suelen ser asociadas en general a los migrantes en su condición de trabajadores pero que se acentúa más en los casos vinculados al uso del espacio público y actividades que son parte de la economía popular. En el corpus audiovisual, cabe destacar los siguientes fragmentos de discursos: “son vagos, esta gente no representa el trabajo”, “se dedican a

la venta de contrabando, es ilegal” “hacen ocupación ilegal del espacio público”. Sus condiciones laborales son asociadas continuamente a la idea de ilegalidad, sin poner en debate la situación de acceso a derechos y a la ciudadanía, sino que se continúan repitiendo estereotipos que articulan la condición de migrantes y de trabajadores del espacio público. Al mismo tiempo, la idea de que esas tareas no sean trabajo, se repite en vinculación con otros discursos sobre este tipo de economía, pero al mismo tiempo demuestra una concepción que deslegitima las mismas y que no sería “representativa” de lo que consideran el trabajo.

Al igual que con otros trabajadores de la vía pública, sus actividades laborales no son reconocidas como tales. En algunos recortes audiovisuales aun así es posible visualizar la organización de los migrantes en términos sindicales, vinculados principalmente con las ramas de trabajadores ambulantes y de migrantes de la Unión de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular. La mayor parte de estos comentarios suelen ser dichos por parte de los conductores o los periodistas/panelistas en el piso del programa, aunque también aparecen algunas invitadas que por lo general se encuentran ligadas a espacios políticos u organizaciones sociales en su mayoría. Si bien en la mayor parte de estos programas es posible observar que quienes participan de las discusiones en el piso, en torno a la situación de los senegaleses, no son precisamente los migrantes, hay algunos casos donde se les han convocado para discutir o exponer sus realidades.

## Comentarios finales

En lo que se observó hasta el momento a través del corpus audiovisual seleccionado, se puede señalar que la construcción mediática en torno a los migrantes está ligada directamente a la extranjerización (negando la ciudadanía) y la ilegalidad de sus prácticas en su conjunto. El espacio público, en este marco, se constituye como un espacio de disputa y que se representa como un espacio del cual correr a ese “otro” peligroso. En este sentido es fundamental el rol de las instituciones y las políticas migratorias, que en muchos casos se alinean a estos discursos mediáticos, aún más en un contexto de gobiernos neoliberales, en este caso tanto a nivel nacional como en CABA.

¿Cuáles son las acciones de este colectivo migrante que se ven representadas? Las construcciones que se hacen sobre estos migrantes, muestran que siempre su presencia se encuentra asociada a algún tipo de conflicto dentro del espacio público y a su condición de migrantes, pero en términos de actores políticos en la disputa por el acceso a derechos o el sostenimiento de ellos (como en el caso del trabajo), y de la condición de ciudadanía. Esto igual no se acota simplemente a su aparición en el espacio público en lo referente a lo que se piensa como conflictividad, sino que también se pueden ver la creación de redes y procesos colectivos. Esto se puede rastrear en las notas e informes de los últimos años (por fuera del período analizado de hecho), donde comienzan a aparecer en los medios los migrantes y sus narrativas, desde sus propias voces. Pero también a través de la circulación en las redes sociales de contenidos que este colectivo construye, como es el caso de las producciones audiovisuales que se pueden encontrar en el canal de Youtube de un migrante senegalés y activista que se autodenomina como “el negro Jimmy”, quien de forma individual pero también junto a espacios de migrantes, ha subido videos donde les que aparecen en escena son los mismos migrantes contando sus experiencias, luchas y reivindicaciones.

Aún así, la circulación de determinados discursos contruidos por los medios y que siguen reproduciendo ciertas ideas o nociones vinculadas a los migrantes, las cuales se han señalado a lo largo de este escrito, continúa replicándose. Las variaciones que suelen aparecer se encuentran vinculadas específicamente con la puesta en agenda de determinadas discusiones relacionadas a las políticas de migración o a algún conflicto asociado a esto. En este caso en particular, a los migrantes senegaleses se les suma su condición de sujetos hipervisibilizados por su negritud y rasgos fenotípicos, y siguen siendo objeto de esos discursos y constituidos como partes de la otredad y alteridades. Es importante señalar que, claramente, una perspectiva que problematice el racismo institucional (vinculándolo al rol del Estado) y sistemático de nuestra sociedad es sumamente necesaria para entender la construcción de representaciones mediáticas en torno a estos migrantes.

## Referencias bibliográficas

- Alem, B. (2011) "La representación ciudadana en la cultura masiva". En Alem, B. y Ameigeiras, A. (2011) *Culturas populares y culturas masivas. Los desafíos actuales a la comunicación*. Universidad Nacional de General Sarmiento, Buenos Aires, Argentina; Ediciones Imago Mundi.
- Alem, B. (2014) "Representaciones mediáticas de la política: los cuerpos del orden y del desorden en los noticieros televisivos". En En Bergesio, L.; Burgos, R. y González Pérez, C. (Eds.) *Mapas comunicacionales y territorios de la experiencia*. XV Congreso Red Com. Universidad Nacional de Jujuy, Argentina.
- Alem, B. (2017) "El escándalo como forma de construcción de la política". En XVI congreso de FOMERCO. San Salvador Bahía. Brasil. Disponible en: [http://www.congresso2017.fomerco.com.br/resources/anais/8/1504032790\\_ARQUIVO\\_PonenciaBrasil1.pdf](http://www.congresso2017.fomerco.com.br/resources/anais/8/1504032790_ARQUIVO_PonenciaBrasil1.pdf)
- Álvarez Broz, M.; Rodríguez, M.; Settanni, S. y Vázquez, M. (2015) "Plumas, pipas y ceviches Los límites de la representación mediática". En *La Trama De La Comunicación*, volumen 19, enero a diciembre de 2015, pp. 89 a 111.
- Annechiarico, M. (2014) "Patrimonio cultural afroargentino: trayectorias, estudios y desafíos". En *Actas XII Conferencia internacional antropología, Instituto Cubano de Antropología, La Habana*. ISBN: 978-959-237-5-11-6.
- Carlón, M. (2009) "¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era". En Carlón, M. y Scolari, C. (Eds) *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires, Argentina; Editorial La Crujía.
- Drey Costa, N. y Dutra Brignol, L. (2019) "A saga e o sofrimento do outro senegalês: a construção do racismo em representações midiáticas da migração". En *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, nº 138, agosto-noviembre 2018 (Sección Monográfico, pp. 131-147). Ecuador: CIESPAL. ISSN 1390-1079.
- Domenech, E. (2020) "La "política de la hostilidad" en Argentina: detención, expulsión y rechazo en frontera" [The "politics of hostility" in Argentina: detention, expulsion and border rejection]. En *Estudios Fronterizos*, vol. 21, e057. <https://doi.org/10.21670/ref.2015057>
- Espiro, M.L. (2016) "Entre la trama y el drama. Discursos mediáticos sobre inmigrantes senegaleses en La Plata". En: Juan Pablo Matta [et al]. *V Jornadas de Antropología Social del Centro: antropología social y mundos posibles en transformación*. Tandil: UNICEN.
- Espiro, M.L. (2019) "Trayectorias laborales de migrantes entre África y Latinoamérica: el caso de los senegaleses en Argentina". *REMHU: Revista Interdisciplinaria da Mobilidade Humana*, 27(56), pp. 81-98. Epub September 02, 2019. <https://doi.org/10.1590/1980-85852503880005605>
- Fanon, F. (1952) *Piel negra, máscaras blancas*. España: Akal.
- Hall, S. (2010) *Sin Garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Jaramillo, V.; Gil-Araujo, S. y Rosas, C. (2020) "Control migratorio y producción de irregularidad. Normas, prácticas y discursos sobre la migración en Argentina (2016-2019)". En *FORUM. Revista Departamento Ciencia Política*, 18, pp. 64-90. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n18.81267>
- Marshall, T. (1949) *Ciudadanía y clase social*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/760109.pdf>
- Pizarro, C. y Ciarallo, A. (2021) "Trayectorias migratorias". En Jiménez Zunino, C. y Trpin, V. (coord.)
- Pensar las migraciones contemporáneas: categorías críticas para su abordaje*. Argentina: Teseo. Rodríguez, M.G. (2011). "Palimpsestos: mapas, territorios y representaciones mediáticas". En *Reflexiones Marginales*, nro.10. Disponible en: <http://v2.reflexionesmarginales.com/index.php/num10-dossier-blog/213-palimpsestos-mapas-territorio-s-y-representaciones-mediaticas>
- Rodríguez, M.G. (2016) "Las huellas del sentido común. Diferencia cultural y desigualdad(es) en los medios". En *Question; vol. 1, no. 52. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP*.
- Schuster, F. (2005) "Las protestas sociales y el estudio de la acción colectiva". En Naishtat, F. y Schuster, F. (eds) *Tomar la palabra. Estudios sobre protesta social y acción colectiva en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires, Argentina; Editorial Prometeo.
- Segato, R. (2017) "Racismo, discriminación y acciones afirmativas: herramientas conceptuales". En *Campoalegre Septien y Bidaseca [coord.] Más allá del decenio de los pueblos afrodescendientes*. CLACSO.
- Tassin, E. (1999) "Identidad, ciudadanía y comunidad política: ¿qué es un sujeto político?". En Quiroga, H.; Vermeren, P. y Villavicencio, S. (Comp) *Filosofías de la ciudadanía. Sujeto político y democrático*. Rosario, Argentina; Homo Sapiens

## Ediciones.

Villavicencio, S. (2003). Los contornos de la ciudadanía. Nacionales y extranjeros en la Argentina del centenario. Buenos Aires: Eudeba.

Voscoboinik, S. y Zubrzycki, B. (2019) "Agencia y asociacionismo en contextos de violencia institucional: el accionar de migrantes senegaleses en la ciudad de La Plata (Argentina)". En REMHU: Revista Interdisciplinar Da Mobilidade Humana, 27(56), pp. 99-115. <https://doi.org/10.1590/1980-85852503880005606>

Zubrzycki, B. (2016) "La migración de los senegaleses «modou-modou» en Argentina". Contra Relatos desde el sur. Apuntes sobre África y Medio Oriente, 12(13), pp. 4-12.

Zubrzycki, B. (2019) "Ser africano en Argentina. Las dinámicas de la migración senegalesa". En Nuso, n° 284, noviembre-diciembre 2019. Disponible en: <https://nuso.org/articulo/ser-africano-en-argentina/>

# Al ritmo de la campaña: jingles políticos e industria cultural en las elecciones provinciales de Tucumán en 2023

Canseco, Emiliano  
cansecoemiliano12@gmail.com

Universidad Nacional de Tucumán

## Resumen

En Tucumán, los jingles políticos son una herramienta de comunicación usada frecuentemente por distintos espacios partidarios. Dichos jingles utilizan canciones populares que ya alcanzaron altos niveles de viralización y popularidad y que fueron producidas por la industria cultural de la música. De esta manera, los candidatos reversionan sus letras para plasmar sus ideas, concepciones y atributos en medio de una campaña electoral.

En este artículo, indagamos sobre el porqué y el paraqué de esta herramienta y bajo qué lógica opera. Para ello, realizamos un análisis cuantitativo del conjunto de piezas producidas para la campaña electoral provincial de abril, mayo y junio del 2023. En este análisis se tiene en cuenta el número de jingles producidos, el género musical utilizado y la penetración en la audiencia de las canciones originales.

Dicho análisis, a su vez, es articulado con dos conceptos claves: el de Industria Cultural, entendiendo a la industria de la música como un sector que opera bajo las lógicas de la masificación y la estandarización; y el de Sistema Electoral, entendiendo que todo análisis relacionado con una campaña política-electoral no puede estar al margen de las normas y reglas que regulan dicha instancia.

Esencialmente, sostenemos que esta utilización de los jingles busca aprovechar los resultados obtenidos por la industria cultural de la música para conseguir un objetivo comunicacional determinado: posicionar al candidato en medio de una oferta electoral importante. Dicha oferta se circunscribe en el mecanismo de acoples utilizado en el sistema electoral provincial, el cual provoca un número superior al promedio de candidaturas. En este contexto, la música, a través de su viralización y huella emocional, representa en el ámbito de la comunicación política la posibilidad de destacar a un candidato determinado por sobre el resto de sus adversarios, que pueden pertenecer tanto al mismo espacio político como a otros.

Palabras claves: comunicación política, jingle político, industria cultural

## Introducción

Música y política han sido dos grandes esferas que cultivaron una relación mucho más estrecha y mucho más poderosa de lo que cotidianamente se percibe. Basta con pensar en algunos ejemplos para percatarse de que esta relación adquiere múltiples formas y funciones. En reiteradas ocasiones, la música le dio cuerpo a la política y a sus ideas: se han compuesto marchas militares e himnos nacionales para encarnar el patriotismo, como la Marcha de Malvinas o el Himno Nacional Argentino; se han creado marchas ideológicas para expresar ideas y posicionamientos, como la Marcha Peronista y la Marcha Radical; se han gritado a todo pulmón versos que daban voz al reclamo y al descontento social, como el „que se vayan todos

/ que no quede ni uno solo“ durante la crisis del 2001<sup>1</sup>; y se han utilizado una variedad importante de canciones para plasmar las ideas de candidatos políticos y convencer al electorado, como los jingles políticos de este artículo. Cualquiera sea el caso, la música se ha posicionado como una herramienta de comunicación inscripta en una estrategia comunicacional más amplia, y es bajo esta perspectiva que el presente artículo abordará el caso de los jingles políticos.

A pesar de su creciente importancia en las últimas campañas electorales del país, no se ha encontrado una bibliografía extensa y especializada sobre este tema. Si bien es posible encontrar artículos que teoricen y conceptualicen sobre el uso de los jingles en la publicidad en general, consideramos esencial desarrollar conocimiento en torno a su uso dentro de la comunicación política en particular, considerando las dinámicas y mecanismos propios de este ámbito.

Los estudios en el área de las ciencias sociales son complejos por su multidimensionalidad. En el jingle político confluyen la música, la industria cultural, el sistema electoral, la comunicación política y las emociones, entre tantos otros aspectos que se pueden desandar. No es objetivo del trabajo complejizar el asunto al punto tal de no llegar a una conclusión clara y precisa, pero sí complejizar lo suficiente para ofrecer una mirada cercana a la realidad del fenómeno.

Para lograr el objetivo mencionado, el análisis se limita al caso de las elecciones en la provincia de Tucumán, Argentina, durante abril, mayo y mediados de junio del año 2023; donde se eligió la fórmula para gobernador y vicegobernador, legisladores provinciales, intendentes, concejales y delegados comunales. Para ello, se trabaja con una recopilación de 21 jingles que estuvieron presentes en la campaña. Partiendo de lo general para ir a lo particular, se inicia con una descripción de la relación entre la música, las emociones y el comportamiento, para luego pasar al caso de la industria cultural de la música y su dinámica. Así, se continúa con el análisis cuantitativo del conjunto de jingles estudiados, analizando la canción original que readapta cada uno de ellos, su penetración en la audiencia y el género musical utilizado. Luego, se aborda el sistema electoral tucumano, haciendo especial énfasis en el sistema de acoples implementado en la provincia y cómo configura un escenario particular para la aparición recurrente de estas piezas musicales. Por último, se ponen en relación los conceptos desarrollados para llegar a la conclusión de que el jingle político busca aprovechar los resultados obtenidos por la industria cultural de la música para conseguir un objetivo comunicacional determinado: posicionar al candidato en medio de una oferta electoral importante.

## Música y emociones

Existe un consenso general sobre el rol central que las emociones adquieren en la música. Siendo una parte fundamental y determinante de ella. Al decir de Jourdain (1998), la música le da cuerpo a la emoción. Así, tiene una función eminentemente sinestésica, entendiendo a la sinestesia desde el origen de su propia morfología: reunión de múltiples sensaciones. Estas sensaciones se relacionan directamente con las emociones que desencadenan la música y que, a su vez, influyen en el comportamiento del oyente (De Polis, 2008). La respuesta emocional a una canción es algo que ya se busca desde el momento de su composición, proceso en el cual el autor no solo intenta generar un sentido a través de las palabras y las notas musicales, sino que también intenta plasmar determinada impronta emocional en su pieza. Si una canción nos alegra, nos entristece o nos pone nostálgicos es porque desde el momento de su creación se ha buscado este resultado, objetivo que puede relacionarse tanto con lo artístico

---

<sup>1</sup> La crisis del 2001 fue un estallido social, político y económico que ocurrió en Argentina durante ese mismo año debido al colapso del sistema económico conocido como “La convertibilidad”, desencadenando la muerte de 39 personas y la renuncia del entonces presidente Fernando De la Rúa. Durante las jornadas previas a su renuncia, cientos de manifestantes realizaron marchas, piquetes y cacerolazos bajo la consigna “Que se vayan todos”, la cual era entonada como canción.

como con lo meramente comercial, como veremos más adelante.

Sea cual fuese el objetivo, en esencia, la música provoca emociones y estas emociones son capaces de influir en el comportamiento del oyente. En este sentido se expresa Silvia Thais de Poli (2008), al afirmar que:

*“Compuesta por combinaciones de sonidos que adquieren una lógica intelectual y una trascendencia psicológica, la música acaba provocando una acción directa en el oyente que lo hace capaz de inducir impulsos de movimiento, así como de asociar estados psíquicos en relación al cual el espacio y el tiempo desaparecen, ejerciendo un efecto directo sobre el oyente, como el éxtasis” (Thais de Poli, 2008).*

Así como lo afirma De Polis, otros autores también señalan la estrecha relación que tienen las emociones y el comportamiento. Efectivamente, la fuerte influencia que las emociones tienen sobre el comportamiento humano ha llevado a que la neurociencia se empiece a interesar por su estudio y su sistematización, surgiendo distintas teorías<sup>2</sup> (Crespo-Martínez et. all., 2022). En este contexto, la comunicación política, o más específicamente lo que se ha dado por llamar “neuropolítica”<sup>3</sup>, ha intensificado sus investigaciones para sistematizar la manera en que las emociones influyen puntualmente sobre el comportamiento político (Crespo, 2017).

Como todos los comportamientos, el comportamiento político no es ni puramente racional ni puramente emocional, sino que ambos se encuentran estrechamente vinculados y es solo durante la etapa de estudio y de análisis que se puede realizar la diferenciación entre ellas. Considerando esto, para entender cómo se estructuran estas emociones, es fundamental el aporte realizado por Plutchik, quien en 1980 confecciona su “rueda de emociones”: un gráfico que se compone de ocho emociones básicas y de otras emociones avanzadas que pueden surgir de la combinación de las básicas (Crespo, 2017). A su vez, Plutchik también describe el emotion process, en donde el catalizador para el inicio de este proceso consiste en un estímulo ya sea interno o externo que desencadena la secuencia a través de la cual se manifiesta la emoción y que finaliza en el comportamiento manifestado y en su efecto.

Bajo la mirada de Plutchik, una emoción es un fenómeno neuropsicológico que motiva al comportamiento. A su vez, como señalamos anteriormente, para desencadenar el proceso que caracteriza una emoción es necesario un estímulo. Este estímulo puede ser una percepción sensorial como la música. Vemos así, como en este autor es posible encontrar la fundamentación teórica de lo afirmado por De Polis: la música genera emociones, y las emociones influyen en el comportamiento. Si acotamos aún más el análisis, añadiendo los aportes de Crespo, podemos hablar de la influencia que tienen las emociones desencadenadas por la música en el comportamiento político.

En este sentido, cuando los autores señalan una influencia en el comportamiento político, esta influencia no viene directamente de la música, sino que es generada a través de las emociones; la relación que existe entre música y comportamiento se da en tanto la primera tiene la potencial capacidad de desencadenar emociones. Por otra parte, no nos referimos aquí a un comportamiento político que consiste en emitir un voto A o B<sup>4</sup>, sino que las emociones son capaces de generar climas propicios para disponer el comportamiento de cierta forma. Así, por ejemplo, las campañas políticas basadas en la esperanza tienden a generar una mayor participación de la militancia y de los simpatizantes en la campaña, mientras que las campañas basadas en la ira tienden a generar ambientes de indignación y enfado (Crespo Martínez et. all., 2022) que pueden desencadenar en discusiones y peleas virulentas.

---

2 Entre las teorías más mencionadas por la bibliografía aquí utilizada encontramos a la Teoría de la Inteligencia Afectiva, al Enfoque Neuropsicológico y al Enfoque Cognitivo.

3 Entendemos por neuropolítica a la aplicación del neuromarketing en el estudio del comportamiento político, es decir, “la disciplina avanzada que investiga y estudia los procesos cerebrales que explican la conducta y la toma de decisiones de las personas”, en este caso, dentro del contexto político (Crespo, 2017).

4 Dicha afirmación sería simplista, altamente conductista y le otorgaría a la música un poder de efectos ilimitados que no posee

## Industria cultural de la música

La música entendida como un producto cultural no pudo escaparse de la reconfiguración que sufrieron todos los productos culturales durante la modernidad: su mercantilización. Efectivamente, la música, más que arte, es una mercancía, y como toda mercancía fue creada con el objetivo principal de generar ganancias económicas. Tan poderoso es el efecto del mercado que hasta la música vanguardista llegó a ser cooptada por la lógica mercantil: esta fue la suerte que corrieron el jazz, el rock y el punk; nacidos como productos artísticos que gritaban y reclamaban desde una rebeldía y una oposición al sistema, el mercado ha logrado mercantilizarlos y subyugarlos bajo las lógicas del mercado (Villaroel, 2011).

Aún así, nos interesa especialmente su proceso de producción. Así como lo afirmaron Adorno y Horkheimer (1944), la cultura adquirió un patrón de producción industrial. Los productos culturales son producidos de la misma forma en la que se produce un zapato o un auto: a través de la estandarización y la masificación, combinados con estudios de mercados que esquematizan la producción en función de los consumidores a los que los productos irán destinados. La música se estandariza y se produce de manera masiva, asegurando que el producto rendirá en el mercado y otorgará las ganancias económicas que la productora espera de él: he aquí la industria cultural de la música.

En la producción realizada por la industria cultural nada debe escapar del objetivo final: generar ganancias económicas. Así lo afirma Villaroel (2011) al analizar la mercantilización del rock:

“Por lo tanto, la industria cultural no cumple una función social como antaño lo hizo el arte, sólo se preocupa de que su producción “arte” sea comercializable, recurriendo a estadísticas, planeando con antelación las reacciones que los espectadores tendrán con films, fotografía, escultura, música o pinturas”.

En la industria cultural de la música, la ganancia económica encuentra un camino asegurado para concretarse: las emociones. Así como lo afirma Villaroel, los productores planean con antelación la reacción que los oyentes tendrán al escuchar una canción. Es decir, como afirmamos anteriormente, la respuesta emocional del oyente es una respuesta que se busca desde el momento mismo de la composición musical y toda la pieza busca generar determinados significados que desencadenan determinadas emociones. Esto es así tanto en la producción individual y artística de la música como en su industria cultural. La diferencia es que en el último caso la producción es estandarizada, buscando encontrar de forma más efectiva la relación existente entre la composición musical y la emoción determinada que se genera como resultado de esa composición. Para el lector este proceso puede sonar abstracto o conspiranoico, pero tiene su asidero teórico-conceptual. Este es el caso, por ejemplo, de la Teoría de los Afectos, la cual describe la correspondencia que existe entre un movimiento entre notas musicales y una emoción determinada. Así, la tabla desarrollada por Ansaldi en 1998 afirma que si hay una distancia de cuatro semitonos la emoción que más se relaciona es la alegría, mientras que si la distancia es de tres semitonos la emoción desencadenada es la tristeza. Esta es la base que De Polis utiliza para analizar el emblemático jingle político de Lula Da Silva, “Sim medo de ser feliz”.

Como vemos, existen intentos de fundamentar la correspondencia que existe entre una composición musical y las emociones desencadenadas, dando vía libre para que se ponga en práctica esta correspondencia. Así, la industria cultural de la música se configura como una industria que produce emociones y que recauda dinero con ellas. Es un mercado de emociones.

## Los jingles políticos

López Giraldo (2017) ya menciona la estrecha relación que existe entre música y publicidad, y cómo la conexión emocional que la música establece con el oyente aporta a la recordación del mensaje y a su instalación en la mente de los consumidores. Al respecto, declara que:

*"Para lograr acercar o sensibilizar a un oyente o televidente con cierta marca o producto, la música dispone, prepara la conexión con las emociones que se experimentan para conseguir el objetivo de la comunicación publicitaria".*

Este procedimiento, en esencia, es el mismo que se despliega a partir del jingle político. Cuando hablamos de un jingle político hablamos de una pieza musical que busca facilitar y estimular la retención de un mensaje en el oyente. A nivel de estrategia electoral, se circunscribe dentro de una planificación estratégica que mezcla tanto componentes emocionales como racionales (Crespo Martínez et al, 2022).<sup>5</sup>

Al ser una pieza musical, el jingle político logra retener las cualidades de la música que desarrollamos anteriormente. Así como lo hacen otras piezas musicales, logra despertar en el oyente (que no es otra cosa que un votante) determinadas emociones que pueden influir en su comportamiento político. Así lo expresa oportunamente Davina al analizar los jingles políticos que circularon durante las elecciones de la provincia de Chaco en 2019:

"... podemos decir que la música, dentro de las campañas electorales, se usa como medio de difusión política puesto que suscita una serie de respuestas emocionales en quienes la escuchan y genera diferentes efectos en los estados de ánimo, comportamientos o conductas de los ciudadanos en general, y de los chaqueños en particular. De cierta manera, mediante la música se puede lograr convencer o persuadir a través de las emociones del electorado y así obtener una ventaja político electoral, principalmente al observar el uso de temas muy conocidos a los que se les adapta la letra en relación con los intereses persuasivos de cada partido político".

Resulta de especial interés para este artículo las últimas líneas de lo afirmado por Davina: muchos jingles utilizan temas conocidos para adaptar sus letras. El jingle político puede utilizar una composición original o aprovechar la de una canción ya instalada. En este último caso, las ventajas no se relacionan únicamente con la inversión y la etapa de producción, sino que encuentra su principal beneficio en la relación que la música guarda con las emociones, como veremos más adelante.

## El caso de los jingles políticos de Tucumán

En Tucumán, cada vez parecen más numerosos los jingles políticos que retumban en los oídos de los electores en la época electoral. Para este trabajo, tomamos un total de 21 jingles políticos, clasificados en la tabla adjuntada en el Anexo 1<sup>6</sup>. Aún así, no consideramos a esta cifra una cifra cerrada, sino que dejamos abierta la posibilidad de la existencia de un número mayor al señalado, considerando la gran cantidad de candidatos que hubo en la elección y la dificultad para relevarlos y registrarlos, ya que muchos de ellos únicamente se reproducen en los espacios comerciales de radios comunales y/o municipales.

---

5 El sentido común puede llegar a indicarnos que esta planificación tiene por finalidad ganar una elección política, y por tanto inducirnos a pensar que el jingle político se inscribe dentro de esta dinámica (Davina, 2021). Aún así, decidimos correr de esa mirada: el objetivo de una campaña electoral es hacer una buena elección, y esto puede ser tanto conseguir el cargo para el que el candidato se ha postulado como adquirir cierta visibilidad o realizar cierta demostración del caudal de votos con el que el candidato cuenta, independientemente de si consigue el cargo.

6 El relevamiento de las piezas estudiadas se realizó de manera individual. Para ello, registré a través de distintos medios los variados jingles políticos que se pusieron en circulación, resultando de gran utilidad las redes sociales de los candidatos, los productos periodísticos (notas de diarios y programas televisivos) que recopilaban los jingles de forma anecdótica y las tandas publicitarias de distintas radios, en donde los jingles eran colocados por los espacios políticos como publicidad. Una vez registrada una pieza determinada se procedió a la obtención del archivo de audio o video, ya sea a través de la descarga directa o de un pedido efectuado a productores de los programas periodísticos y/o al equipo de campaña que lo confeccionó. Por último, se la clasificó de acuerdo a lo expresado en la tabla adjuntada en el Anexo 1.

En primer lugar, destacamos el alto porcentaje de jingles que utilizan un tema ya existente y que adaptan su letra, manteniendo los demás rasgos inalterables. En total, son el 86% de los registrados para este artículo. De todos los temas originales utilizados, la gran mayoría (83%) supera los 34 millones de reproducciones en Youtube; mientras que la mitad supera, directamente, los 50 millones de reproducciones.

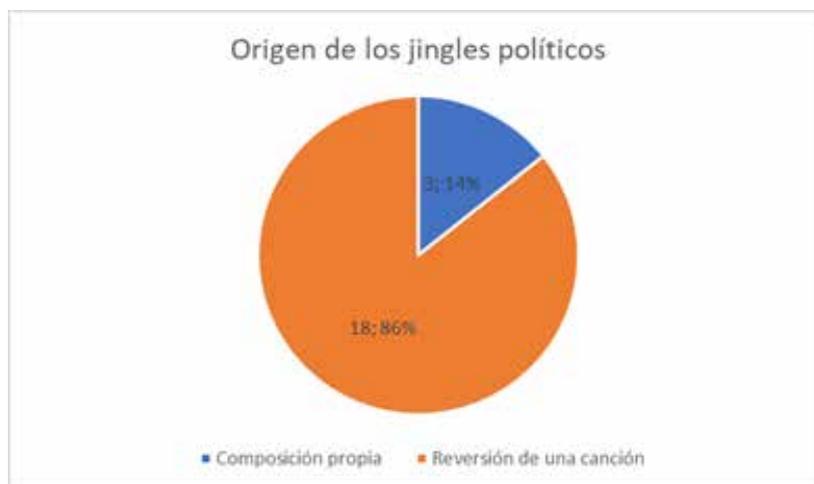


Gráfico 1: Origen de los jingles políticos según su composición musical.

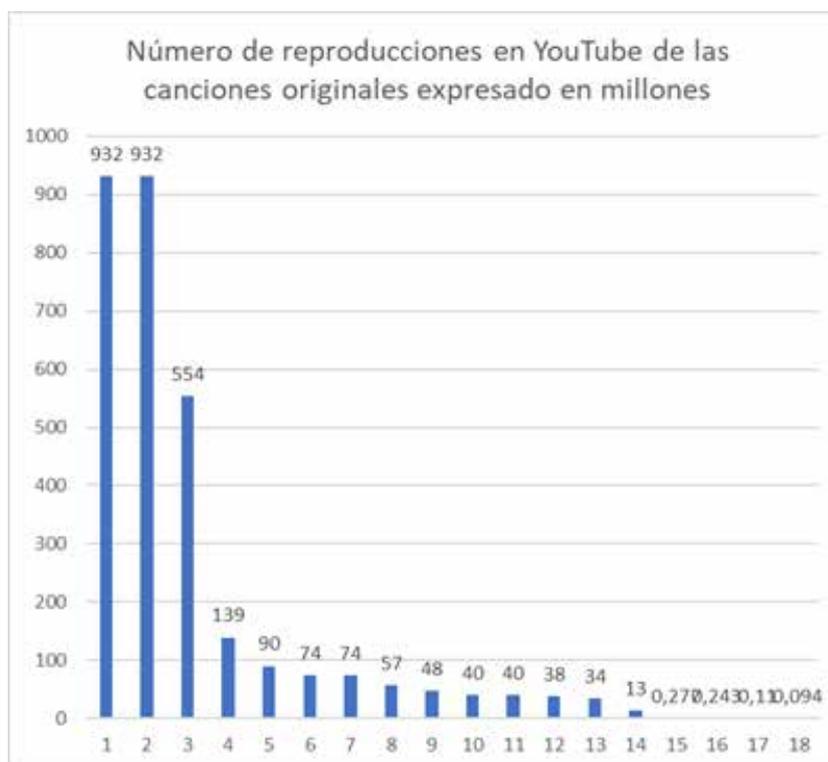


Gráfico 2: Número de reproducciones en YouTube que cada canción original de los jingles políticos posee.

De esta forma, observamos que la gran mayoría de los jingles políticos utilizan temas que ya se han posicionado dentro de la industria cultural de la música y que han penetrado fuertemente en la audiencia, a través de ritmos y letras pegadizas. Esta observación meramente cuantitativa debe complementarse con una de estilo cualitativo.

En este sentido, son destacables ciertos casos específicos que acompañan nuestra hipótesis de la utilización de piezas de la industria musical ya producidas para despertar determinadas emociones. Este es el caso de los candidatos Pablo Vildoza, Hugo Cabral, Hugo Quintero y Rossana Chahla, quienes decidieron tomar como base canciones relacionadas con la participación de la Selección argentina en el último mundial de fútbol: “Pa’ la selección”, de T y la M; y “Muchachos, ahora nos volvimos a ilusionar”, de La Mosca. En este caso, no solo importan los números de reproducciones de ambas piezas, los cuales no dejan de ser considerables, sino que son canciones que están asociadas en la audiencia con sensaciones de triunfo, alegría y victoria; emociones que claramente pueden favorecer a un candidato político si logra asociarlas a su figura.

Por otro lado, los géneros musicales más utilizados fueron el cuarteto (33%), la cumbia (24%) y el pop (24%). Le sigue el reguetón (14%) y tan solo 1 jingle se basó en una canción de folklore (5%). La elección de estos géneros no se relaciona únicamente con que los temas elegidos son temas que ya penetraron en la audiencia, como mencionamos anteriormente, sino que también se trata de géneros musicales que tienen un fuerte arraigo en la sociedad argentina. En este sentido, la Encuesta Nacional de Consumos Culturales realizada por el Sistema de Información Cultural de Argentina durante este año señala que los géneros más escuchados son la cumbia y el reguetón, siendo elegidos por un 62% de los encuestados. El pop, que también figura en nuestro listado, suma un 45% de encuestados. Por otra parte, el cuarteto no figura en esta lista, pero los niveles de reproducción y su asociación con el baile, la diversión y la alegría nos permiten intuir el porqué de su amplia utilización; situación que se suma a la popularidad de los artistas utilizados: La Konga, Ke Personaje y Q’ Lokura como artistas contemporáneos y La “Mona” Jiménez y El “Monstruo” Sebastián como clásicos del género.

Solo se encontró un jingle que utiliza como género musical al folklore. Este es el caso del jingle compuesto para Francisco Caliva, actual intendente de Tafí del Valle y candidato para repetir el mandato en dicho municipio. En efecto, la utilización de los jingles no tiene tanto que ver con una identidad provincial, como si tiene que ver con el aprovechamiento que se hace de la penetración de un producto de la industria cultural de la música y las emociones que han logrado asociarse a dicho producto.

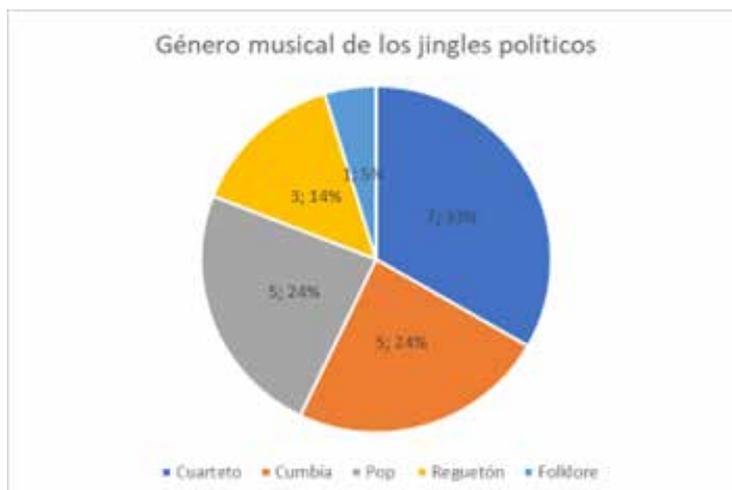
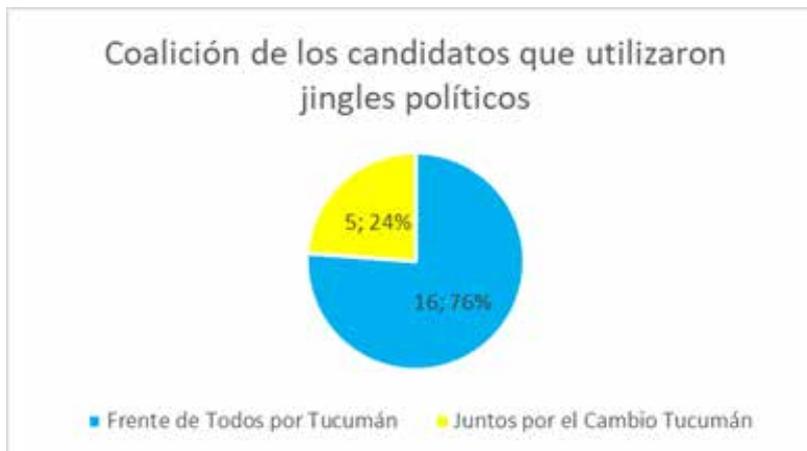


Gráfico 3: Géneros musicales utilizados por los jingles políticos durante la campaña electoral provincial de Tucumán (2023).

Por último, se encontró que el 76% de los jingles proceden de candidatos de la coalición provincial oficialista, el Frente de Todos por Tucumán, mientras que tan solo un 24% pertenecen a la coalición opositora, Juntos por el Cambio Tucumán. No se han logrado registrar jingles que pertenezcan a partidos que no forman parte de los dos

principales, aunque reiteramos que esta cifra y relevamiento no es cerrado ni absoluto.

Gráfico 4: Coalición de pertenencia de los candidatos que utilizaron jingles políticos como parte de su estrategia



electoral.

Que el signo político oficialista, quien cuenta con la mayor cantidad de candidatos, también sea el que posea la mayor cantidad de jingles políticos producidos puede ser indicador de lo que señalaremos en el siguiente apartado: la alta oferta electoral presenta el desafío de destacar por sobre la competencia y el jingle es una herramienta que aporta a lograr este objetivo por las características de la industria cultural de la música que ya hemos repetidos en numerosas ocasiones (penetración en la audiencia y asociación de emociones determinadas).

### Los acoples tucumanos: el jingle contextualizado

Desde la Reforma Constitucional que se realizó en Tucumán en 2006, en el sistema electoral provincial rige el llamado „sistema de acoples“. Este sistema, según el Art. 43 de la Constitución provincial, establece que:

„Los partidos políticos, frentes o alianzas electorales podrán celebrar acuerdos para apoyar a un único candidato a Gobernador y Vicegobernador y/o Intendente de un partido político, frente político o alianza distinta, pudiendo unir la boleta diferentes categorías de candidatos con la categoría de Gobernador y Vicegobernador y/o de Intendente de otra lista distinta, sumándose la totalidad de los votos obtenidos por las listas en cada categoría“.

Esta norma constitucional, en esencia, permite que un candidato a legislador de un partido B lleve en su boleta como candidato a gobernador al candidato de un partido A. A su vez, otro candidato a legislador de un partido C también podrá llevar como candidato a gobernador al candidato del partido A. Así, por ejemplo, una fórmula para gobernador y vicegobernador de un solo partido puede aparecer en múltiples boletas, ya que otros partidos „se acoplan“ a esta candidatura. Así, termina generando una gran cantidad de candidatos y de boletas presentes en los cuartos oscuros. La suma de los candidatos oficialistas y opositores arroja una cifra contundente en este sentido, que basta para explicar la situación: 1 de cada 94 tucumanos aparece como candidato en la boleta de algún partido.

La oferta electoral desmedida plantea a los candidatos un desafío específico: el de destacar por sobre su competencia. En el mar frondoso de candidatos, la estrategia política debe contemplar el posicionamiento del postulante e instrumentar las estrategias necesarias para alcanzarlo de manera óptima. En este sentido, los jingles políticos se posicionan como una herramienta que puede aportar en dicha dirección: a través de la utilización de canciones que ya han penetrado en la audiencia y que ya han conseguido cierta asociación emocional, aprovechan este trabajo ya realizado por la industria cultural musical para insertar el mensaje del candidato político y posicionarlo de una manera menos tradicional. Así, se inscribe dentro de las estrategias político-electorales desplegadas, las

cuales apelan tanto a recursos racionales como emocionales, recursos inscriptos dentro de un sistema electoral específico que influye de manera determinante en el horizonte de posibles estrategias que los candidatos pueden llegar a aplicar.

## Conclusiones

El recorrido realizado en el artículo deja una serie de conclusiones que creemos pertinente precisar y explicitar.

En primer lugar, a través de la puesta en relación de distintos conceptos y teorías, hemos logrado esbozar la compleja relación que guardan la música, las emociones y el comportamiento. A través de una suerte de encadenamiento, la música provoca ciertas emociones en el oyente que, a su vez, influyen en el comportamiento del oyente.

En segundo lugar, la música no quedó exenta de la transformación a la que la modernidad sometió a los productos culturales. Así, la industria cultural de la música estandarizó y masificó la producción de piezas musicales. En el medio, la racionalización de esta producción llevó a perfeccionar los mecanismos a través de los cuales se asegura el éxito comercial de cada pieza, siendo el principal recurso la explotación de las emociones. De esta forma, la industria de la música conforma un verdadero mercado de emociones.

El jingle político posee las mismas características que cualquier pieza musical y, por tanto, explota la relación que establece con la música y con el comportamiento político.

Aprovechando lo generado por la industria cultural de la música, los equipos de campaña de Tucumán han optado por reversionar las letras de canciones que ya han tenido éxito dentro de la industria musical, aprovechando la asociación emocional que ya estableció la pieza original con la audiencia. En efecto, a un equipo de comunicación le es más seguro aprovecharse de este resultado que arriesgarse a componer una nueva pieza que para nada asegura que pueda provocar las emociones buscadas. En síntesis, es más fácil aprovechar la huella emocional provocada por una pieza de la industria cultural que buscar generar una nueva.

Estas relaciones y mecanismos se ven ilustrados a la perfección en el caso de los jingles políticos utilizados en la campaña electoral provincial de Tucumán en 2023. Así, el 86% utiliza canciones de la industria musical que ya han tenido éxito y que cuentan con millones de reproducciones como antecedentes. Además, el cuarteto, la cumbia y el pop, géneros escuchados ampliamente en nuestro país, fueron los preferidos para poder instalar el mensaje político y posicionar a cada candidato. La efectividad de este mecanismo cobra una especial relevancia en Tucumán, donde el sistema electoral de acoples propicia una oferta electoral particularmente alta e impone a los candidatos el desafío de destacar por sobre la competencia y lograr posicionar su figura en la mente de los electores.

Lo expuesto hasta aquí constituye una base importante para una aproximación al funcionamiento de los jingles políticos. Aún así, todavía restan muchos estudios que permitan desandar tanto los objetivos comunicacionales en los que se inscriben estas piezas como las distintas instancias de recepción que se desencadenan luego de su puesta en circulación. Es posible vislumbrar que aquel campo en donde el jingle puede hacer un mayor aporte es en el posicionamiento del candidato y de su propuesta, pero sería interesante ahondar en cómo se da el proceso de decisión y producción de estas piezas en un equipo de campaña. En cuanto a la recepción, la industria cultural tiende a estandarizar y masificar los productos, pero esto no implica necesariamente que la audiencia sea homogénea. Al contrario, sigue siendo heterogénea, por lo que un mismo jingle podría ser interpretado de distintas formas por los distintos votantes. Ahondar en ambas instancias permitirá construir conocimiento útil sobre esta herramienta y con resultados prácticos que ayuden tanto a la reflexión como al ejercicio de la comunicación política en general y de campañas de comunicación políticas-electorales en particular.

## Bibliografía

---

Aguirre, D. (2021). Música y Política: las canciones de campañas electorales 2019 como discursos de circulación social en la provincia del Chaco, Argentina. Revista argentina "Semiótica y Narrativas, Volumen 2, año 2021, pp. 87-100.

Crespo, Elba Maneiro (2017). Neurociencia y emociones: nuevas posibilidades en el estudio del comportamiento político.

Crespo-Martínez, I., Garrido-Rubia, A. y Rojo-Martínez, J. M. (2022). El uso de las emociones en la comunicación político-electoral. Revista Española de Ciencia Política, 58, 175-201. Doi: <https://doi.org/10.21308/recp.58.06>

Horkheimer, M., Adorno, T. (1944) "La Dialéctica del Iluminismo".

Lourenço, Luiz Cláudio (2009). Jingles Políticos: estratégia, cultura e memória nas eleições brasileiras.

López Giraldo, A. (2017). La efectividad de los jingles y su poder de recordación.

Thais de Poli, S. (2008). A função sinestésica da música no jingle político.

Villarroel, Cristina Jara (2011). Mercantilización del Rock: Análisis de la industria cultural musical desde la teoría crítica. Revista Pequeño, 2011, Vol. 1, N° 1, pp. 60-71.

#### ANEXO 1: JINGLES POLÍTICOS EN LAS ELECCIONES DE TUCUMÁN Y SUS CARACTERÍSTICAS (2023)

Candidato

Cargo al que se postula

Partido político

Procedencia del jingle

Género musical      Número de reproducciones de la canción original en Youtube

Alberto Lescano      Delegado comunal      Frente de Todos Tucumán      „Yo era“ - Q' Lokura      Cuarteto      Más de 48 millones

“Chicho” Lizárraga      Delegado Comunal      Juntos por el Cambio

Tucumán      “Soy sabalero” - Los Palmeras      Cuarteto      Más de 38 millones

María Laura Paz Posse - versión 1      Concejal      Frente de Todos

Tucumán      „Desconocidos“ -

Mau y Ricky      Reguetón /

pop latino      Más de 932 millones

Rodrigo Abraham      Concejal      Juntos por el

Cambio Tucumán      „Olvidala“ - La Mona Jiménez      Cuarteto      Más de 277.000

Pablo Vildoza      Concejal      Frente de Todos

Tucumán      „Pa la Selección“ - La

T y la M      Cumbia      Más de 74 millones

Manuel Canto      Concejal      Frente de Todos

Tucumán      „No paro de cantar“ -

Sebastián      Cuarteto      Más de 94.000 (canal

no oficial)

Cristian „Kifa“ Fernández      Concejal      Frente de Todos

Tucumán      Producción propia      Cumbia

- Los Tucu	Francisco „Pancho“ Caliva	Intendente de Tafí del Valle	Frente de Todos Tucumán	„Candombe para José“
	Tucu	Folklore	Más de 243.000 (no oficial)	
	María Laura Paz Posse	Intendente de	Yerba Buena	Frente de Todos
	Tucumán	„Desconocidos“ -	Mau y Ricky	Reguetón /
	pop latino	Más de 932 millones	Rossana Chahla	Intendente de San Miguel de
	Tucumán	Frente de Todos Tucumán	„Muchachos, ahora nos volvimos a	ilusionar“ - La Mosca
	Gonzalo Fernández	Intendente de Aguilares	Frente de Todos Tucumán	„El mismo aire“ - La
Konga	Cuarteto	Más de 57 millones	Hugo Quintero	Intendente de Las Talitas
	Frente de Todos Tucumán	„Muchachos, ahora	nos volvimos a ilusionar“ - La Mosca	Pop latino
	Más de 40 millones	Alejandro Melo	Intendente de	Bella Vista
	Frente de Todos	Tucumán	Producción propia	Reguetón -
Selena	Carolina y Emiliano Vargas	Agnasse	Legisladora y concejal	Frente de Todos Tucumán
	Cumbia	Más de 203 millones	Enrique Romero	Legislador
	Juntos por el Cambio	Tucumán	„Un finde“ - Ke Personaje, FMK, Big	One
	Cumbia	Más de 90 millones	Hugo Cabral	Legislador
	Frente de Todos	Tucumán	„Pa' la Selección“ -	La T y la M
	Cumbia	Más de 74 millones	Jorge Rodríguez Robledo	Legislador
	Frente de Todos	Tucumán	„Será que no me	amas“ - Luis Miguel
	Pop	Más de 13 millones	Raúl Ferrazzano	Legislador
	Frente de Todos	Tucumán	„Latidos“ - La Konga Cuarteto	Más de 34 millones
	Stella Maris Córdoba	Legisladora	Frente de Todos Tucumán	„SHAKIRA    BZRP
	Music Sessions #53“	- Shakira y Bizarrap	Pop, urbano	Más de 554 millones
	Rodolfo Ocaranza	Legislador	Juntos por el Cambio	Tucumán
	„Universo Paralelo“ - La Konga y Nahuel	Pennisi	Cuarteto	Más de 139 millones
	Agustín Romano Norri	Legislador	Juntos por el Cambio Tucumán	Producción propia
	Pop			

**MESA 16**

**Comunicación  
y cultura arte y  
estética**

# Percepciones de la ampliación del interés por el tatuaje: Cuello y rostro

De Paulo, Adrián Javier  
adriodep@gmail.com

Universidad Nacional de Lomas de Zamora



Constelación, el ojo de Horus, una lágrima, un rayo, la palabra Fe. Punto y coma (pensando en el afán de superación), llora ahora, ríe luego; fases lunares, código de barras, un triángulo equilátero, pájaros, un corazón, una inicial, tu signo del zodiaco, una mariposa, una cruz, 'C14torce', la palabra Error, el nombre de una canción.

La lista es incommensurable aunque el espacio parezca escaso. Es la tendencia que crece sostenidamente desde hace cuatro años, sumando nuevas formas y sentidos a los tatuajes.

A la ligazón del cuerpo y la comunicación que se genera a través suyo como transgresión social, parafraseando a Michel De Certeau y a sabiendas de lo que los tatuajes conllevan desde sus orígenes (como símbolos de ritualidad, marginalidad o erotismo, sólo por nombrar algunos aspectos), aún envuelto en hábitos de consumo tanto con la particularidad de sus elecciones como en relación al lugar elegido para su aplicación, hoy reflejan una nueva significación o sentido.

Si la frase del filósofo y semiólogo habilita a una reinterpretación (“...el discurso del cuerpo habla de las relaciones internas de la sociedad que circulan en torno del imaginario...”) qué decir entonces cuando la atención se centra en rostros y cuellos, zonas vedadas o restringidas hasta no hace mucho tiempo para la escritura corporal.



### Ganar la calle, ganar la piel

Y es esta modalidad que hoy gana la calle y centímetros sobre la piel al recubrir del músculo platismo (ese que va de la región lateral del cuello al borde inferior de la mandíbula) al rostro, la que transforma la labor de los tatuadores en sintonía con los habituales pedidos de sus cada vez más jóvenes clientes. O viceversa, mejor dicho.

Hoy en día, quizá como consecuencia del auge del trap y el hip hop del siglo XXI en el país, una estética que promueve los dibujos sobre las cejas, en las mejillas, detrás de la oreja o en el cuello ha fascinado a los más jóvenes, quienes suman la mayor cantidad de fanáticos de estos géneros musicales y se animan a tatuarse en la cara.

“Los tatuajes en el rostro y cuello crecieron por moda, porque hay muchos cantantes que empezaron a tatuarse la cara y la gente, más que nada los adolescentes, tienden a seguir esas tendencias” (@leandrosbaglia\_tattoo). “Es por los influencers en redes sociales, nosotros

como artistas que venimos de la vieja escuela tratamos de aconsejarlos porque quizás los chicos de 20 quieren que el primer tatuaje sea en la cara. Uno trata de adaptarse a las nuevas tendencias y de aconsejarlos para que le busquen la vuelta a cómo lucirlo.

Es todo un proceso de readaptación que no es fácil” (Matías Gómez @matigomezattoo). “Esto se debe a los futboleros y a cantantes jóvenes, Justin Bieber en su momento, Miley Cyrus y ahora L-Gante. Por ejemplo el arito de Tini se puso muy de moda, se lo hizo en el labio y todas lo piden. Funciona así” (Leonardo Tattoo & Body Piercing)

Acaso sus testimonios se ajusten a la mirada de Antonio Gramsci respecto de la cultura y lo espontáneo. “En todo movimiento espontáneo hay un elemento primitivo de dirección consciente”, dice el filósofo marxista quien a la vez alude a la cultura popular desde su dimensión negativa a partir de la ausencia “de la actividad educadora sistemática por parte de un grupo dirigente ya consciente”.



## “Que el sistema no me diga”

“Había una cosa que quería hacer y era dejar de perder tiempo. Yo tenía varias complicaciones, problemas en casa y también iba a trabajar. Lo que hice y me dije ‘hijo de puta, fue’ y me tatué la cara. Después, cuando mi mamá, mis tíos u otras personas adultas me decían ‘¿ahora cómo vas a conseguir trabajo?’, yo les decía ‘me lo hice para eso, me voy a romper el lomo porque si me van a negar a otros trabajos, entonces tengo que hacer otra cosa, que salga de mí’. Entonces lo hice con esa intención. Que el sistema no me diga que yo no voy a poder salir adelante porque tengo un tatuaje en la cara”. (L-Gante).



“Un poco era estética y misticidad y un poco mostrarle a la gente, ya está, ya lo hice. Había logrado romper con el sistema, sentí que para adelante yo iba a vivir de esto, me las iba a arreglar y no iba a ser un problema lo que piensen sobre mí por tener la cara tatuada. Mi vieja lo vio y se puso a llorar de una manera. ‘No vas a conseguir trabajo’, me decía “ya está mujer voy a vivir de esto no te das cuenta lo que está pasando”. También mis amigos al principio me decían ‘estás reloco’ y yo les decía, ‘malditos hace años que quiero esto, ¿ahora que estoy en mi mejor momento no lo voy a hacer’. Ya está”’. (Duki)

En esta línea, los individuos cuya actividad aparenta resultar totalmente espontánea no lo termina siendo, pues “se han formado a través de la experiencia cotidiana ilustrada por el sentido común, es decir, por la concepción tradicional popular del mundo”. No escapan a una cierta dirección y determinación por parte de la hegemonía imperante, que no solo universaliza determinados afectos e intereses, sino que también delimita los términos en los que quienes pretendan revertirla para instalar su propia concepción del mundo deben actuar. El arte, pues, no es independiente, ni los artistas absolutamente espontáneos, surgen en un momento cultural concreto y están mediados por él en su producción.



“No recuerdo el momento exacto en que comenzaron a gustarme, pero son una forma de expresión. No todos los que tengo significan algo, a veces me los hago porque me gusta la figura y nada más. “Me encantan los tatus y los considero como parte del método de embellecimiento, así como la gente considera el maquillaje un arte de embellecimiento, yo considero los tatus que me hacen más linda entre más tatuajes tengo me gusto más” (Cazzu)

Sus argumentos están en línea con Gramsci. Hay que hablar de lucha por una nueva cultura, o sea, por una nueva vida moral, que por fuerza estará íntimamente vinculada con una nueva intuición de la vida, hasta que ésta llegue a ser un nuevo modo de sentir y de ver la realidad, y, por tanto, mundo íntimamente connatural con los "artistas posibles" y con las "obras de arte posibles”.



Hegemonía, consumo y formas propias de organización de los sectores populares, según enuncia Nestor García Canclini se ajusta a este fenómeno social: como apropiación preferencial en alianza con otras clases, admitiendo espacios donde los grupos subalternos desarrollan prácticas independientes y no siempre funcionales. Como proceso productivo (no es inocente que en la argumentación de los referentes de la juventud, el planteo refiera a la incorporación laboral) y como organización de los sectores populares. Según describe García Canclini: “Los productores populares se desarrollan independientes del poder y éste no puede más que admitir su existencia paralela”.

Quizás su clásica definición sobre los tatuajes se acerque, de algún modo, al nuevo sentido que lo promueve. “...el tatuaje se fundamenta en el principio espiritual de ligar a la persona con los Ancestros, recuperando así una parte vital de la cosmovisión originaria: aquella que señala el momento crucial del paso de la persona al Otro Lado, lo que es vivido no como un punto final de la existencia sino como un nuevo estado del espíritu”.



De alguna manera, Georges Didi-Huberman elige concebir una historia del arte distinta a la tradicional, dejando atrás relatos basados en la sucesión de estilos y períodos para priorizar la capacidad de las formas, de los gestos corporales de crear relaciones insólitas más allá de toda época y frontera. Un acercamiento antropológico a la imagen que acabará por dislocar el tiempo hegemónico, homogéneo, de un presente cerrado sobre sí mismo.

## Pasolini y la fuerza

En Supervivencia de las luciérnagas, Didi-Huberman distingue de Pier Paolo Pasolini, una política, en este contexto de dominación, situada al nivel de los cuerpos, del deseo, de la potencia imaginativa, de la poesía o del gesto de emoción sincera. En estas expresiones, excepcionales, resistentes para Pasolini en la década de los cincuenta y sesenta, se encontraba la fuerza revolucionaria para el cambio, la esperanza para la

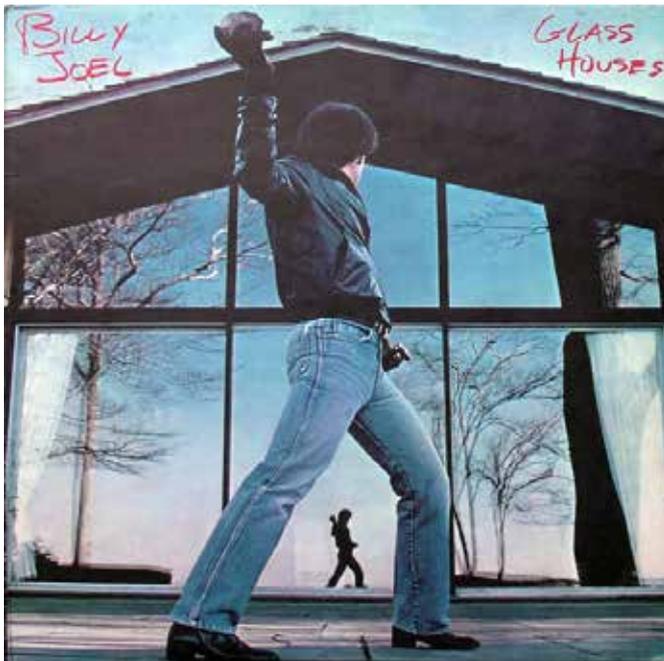
emancipación del hombre. A ellas acudía en sus escritos, recuerda Didi, y trabajos cinematográficos de estos años: a los gestos o prácticas –“argot, tatuajes, ley del silencio, mímicas”– de las culturas urbanas, proletarias, que sobreviven al poder centralizador de la cultura de masas, como vemos en películas como *Accatone* (1961) o *La ricotta* (1963).



La rapera Julieta Cazzuchelli se tatuó una “lira de Orfeo”, porque en un momento de su vida a raíz de su obsesión por la lectura, se empezó a interesar por la mitología griega y el dibujo realza una historia de amor entre dioses. Las palabras “Fe” y “Error” en el cuello, “Frágil”, en el estómago, en las manos unas llamas de fugo, que le gustan porque cuando canta y sostiene un micrófono simulan salir del instrumento, además de una figura de “Hello Kitty” en el brazo y en el labio un signo de “fuckyou”, por mencionar algunos, de varios.

### **La piedra de la discordia**

Para De Certeau estas acciones antidisciplinarias eran realmente transgresoras en el orden de las capacidades inventivas, imaginativas y creadoras. Hubo un cruce con Gabriela Cicalese en este trabajo. En realidad, algunos interrogantes a propósito de la idea de transgresión. Por tal motivo me tomé licencia y bucéé hasta los ochenta recordando la imagen de Billy Joel en la tapa de su disco *Glass Houses*, que nada tiene que ver con la imaginada por Alejandro Agresti sobre la Casa del Lago con Keneu Reeves y Sandra Bullock. Aquella tapa me hizo pensar por primera vez en la palabra transgresión. La piedra rompiéndolo todo era la primera metáfora. Pensé en De Certeau. En Duki regresando de su primer tattoo e imaginando a su madre. Pensé en Billy Joel poniéndole *Glass Houses* en lugar de *one Stone* a su disco. Y comprendí lo complejo y atractivo y diverso del sentido transgresión.



Sergio Albornoz rompe el molde de esta ponencia. El profesor de yoga y masajista de 60 años inició la ritualidad del cuerpo escrito en bíceps y antebrazos y recién hace seis años hizo lo propio en su cuello. “Un día me dieron muchas ganas de tatuarme una flor de loto y busque en diferentes tatuadores y me gustó mucho como queda la flor en el cuello. La primera idea fue la flor, dónde hacerlo surgió después”, asume. Según explica el significado de la flor de loto “es nacer, vivir y ser hermoso en agua estancada, agua con mucho lodo. Algo bello en algo sucio... Eso en principio”, revela. Sin profundizar demasiado coincide con algunos tatuadores conocidos en la elección de cuello y rostro “por moda”, sostiene.

Oportuna, o cuanto menos cercana, resulta la definición de Stuart Hall. “La identidad se yergue no tanto de una plenitud de identidad que ya está dentro de nosotros como individuos, si no de una falta de totalidad la cual es “llenada” desde fuera de nosotros por medio de las maneras en que imaginamos que somos vistos por otros. No podemos hablar de una unidad idéntica, única naturalmente constituida, pero sí podemos hablar de una identidad construida a raíz de la diferencia con el otro. La identidad se construye a través de la diferencia y no fuera de ella, es decir yo no soy lo que el otro es, ni el otro es lo que yo soy. Por ello el artista al poseer una identidad ratificará su esencia, lo que es, o cómo se ve mediante su obra y la comunicará a los demás.



Difícil saber si Michel De Certeau se habrá cruzado con la idea del tatuaje, cual proceso metafórico de representación, en función a la articulación de los sujetos en la estructura social. De todos modos, quien hizo del trabajo etnográfico un baluarte reviste en la importancia del carácter ritual y cotidiano y en eso incluye modos particulares de andar, leer, cocinar. Tatuarse no es más que uno de tantos "andares en la ciudad".

El antropólogo Clifford Geertz, también distingue la importancia de los símbolos en la cultura, “construcción

que cada ser humano le da un sentido”. Su ejemplo, en relación a las múltiples significaciones respecto de “guiñar un ojo”, refleja la idea de que una acción cualquiera puede significar muchas cosas, según el contexto.



“Creo que tiene que ver con un tema de pertenencia y también que los chicos ven que el arte en la piel está más aceptado y las personas que son líderes están aceptadas públicamente, ellos son admirados y sus tatuajes también, entonces dicen: ‘mirá lo que se hizo, que bueno que le queda, lo quiero’”. Griselda Aranda (@griseldatatuadora)

Cartelera publicitaria

En las antípodas de este pensamiento el coreano Han confronta con el resto de los pensadores. “A raíz del culto a la autenticidad se han vuelto a poner de moda los tatuajes. En el contexto ritual los tatuajes simbolizan la alianza entre los individuos y la comunidad. En el siglo XIX, en el que sobre todo a la clase superior le gustaban mucho los tatuajes, el cuerpo era todavía una pantalla en la que se proyectaban los anhelos y



los sueños. Los tatuajes carecen hoy de toda fuerza simbólica. Ya solo señalan la singularidad de la persona que los lleva. El cuerpo no es aquí un escenario ritual ni una pantalla de proyección, sino una cartelera publicitaria. El infierno neoliberal de lo igual está habitado por clones tatuados”.

Así y todo, los testimonios de los artistas e influencers (realzando sus definiciones a partir del ‘hacer’ por fuera del sistema), dan cuenta de que, por ahora, no hay una solo razón para este fenómeno.



## Bibliografía

- BARREIRO CORES, Paula 'Arte y cultura en la obra de Antonio Gramsci'
- DIDI-HUBERMAN, George 'Supervivencia de las luciérnagas' 2002
- 1984 GARCIA CANCLINI, Néstor. '¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?' Punto de Vista,
- DE CERTEAU, Michel 'La cultura en plural'. Nueva visión 1994
- DE CERTEAU, Michel. 'La invención de lo cotidiano.». Athenea digital, 2003
- GEERTZ Clifford 'La interpretación de las culturas' Gedisa, Barcelona, 1983
- HALL, Stuart. 'Desde el sur: legados y apropiaciones. Buenos Aires CLACSO
- HAN, Byung-Chul 'La desaparición de los rituales'. Herder, 2020

## Referencias

- [https://www.clarin.com/familias/-hijo-quiere-tatuar-cara-experiencias-consejos-necesitas-saber\\_0\\_tw1b6OjQ2g.html](https://www.clarin.com/familias/-hijo-quiere-tatuar-cara-experiencias-consejos-necesitas-saber_0_tw1b6OjQ2g.html)
- [https://elpais.com/elpais/2020/02/11/album/1581440557\\_310078.html#foto\\_gal\\_14](https://elpais.com/elpais/2020/02/11/album/1581440557_310078.html#foto_gal_14)
- L-Gante 29 de mayo 2021
- <https://www.youtube.com/watch?v=eXJxn4SmIPs>
- Duki 3 de mayo 2021 entrevista con Ibai
- <https://www.youtube.com/watch?v=10w4lyUmjD4>
- cazzu
- [https://www.youtube.com/watch?v=4AM5ZFjc\\_6g](https://www.youtube.com/watch?v=4AM5ZFjc_6g)
- <https://www.univision.com/musica/foto-a-foto-los-tatuajes-de-cazzu-en-los-ensayos-de-premios-juventud-fotos>
- <https://laverdadnoticias.com/espectaculos/Cazzu-novia-de-Nodal-revela-que-significan-sus-tatuajes-20220704-0163.html>

# Florencia Peña, de Celebridad a Influencer o cuando la extimidad aflora para quedarse

De Paulo, Adrián Javier  
adriodep@gmail.com

**Universidad Nacional de Lomas de Zamora**

El caso de la actriz Florencia Peña, oficia de anclaje para intentar descifrar la incidencia de la virtualidad en hábitos, consumos pero fundamentalmente en la conformación de la identidad. Ni usuarixs ni famosxs son inmunes a tal fascinación: la propia



“Ya pasaron varios días sin poder recuperar mi cuenta en @instagram. ¿Quién determina que una foto sea censurada o no? ¿Un robot? ¿Por qué me reportan y me bajan la cuenta únicamente a mí? Los ejemplos de fotos mucho más explícitas sobran” (Florencia Peña @Flor\_de\_P)

“¿Cuál es, pues, ese otro con el cual estoy más ligado que conmigo mismo, puesto que en el seno más asentido de mi identidad conmigo mismo es él quien me agita?”. (Jacques Lacan)

Si no fuese que el reclamo proviene de una figura popular como es el caso de Florencia Peña con 30 años dentro del espectáculo diríamos que, cuanto menos, parecería excesivo suponer que desde las plataformas hayan dispuesto cancelar a alguien cuya representación simbólica va más allá de su reputación en Instagram.

Acaso la actriz, aún sin sucumbir (sin descartar que pueda elucubrar algún recurso marketinero) sea víctima de una extimidad incontrolable, en el sentido más lacaniano de la vida “Lo que estoy constreñido a no poder reconocer más que por fuera”, diría el hombre. Pero ni esto es psicoanálisis, ni Flor un solo otro/a sino varias y en este recorrido su rol en las redes en paralelo a su evolución profesional, explicaría semejante transformación a fin de entender la influencia de aquello que la volvió influencer para incidir sobre nosotros, su audiencia.

## ¿Qué he hecho yo para merecer esto?

Digamos que María Florencia Peña es sólo una de decenas de celebridades, como la China, Pampita, Mariano Martínez, el tándem Wanda-Icardi, Sergio el Kun Agüero o Tini Stoessel, ahora con su adosado novio futbolista De Paul, quienes transmutaron las formas de otrora revistas de chimentos y ciclos de espectáculos para volverse voces de autoridad desde la red social más exhibicionista del planeta. Algunxs lo hacen desde el confort o a propósito para compartir su novelada vida amorosa, lo cierto es que todxs ellxs tomaron las riendas de un espacio novedoso como es el mundo digital. O líquido, parafraseando a Zygmund Bauman para reformular a los mismísimos medios tradicionales con las recetas conocidas de la farándula, pero haciendo convivir en simultáneo las ventas de productos, el cumpleaños de un hijo, las noches apasionadas o el nuevo empapelado. “Vida de consumo”, resumiría el sociólogo y filósofo polaco, como veremos posteriormente.



Pero en nuestro caso concreto, digamos que sí son varias las décadas que separan a la “pechocha” de “La Puta Ama”, cuya decodificación de recursos en redes llevaron a que su sobreexposición terminen por emparentarla más a una advenediza y mediática que a la tradicional actriz exitosa. En tal sentido, las piedras y los escollos que le tocó sortear no hicieron más que realimentar aquello de lo que las reglas del juego pueden ser capaces en un mundo tan inmenso como la biosfera.

### Celebres actores de reparto

En los albores de los 90, la revelación de ‘Son de Diez’, tomó su primera decisión ajena a “las reglas de la actuación”. Por entonces, anunciaba sonrojándose desde la tele y las revistas su operación de busto a fin de evitar fuertes dolores de espalda (además de burlas y acoso, según su propio testimonio). Un par de años antes, probablemente sin que Flor lo supiera, Jean Baudrillard escribía acerca de la representación de los cuerpos “La simulación es el éxtasis de lo real, aludiendo a la moda y la tele”. Lo cierto es que la decisión de la actriz iba a corresponderse con un fenómeno de entonces. Mejor dicho dos: El auge de las cirugías estéticas y la convocatoria de modelos muy delgadas a las pasarelas.

Pero hablemos de redes y exposición. En su libro, ‘La era del individuo tirano’, Eric Sadin recuerda a los 90 como el modelo de una etapa especial. “Eran jóvenes seductores, hacían deportes, muchas veces estaban bronceados; eran tapa de revistas en los cinco Continentes”, contaba sobre el advenimiento de un mundo radiante. Sus palabras para un tiempo especial en verdad no son más que una farsa tal como califica el filósofo. “Porque todo indicaba que el poder había cambiado de lugar, imperceptiblemente que residía en otras esferas junto a los individuos”. Ni qué

decirlo nosotros en tiempos menemistas.

A la distancia, acaso tales fenómenos que acompañaron el interés de las masas hayan sido la antesala del universo digital: Gran Hermano, Talk Shows o realities varios donde cada gesto estuvo en juego, abrirían la llave de cierto inexplicable hedonismo. Los bloopes, alternando con la irreverencia cqcniara refuerzan tal idea, la televisión y los jóvenes a la vanguardia de la picardía individualista y cómplice. Mientras tanto, Flor saltaba de 'Chabonas' a 'Poné a Francella' y 'Disputas', sorteando el nuevo milenio. A la vez el "que se vayan todos" emergía luego del 2 K.

Los cambios de hábitos también dieron lugar a un mundo nuevo. La Web 2.0 se convertía en una infraestructura funcional y los usuarios "comenzaron a desplazar un número cada vez mayor de actividades cotidianas a entornos on line", según describe José Van Djick.

Este trabajo no tiene el propósito de anclarse en la evolución tecnológica, pero sí en pensar en el peso de las redes sociales respecto del interés general y el auge de sus exponentes. Por entonces Paula Sibia no fue la única que se detuvo en la tapa de 2006 de 'Times'. Sí, aquella del espejo que bendecía a "Usted" (lector) como protagonista del año. "La hora de los amateurs", como le gustó describir a la antropóloga brasileña, le dio sentido a las cosas televisadas y ahora hacía lo propio con quienes gustaban expandir en Facebook sus casamientos, la salida del hospital o el festejo tras recibir un regalo. "Un hombre común tiene un paladar olor a vino", cantaba antes Piero redundante y tal sobredescripción parece encajar casi con el espíritu de "cualquier transeúnte coronado a la fama".

Por ese entonces, la Peña ya era 'Moni' y más allá de la adaptación de la tira yanqui y el humor costumbrista de 'Casados con hijos' (que tantas controversias provoca en la actualidad) la historia refiere a esta noble virtud de alguien ordinario creyéndose celebridad.



A no acelerarse, digamos que en ese mismo año, con la promesa de convertir a la cultura en un ámbito más participativo basándose en el concepto de "colaborador" y esencialmente "usuario", se ingresaba al mundo de la cultura de la convergencia. En palabras de Henry Jenkins "En el que los viejos y los nuevos medios se daban la mano, las personas de a pie se entrecruzan con los medios corporativos y el poder del productor de los medios y del consumidor de estos interactúan de manera impredecible". "Prosumuarios" (¿prosumidores?)

es la palabra elegida y la que desencadenaría también la creación de nuevas plataformas con tales premisas en consideración.

Acaso el análisis de Van Djick respecto de la producción de la socialidad, permita entender el particular entramado ¿fundacional? entonces de "personas que promueven la interconexión como un valor social". Según la autora, ideas, gustos y valores son contagiosos y se esparcen a través de redes humanas lo que además incide en los modos de hacer y pensar de los individuos que la conforman.

Así comprende que los medios sociales son sistemas automatizados que diseñan y manipulan conexiones. Es ahí cuando desde las plataformas (como Facebook, pero también YouTube y Google) se siguen los rastros de tales deseos y reducen a algoritmos los vínculos entre dichas personas y sus ideas.

Tal forma "social" abarca tanto la conexión (humana) como la conectividad (automática) confusión alimentada a la deliberada ambigüedad que conlleva. La trampa de Zuckerberg que va de "hacer social la red" a hacer "técnica la socialidad" convierte entonces a las actividades de las personas en fenómenos formales, gestionables y por ende, manipulables.

“El mismo botón que indica lo que le gustan a nuestros amigos o pares, registra sus deseos al tiempo que los moldea”, confirma la investigadora van Dijck en su análisis.



Considerar la siliconización del mundo, en alusión a la cuna de las tecnologías digitales, que analizó Sadín como valor hegemónico sería cuanto menos reduccionista. Este modelo civilizatorio “basado en la organización algorítmica de la sociedad que trae aparejada la prescindencia de nuestro poder de decisión”, según estudia el filósofo francés merece ser cuestionado, pensando en recuperar tanto la soberanía individual como la colectiva.

Con otra perspectiva, quien gusta definirse como ingeniero filosófico, el chino Yuk Hui, evita (también desde la Inteligencia Artificial) separar el desarrollo tecnológico de la comunidad. Así, discute la idea tradicional de tecnología anclada a occidente para sumar la noción de “historia de la cosmotécnica” que alcanza a otras culturas antiguas como la china, azteca o maya. “Hay que pensar cómo podríamos reformular el concepto de tecnología y también el de la imaginación de la tecnología”, asegura. Heideggeriano el hombre.

Mientras pasa todo esto, la embajadora y protagonista eventual de este trabajo, ya atravesó todos los horarios de la pantalla chica, alternó el teatro off con los musicales, vio como un video privado suyo se volvió viral desde todas las plataformas, militó kirchnerismo con las consabidas repercusiones mediáticas, confundió a militantes tras sumarse al ‘Bailando’, además de viajar por el mundo con Marley y su staff de amigos permanentes. Faltaría un poco para reconvertir los rumores de engaño en “poliamor” y mirar con mejores ojos las mieles de las redes en beneficio propio.

### ¿Cómo llegamos hasta acá?

A veces hay que dar un paso atrás para comprender lo que sigue. Y acaso la noción de extimidad, también desde un especialista en estudios sobre cultura de la imagen y la comunicación audiovisual como Román Gubern explique a tal referente televisiva trascendiendo la cuna que la vio nacer, promediando los ochenta desde ‘Festilindo’. Precisamente en el 87, el español autor de ‘Exploración de la iconosfera contemporánea’, enlaza la noción de celebridad, con el consumo de imágenes y la ambición por alcanzar notoriedad. Para él, el star system de la tele superó al propio cine, fundado este fenómeno en los cimientos de “criterios de seducción colectiva, originado desde la industria cultural, que opera como fábrica de celebridades y estrellas del espectáculo”. Siempre y cuando, advierte, que la audiencia acepte el carácter estelar del personaje. Aunque Gubern imprime otro detalle no menor, más que en los hechos o en el contenido de los mensajes, se pone el eje en la cantidad y la frecuencia de las apariciones, lo que él denomina la telecracia, que se traduce en la fórmula “más apariciones, más valor”.



Aquello que consolida el carácter de fama de la muchacha, se da en simultáneo con un fenómeno que crece y del que todos somos testigos y parte y que el bueno de Mark supo plasmar en esa nueva convergencia tecnológica con cambios socioculturales, llamada Instagram: “el peso específico de la exhibición permanente de la vida cotidiana, a través del uso de imágenes fijas o en movimiento, es lo que da la relevancia de la apariencia y la noción de celebridad y, por consiguiente, la chance de cosechar un número importante de seguidores”, ratifica el español.

Frente a semejante alternancia expositiva, de la cultura 2.0 emergen exponentes que se ajustan a las reglas del consumo rastreadas por Bauman.

Saltar de sociedad sólida a líquida (de productora a consumidora) supone una reconfiguración de la idea moderna del sujeto cartesiano, que racionalmente se apropia de su entorno y sus objetos, a una noción de sujeto convertido en objeto o producto. Y es la exacerbación del consumismo la que opera en la vida social y pública, al punto de determinar la integración y formación del individuo y lo que es aún más profundo: la auto identificación de personas y colectividades. “Compro luego soy”, sería su paradigma modelo.

En la sociedad de consumidores nadie puede concebirse como sujeto sin antes convertirse en producto y nadie puede preservar su carácter de sujeto si no se encarga de revivir en sí mismo y ad infinitum, las bondades que se esperan en todo producto de consumo. “ser o no ser vendible, ahí el dilema”.

Y la trampa. Por esto Zygmunt Bauman encuentra en Internet “las posibilidades que la vida real nos niega”. Reconocer una identidad sin necesidad de adoptarla. En tal sentido, a través de las vías de comunicación, usamos la tecnología que permite compartir nuestra identidad, construirla, imaginarla, hacerla nueva.

Volviendo entonces a lo éxtimo, en modo lacaniano, mejor dicho a lo más íntimo, es decir aquello que está en el exterior y que el psicólogo describe como una fractura constitutiva de la intimidad, pensemos entonces que ese en ese lugar externo donde el sujeto descubre otra cosa.

Resultaría erróneo, sin embargo, suponer que la extimidad es otra forma expuesta de diario confesional. El propio comunicador Néstor García Canclini lo deja en claro en su libro ‘Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales’: “Las redes sociales, las webcams y los fotologs no siempre ni principalmente son medios de confesión donde exponemos nuestra personalidad”. Más bien lo toma como otro modo divergente de estar en el mundo. Otras formas de subjetivación.



### Falso ida y vuelta

Por momentos Peña juega a ser Mirtha, Susana, la One o Jey Mammon, una comprometida política y, por qué no, una potencial standupera. Florencia juega a la vista y con razón. Cómo no va a jugar si de eso también se trata su vocación. Claro que de a ratos, acaso sin darse cuenta desde su living en América, la actriz empatiza con sus invitados hasta incluso trascender lo anecdótico del entrevistado para anteponer sus experiencias.

Seamos justos, la chica que cuenta con 5,6 millones de seguidores en Instagram quizás actúe sujeta a la dinámica que representa.

Acaso Gilles Lipovetsky desde 'La era del vacío' nos permita comprender semejante percepción donde se erosiona la identidad individual y se exagera el ámbito privado. Eso que el filósofo experto en posmodernidad definió como neonarcisismo donde lo más importante es el "aquí y ahora".

Hipertrofia del ego y exaltación del discurso en primera persona, son distinciones de tal modalidad que exigen la naturaleza del mensaje, describe el francés "Placer por expresarse para nada, para sí mismo, pero con un registro amplificado por un médium (...) sin otro objetivo que ser grabado por un micropúblico", asume Gilles ya en 1983.

Por supuesto que esto no es exclusivo de Florencia. Basta con ver al Kun apelando "al vivo" de su cuenta para opinar sin red de cuanto tema se le cruce o tantxs referentes dispuestxs a ser entrevistadxs por sus seguidores para hablar de "lo que quieran saber".

Al pensador coreano Byung Chul Han le gusta enmarcar el presente como sociedad de la transparencia. Según él conviven tanto la exhibición pornográfica como el control panóptico a punto tal de transformarse en lo mismo. Han describe a la red como un panóptico electrónico, que nos arroja al exhibicionismo y el voyeurismo. "La sociedad de control se consume cuando su sujeto se desnuda no como respuesta a una coacción externa, si no por una obligación autogenerada, cuando el miedo a perder su esfera íntima privada deja lugar a la obligación de exponerse impudicamente". Según el autor de "Topología de la violencia", la coacción de la transparencia no es, al fin y al cabo, un imperativo ético o político si no económico. El alumbramiento es explicitación. La comunicación es comercio. "Quien está alumbrado por completo está arrojado a la explotación. La sobreexposición de una persona maximiza la eficiencia económica". Imposible no pensarlo en sintonía con Bauman.

Ya en el cierre de este trabajo, el rating de LPA resulta anecdótico. No tanto así, el hecho de ingresar a la tercera

semana de cancelación de la protagonista en suerte. Mientras tanto, Florencia va sumando aliadxs para DivasPlay. “Me abrí un perfil y voy a subir todas las cosas que no me permite subir el Instagram y los quería invitar que sean parte de esta fiesta porque ustedes saben que si hay algo que me encanta es disfrutar de mi cuerpo y de mi sexualidad. Espero que ustedes también lo hagan como quieran, dónde quieran y con quién quieran”, dijo en un breve video publicado en Instagram para luego cerrar: “Como me parece interesante ser inspiración, los espero en Divas Play”.



Sin saberlo Byung, termina emparentando la estrategia de la actriz-influencer con lo obsceno que caracterizan los tiempos de la transparencia.

“La supresión absoluta de fronteras y umbrales es pornográfica. También son obscenos los caudales planos e ininterrumpidos de hiperinformación e hipercomunicación, que carecen de la negatividad del secreto, de lo inaccesible y lo oculto. Obsceno es librarlo todo a la comunicación y la visibilidad. La comunicación sin escenografía es pornografía”. ¿Contundente no?

En una nota reciente, la doctora en Ciencias Sociales, Margarita Martínez, especialista en nuevas tecnologías y subjetividades contemporáneas se refirió de un modo, digamos más ¿tolerante? de compartir imágenes.

“La monetización directa de algo que no se puede definir como prostitución, pero que a la vez supone la transacción sobre un flujo libidinal, como las fotos y videos que las usuarias suben a OnlyFans, nos obliga a discutir el rol de lo libidinal en todas nuestras transacciones en redes. No sólo eso: nos obliga a preguntarnos acerca de lo libidinal como motor de la popularidad, primero, y de la circulación de dinero, después”. asume.

Como sea, desde lugares disímiles, con sus particularidades culturales, sus profesiones y el notorio narcisismo como denominador común, lxs influencers se encargan de abolir la privacidad con sus propios recursos y herramientas. Hasta donde dispongan, claro está, los mentores de sus vidrieras.

## Bibliografía

BAUDRILLARD, J. La transparencia del mal, Barcelona, España: Editorial 1993

BAUMAN, Z. Vida de consumo, Méjico, Méjico: Fondo de Cultura Económica 2007

GARCIA CANCLINI, Néstor Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales Editorial Fundación Telefónica 2012

GUBERN, Roman La mirada opulenta. Exploración de la iconósfera contemporánea Editorial Gustavo Gili, S. A.

1992

HAN, Byung Chul Topología de la Violencia Editorial Herder 2016

HUI, Yuk Fragmentar el Futuro Editorial Caja Negra 2020

LACAN, Jacques El psicoanálisis y su enseñanza Escritos Editorial Siglo XXI 1957

LIPOVETSKY, Gilles La era del vacío Anagrama 2003

SADIN, Eric La era del individuo tirano Editorial Caja Negra 2022

SIBILIA, Paula La intimidad como Espectáculo Ed. Fondo de Cultura Económica de España 2008

TARULLO, R ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. Prisma Social, 29(2), 223–239. 2020

VAN DIJCK, Jose La cultura de la conectividad Siglo XXI 2016

<https://www.iproup.com/innovacion/28006-florencia-pena-se-suma-al-negocio-millonario-de-contenido-hot>

<https://www.diariodemocracia.com/vida/espectaculos/266419-suspenden-instagram-florencia-pena/>

<https://www.a24.com/primiciasya/suspendieron-otra-vez-la-cuenta-florencia-pena-instagram-de-verdad-n1032882>

<https://adepa.org.ar/audiencias-digitales-el-desafio-de-escuchar-y-conversar-con-los-lectores-para-potenciar-el-contenido/>

<https://www.infobae.com/cultura/2022/04/19/tres-filosofos-y-una-pregunta-las-pantallas-unen-a-las-personas-en-epocas-de-peligro-psiquico-y-politico/>

Innerarity, D., & Colomina, C. (2020). La verdad en las democracias algorítmicas.

Revista CIDOB d'Afers Internacionals, 124, 11–24.

<https://doi.org/10.24241/rci.2020.124.1.11>

<https://mott.pe/noticias/top-100-influencers-en-instagram-del-mundo/>

<https://influencermarketinghub.com/es/principales-influencers-en-instagram/>

<https://www.losandes.com.ar/por-las-redes/a-florencia-pena-le-volvieron-a-suspender-su-perfil-de-instagram-y-ella-se-descargo-a-quien-le-molestan-mis-fotos/>

[https://www.clarin.com/revista-enie/ideas/yuk-hui-vivimos-tiempos-inquietantes-falsedad-normalizada-\\_0\\_PlcJ881l.html](https://www.clarin.com/revista-enie/ideas/yuk-hui-vivimos-tiempos-inquietantes-falsedad-normalizada-_0_PlcJ881l.html)

<https://ethic.es/2022/07/eric-sadin-entrevista/>

# Disrupción nostálgica en los ritmos urbanos argentinos

Ignacio Del Pizzo

delpizzoignacio@gmail.com / ignacio.delpizzo@unq.

**Universidad Nacional de Quilmes**

## Introducción

La presente ponencia se desprende de la tesis “Apropiación digital, disrupción nostálgica y alternatividad estética: un análisis sobre la escena musical urbana argentina (2018- 2022)” defendida en mayo de 2023 en el marco de la Maestría en Comunicación Digital Audiovisual (MCDA) de la Secretaría de Posgrado de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). El presente texto se enfoca en el análisis de los rasgos nostálgicos en las producciones de referentes de la escena musical mainstream argentina. Se reconoce la construcción semiótica a partir de un pasado no vivido, las referencias directas e indirectas de influencias y la exaltación del presente y el futuro, pero con fuertes reminiscencias, en videoclips de YouTube, arte de tapas en Spotify y publicaciones en Instagram.

## La nostalgia en la cultura pop

Si situamos al lanzamiento del Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band de The Beatles en 1967 como el trabajo inaugural del pop pastoral británico, vemos que las juventudes, comprendidas como sujetos sociales productoras de sentido, han creado artísticamente a partir del recuerdo de un pasado no vivido. El puntapié inicial del recorrido es ese disco como obra conceptual en sí misma, y especialmente sus canciones When I’m Sixty-Four (compuesta por Paul McCartney durante su adolescencia en homenaje a su padre) y Being for the Benefit of Mr. Kite! (gestada por John Lennon tras analizar, en un negocio de antigüedades, un afiche promocional de una feria victoriana). Con la legitimación aprobada por la crítica especializada y la popularidad otorgada por las audiencias masivas, la característica nostálgica de la industria cultural quedó asentada para siempre, incluso en las coyunturas particulares de fenómenos reconocidos como novedosos. Así, y a partir de la escena musical, estos mecanismos de enunciación comenzaron a producirse en distintos ámbitos de la producción artística e incluso de la representación identitaria. Abrazada por movimientos artísticos o apropiada por tendencias de diversas modas, la nostalgia como elemento aglutinador se robusteció con el paso de los años y la hallamos en el campo de la creación y hasta en la conformación semiótica de los artistas y sus audiencias.

Tras el auge futurista que primó en grandes sectores de la industria cultural occidental durante la segunda mitad del siglo pasado, a partir del cambio de milenio ciertas tendencias comenzaron a torcer esa hegemonía, y lo hicieron a partir de la popularización de nuevas pantallas que, en su definición como novedad y reminiscencia, se constituyeron como herramientas de lo que en primera instancia podría haberse considerado como una paradoja: a medida que más dispositivos técnicos están a disposición de mayor cantidad de personas, y que se desarrollan tecnologías gestadas a partir de las múltiples y diversas apropiaciones, las producciones de sentido son cada vez más nostálgicas.

Para ejemplificar a partir de un escenario virtual, vemos que Instagram, una de las redes sociales más populares entre los jóvenes de gran parte del mundo, cuenta con un logo que devino de adaptaciones gráficas de la célebre cámara

de fotos analógica Polaroid. Lo que es más, entre sus funciones más populares se destacan los filtros que pueden aplicarse sobre las fotografías publicadas: aquellas que tamizan las imágenes por cánones estéticos de épocas pasadas, o con características que responden a la calidad de las mismas en tanto su definición técnica que referencian a dispositivos analógicos de antaño (impresiones en blanco y negro, marcas del uso de rollos analógicos como método de registro, granulado en la imagen, etc.), son sumamente populares entre jóvenes usuarios.

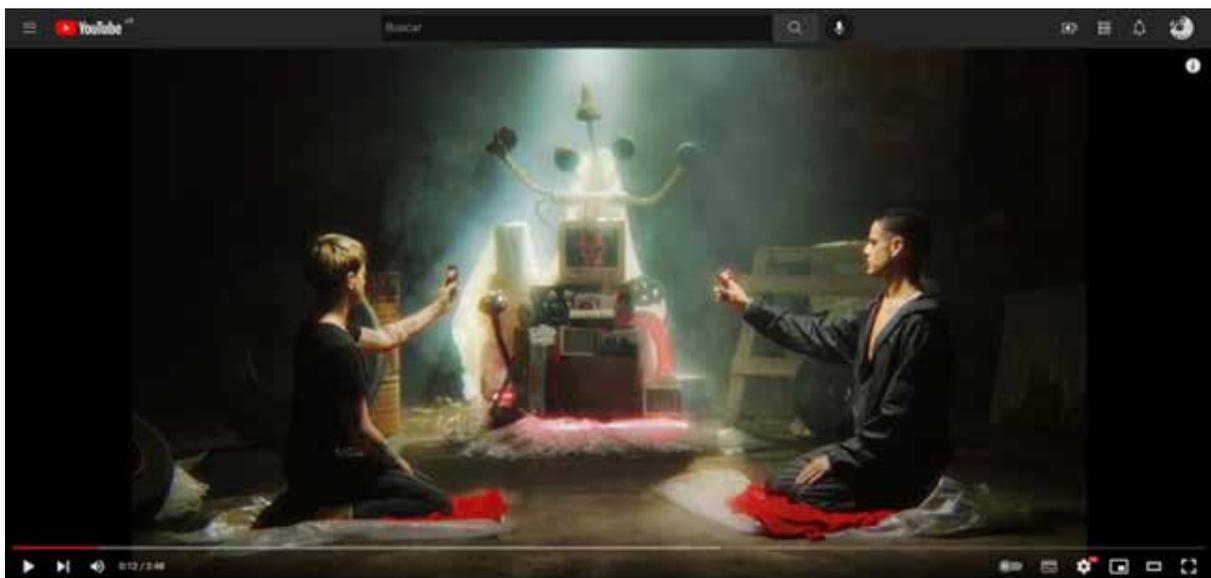
Si nos ubicamos en escenarios físicos, vuelven a erigirse diversos espacios que rememoran a las antiguas salas de arcade y, en los casos en que esto no se produce de forma tan marcada, los usos hogareños de videojuegos actuales conviven con emuladores de juegos de décadas pasadas que pueden ser utilizados en consolas de última generación, diseñadas originalmente para usar videojuegos con muchos más requerimientos técnicos que buscan un mayor “realismo” y ser “más modernos” en su concepción y diseño original. La vestimenta no se queda atrás y las modas vintage están a la orden del día; cruzando las generalidades con los objetivos de esta ponencia, vemos que los cantantes, músicos, productores y seguidores de los ritmos urbanos utilizan líneas de marcas globales específicamente creadas en este sentido (Originals, de Adidas; Jordan, de Nike) o firmas que fueron populares en el pasado, perdieron posteriormente popularidad y nuevamente están entre las tendencias contemporáneas (New Balance, Fila).

Específicamente en la escena musical, también se responde a una tendencia global que de alguna forma es hereditaria de los diversos folclores, en casos más extremados como las composiciones estadounidenses con sonido low-fi (Daniel Johnston, John Frusciante) o más evidentes en distintas latitudes (los mongoles The Hu, los japoneses Kikagaku Moyō). Encontramos ejemplos que responden a la construcción semiótica a partir de un pasado no vivido, las referencias directas e indirectas de influencias y la exaltación del

presente y el futuro, pero con fuertes reminiscencias. Las imágenes responden a capturas de pantalla propias realizadas a partir de las publicaciones en los canales oficiales de cada artista en cada una de las plataformas citadas.

Construcción semiótica a partir de un pasado no vivido

- Videoclip en YouTube: Ola mina XD (Ca7riel y Paco Amoroso)



Con una puesta en escena construida a partir del llamado shitposting (jerga de internet referida a la publicación intencional de contenido de mala calidad y con errores, generalmente con fines humorísticos), se suceden signos de un pasado cercano, pero de todas formas no vivido por los protagonistas: monitor de tubo, CD ROM, camisetas de fútbol de hace algunas décadas, humoristas y personajes mediáticos representativos de la televisión argentina de la década del '90, escenas de capítulos de The Simpsons de la misma época, juguetes clásicos y dispositivos electrónicos obsoletos en la contemporaneidad (como parlantes, cámaras, etc.).

Además, en la pantalla-altar aparecen en reiteradas ocasiones -reforzando lo enunciado por el sonido- las letras X y D que, juntas, constituyen un símbolo en términos peircianos: rememoran el antecedente al emoji que demuestra vergüenza o pudor, utilizado en mensajes interpersonales cuando los dispositivos no contaban con la definición gráfica actual (XD es la antigua representación de un rostro sonriente con ambos ojos cerrados).

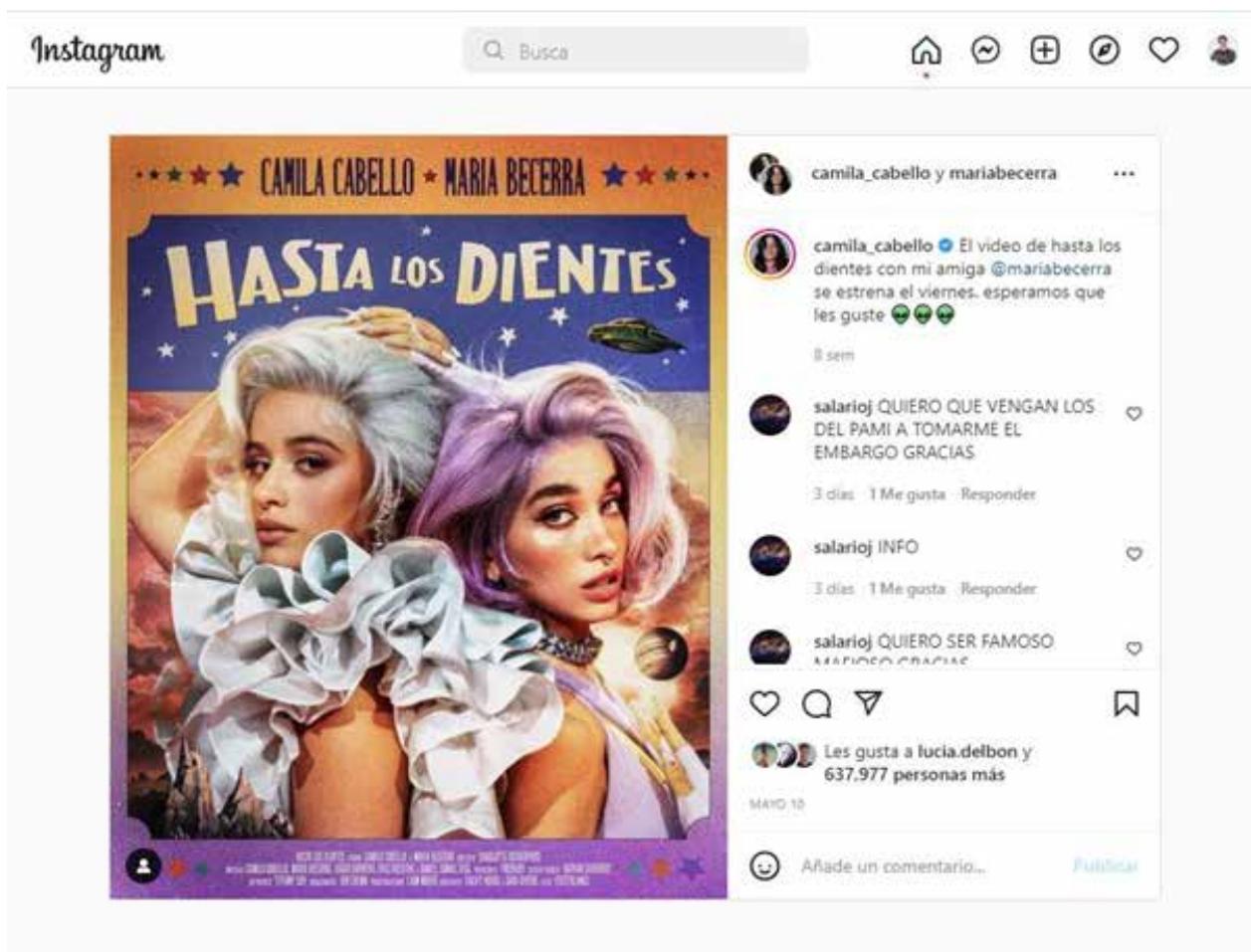
- Arte de tapa en Spotify: Antes de perderte (Duki)



El arte de tapa de este simple de difusión es una referencia a la película estadounidense Casablanca de 1942. La fotografía está tomada en un set que emula al bar en el que transcurre buena parte del largometraje y en el que, además, se desarrollan las secuencias que cuentan con música diegética interpretada por músicos en escena que son importantes en el desarrollo de la historia original porque se dividen entre aquellas en las que se disputa políticamente el territorio por los personajes (el himno patriótico alemán Die Wacht am Rhein es interrumpido por La Marsellesa) y las que a su vez también hacen referencia al pasado de los protagonistas, esta vez, efectivamente transcurrido en sus biografías personales.

En lo que respecta a Duki, el autor de la pieza, está peinado y vestido a los modos de la época y las partes del cuerpo que tiene al descubierto, rostro y manos, aparecen despojadas de los tatuajes con los que las tiene cubiertas. Aquí asistimos a un tratamiento digital que se traduce en el borrado de las marcas estéticas de las juventudes actuales para celebrar una hegemonía estética de hace ochenta años.

- Publicación en Instagram: Hasta los dientes (María Becerra y Camila Cabello)

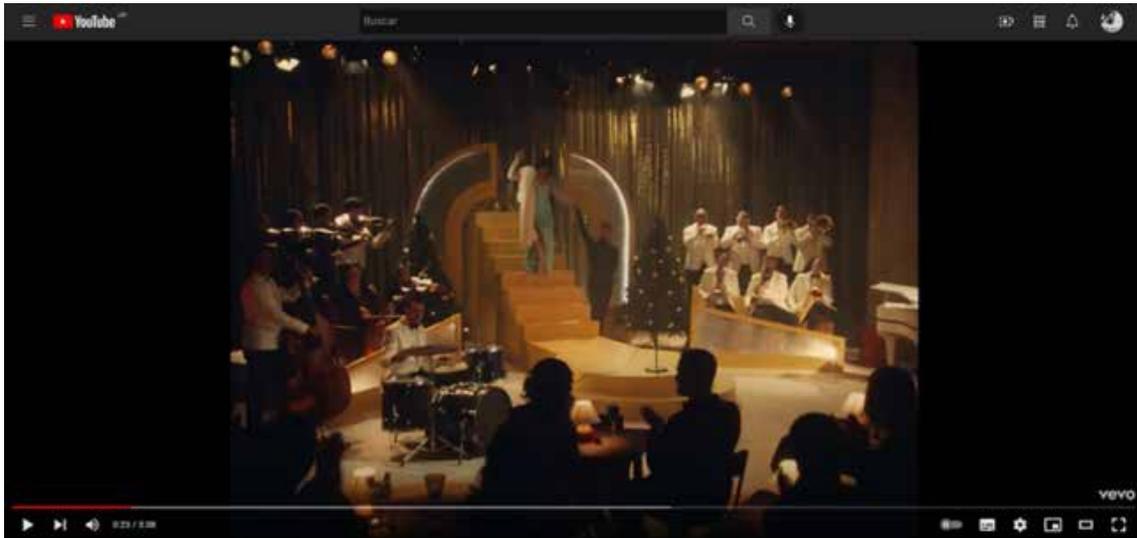


Esta publicación de Instagram de María Becerra es compartida con la cantante cubana Camila Cabello. Se trata del póster promocional de un videoclip de pronto estreno; en el comentario refuerza el anuncio, arroba a su colega y suma emojis de extraterrestres vinculados con el póster.

La mencionada imagen consta de un recuadro en el que se destacan los nombres de las protagonistas en la parte superior y, en la inferior, se menciona al resto del equipo realizador con una tipografía de menor tamaño, emulando los afiches cinematográficos clásicos en formato analógico. Asimismo, el interior del recuadro muestra a ambas artistas vestidas, maquilladas y peinadas emulando a las películas de ciencia ficción de las décadas del '60, '70 y '80 en lo que parece ser un planeta alejado, bajo un cielo estrellado en el que convergen imágenes de una nave espacial, terreno montañoso y otro cuerpo celeste.

## Referencias directas e indirectas de influencias

- Videoclip en YouTube: Copa glasé (Nathy Peluso)



Este caso resulta interesante porque amplía el espectro de influencias que el discurso hegemónico relaciona con los ritmos urbanos argentinos. La canción se enmarca dentro de la tradición de las big bands de jazz cuyos orígenes se rastrean en la década del '10 del siglo pasado, y alcanzaron la masividad a partir de la década del '40. El videoclip muestra la ejecución en vivo de la canción frente a una audiencia y, a la vez, se evidencia su registro audiovisual para su transmisión. La instrumentación está compuesta por piano de cola, batería ejecutada con escobillas, contrabajo, vientos y cuerdas, todos instrumentos que no suelen ser utilizados en el resto del repertorio de la cantante. La composición etaria de los personajes, tanto músicos como integrantes de la audiencia, supera a la media de los artistas y público que acompaña a Nathy Peluso en sus shows.

La producción finaliza con la despedida de la cantante a modo de diva que recibe la pleitesía de sus fanáticos, mientras la banda sigue sonando y aparecen en escena los créditos de la producción. Ella se encuentra en una escalera por sobre el resto, una característica central de la época representada, pero desdibujada en la contemporaneidad.

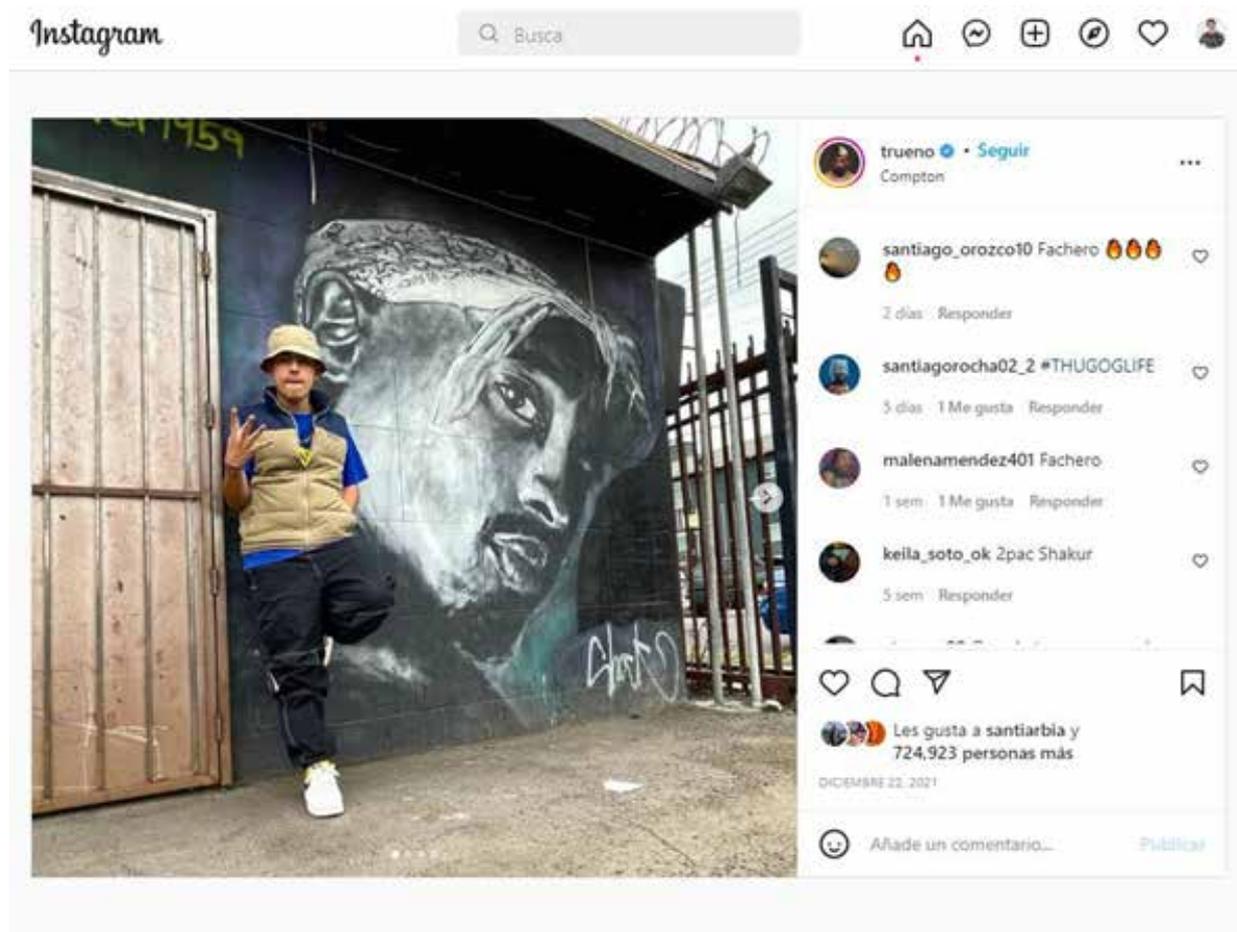
- Arte de tapa en Spotify: Ouke (Ca7riel y Paco Amoroso)



La distribución de la imagen del simple se divide siguiendo la lógica del arte de tapas de los discos de cumbia romántica yailable de los '80, '90 y primeros '00, en los que el nombre del artista y/o grupo junto al título del álbum o el esperado mayor hit tenían un lugar predominante, acompañados con una fotografía de los músicos o cantantes principales. Y, también, se utilizan paletas de colores llamativas. En este caso puntual, los cuerpos de ambos tienen tal importancia que hasta se superponen con ambas inscripciones.

Ca7riel y Paco Amoroso visten camisas denominadas “vaqueras” que remiten a la escena de rancheras, con presentaciones en vivo en espacios pequeños, alternativos y no necesariamente ambientados para albergar espectáculos musicales. La aparente prolijidad de las mismas, reforzada por sus pantalones apretados ceñidos con cinturones de cuero, contrastan con sus poses, tatuajes y peinados que dialogan desde el presente con esos rasgos hereditarios de músicas populares.

- Publicación en Instagram: Tupac Shakur (Trueno)



En esta publicación sin comentario alguno y ubicada en Compton, ciudad de Los Ángeles, Trueno posa recostado sobre un mural callejero que homenajea a Tupac Shakur, referente del subgénero gangsta rap, asesinado a los 25 años bajo la modalidad drive-by shooting (crimen en el cual se dispara un arma de fuego desde un vehículo en movimiento contra un transeúnte; dicha modalidad fue muy asidua durante los años '20 por integrantes de la mafia de Estados Unidos y volvió a ser utilizada en el marco de los enfrentamientos entre pandillas en la década del '90). Se trata de una figura ineludible en el desarrollo musical de la escena, pero también como ícono de la lucha contra las desigualdades.

El artista argentino se encuentra utilizando la camiseta de Boca Juniors, club del que es hinch y emblema del barrio de La Boca de donde es oriundo. Este homenaje es una clara referencia de sus influencias, tanto en lo referido estrictamente a lo musical como a sus postulados ideológicos en términos más amplios.

## Exaltación del presente y el futuro, pero con fuertes reminiscencias

- Videoclip en YouTube: Mirá Mamá (Wos)



En este videoclip Wos celebra su presente declarando que se trata de un momento que vale la pena ser vivido, además de representar el escenario de un futuro aún superador, pero muestra numerosas referencias al pasado. En lo que respecta al formato, la producción cuenta con subtítulos, es en blanco y negro y posee un ratio de imagen 4:3, la relación de aspecto clásica de los televisores de tubo hogareños previo al advenimiento de la tecnología wide-screen.

Tanto la producción audiovisual como la letra de la canción están dedicadas a la madre del artista, a quien le comunica sus emociones en relación a los progresivos logros de su carrera. Lo hace mediante imágenes de archivo de su infancia (jugando a la pelota en un patio, filmándose con la cámara de video, bailando descalzo sobre una alfombra), de su vida cotidiana en la contemporaneidad (reuniones con amigos, tareas domésticas, paseos) y de su quehacer como referente de la escena de los ritmos urbanos nacionales (conciertos, grabaciones, detrás de escena).

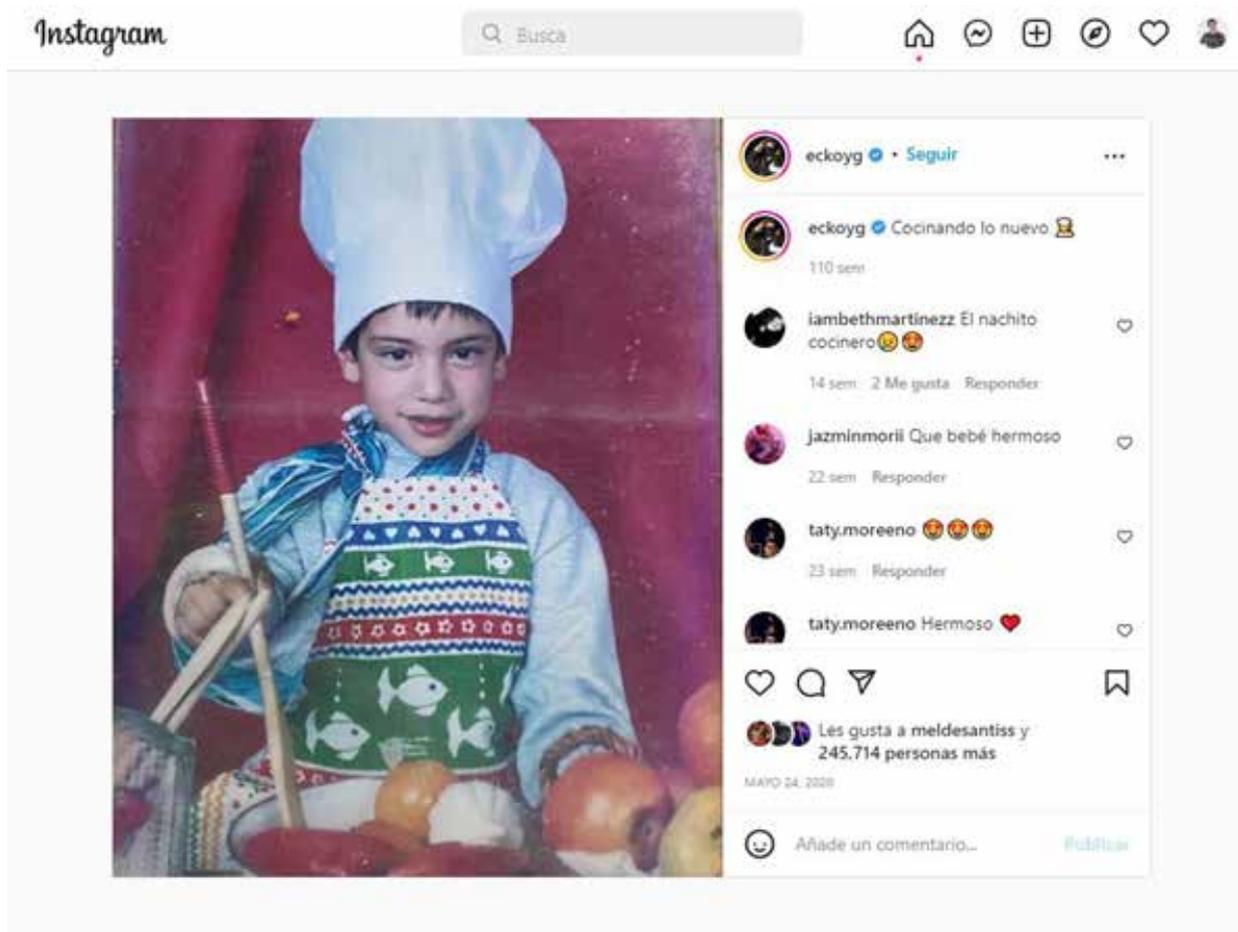
- Arte de tapa en Spotify: Homerum (Paulo Londra)



El arte de tapa de este disco, el primero de Paulo Londra, únicamente consta de una fotografía suya de niño, capturada con una cámara analógica, lo que se evidencia en el gramaje de su calidad y en el brillo rojizo de sus ojos, considerado como un problema en ese tipo de registros. No se aclara quién es el artista, esa interpretación se deja a consideración de quienes puedan asociar esa imagen con la de Londra de niño.

Con el título del disco pasa algo similar, pero con una particularidad: si bien tampoco aparece escrito de manera sobreimpresa, el buzo que utiliza el niño fotografiado tiene la leyenda “HomeRun”, referida a una jugada característica del béisbol. El disco se titula Homerun, sin la “r” en mayúscula, mostrando una adaptación de dicha nomenclatura, también popularmente conocida como “Home Run”, “Home run” o hasta “jonrón”. El sentido se refuerza con la imagen de dicha vestimenta, que muestra al personaje animado Garfield practicando ese deporte utilizando un buzo rojo y un gorro, idénticas prendas que viste el niño que, de adulto, titula de esa forma su disco debut.

- Publicación en Instagram: Cocinando lo nuevo (Ecko)



En esta publicación de Instagram se repite la tendencia del ejemplo anterior, en la que el artista comparte una fotografía analógica de su propio cuerpo siendo niño. Aquí es acompañada con la leyenda “Cocinando lo nuevo” y un emoji que representa a un cocinero. Resulta pertinente el ejemplo porque se muestra un pasado (la foto) desde un presente continuo (uso del gerundio en el texto) apelando a un futuro conocido (certeza sobre lo que será “lo nuevo” cuando se publique el material que se encuentra en producción).

En lo que respecta a la imagen, observamos a un niño que se encuentra jugando a ser cocinero, pero principalmente posando para la ocasión: hay un telón de fondo, los accesorios de la vestimenta son específicos (delantal, gorro) y con un cucharón de madera “revuelve” un plato que contiene alimentos (morrón, cebolla, ajo) que todavía no se están cocinando.

## Algunas conclusiones posibles

Es cierto que muchos de quienes son jóvenes en la actualidad habitan asiduamente escenarios -virtuales, en muchos casos- en los cuales la instantaneidad goza de un estatus altamente legitimado, pero creemos que lo responsable es delimitar los análisis acerca de dichas prácticas y no tratar aplicar generalizaciones vacuas sobre diversos fenómenos que, por desconocidos o como mínimo lejanos del considerado universo adulto, no por eso son simples, sino más bien todo lo contrario.

La escena musical urbana argentina se postula como lo novedoso en comparación con las escasas actualizaciones de los principales referentes de otros géneros musicales. Muchos de ellos se encuentran sumidos en crisis de distintos tipos (creativa, de convocatoria, de capacidad de influencia en las conversaciones inherentes al campo de la cultura, etc.).

El sentido de colaboración entre artistas, la cercanía con sus audiencias, la escasa participación en espacios de legitimación históricos como los medios de comunicación clásicos, la creación de comunidades (físicas y virtuales) y el sostenimiento de una postura estética más allá de las modas ocasionales, ubican a estos emergentes del campo de la cultura como sujetos de estudio más que interesantes. Tras lo expuesto, confirmamos a la disrupción nostálgica como fundamental en estos procesos: la reconocemos como una característica excluyente de este fenómeno, a la altura de la tradición hereditaria de la cultura popular y masiva. Específicamente, aquella vivenciada y compartida por juventudes constituidas como referenciales del mainstream más contemporáneo.

## Bibliografía

- Becker, Howard (2014). *Outsiders: hacia una sociología de la desviación*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Bhaskar, Michael (2017). *Curaduría. El poder de la selección en un mundo de excesos*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Cambiasso, Norberto (2014). *Vendiendo Inglaterra por una libra. Una historia del rock progresivo británico. Tomo 1: Transiciones de la psicodelia al prog*. Buenos Aires, Gourmet Musical Ediciones.
- Cambiasso, Norberto (2022). *Vendiendo Inglaterra por una libra. Una historia del rock progresivo británico. Tomo 2: Del revival al progressive folk*. Buenos Aires, Gourmet Musical Ediciones.
- Heylin, Clinton (2007). *Vida y milagro de Sgt. Peppers's. Un disco para una época*. Barcelona, Global Rhythm.
- Hoggart, Richard (1990). *La cultura obrera en la sociedad de masas*. México D.F., Grijalbo.
- Jenkins, Henry (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- Jenkins, Henry (2009). *Fans, blogueros y videojuegos: La cultura de la colaboración*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- Jenkins, Henry (2010). *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- MacDonald, Ian (1994). *Revolution in the head. The Beatles' records & the sixties*. Londres, Fourth State.
- Montero, Hugo (2020). *El pibe de la plaza*. Lomas de Zamora, Sudestada.
- Murolo, Norberto Leonardo; y Del Pizzo, Ignacio (2021). *Cultura Pop: Resignificaciones y celebraciones de la industria cultural en el siglo XXI*. Buenos Aires, Prometeo.
- Murolo, Norberto Leonardo (2012). "Nuevas Pantallas: un desarrollo conceptual"; en *Razón y Palabra*. Primera revista digital en Iberoamérica especializada en comunicología (N°80). Monterrey, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Murolo, Norberto Leonardo (2017). "Pensar en pantallas: jóvenes, tecnologías, usos y narrativas"; en

González, Néstor Daniel y Nicolosi Alejandra Pía (compiladores). Transiciones de la escena audiovisual: perspectivas y disputas. Bernal, Universidad Nacional de Quilmes.

- Scolari, Carlos (2013). Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona, Deusto.
- Thompson, Derek (2018): Creadores de hits. Cómo triunfar en la era de la distracción. Madrid, Capitán

Swing.

# El arte correo en el nuevo milenio en y desde Argentina

Marcela Haydeé Navarrete  
navarrete.h.marcela@gmail.com

UNSL - UNLP

## Resumen

Esta ponencia tiene el objetivo de presentar el problema y los ejes de trabajo de investigación correspondiente a la tesis doctoral titulada: “Arte y comunicación: mediaciones tecnológicas y políticas en las prácticas del arte correo en el siglo XXI” (Doctorado en Comunicación, FPyCS, UNLP)<sup>1</sup>. La tesis estudia al *arte correo*<sup>2</sup>, internacionalmente conocido como *mail art*, cuyo inicio se vincula con las vanguardias de mediados de siglo XX. Lo aborda como una producción sociocultural en un espacio-tiempo y en una zona de cruces entre el arte y la comunicación, en el marco de la cultura contemporánea.

La investigación realizada se orientó a reconocer y problematizar las mediaciones tecnológicas y políticas en las prácticas de esta tendencia artística. En su carácter de tecnopoética (Kozak, 2012) se analizaron las continuidades, desplazamientos y transformaciones de los imaginarios que orientaron las concepciones y prácticas dentro de la tendencia artística en los setenta y ochenta, respecto del cambio de siglo, en un período delimitado entre 1995 y 2012. Se tomó esta marca temporal al considerar que a fines de los noventa es cuando se instauraron las redes y los medios digitales.

Para esto, se analizaron discursividades, prácticas, espacios y producciones de artistas correo de la generación fundacional del Cono Sur de Latinoamérica, y de los nuevos actores/as desde mediados y fines de los noventa en Argentina. Al respecto, la ponencia ofrece un mapeo de las principales zonas estudiadas y sus resultados.

El trabajo de campo y el análisis permitieron visualizar los sentidos producidos en torno de una práctica artística y comunicacional, dentro de una dinámica cultural cambiante, fluctuante, con cambios y permanencias. Se pudo interpretar cómo el imaginario utópico que animó al arte correo en los setenta y ochenta fue interpelado por las nuevas tecnologías en el nuevo milenio, generando un cambio de régimen de visibilidad y una temporalidad social específica. Frente a eso, el arte correo del nuevo milenio vacila y resiste con otras tácticas críticas y disruptivas, buscando preservar la densidad de la experiencia de la comunicación amenazada hoy por la instantaneidad, la fragmentación y la desmaterialización.

## Ponencia

La tesis doctoral se enmarcó en la línea de investigación “Comunicación, Sociedad y Cultura” del Plan de Estudios del Doctorado en Comunicación, de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Su objeto, el arte correo, es una producción sociocultural situada en un espacio-tiempo y en una zona de cruces entre el arte y la comunicación. Ambos campos de producción simbólica están estrechamente relacionados en la cultura contemporánea.

La idea de campo, en el sentido de Pierre Bourdieu (1978), si bien no indica una autonomía plena que sería hoy

---

1 Dirigida por la Dra. Claudia Kozak (UBA-CONICET), defendida el 2 de noviembre de 2022, en la FPyCS, UNLP.

2 Se destaca en cursiva solamente esta primera mención de la tendencia.

impensable, señala que hay ciertas lógicas y dinámicas institucionales, así como lenguajes, prácticas y modos de producción, circulación y reconocimiento de los discursos que reservan cierta especificidad. Me interesó no perderlo de vista, y también pensar a este objeto en sus anudamientos; consistencias y porosidades, tensiones y movimientos.

El ámbito temático donde se inscribe está delimitado por la relación comunicación/cultura (Schmucler, 1997), en el marco del cual pueden precisarse las múltiples interrelaciones entre arte, tecnología, comunicación y política que se producen en procesos sociales y culturales complejos, históricamente situados.

## El arte correo

Conocido internacionalmente como *mail art*, en América Latina se lo llama también *arte postal* y sus practicantes son denominados *artistas correo*, *artecorreístas* o *artistas postales*<sup>3</sup>. Edgardo Vigo prefiere denominarlo “Comunicación a distancia–vía postal”, en reconocimiento de los planteos del artista francés Jean-Marc Poinot en su libro *Mail art, Communication à Distance* (1971, citado en Vigo, 1975).

En cuanto a su definición, sus practicantes se resisten a precisarla de manera taxativa porque rechazan todo encasillamiento y reivindican su carácter híbrido y marginal. No obstante, enuncian definiciones a través de sus declaraciones, caracterizaciones, tendencias, que explicitan un conjunto de convicciones compartidas que han dado vida y continuidad a esta tendencia artística, aún hoy vigente. Estas disquisiciones emergen del análisis de publicaciones de arte correo, folletos, catálogos, declaraciones, artículos, libros y otros documentos que circulan en la web.

El arte correo surgió en los sesenta cuando un conjunto de artistas vanguardistas, mediante sus estrategias lúdicas y de experimentación, buscaron *descontracturar* los cauces del sistema artístico institucional, abriendo nuevos espacios expresivos y formas de circulación del arte. Al mismo tiempo, establecieron un diálogo entre dos elementos que tienen centralidad en la emergencia de la modernidad: el arte y el correo postal, ambos portadores de un horizonte utópico y un régimen de visibilidad específicos de esta época. No obstante, al ligar a ambos, se produce una apropiación táctica<sup>4</sup>, a través de un gesto que recepciona modos de producción y circulación preexistentes, al tiempo que impugna otros (tales como mecanismos y principios del proyecto moderno que los impulsaron en su carácter de instituciones legitimadas y legitimadoras).

Desde su emergencia, la unión entre un conjunto de formas artísticas heterodoxas (objetos postales, sellos, libros de artista, revistas, catálogos, poesía, literatura, audio y video, entre otras) y la red postal plantea la relevancia de la comunicación en sus diversas dimensiones. Se enriqueció el modo de circulación y el lenguaje de la obra y del régimen de intercambio entre los/las artistas, que se pretendía abierto, horizontal y recíproco. Por otra parte, al eludir los mecanismos de consagración de la institución artística y salirse de los circuitos y prerrogativas del mercado, su propósito es constituir una red alternativa y heterodoxa.

El modo en que se lo designó constituye un aspecto relevante de la concepción de los/las artistas acerca del arte correo, ya que en la investigación realizada se refieren a éste como: *lenguaje artístico*, *movimiento*, *corriente o tendencia artística*, *forma de expresión*, *expresión artística*.

Su caracterización como *movimiento*, se utiliza en referencia a la amplitud con la que se expande la práctica del

3 Por otra parte, la forma de escritura de la denominación de la tendencia en español aparece de diversas maneras y todas ellas son válidas: arte postal, artecorreísmo, arte-correo, arte correo, Arte correo y Artecorreísmo. En inglés es de una sola forma: mail art, y aparece tanto con mayúsculas y en minúsculas. Hemos adoptado usar la forma de nombrarla como “arte correo”, en correspondencia con publicaciones argentinas actuales (como las de Juan Carlos Romero y Fernando García Delgado El arte correo en la Argentina, entre otras). En cuanto a los/as practicantes, en este trabajo, adopté como denominaciones las de artecorreístas o artistas correo de manera indistinta.

4 Las nociones de “táctica” y “estrategia”, se adoptan en el sentido que les da Michel De Certeau (2000).

arte correo, desestimando una asociación con la idea propia del arte tradicional de *movimiento plástico*. Se la denomina *tendencia* o *corriente*, no obstante, a la vez varios artistas aclaran que estrictamente no lo es, ya que más bien se trata de un conjunto de estéticas y una diversidad de técnicas, estilos y soportes que comparten como elemento común el envío a través del correo postal y los rasgos que lo definen, sostenidos como reglas tácitas.

Es clave su vinculación con los medios de comunicación, ya que, como éstos, se conformaron a partir del nuevo *sensorium* propio de la *era de la reproductibilidad técnica* (Benjamin, 1989) que emergió desde mediados del siglo XIX –con la fotografía– y progresivamente se consolidó con la instauración de nuevos lenguajes y la presencia de nuevos dispositivos. Éste hace referencia a un régimen de la sensibilidad o de la percepción sensorial que, desde la concepción del autor, se encuentra configurada en relación con condiciones sociohistóricas concretas<sup>5</sup>.

El arte correo se enlaza directamente con este régimen simbólico y de visibilidad. En palabras de Clemente Padín el arte correo es un “producto de comunicación, el arte correo es parte inseparable de la producción social y no puede dejar de expresarla simbólicamente” (Padín en Janssen, 1994, 3er p.).

Está influido en sus bases artísticas, éticas y estéticas por las vanguardias de las primeras décadas del siglo XX, tales como el dadaísmo, el surrealismo y el futurismo italiano y, posteriormente, por el arte conceptual. Su aparición se relacionó con grupos y prácticas artísticas que surgieron a fines de los cincuenta, en las que cada una de éstas se relacionó de una manera particular con el arte correo –el nuevo realismo en Europa, el grupo Fluxus en Estados Unidos, Europa y Japón–. El artista estadounidense Ray Johnson marcó un hito que se reconoce como un inicio, relativamente institucionalizado, al fundar en 1962 la *New York Correspondance School*. A partir de este hecho se lo considera como uno de los creadores de este circuito internacional.<sup>6</sup>

## La investigación

En cuanto a la investigación doctoral tuvo como antecedente la tesis de maestría que abordó la articulación entre arte, política y comunicación en el arte correo latinoamericano de los años setenta y ochenta, periodo que abarcó a las dictaduras militares del Cono Sur. Esta indagación se centró en el pensamiento y las producciones de Edgardo Antonio Vigo (Argentina), Clemente Padín (Uruguay) y Guillermo Deisler (Chile)<sup>7</sup>.

Este trabajo resultó central porque aportó al objeto estudiado un insumo significativo por el estudio previo realizado sobre las concepciones y producciones artísticas de tres artistas que son señalados como referentes del Cono Sur latinoamericano. Asimismo, contribuyó con un *background* que permitió cotejar continuidades y desplazamientos entre dos momentos sociohistóricos diferentes que son reveladores de procesos y transiciones políticas, económicas y culturales.

La continuidad del trabajo en el doctorado habilitó una mirada en perspectiva de las configuraciones de sentido actuales y el conocimiento de las prácticas del arte correo en el nuevo siglo *desde* Argentina. Esta preposición (*desde* y no *en*), se debe a que la misma noción de territorialidad es tensada en el arte correo al constituirse en una *red* transnacional y, por esto, hace referencia al lugar desde el cual observé las prácticas de intercambios que traspasan las fronteras y que hoy se ven potenciadas con las tecnologías digitales. No obstante, los eventos, prácticas y artistas abordados como foco principal, se desarrollaron en Argentina o transcurrieron en su espacio como lugar de enclave prioritario.

---

5 Contradiendo a la filosofía idealista respecto de la percepción humana y, en particular, respecto del arte, como universal y ahistórica; para Benjamin ésta se moldeó en cada período histórico y por eso, conocer y comprender esa sensibilidad nos conduce a una mayor comprensión del momento histórico.

6 Este término fue modificado deliberadamente por el artista, al reemplazar la finalización de la palabra que en su forma correcta en inglés es *dence*, por *dance*, en la búsqueda de un sentido particular. Este aspecto se desarrollará con mayor amplitud en el capítulo II.

7 Aprobada el 11 de diciembre de 2014, Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea, Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, dirigida por la Mg. María Paulinelli (UNC) y Co-dirigida por el Mg. Carlos Rusconi (UNRC).

Me interesó indagar cómo se interrelacionaron y articularon las dimensiones tecnológica y política en las prácticas del arte correo en un momento reciente. También, conocer cómo se presentaron en su carácter de producciones de arte y comunicación, en forma convergente con las tecnologías y redes digitales, cuyos nuevos lenguajes, soportes y formas de comunicación contribuyen a la mediatización del arte en las sociedades contemporáneas, entre otros procesos.

Estas mediaciones las analicé en discursividades y prácticas (presenciales y virtuales) de los/las artistas que, desde mediados de los noventa, se encontraban activos en Argentina, o aquellos cuya actuación en la red fue relevante para el desarrollo de la tendencia en el país. También abordé sus intercambios en la red, las producciones artísticas y los modos de circulación, con el foco puesto en los desplazamientos y continuidades que se produjeron en distintos momentos y direcciones. Mi interés también se orientó en reconocer los sentidos y posicionamientos que sostenían sobre la relación arte y tecnología, sus concepciones estéticas y políticas, de la comunicación, haciendo emerger las tensiones y problemas que aparecen actualmente, implícita o explícitamente, en el arte correo.

Fue central para esta investigación abarcar el cambio de siglo y años claves del cambio tecnológico desde lo analógico a lo digital. La delimitación temporal específica del objeto estudiado abarcó el período comprendido desde los años 1995-1997 al año 2012. La selección de éstos obedece a hitos significativos en la tendencia y externos a ésta que tuvieron impacto en su desarrollo. Así, el inicio del lapso estudiado se relacionan con el inicio del funcionamiento de Internet en América Latina y particularmente en Argentina, como red comercial, la muerte de Ray Johnson y de Guillermo Deisler<sup>8</sup> en 1995.

En tanto que en 1997 falleció Edgardo Vigo, referente en Argentina, quien tuvo gran incidencia (junto con otros/as artistas de su generación) en la promoción del arte correo en el país. Por otra parte, el año de cierre del período estudiado, 2012, es el año del aniversario número cincuenta del arte correo que fue conmemorado por los/las practicantes con una serie de eventos y publicaciones especiales. Este momento constituyó una oportunidad para habilitar una mirada retrospectiva y prospectiva sobre el camino transitado y las derivas de la tendencia. También se produjeron eventos especiales, como el *Congreso Descentralizado*, que permitió resaltar el carácter autorreflexivo y autodeterminante de la red, al retomar debates, interrogantes y posicionamientos acerca de la continuidad y existencia de la tendencia y de su apuesta a ser una *red abierta y de creación permanente*.<sup>9</sup>

Los objetivos que guiaron el estudio se dirigieron a comprender de qué forma el arte correo, como *tecnopoética* (Kozak, 2012), asumió los cambios tecnológicos que se produjeron desde mediados de los noventa a la actualidad en los ámbitos de los lenguajes, estrategias y prácticas artísticas y comunicativas. Qué desplazamientos y continuidades hubo entre el orden utópico que orientó las concepciones y acciones en los setenta y ochenta -en un contexto sociocultural y político específico- y aquel que se instauró desde los noventa, conformado en torno de las redes y medios digitales.

El problema se configuró a partir de interrogarnos acerca de los desplazamientos y continuidades de estos dos momentos en América Latina, uno marcado por *lo político y la política* y el otro por lo tecnológico.

Fue relevante para este trabajo conocer cómo la emergencia de las redes y tecnologías digitales exacerbó esta esperanza puesta sobre lo tecnológico y cómo la utopía moderna de la red se resignificó y potenció. Estos procesos están relacionados con los cambios culturales de las últimas décadas, los cuales se produjeron con tal rapidez que generaciones completas, en un lapso corto, cambiaron sus prácticas comunicativas de manera radical al pasar del uso del correo postal como soporte predominante de la comunicación interpersonal a distancia, al correo electrónico y las redes sociales digitales e instantáneas. Es relevante estudiarlos desde las ciencias sociales en virtud de

---

8 Deisler muere en el exilio, en la ciudad de Halle, Alemania.

9 En 1963 el artista francés Robert Filliou, ligado al grupo Fluxus, denominó a la red de arte correo como *Eternal Network* (o la Eterna Red).

las modificaciones que produjeron en la vida cotidiana, las formas de socialidad, la configuración de identidades, las luchas políticas, entre otras.

## El proceso

Como punto de partida e instancia exploratoria previa, recuperé la búsqueda y revisión documental de la tesis de maestría. En aquella investigación realicé una exploración de conceptos claves, exhaustiva búsqueda y revisión documental. El archivo que me proporcionó la mayor parte de la documentación fue el Archivo Biopsia y la Hemeroteca del Centro de Arte Experimental Vigo (CAEV)<sup>10</sup>.

De Biopsia consulté alrededor de 1.100 documentos, los que, sumados a 300 provenientes de otras fuentes, conformaron el corpus de análisis de la tesis aludida.

Los documentos analizados incluyeron ensayos, catálogos, publicaciones de poesía visual y de arte correo, correspondencia entre los artistas, manuscritos, textos declarativos, informes, entrevistas, textos de convocatorias de arte correo, catalogaciones de las obras, obras, del período de las décadas del setenta y ochenta.

En la indagación del problema de investigación doctoral, combiné procedimientos de la metodología cualitativa para el abordaje de las experiencias y puntos de vista de los sujetos, las prácticas de intercambio en eventos específicos presenciales de la tendencia, como también publicaciones e intercambios a través de internet, en los blogs y la red social Facebook y, por último, las producciones artísticas. Para este trabajo resultó fundamental el contacto directo con los/las actores/as y los escenarios en los cuales se producían las prácticas discursivas<sup>11</sup>, por lo cual recurrí a las siguientes técnicas: entrevista semi-estructurada, observación participante y análisis interpretativo de las producciones artísticas.

En cuanto a las entrevistas realicé un total de veinticuatro entrevistas, una fue para obtener información contextual, realizada a Ana María Gualtieri, la directora del CAEV y las restantes veintitrés a dos conjuntos de artistas correo teniendo en cuenta dos criterios: por un lado, la participación decisiva como artecorreatas para el inicio y la difusión de la práctica del arte correo en Argentina. En ese sentido, entrevisté a Horacio Zabala, Graciela Gutiérrez Marx, Juan Carlos Romero, Hilda Paz, Carlos Pamparana, Susana Lombardo, Luis Pazos, Claudia Del Río y Clemente Padín. Por otro lado, teniendo en cuenta la práctica sostenida y articulada que dio impulso a la tendencia en el nuevo siglo, a su continuidad, con la generación de nuevos espacios, propuestas y formas comunicativas que la revitalizaron. Se trata de artecorreatas que se sumaron a la red durante los noventa o a inicios del nuevo siglo tales como Fernando García Delgado, Norberto Martínez, Irene Ronchetti, Samuel Montalvetti, Alejandra Bocquel, Diego Lazcano, Fabián Zanardini, Gabriela Alonso, Nelda Ramos, Silvia Calvo, Laura Andreoni, Fabiana Di Luca, Silvia Lissa, Ignacio Mendía. De las veintitrés entrevistas, veintiuna fueron realizadas enteramente de forma presencial y dos de éstas, de manera combinada entre presencialidad y virtualidad.

En cuanto a su localización geográfica, la mayoría de los/las entrevistados/as al momento residía en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) o localidades de la provincia de Buenos Aires –Quilmes, Haedo, Bernal, La Plata y Mar del Plata-. Un menor número lo hacían en otros lugares, tales como la provincia de Santa Fe (Rosario) y Entre Ríos (Chajarí). Esta baja representación de las provincias se produjo debido a que las personas que se contactaron de otros puntos del país, si bien conocían la tendencia, su intervención fue ocasional en algún taller, curso o invitación puntual.

Respecto de la observación, en algunas actividades fue prioritaria

10 Sitio en calle 15, N° 1187, La Plata.

11 La noción de prácticas discursivas es formulada por Roger Chartier siguiendo a Marín, Foucault y De Certeau, quienes más allá de sus diferencias, comparten un posicionamiento respecto de la necesidad de “articular la construcción discursiva del mundo social con la construcción social de los discursos” (Chartier, 2006, p.8).

ria la participación mediante una actitud activa en las redes de intercambio. En ese sentido, durante el período estudiado, actué como participante en diversas convocatorias de arte correo, y organicé una propia, denominada “Miradas sobre el arte correo”, destinada a esta investigación. De esta convocatoria describí el proceso, la experiencia vivida y la dinámica de la comunicación a través de esta modalidad propia de la tendencia en el último capítulo.

Por último, llevé a cabo un análisis interpretativo de las producciones artísticas, de las principales estrategias discursivas, los aspectos temáticos, retóricos y compositivos, la propuesta estética a través de los diversos materiales, técnicas y otros recursos creativos utilizados por los/las artistas. Realicé esta lectura interpretativa a partir de una caja de herramientas que toma aportes del análisis del discurso, bajo un criterio epistemológico flexible que tiene en cuenta que el tipo de objetos discursivos que se analizan presenta una complejidad semiótica en la mixtura y la diversidad de las materias significantes y sus disposiciones.

De manera global, consideré a las producciones artísticas de arte correo como *objetos estéticos* dentro de la estética bajtiniana, en la cual *forma* y *contenido* están *fusionados*, entrelazados entre sí de tal manera que no hay en la obra artística nada que sea pura forma o contenido (Le Presti, 2006).

A medida que me aproximé al ámbito de práctica e intercambios del arte correo, como al campo del arte en general, mi punto de vista progresivamente cambió. Mi *entrada* al espacio y al conocimiento de los artistas, adquirió importancia para mí como investigadora y conectó con mis inclinaciones personales, con lo cual abrió un camino a la comprensión. En cuanto a los conocimientos del campo del arte, realicé un proceso de formación *ad hoc* a través de seminarios y cursos de posgrado en carreras relativas al campo del arte para aproximarme de forma sistemática a los marcos teóricos pilares.

El trabajo de apropiación y de campo fue un extenso proceso que comenzó a fines del año 2009, con el contacto, la observación y las entrevistas, con varias etapas que concluyeron en 2020. La distancia temporal entre la finalización de la escritura de la tesis, a inicios del año 2022, y el tiempo del trabajo de campo, me permitió ganar mayor perspectiva para la interpretación y el análisis de los datos obtenidos, al sumar también textos y materiales actuales. Al mismo tiempo, al mantener hasta hoy el contacto con las personas, los espacios y acciones de la tendencia para estar actualizada y atenta a las derivas de la tendencia.

Finalmente, considero que el proceso de conocimiento y de producción del objeto están imbricados. El arte correo es una práctica que rompe las barreras entre arte/no arte y eso está ligado al proceso de investigación por la porosidad de los límites y la dinámica entre investigación/no investigación, academia/no academia y, en un punto, esta naturaleza del fenómeno interpela a asumir los riesgos del involucramiento de forma significativa, bajo el ejercicio de una vigilancia epistemológica (Bachelard, 1988).

## **Itinerario de lectura y dos ejemplos**

En su primer capítulo titulado “Comunicación, arte y nuevos medios. Conceptos y perspectivas. Las dimensiones tecnológicas y políticas” el trabajo expone los fundamentos teóricos del conjunto de transformaciones sociales y culturales de las sociedades actuales y los principales conceptos, corrientes y debates referidos a las relaciones entre los términos claves: lo tecnológico, lo político, el arte y la comunicación contemporáneos. Posteriormente, presenta a la tendencia en cuanto a estos aspectos centrales de su emergencia, características y desarrollo de la tendencia hasta los años noventa. Seguidamente se sintetizan los resultados de la tesis de maestría reformulados, respecto de Vigo, Padín y Deisler, como tres figuras clave del arte correo en el Cono Sur Latinoamericano. De esta etapa, el capítulo siguiente se refiere a los escenarios, modos de producción y circulación del arte correo en el nuevo milenio donde se caracterizan los espacios, circuitos, eventos, formas de intercambio y estrategias de comunicación de los/las artistas en el período delimitado.

Por último, se recuperan las miradas de los/las artistas respecto del arte correo en el nuevo milenio mostrando las configuraciones de sentido que surgen de las conversaciones mediante las entrevistas y encuentros. También expone la información y el sentido a partir de la experiencia de organizar la convocatoria propia "Miradas del Arte correo". Finalmente, presenta el análisis de los envíos postales, su régimen estético-político y comunicacional, al visualizar los procedimientos simbólicos y estéticos, las mediaciones tecnológicas y políticas que encuentro en estas producciones. Se relacionan todos los aspectos analizados con los marcos y las categorías principales, para dar respuesta a los interrogantes planteados y abrir otros nuevos.

De la convocatoria organizada para esta tesis, recuperamos dos ejemplos de participación, una del artista uruguayo Clemente Padín, de la generación fundacional del arte correo en América Latina y la otra, de un artista estadounidense, Joel Cohen. Ambos influidos por las mismas corrientes vanguardistas, en dos contextos diferentes. Las postales llegaron a mis manos por correo postal, en el año 2013, como parte del material directo recolectado para la investigación.

Clemente Padín envió la postal PAZ/PAN dentro de esta convocatoria, reafirmando sus convicciones y compromiso social y político, vigente desde principios de los años setenta, cuando la puso a circular. La icónica postal con el anagrama PAZ/PAN es resignificada en sus postales reactualizando el sentido con las luchas recientes. Esta postal opera como un significante que se vuelve a cargar de sentido a la luz de los nuevos acontecimientos y demandas políticas y sociales. En este caso, la lucha feminista, cuya imagen inscripta en la postal de las mujeres marchando sosteniendo una bandera con la escritura en inglés "women's day" remite al carácter internacional de esta reivindicación y su data que parece ser de los años setenta.

El dorso, es el espacio en el cual el artista habla de sí mismo como tal, y de su camino recorrido con otros. Una estampilla con su imagen haciendo una performance, otra en la que está con Vigo y Deisler y una tercera, del año 1985, con la silueta de un militar dentro del signo de tránsito de prohibición, y la palabra "smile" aludiendo a que no existan más dictaduras, que sea el fin del horror de éstas y que prevalezca una sonrisa.

Figura 1. Postal (frente y dorso) enviada por Clemente Padín (Uruguay)

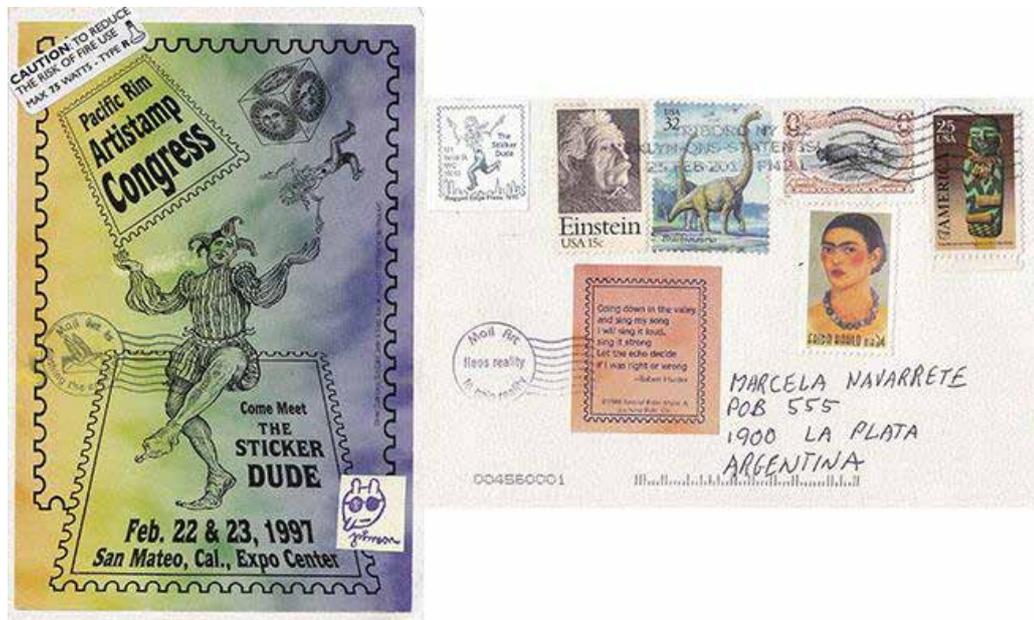


Padín a través de esta postal logró condensar su mirada del arte correo, que se materializa en su práctica sostenida por más de 40 años.

Por su parte, el artista estadounidense que se sitúa como un artista de los bordes, influido por Dada y Fluxus hace

alusión también a su identidad que expresa en su postal. Se trata de su autodenominación como *The Sticker Dude*<sup>12</sup>. El concepto de esta identidad artística surge en 1989 en el estacionamiento en la segunda noche de un concierto en el Nassau Coliseum del grupo de rock Grateful Dead, del cual Joen S. Cohen es fan. Mientras reparten calcomanías, el entusiasmo y el furor por estas imágenes, inspiró a Cohen a crear este sello con el cual produce numerosas imágenes que mantienen un estilo circense y del absurdo.

Figura 2. Postal de “The Sticker Dude” (Estados Unidos)



La postal está fechada en el año 1997, por lo cual remite al archivo de sus producciones, a las cuales continúa haciendo circular.

## Palabras finales

Esta ponencia es una invitación a la lectura de la investigación y también al *contagio* como forma de inoculación del deseo lúdico del arte, como lo propuso Edgardo Vigo. El arte correo es periférico para el campo del arte y de la comunicación. Como investigadora de este último campo me interesó estudiar y atravesar la experiencia de la comunicación que propicia la tendencia, tanto a nivel estético, político, como humano, y traerla al terreno para pensar a la comunicación hoy, con la preeminencia de las tecnologías digitales, sus lenguajes y dispositivos como formas culturales.

Es relevante y significativo el entrelazamiento entre arte y comunicación en el arte correo. En todas las fases de su desarrollo la comunicación tiene centralidad, desde la pre-producción, producción, puesta en circulación, recepción, intercambios; en todo lo atinente a lo textual, icónico, etc. En el involucramiento de otros/as que replican en la etapa de difusión el afiche, la estampilla, en sus redes personales. Se trata de un proceso amplio, complejo y participativo que propicia una expansión de la comunicación en red, a través de la acción colectiva y desinteresada, aunque a distancia.

12 El artista Joel S. Cohen creó en 1989 su identidad artística *The Sticker Dude* (o *Stickerdude*, aparece escrito de ambas formas). Cohen, nació en 1947 en el Bronx, de Nueva York. Desde 1985 forma parte de la Unión Internacional de Artistas de Arte Correo (IUMA por sus siglas en inglés). En la página de su sello editor se define a *The Sticker Dude* como “a la vez un estado mental, un ávido artista gráfico, poeta, impresor, editor y apropiacionista, con una inclinación por la generación de arte de fácil acceso y bajo costo. A menudo distribuye sus creaciones (pegatinas, blocs de notas, etc.) de forma compulsiva y gratuita. Mejor conceptualizando, organizando, produciendo y distribuyendo que ilustrando o incluso escribiendo material original, *The Sticker Dude* prefiere la colaboración con otros” (traducción propia).

Consultado en: <https://www.raggededgepress.com/pages/stkrdude.htm>

Asimismo, otro aspecto es la interrelación entre medios digitales y analógicos, tales como el correo electrónico que retroalimenta el intercambio por correo postal, y éste al de los mensajes por Facebook, y recíprocamente. Por otra parte, este proceso evidencia que también en la comunicación opera el azar, lo errático y el desencuentro, a la vez que la sorpresa y el asombro. En la comunicación, como en el arte, hay imprevisibilidad y puede ocurrir lo inesperado.

En la etapa que nos ocupó en esta investigación doctoral, entre 1995 a 2012, las nuevas condiciones de posibilidad de circulación que crecieron exponencialmente, también se produjeron como parte de un proceso de consolidación de un mundo globalizado desigual, marcado por las brechas económicas y tecnológicas, que se tradujo en la profundización de los niveles de pobreza y exclusión de unos en pos del enriquecimiento desmedido de otros.

Respecto de las décadas de los setenta y ochenta, en el siglo XXI hay una continuidad en la sensibilidad ante lo que ocurre en el espacio público a través de las temáticas de los derechos humanos, las reivindicaciones de las minorías étnicas y sexuales, las políticas de género, la educación pública, la acción postal coordinada pacifista, entre otras; continúan en la agenda de temas de la tendencia.

En cuanto a lo político, la utilización de materiales precarios, efímeros, heterogéneos, como asunción de un régimen estético político articulado con condiciones materiales históricas y con la vida cotidiana (hilos, cartones, etiquetas comerciales, fragmentos de telas, etc.). Hay una continuidad en las tácticas de trastocamiento de los formatos, materiales y presentación respecto de las revistas tradicionales. Los procedimientos, artificios y recursos estéticos políticos a los cuales recurren, como el juego, el contraste, la parodia, el collage, la metáfora, la metonimia, entre otros.

No obstante, lo tecnológico media en las formas de producción, no solamente por la reproductibilidad que le es inherente, sino por los procedimientos artísticos. Esta dimensión ineludible ya está en las vanguardias históricas y su presencia fue, desde el siglo XX en adelante, de carácter polémico y controversial (Huysen, 2006). Está claro que, como dijo Schmucler (1997), el discurso de la tecnología en las sociedades contemporáneas ha impregnado otras discursividades, tornándose omnipresente.

En el arte correo del nuevo milenio la política sigue presente con otros modos, intensidades y graduaciones propios del contexto. Como surge de las entrevistas, en Argentina fue relevante el impacto de la crisis del 2001 que reactivó la dimensión polémica en las discursividades y las prácticas, interpelando a los/las sujetos/as y movilizándolo un renovado sentido de la solidaridad y la acción colectiva que los noventa había anestesiado.

Tanto la generación fundacional de la que formaron parte algunos/as artistas consultados/as, como la nueva generación que surgió en el cambio de milenio, se sostuvo el gesto irónico y desacralizante del arte, que lo potenció como espacio de juego y libertad; al tiempo que ámbito de expresión y encuentro.

## Referencias bibliográficas

Benjamin, Walter (1989) *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires.

Bourdieu, Pierre (1978) "Campo Intelectual y Proyecto Creador" en Barbut, Marc; Bourdieu, Pierre; Godelier, Maurice; A. J. Greimas, Macherey Pierre y Jean Pouillon *Problemas del Estructuralismo*, Siglo XXI Editores, México.

Chartier, Roger (2006) *Escribir las prácticas. Foucault, de Certeau, Marin*, Ediciones Manantial, Buenos Aires.

De Certeau, Michel (2000 [1990]) *La Invención de lo Cotidiano I. El Arte de Hacer*, Editado por Universidad Iberoamericana, Departamento de Historia, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, México.

Galeano Marín, María Eumelia (2004) *Estrategias de Investigación social cualitativa: el giro de la mirada*, La Carreta Editores E:U, Medellín, Colombia.

Huysen, Andreas (2006 [1986]) *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*, Ed. Adriana Hidalgo, Buenos Aires.

Janssen, Ruud (1994) "Correo-Entrevista a Clemente Padín", consultada en <http://www.merzmail.net/tampadin.htm>

Kozak, Claudia (Ed.) (2012) *Tecno-poéticas argentinas*. Archivo blando de arte y tecnología, Ed. Caja Negra, Buenos Aires.

Le Presti, Flavio (2006) "Estética" en Arán, Pampa Olga *Nuevo Diccionario de la teoría de Mijail Bajtín*, 1ra. Ed., Ferreyra Editor, Córdoba, Argentina.

Schmucler, Héctor *Memorias de la Comunicación*, Ed. Biblos, Bs As, 1997

Vigo, Edgardo (1975) "Sellado a Mano" en *Hexágono'71*, e, La Plata, Argentina.

# La tinta y la fe: explorando la intersección entre religión y cultura popular

Sebastián Mattia

smattia@campus.ungs.edu.ar

Universidad Nacional de General Sarmiento

## Introducción

El presente trabajo se enmarca en la etapa exploratoria del Taller de Tesis de la Maestría en Interculturalidad y Comunicación<sup>1</sup>, que tiene como tema la prácticas de las inscripciones corporales (específicamente la del tatuaje) en el marco de la religiosidad popular. La misma tiene como objetivo analizar las significaciones y los sentidos que los devotos le otorgan a sus tatuajes de santos y santas populares -en principio la figura del Gaucho Antonio Plutarco Cruz Mamerto Gil Núñez, conocido como Gauchito Gil o Gaucho Gil-; así como también lo pueden ser otros íconos de la cultura popular que fueron canonizados después de sus muertes trágicas (Gilda y Rodrigo) que se inscriben en los cuerpos de promeceros que viven en San Miguel, José C. Paz y Malvinas Argentinas.

De manera panorámica, y a partir de nuestras primeras entrevistas abiertas exploratorias, en esta ponencia problematizaremos diferentes conceptos relacionados a la religiosidad popular, en articulación con nociones sobre el cuerpo, el territorio, la migración y la cultura popular. De esta manera, como síntesis tentativo del marco teórico y estado del arte, intentaremos presentar un posible abordaje conceptual sobre el cruce de la religiosidad popular y la práctica del tatuaje. Esta intersección resulta interesante, ya que en Argentina desde la década de 1980 se observa un fenómeno que comprende tanto la pérdida del monopolio de influencia sobre la sociedad de la Iglesia Católica (Mallimaci y Beliveau, 2007) como la visibilidad de grupos y prácticas religiosas que no pertenecen al catolicismo oficial (Galera, 2010).

## Sobre el tatuaje

A la práctica del tatuaje podemos definirla como la impresión con tinta que es infiltrada en la epidermis dentro del marco de las inscripciones y/o perforaciones corporales. Esta práctica no solo forma parte de rituales y tradiciones desde la antigüedad hasta nuestros días (Lopes da Silva, 2015), sino que además cumple un papel fundamental en ciertas religiones (Farías, 2021). En este sentido, Farías señala tres funciones principales: una función ritual, en el que las marcas indican inscripción o integración de lo social en el individuo; otra función ligada a la marca carcelaria, como señal de exclusión de las personas; y la tercera la función del tatuaje relacionado con lo estético o la moda juvenil, que proliferan desde finales del siglo XX.

A su vez, para Le Breton (2013) el tatuaje forma parte de un momento corporal de una ritualidad ampliada. Esto quiere decir que el tatuaje, al modificar la imagen y la apariencia que se construye en uno, también es leído e interpretado por otros. De esta manera, Le Breton agrega otras posibles funciones del tatuaje además de las mencionadas por Farías, como por ejemplo proteger o sanar; reafirmar la masculinidad y la virilidad asociada al dolor; o el de la devoción. A la pregunta realizada por Farías (2021) sobre si el tatuaje en general, y el tatuaje realizado en las cárceles en particular, se tiene que entender como una moda, un hecho cultural o un producto de consumo; coincidimos con el

---

<sup>1</sup> Pertenciente al Instituto del Desarrollo Humano de la Universidad Nacional de General Sarmiento

autor en que es un signo-símbolo que permite múltiples interpretaciones.

Desde finales del siglo XIX, el marco de la religiosidad popular, se utilizan y resignifican los símbolos del cristianismo (la Cruz, Cristo, el Calvario o la Virgen), pero, adjuntando un sentido para sí que muchas veces se desvía de los sentidos que el catolicismo hegemónico trató de imponer. De esta manera, nos posicionamos en la última etapa de estudios sobre la religiosidad popular que menciona Martín (2009), en el cual se observan influencias, intercambios, negociaciones y conflictos con la Iglesia Católica. Esta se distancia de otras dos corrientes que entienden la canonización de los santos populares desde una visión catocéntrica, o de las que comprenden sólo el carácter funcional de las creencias populares para los sectores de bajo recursos.

### **Comunicación y mediatización: desde la Semiótica y la Sociología del Cuerpo**

Si bien la elección de los tatuajes puede variar según la complejidad, la autenticidad, las formas y los colores, esta práctica es una herramienta simbólica en los procesos de comunicación y de significación: por un lado, en la generación de identidad, y por otro, en la producción de sentido (Farías y Mosquera, 2019). La práctica del tatuaje cruza aspectos de la comunicación no verbal y el cuerpo tatuado pasa a ser un transmisor de significados y un soporte de sentidos (Dobal y Etlis, 2018). Adscribimos a lo propuesto por Parras (2021) quien entiende a la Comunicación como un campo disciplinar en el que el análisis del tatuaje gira en torno a la producción, circulación y recepción de los sentidos sociales y/o de bienes simbólicos. La autora toma como punto de partida para el análisis del tatuaje en el mundo carcelario la teoría propuesta por Eliseo Verón: la semiosis social.

Retomando el planteo de Verón (2013) sobre la semiosis social, y sumado a lo propuesto por Parras, Rosa (2021) comprende que el concepto de mediatización de la vida social es clave para el estudio de los tatuajes, ya que la escritura en el cuerpo como medio se da a través del tatuaje (texto/discurso). Para la autora la mediatización del tatuaje carcelario se puede analizar a partir de tres problemas: la producción del tatuaje en las instituciones; el proceso de mediatización (dónde se produce, quiénes tatúan y la relación con la cibercultura); y el aparato descriptor (que comprende los marcos de producción y de circulación). Este modelo analítico de tres puntos nos permite elaborar en diálogo con su trabajo el análisis de la producción, la circulación y las lecturas del tatuaje en relación a la figura del Gaucho Gil.

Por esto, para Rosa (2021) la semiótica será una herramienta crítica para comprender las imágenes como prácticas significantes que muestran los valores de quienes producen, manipulan y consumen. De esta manera, el tatuaje es entendido como práctica visual en un contexto sociohistórico determinado, que tiene la posibilidad de marcar en la piel una identidad intransferible e indeleble.

Por otro lado, para el análisis de los tatuajes, nos resulta pertinente trabajar desde la Sociología del Cuerpo, ya que nos permite pensar como campo de estudio la corporeidad humana. Esta puede ser entendida como un fenómeno social y cultural, y como materia simbólica, que es objeto de representaciones e imaginarios (Le Breton, 2002). En este sentido, el cuerpo es el lugar en el que nacen y se propagan las significaciones que “constituyen la base de la existencia individual y colectiva” (Le Breton, 2002). Uno de los posibles campos de investigación que identifica el autor y que tomamos como referencia para esta ponencia es el de las inscripciones corporales.

### **Sobre tatuajes y religiosidad popular: identidad, alteridad y producción de sentidos**

Como antecedentes en el estudio sobre tatuajes y religiosidad, podemos señalar el trabajo de Galer y López Fidanza (2012) quienes mencionan que una de las prácticas de devoción más importante a San la Muerte es la del tatuaje, ya que habilita un vínculo de continuidad real y de participación con el Santo.

Por otra parte, para Agúndez Márquez (2021), quien analiza a varios cristianos evangélicos tatuados en California, esto constituye un fenómeno que debe ser analizado desde la religiosidad vivida, es decir que para comprender la religiosidad se necesita estudiar las prácticas cotidianas de los individuos. En este contexto, el tatuaje va a

ser entendido como forma objetiva de la religiosidad, en donde se pone en juego lo cognitivo, lo afectivo y lo conductual. En este trabajo, se hace hincapié en una categoría “gris” en la práctica del tatuaje. Es una conducta que si bien es rechazada por la comunidad religiosa, no es señalada en la Biblia como pecado. Este trabajo nos permite indagar sobre los testimonios en el que ubican al cuerpo como un lugar de adoración a santos populares, así como también un soporte material de la manifestación de una religiosidad individual y otra colectiva; y a su vez, preguntarnos sobre las formas de negociaciones y adecuaciones, de control y de liberación de los cuerpos y las creencias.

Ahora bien, para conceptualizar la religiosidad y la cosmovisión popular, también es relevante el aporte de Quiñonez (2021), quien recupera la noción de religiosidad popular de Semán (2006) para señalar que si bien hay gestos de reconocimiento a la cultura dominante, al mismo tiempo se constituyen formas de resistencia, donde la creatividad popular se sobrepone a las carencias y se burla del poder<sup>2</sup>. De esta manera, comprendemos que, desde la Religiosidad Popular, se nos permite reconocer a la práctica del tatuaje como una modalidad religiosa de carácter intercultural.

Las identidades religiosas adquieren relevancia tanto en los sistemas simbólicos que generan sentidos, como en las cosmovisiones y creencias que son importantes en la construcción de la memoria y la cohesión social (Ameigeiras, 2008). Los sectores populares se vinculan de diferentes maneras con lo sagrado, y tal es así que las manifestaciones se inscriben en el marco de procesos históricos y de una trama cultural “relacionadas con una manera de vivir, sentir, expresar la religiosidad profundamente enraizada en las culturas populares” (Ameigeiras, 2008:19).

A su vez, respecto a la iconografía religiosa, ésta es asumida, apropiada e intercambiada en instancias que comprenden relaciones sociales e interculturales. Por ejemplo, Ameigeiras (2022) identifica la coexistencia de imágenes en un mismo espacio significativo: por un lado, el póster con la figura del Gauchito Gil y, por otro, la figura de Cristo; formas de devoción conviven en santerías y fiestas populares. En este contexto, tenemos como hipótesis que la práctica, los sentidos y los significados del tatuaje de santos y santas populares dialogan con otras iconografías de la Iglesia Católica. Guachito Gil, San la Muerte, Difunta Correa y Santa Gilda son algunos ejemplos dentro de la Religiosidad Popular, que a su vez incluye la relación entre creencias y los procesos migratorios.

Esta relación nos resulta fundamental para pensar los procesos de reproducción de las creencias vinculadas a instancias que van desde la reafirmación ética hasta la generación y recreación de nuevas modalidades de creer (Ameigeiras, 2022; De la Torre, 2011). Esto es detectable en el Gran Buenos Aires en general y en el conurbano bonaerense en particular, en donde la fluidez y la circulación de universos simbólicos religiosos, junto con la desregulación de creencias, incorpora nuevas formas de religiosidad en el territorio local (Ameigeiras, 2022).

Las primeras observaciones sobre las canonizaciones populares en Argentina fueron publicadas durante la década de 1970 en el libro *La Difunta Correa* (Cherduti y Newbery, 1978). Allí se define a la canonización popular al culto de personas (santos) que fueron canonizadas por el pueblo en el cual no interviene la Iglesia Católica como institución. En este sentido, Carozzi (2010) señala diferentes conjuntos de interpretaciones de las canonizaciones populares; aquellas en las que se enfatiza la resistencia en situaciones de dominación hacia los sectores populares; otros en una muerte en un contexto de accidente o de sufrimiento intenso; y otros a través de la performabilidad en el ámbito de lo público (por ejemplo las diferentes formas en las que aparecieron Gardel o Evita); o difundidas por la prensa popular. Estas interpretaciones, nos permitirán poner en tensión las diferentes maneras en el que los devotos resignifican sus tatuajes y el lugar en el que la sociedad y los medios de comunicación masiva representan a los santos populares.

---

2 Allí se pueden identificar tres claves de interpretación: el cosmológico (que en contraposición a la visión modernocentrista, supone una relación sobrenatural), holística (comprende el cuerpo y el alma) y el perfil relacional de la experiencia religiosa, que se manifiesta de manera colectiva.

## Consideraciones sobre el Gaucho Gil y su estado del arte

De manera breve, y a modo de síntesis, proponemos algunos de los ejes que son parte de la narración sobre el Gaucho Gil con los que intentaremos generar un diálogo no sólo con el marco teórico y los antecedentes, sino también con las voces de las entrevistas en profundidad que son parte del enfoque metodológico de la investigación a través de las cuales se buscará indagar en: la religiosidad popular y la fe cristiana; en los imaginarios y representaciones sobre lo nacional y lo correntino; en las narraciones sobre la vida del Gauchito Gil y en el correlato que aparece en la resignificación que se produce en la práctica del tatuaje. Para trabajar estos ejes, es central el trabajo de Barrios (2016), quien propone una triple entrada para estudiar las representaciones identitarias y los imaginarios que reproducen prácticas sociales y discursivas relacionadas al Gauchito Gil.

Por un lado, Barrios recupera las memorias que se construyen sobre la figura y las trayectorias de la devoción; por otro lado, indaga en el análisis de textos que actualizan las matrices de sistemas de creencias tradicionales, como la religión cristiana y los mitos fundantes de identidades y alteridades nacionales; y por último, se pregunta por los modos en el que la imagen del Gauchito Gil está ligada a procesos religiosos, socioculturales y comunicacionales, en relación a esquemas de identificación y espacios de mestizajes. De este último, nos resulta de interés lo que señala Barrios sobre el tatuaje, ya que esta inscripción corporal y otras prácticas de incorporación, posibilitan la memorización, actualización y producción de códigos culturales y discursos que están vinculados al arraigo y al desarraigo, como por ejemplo, en contextos de migración interna.

Para finalizar y de manera complementaria al trabajo de Barrios, Bocconi y Etcheverry (2003) también se interesan en la figura del Gauchito Gil, desde el análisis de los elementos que están presentes en el culto al Santo o en la apropiación de los símbolos católicos, hasta la resignificaciones en las formas de la manifestación de la fe; en el que se reflexiona sobre la identidad del pueblo correntino, los modelos del ser correntino en la dialéctica de las identidades colectivas: la impuesta y la propia. La identidad para los autores estará siempre ligada a la construcción, la reafirmación y el cambio permanente. Veremos hasta qué punto esto se corrobora en los usos y apropiaciones que aparecen en los tatuajes del Santo Popular. Por último, Galera (2020) señala que el análisis de los modos en el que se construye la memoria en las devociones populares, está atravesada por cuatro procesos: el de la construcción de sentido; la resignificación de los símbolos y las prácticas; el sincretismo; y el carácter difuso de los relatos, enmarcadas en un contexto de desregulación del mercado religioso y la diversificación de las prácticas religiosas. De esta manera, surgen nuevas formas del creer (Hervieu-Léger, 1996), que responden a la privatización de lo sagrado; la ampliación del mercado religioso; la fluidez de las fronteras; y la movilidad de las redes.

Teniendo en cuenta todos elementos que aquí describimos, nuestra pregunta que orienta la investigación es: ¿cómo se re/significan la iconografía de santos y santas populares, en particular la del Gauchito Gil, en la práctica del tatuaje? Si bien esta pregunta no será respondida en la mesa, nos interesa retomarla para reflexionar, articular y seguir enriqueciendo el marco teórico y el estado de la cuestión.

## Bibliografía

Agúndez Márquez, R. (2021) "Estigmas grises: cristianos evangélicos tatuados y su religiosidad en una comunidad religiosa de Baja California". *Antrópica. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 7(14), (pp. 35-63). Recuperado a partir de <https://antropica.com.mx/ojs2/index.php/AntrópicaRCSH/article/view/283>

Ameigeiras, A. (2022). "Manifestaciones interculturales de lo religioso o cuando lo religioso se expresa interculturalmente. Las expresiones y devociones religiosas de los migrantes en ámbitos periféricos del Gran Buenos Aires". En A. Ameigeiras (Comp.) *Religión migración e interculturalidad. Perspectivas desde el Gran Buenos Aires*. (pp. 29-50). Ediciones UNGS. [https://ediciones.ungs.edu.ar/wp-content/uploads/2022/06/9789876306065\\_completo.pdf](https://ediciones.ungs.edu.ar/wp-content/uploads/2022/06/9789876306065_completo.pdf)

Barrios Cristaldo, C. (2016). Configuraciones de la nación argentina en la imagen del santo popular Gaucho Antonio Gil. *Memoria Y Sociedad*, 20(40). Recuperado a partir de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/memoysoiedad/article/view/15703>

Bocconi, M. y Etcheverry, D. (2003). "Chamigo Gil", en DRI, Rubén (coordinador) *Símbolos y fetiches religiosos*, (pp. 79-119). Biblos.

Dobal, J. y Etlis, M. (2018). "Cuerpos Ilustrados: investigación sobre la práctica del tatuaje. De lo ancestral a lo cool". [Tesina de grado]. <http://repositorio.sociales.uba.ar/items/show/1692>

Farías, P. y Mosquera, G. (2019). "Análisis de los tatuajes desde la semiótica de la comunicación en los jóvenes de la Universidad Autónoma de Occidente", Universidad Autónoma de Occidente.

Farías, R. (2021). "Prontuarios de tinta, lecturas del tatuaje carcelario". Editorial de la Universidad Nacional del Nordeste EUDENE. <https://eudene.unne.edu.ar/index.php/catalogo/pdfs/58-hacer-se-tatuaje-s>

Galera, C. (2010). "Construcciones de memoria e identidad en religiosidades populares: reinención del pasado y conformación identitaria en los discursos y prácticas religiosas de devotos del Gauchito Gil". VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/105508>

Galera, C., López Fianza, J. M. (2012). "Religiosidad popular en el siglo XXI : transformaciones de la devoción a San La Muerte en Buenos Aires". Revista Estudios Cotidianos. (1). Disponible en: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/15021>

Hervieu-Leger, D. (1996). « Catolicismo, el desafío de la memoria », en Sociedad y Religión N° 14/15, Buenos Aires

Le Bretón, D. (2002). La sociología del cuerpo.

Le Bretón, D. (2013). El tatuaje. Casimiro Libros.

López da Silva, E. (2015). "El Tatuaje en el mundo y su relación con la Religión". RUTA Comunicación, Número 6, (pp. 1-9), <https://raco.cat/index.php/Ruta/article/view/292047>

Mallimaci, F. y Gimenez Beliveau, V. (2007). "Creencias e increencia en el Cono Sur de América: Entre la religiosidad difusa, la pluralización del campo religioso y las relaciones con lo público y lo político". Revista Argentina de Sociología, vol.5, Nro.9: 44-63.

Martín, E. (2009), "From Popular Religion to Practices of Sacralization: Approaches for a Conceptual Discussion". Social Compass, Nro. 56: 273-285.

Quiñonez, C. (2021.) "Cultura popular en el tatuaje 2.0: el Gauchito me protege". Editorial de la Universidad Nacional del Nordeste EUDENE. <https://eudene.unne.edu.ar/index.php/catalogo/pdfs/58-hacer-se-tatuaje-s>

Parras, K. (2021). "El tatuaje como mediatización". Editorial de la Universidad Nacional del Nordeste EUDENE. <https://eudene.unne.edu.ar/index.php/catalogo/pdfs/58-hacer-se-tatuaje-s>

Rosa, C. (2021). "Antroposemiótica del tatuaje". Editorial de la Universidad Nacional del Nordeste EUDENE. <https://eudene.unne.edu.ar/index.php/catalogo/pdfs/58-hacer-se-tatuaje-s>

# De retomas: el pasaje de *La muerte lenta de Luciana B* de Guillermo Martínez (2007) a “*La ira de Dios*” de Sebastián Schindel (2022)

Oswaldo Beker

bekerosvaldo@gmail.com

Universidad de Buenos Aires

¿Qué es lo que fue? Lo mismo que será.

¿Qué es lo que ha sido hecho? Lo mismo que se hará;

y nada hay nuevo debajo del sol.

(Eclesiastés, 1:8-10)

¿Qué hay de nuevo, viejo?

(Bugs Bunny)

A partir de 1841, con la publicación del cuento “The murders in the Rue Morgue”, el género policial se ha ido enriqueciendo, cultivando y ramificando de manera exponencial. Este tipo de literatura inaugurada por Edgar Allan Poe, divorciada ya del tratamiento fantástico con el que el autor solía abordar sus relatos, vendría a poner el método científico y el pensamiento metódico al servicio del arte y del entretenimiento literario. Con distintas variaciones, múltiples autores han ido trabajando esta mecánica con notable maestría: Chesterton, por ejemplo, que no descartaba las explicaciones fantásticas antes de la resolución racional de un misterio; Arthur Conan Doyle, que con Sherlock Holmes abría la puerta a un tipo de literatura casi matemática; Akutagawa, que jugó con la idea de narrar un hecho a través de varias voces contradictorias y reales. Con los años, el género derivó en un tipo de narrativa que tendió a las violencias eróticas y sanguinarias, el policial negro, y su posterior traslado al cine permitió la narración de historias impactantes a través de los recursos audiovisuales y de la técnica cinematográfica moderna. Nacería así una nueva variación de la retoma o de la reescritura literaria, es decir, la transposición de un soporte a otro. Este pasaje de lo literario a lo audiovisual supondría toda una novedad técnica, discursiva y semiótica, y daría pie a toda una nueva ciencia de estudio y abordaje del fenómeno transpositivo. A continuación, proponemos una mirada crítica a una de las transposiciones que se enmarcan dentro del género policial argentino: la novela *La muerte lenta de Luciana B*, de Guillermo Martínez, y su paso a la pantalla de la mano del director Sebastián Schindel, con *La ira de Dios*.

El relato que es punto de partida para la transposición fílmica cuenta la historia de Luciana, una mujer que, en su juventud, había realizado trabajos como amanuense para el escritor Kloster. Luego de la muerte trágica de varios de sus seres queridos, nace en ella la sospecha de que todo formó parte de un plan de venganza diseñado por el hombre para el que ella había trabajado (y al que había iniciado un juicio luego de que él intentara sobrepasarse con ella). Decide, entonces, contactarse con un investigador (el narrador, en el caso de la novela). Luciana acusa a Kloster de forma convincente en sus diálogos y, luego, Kloster expondría argumentos igualmente implacables ante

el mismo investigador. La adaptación para la pantalla, por su parte, mantiene esta línea argumental, con las variaciones y particularidades que veremos a continuación.

En el campo de las relaciones entre disciplinas artísticas, un espacio de indagación específico es el que tiene por eje la relación entre cine y literatura. Este complejo campo de interacción transitiva aún cuestiones que hacen foco en la participación de escritores como guionistas de films (o como adaptadores), en el relevamiento que los escritores han sostenido respecto de las producciones cinematográficas y en las disciplinas pertinentes al estudio de los pasajes de los relatos literarios al cine.

Primeramente, definamos el vocablo “transposición”, que entendemos como la operación por la que una obra o un género cambia de soporte y/o de sistema (de lenguaje). Dada la aparición de múltiples formas del arte en el espectáculo que enfatizaron el efecto de realidad, la transposición (o adaptación) hacia otras instancias, fundamentalmente en lo que hace al tándem literatura/cine, constituye una operación semiótica que está presente de manera directa en la cultura contemporánea. La mutación de lenguaje que involucra la transposición produce distintos sentidos particulares y generales. La relación del individuo con un libro impreso o con la pantalla del cine (o ahora con la pantalla de los celulares, del Smart TV o de una tablet) se encuentra sobredeterminada desde un punto de vista social. Los medios y las técnicas de producción, los soportes empleados, los modos en su circulación, los lugares para su accesibilidad son algunas de las determinaciones que operan en la constitución de un universo de sentido y que se modifican con el pasaje implicado en un proceso transpositivo. Asimismo, en una práctica social ligada a la transposición, lo que representa un legítimo objeto de análisis es el abordaje de las transformaciones que operan en el isomorfismo.

En este contexto, la lengua se presenta como la matriz en la que están comprendidas las otras organizaciones semióticas. Benveniste denomina a esta particularidad como la doble significación: por un lado, tiene un modo semiótico de significación, los signos; por otro lado, tiene también la lengua significación semántica, es decir, el discurso. Los otros sistemas carecen de tal bidimensionalidad (o tienen significación semiótica y no semántica o bien semántica sin semiótica). Christian Metz, que adhirió a esta tesis, indicó que el pasaje de un código a otro, de lo lingüístico a lo audiovisual, transcurre a nivel del significado a través de la actividad mediadora de la lengua como una gran “comentadora universal”. A diferencia de la traducción, la transposición se trata de una organización semiótica de naturaleza similar que pone en movimiento una múltiple interacción entre sistemas. A continuación, veamos de qué modo interactúan estos elementos entre la novela *La muerte lenta de Luciana B* y su retoma, *La ira de Dios*.

En la realidad empírica ficcional de la novela permanece una impronta mucho más filosófica que en su hipertexto, la película. En este sentido, la mecánica narrativa de un policial supone el despliegue de ciertos recursos narrativos que pongan en funcionamiento una maquinaria más bien cerebral, metódica, casi matemática, para lograr un escalamiento de la tensión (tanto narrativa como psicológica) que todo el tiempo apunte a la resolución de un enigma. En un policial no cabe solamente la ficción estética, sino que se sostiene a lo largo de la trama un suministro de la información que trabaje en pos del vilo en el lector. Esa es una premisa del género, su axioma. Claro que este axioma puede operar de distintos modos: el enigma puede ser el mismo tanto para el narrador como para el lector, o bien puede dar un juego de cortinas en el que el episodio central sea descubierto en un primer acto, para luego generar la expectativa en la explicación posterior. Este último caso es el que se ejemplifica con el hipertexto, la película, que nos muestra en las primeras escenas uno de los sucesos centrales y que serán el disparador para la diégesis, en clave de relato policial, con una marcación un tanto más realista que su texto de partida. En cuanto a las marcas genéricas del hipotexto, si bien es un policial, no descarta las etiquetas de la ficción, del terror y de la fantasía en distintas dosis.

Reflexionó Norberto Mínguez Arranz que el cine y la novela son máquinas narrativas y cabe preguntarse, por lo tanto, si los mecanismos y los ingenios que utilizan son semejantes a al menos comparables. En este aspecto, el tema de los rótulos aparece como una de las problemáticas a resolver. En la adaptación de la novela de Guillermo

Martínez, los rótulos funcionan como limitantes o conductores de un tipo de relato particular. Este realismo al que obliga el género ha optado por descartar las marcas narrativas del terror y la ficción, incluso al límite de caer en clichés que han sido marcas registradas del género (en caso de *La ira de Dios*, lo vemos en la imagen del periodista investigador, con el sobretodo para pasar desapercibido, bajo la lluvia, dibujando ciertos clichés del cine policial). Estas calibraciones que se llevan a cabo para ajustar un texto puramente literario al montaje audiovisual hacen pensar en variaciones que vale la pena descifrar. Lo cierto es que, en palabras de Oscar Traversa, las transposiciones no han alcanzado todavía el lugar que merecen como objeto de reflexión en el conjunto de los estudios en torno a los discursos sociales, por lo que su estudio supone una dinámica que todavía carece de método puntual. En ese sentido, cabe la pregunta investigativa sobre qué otras posibilidades de adaptación había y que no se pusieron en práctica. Antes que nada, debe subrayarse el factor del tiempo, es decir, la diferencia entre el tiempo narrativo al que invita el texto base y el tiempo del soporte audiovisual, en el que la imagen puede sustituir extensos pasajes descriptivos, pero, a la vez, se ve limitada para recrear escenarios de intriga u horror psicológico.

Una transposición, una adaptación, es una especie de reacción, es decir, de una acción que nace a partir de un disparador, de una idea de partida. Un nuevo texto que nace como reacción provocada por uno anterior, que quizás fue disparado, a su vez, por otro anterior. Se crea sobre lo que de algún modo ya existía, y entendido así el proceso creativo es válido hablar de reacción para enriquecer el campo analítico de las transposiciones como fenómeno ético y estético. También puede pensarse ese proceso adaptativo como una traducción. Escribió Eichenbaum<sup>1</sup> que la literatura en el cine no es solamente una escenificación, ni siquiera una ilustración, sino una traducción al lenguaje del cine. Este medio, agrega, no es meramente fotografía animada, sino que implica un lenguaje peculiar, el de la fotogenia. En esa traducción se da un fenómeno más, que es el de la desmesura en términos de inverosimilitud: la novela *La muerte lenta de Luciana B* plantea este concepto desde un comienzo, con un epígrafe que da cuenta de un tipo de venganza desmesurada, desigual, asimétrica. Esa desmesura es la que el lenguaje narrativo y el audiovisual deberán dominar a través de recursos diferentes, quizás con una ventaja por parte del hipotexto, ya que la novela puede permitirse la clave de ficción para jugar con los límites de la credulidad del lector. En cambio, su adaptación, el hipertexto, debe sostener cierto nivel de credibilidad o de verosimilitud que se enmarque dentro del relato realista. En ese sentido, si se camina más allá de esa línea, el espectador del film puede alejarse del universo propuesto por la trama y romper con el hermetismo de la diégesis. Ese es un problema que, tanto escritor como director, deberán resolver de modos diferentes, y esto es lo que hace más interesante el estudio de las transposiciones.

En este sentido, sospechamos que *La ira de Dios* no se ajustará con precisión a su texto de partida, pero eso no alcanza para anular su originalidad. Ante un fenómeno de adaptación, siempre surge la pregunta sobre el valor creativo y el mérito artístico de algo que nace como reacción a una idea primera. Tal toma de posición no implica que se valore de modo diferente a las películas que surgen de un guion original de aquellas que son adaptaciones. Si algo permitió corroborar el concepto de “intertextualidad” fue precisamente la inexistencia de originalidad. En otras palabras, este fenómeno posibilitó la reflexión de que todos los textos establecen relaciones con discursos anteriores, discursos que, tal como sostiene Verón (1987), deben ser entendidos y analizados de acuerdo con sus condiciones de producción, condiciones de las que no tienen por qué ser conscientes ni quienes construyen ni quienes reciben el producto artístico.

En la trasposición de *La muerte lenta de Luciana B* puede hablarse de un tipo de fidelidad en la esencia más que de fidelidad a la letra, ya que la divergencia códica entre el discurso literario y el audiovisual es evidente y supone la interacción de elementos y recursos muy distintos entre sí. Aun así, hay una cierta fidelidad en *La ira de Dios* que tiene que ver con la esencia de la novela, con los personajes, con la construcción de personalidades y de situaciones. En ambas historias asistimos a una venganza desmesurada llevada a cabo por el personaje Kloster, y esa venganza será el puntapié para una dinámica de fidelidad y de licencias particulares con respecto al hipotexto.

---

1 Eichenbaum. *Literatura y cine*. Ed. Albera, 1998, p 198.

Otra fidelidad o punto de encuentro tiene que ver con el tiempo histórico, es decir, el momento en el que suceden las acciones. En ambos universos hablamos de una historia contada en la contemporaneidad, en un presente con el que todos los espectadores y lectores se sienten cómodos. Sin embargo, hay una mínima diferencia que vale la pena ser citada. La novela fue publicada en 2007, es decir, unos quince años antes que su adaptación. Claramente, en esos años el discurso social en el contexto rioplatense cambió de manera significativa. Esto invita a una reflexión con respecto a temáticas en boga que, en el 2007, quizás no eran tan recurrentes en los medios ni en la discursiva social. Uno de ellos estaría ligado al feminismo y a la reacción del público ante ciertos escenarios propuestos por el argumento. En la novela, Kloster, asaltado por un impulso de pasión e idealización, besa a su amanuense, Luciana. Ella, que de alguna manera lo evita, se ve influenciada luego por una abogada feminista radical que le aconseja iniciar un juicio contra su empleador. Ese juicio, con el que Luciana no se sentirá del todo cómoda, inicia una serie de acciones que determinarán la serie de asesinatos y el núcleo de la trama.

Todo este encadenado de episodios nace a partir de un elemento que hoy, a la distancia, podemos citar como un adelanto de lo que vendría en términos de discursiva social; Guillermo Martínez, en la novela, aborda la temática del feminismo en un contexto temporal que lo libra de ser un mero recurso *mainstream* o señuelo, proyectó un tipo de andamio *avant la lettre*, al servicio exclusivo de la trama. Hoy, en cambio, quizás la dinámica de la diégesis podría verse opacada por determinados relieves temáticos más bien ligados a temas del momento. Aun así, esto no entorpece la ejecución del argumento en *La ira de Dios*, que se deja ver en términos de film policial y no como folletín de propaganda.

Cabe señalar que, en ese juego de transposición, muchas veces el eje temático puede verse perjudicado como elemento al servicio de la historia que se está contando. En este sentido, es válido mencionar que muchos foros críticos señalaron la existencia de ciertos agujeros en el guion de *La ira de Dios* que daban cuenta de una ejecución apresurada. Volvemos nuevamente a la problemática del tiempo narrativo que en el cine suele ser más acotado. Muchas veces, la adaptación de un discurso literario se focaliza en la historia superficial, en la historia que se deja contar por arriba, y no se toma en cuenta la otra historia, la que se va construyendo desde dentro y en paralelo y que, en determinado punto de la diégesis, es la que termina dando sentido a cada una de las acciones puesta en escena. En el soporte audiovisual, más puntualmente en la adaptación de la novela de Guillermo Martínez, puede anotarse como una falencia directiva el hecho de que ciertas cuestiones místicas que rodean a los móviles de un asesino no hayan sido abordadas en plenitud, dejando en el espectador un criterio ambiguo, un sabor a poco, la sensación recurrente de que “el libro fue mejor”. La novela, en su momento, fue recibida por la crítica como una obra ejecutada con habilidad, con gusto por la novela policial y el enigma, con refinadas alusiones literarias y metafísicas y con una configuración de personajes definidos por la inteligencia y la ambigüedad moral. El contraste entre el hipotexto y su reacción, para los ojos de la crítica, pareciera evidente.

Robert Stam ha reflexionado, con relación a la fidelidad de la adaptación, que, por estar cargado de términos tales como traición, deformación, violación, vulgarización y profanación<sup>2</sup>, el lenguaje de la crítica que se ocupa de la adaptación de novelas al cine ha sido profundamente moralista, es decir que cada acusación conlleva una dosis de indignada negatividad. Claramente, en *La ira de Dios* hay una poda considerable de todo un aparato intertextual que gravita en el texto de partida y que dan motivo a las acciones axiales en la diégesis. Pero esta aparente profanación del espíritu que engrandece un texto literario y que se licua en su posterior adaptación puede ser entendida en términos de la economía audiovisual. Mientras que una novela puede extenderse y focalizar con más precisión y tiempo en las acciones, un film debe cumplir con determinado tiempo de metraje, y eso se traduce en un trabajo de edición y montaje que puede perjudicar la historia que se transpone, diluyendo o empalideciendo incluso al narrador de acuerdo con la traducción intersemiótica<sup>3</sup> categorizada por Roman Jakobson. Esta dualidad

---

2 Escribe Borges en “Biografía de Tadeo Isidoro Cruz”: “La aventura consta en un libro insigne; es decir, en un libro cuya materia puede ser todo para todos (1 Corintios 9:22), pues es capaz de casi inagotables repeticiones, versiones, perversiones.”

3 Jakobson define la traducción intersemiótica o “transmutación” como una interpretación de signos verbales —código lingüístico— mediante signos de sistemas no verbales —código no lingüístico—. Esta categoría abarca una gran variedad de sistemas

de discursos, literario ficcional y cinematográfico, habla de una transfiguración del hipotexto en una nueva obra, en un nuevo producto, en una nueva versión. El narrador que, en primera persona narra los episodios en la novela, tiñe de subjetividad el relato, dando a todo lo que se cuenta un tinte particular y la sospecha en el lector de ciertos énfasis o focalizaciones plenamente subjetivos. Esto, evidentemente, desaparecerá en la versión audiovisual, en la que la voz narrativa se diluye en cámaras y escenas desarticuladas que rompen la continuidad estilística propuesta por el texto base.

Aun así, el film cumple con un índice primordial para el género abordado, es decir, se respeta aquello que Todorov enuncia con relación al género policial: la existencia de dos historias; en este caso, el crimen y su posterior investigación. De este modo se abren dos líneas diegéticas paralelas que construyen la trama. En el caso de *La ira de Dios*, el relato está manipulado temporalmente. La historia comienza con una escena de muerte y, a partir de ahí, se construye el suspenso en la narración de su investigación. Este tecnicismo quizás responda a una moda epocal del cine, en el que se apela al flashback para tentar al lector con cuotas de una misma línea argumental, pero contada de a retazos, como un puzle diegético cuya operación estética final correrá por cuenta del espectador.

En el libro *The Fluid Text: A Theory of Revision and a Editing for Book and Screen* (2002), John Bryant expone que ningún texto es una cosa fija: siempre hay múltiples versiones manuscritas, revisiones y diferentes ediciones. Linda Hutcheon, con otras palabras, nos dice que la fidelidad al hipotexto resulta en un ideal teórico que, en la práctica, es imposible. La transposición, la adaptación como reacción, la creación de una versión no está libre de cambios que alteren el espíritu madre, muchas veces es pos de una estética nueva y, a su modo, original. *La ira de Dios* rescata el germen oscuro del policial negro propuesto en la novela; alude, también, a la violencia erótica del crimen, al diseño matemático de la muerte por parte de un ejecutor en plan de venganza, a una ficcionalización del caos inherente al espíritu humano que da verosimilitud y móvil, en contexto narrativo, a las acciones de un asesino.

Dadas las nuevas circunstancias de los fenómenos discursivos y su interacción entre soportes, podríamos decir que estamos en la era de las adaptaciones, de las versiones, de las *re*-versiones. La era de las *re*. Estas nuevas apariciones, interpretaciones autorales de obras pretéritas, dan pie a un análisis incluso sociológico. En ese sentido, Hutcheon<sup>4</sup> (1989) confirma la aparición de una nueva narrativa que se relaciona directamente con la consolidación de una nueva percepción de la historia. Esta idea busca establecer y describir cómo convergen la teoría y la práctica, conceptos que conducen a la creación de una poética postmoderna. Esta interpretación de una historia, o reescritura de una historia, según Hutcheon, constituye el fenómeno de la metafiction historiográfica, una ficción que se basa en la historia, pero la re-crea, la re-piensa, siempre consciente de esa nueva construcción. Esa recreación puede darse incluso entre géneros, o por fuera de ellos. En el caso de *La ira de Dios* asistimos a un cambio de rotulación con respecto al texto fuente: mientras que el texto literario ahonda en lo ficcional desde el policial, con tintes de terror, o de horror, en la adaptación de Schindel se opta por una puesta en escena más realista, pero sin abandonar los lineamientos códicos del policial negro más tradicional.

El ejercicio de transponer, como vemos, supone una multiplicidad de factores que tienen que ver con el pasaje, la reversión, la mirada subjetiva como transformador de un texto base. En ese contexto, hipotexto e hipertexto dialogan en un contrapunto prefigurado por las similitudes y las diferencias; se parecerán, incluso, en aquellos rasgos en los que intenten diferenciarse. En la novela *La muerte lenta de Luciana B*, un personaje, Luciana, es la amanuense, la escriba de un artista que dicta sus textos. Este detalle, en el contexto de esta ponencia, viene a ilustrar de manera casi casual el espíritu de la transposición, es decir, la reescritura, un pasaje de un formato (el oral) a otro nuevo (el escrito). La transposición como artificio amanuense en el que un texto -una historia- viaja más allá de las formas, de los recipientes, de los soportes, y transmuta en una reversión de sí misma; reversión que invita a nuevas viejas lecturas, al ejercicio de contrastar el fondo con la nueva estética resultante.

---

de comunicación, desde las expresiones faciales y gestuales o las onomatopeyas, hasta los emoticonos en los mensajes de texto.

4 *The Politics of Postmodernism*. London: Routledge.

Sobre el final, queda la pregunta sobre el éxito de la transposición de la novela de Guillermo Martínez. Más allá de las consideraciones de la crítica, enfocada más bien en tecnicismos actorales y en dinámicas propias del cine, la historia que se transpone se mantiene casi fiel a la original; al menos en su argumento grueso y en la duda que gravita durante el desarrollo de la trama, relacionada con el azar y las causalidades. Tanto en el hipotexto como en el hipertexto, el lector-espectador deberá resolver o decidir íntimamente si el azar está involucrado como herramienta de la diégesis para generar suspenso, o si claramente hay un orden dentro del caos aparente de los eventos que se narran. En uno u otro caso, la transposición fílmica queda en desventaja en la tarea de construir la ambientación adecuada para que esa duda sea una herramienta productiva en términos artísticos, estilísticos y estéticos. La novela, la palabra, la narrativa que se deja fluir a través de un narrador subjetivo, son, en este caso, un recurso mucho más eficiente dentro de la trama aludida. *La ira de Dios*, ya desde el nombre parece incluso adelantar una idea de antemano; la idea de que todo cuanto se narra es una prerrogativa de la naturaleza divina para ejercitar un tipo de justicia que está más allá del entendimiento. *La muerte lenta de Luciana B*, en cambio, no da pistas sobre lo que vendrá, mecánica que más y mejor se ajusta al género dentro del que se enmarca la historia, el policial. Queda, por último, hacernos las preguntas: ¿qué otras formas estilísticas de transposición admitirá, en un futuro, la historia de Guillermo Martínez? ¿Qué historias anteriores a la novela habrán prefigurado e influenciado al autor?

Todo texto es, posiblemente, la reescritura de uno anterior; con otras formas, con otros fondos, con otros códigos y variaciones. “No hay nada nuevo bajo el sol”. Pero, en el descubrimiento de esos puntos de contacto, más allá de los soportes y de las estéticas, está el atractivo del arte como experiencia de reescritura, de diálogo, de retoma.

## Referencias bibliográficos

- Benveniste, É. (1999). *Problemas de lingüística general II. Siglo XXI*.
- Borges, J. L. (2003). *El Aleph*. Alianza.
- del Coto, M. R. (2017). *Medios y retomas. Escrituras y encuentros textuales*. Biblos.
- Eichenbaum, B. (1998). *Literatura y cine*. Albera.
- Hutcheon, L. (2006) *A theory of adaptation*. Routledge.
- Jakobson, R. (1959). *On Linguistic Aspects of Translation*. Reuben Arthur Brower.
- Martínez, G. (2007). *La muerte lenta de Luciana B*. Planeta
- Metz, Ch. (1974). "El estudio semiológico del lenguaje cinematográfico". *Lenguajes*.
- Mínguez-Arranz, N., Clemente-Mediavilla, J., & Deltell Escolar, L. (2022). La recepción del ensayo audiovisual español contemporáneo. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 20(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i1.1797STAM>, R.
- Stam, R. (2000) "Beyond Fidelity: the Dialogics of Adaptation", en *Film Adaptation*. James Naremore, Ed. Rutgers University Press.
- Stam, R. (2005) "Introduction: The theory and Practice of Adaptation", en *Literature and Film. A Guide to the Theory and Practice of film Adaptation*. Robert Stam y Alessandra
- Todorov, T. (1974). "Tipología de la novela policial", en *Fausto*, III: 4.
- Traversa, O. (1986). "Carmen la de las transposiciones". Trabajo presentado en el I Congreso de la Asociación Argentina de Semiótica. La Plata.
- Verón, E. (1987) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.

# "Cultura participativa y convergencia de medios analizando el caso Gran Hermano Brasil"

Rocío Alejandra Leal

Universidad Nacional de Tucumán

## Abstract

El presente trabajo tiene como fin investigar el papel que cumple la red social Instagram y los Reels como producto audiovisual, así como los medios tradicionales, como es el caso de la televisión y cómo es que estos convergen para la construcción y estigmatización de los personajes y de sus fandoms en el reality show "Gran Hermano Brasil", edición 2020, específicamente el caso de Manu Gavassi.

El programa presenta elevados índices de audiencia y de interacción a pesar de estar hace muchos años al aire. Por esa razón siempre busca reinventarse para no caer en típicos clichés. En su 20ava edición, la producción decidió colocar a un grupo de personas anónimas y otro de famosos para formar parte. En uno de los denominados "paredones" protagonizado por Manu Gavassi, Prior y Mari Gonzalez, se rompió el Guinness World Record a "mayor votación de un programa de televisión en el mundo" consiguiendo 1,5 billones de votos.

Este es un show en el que los participantes ascienden de la esfera privada a la esfera pública de un momento a otro causando impacto en un público que se identifica o rechaza las historias de vida, personalidades, formas de actuar ante determinadas situaciones, etc.

Es por esto, que a través de una búsqueda bibliográfica decidí utilizar los conceptos

de "cultura participativa" que según Jenkins es lo que se genera cuando consumidores y productores dejan de tener papeles separados; y "convergencia de medios" como un modo de alterar las relaciones entre tecnologías existentes, industrias, mercados, géneros y públicos, para intentar responder a las preguntas de: ¿Pasa el sujeto a perder total independencia para entregarse al mercado y formar parte del espectáculo o es la narrativa transmediática una forma que tienen para posicionarse y controlar su personalidad? ¿Cuál es el poder y la importancia de los productos mediáticos en la sociedad actual? ¿Se puede entender a estos como un espacio de manipulación y disputas simbólicas?

Palabras claves: Comunicación transmediática, cultura participativa, Gran Hermano

## Marco teórico

Para realizar el análisis, se llevó a cabo una lectura y puesta en relación de los libros del autor Henry Jenkins: "Textual poachers: fanáticos de la televisión y cultura participativa" (2012), "La cultura de la convergencia: cartografía un nuevo territorio en el que los viejos medios y los nuevos se entrecruzan" (2008) y "Cultura participativa en una era en red: una conversación sobre juventud, aprendizaje, comercio y política" en co-autoría con las escritoras Mimi Ito y Danah Boyd.

Se trata de un académico, profesor de Comunicación, Periodismo y Artes Cinemáticas cuyas investigaciones y conceptos surgidos de sus diversos estudios marcaron un antes y un después para estudiar el "crecimiento de la cultura

fan”, “nueva alfabetización mediática”, “cultura participativa” y “La cultura de la convergencia en los medios de comunicación”. Entre los conceptos mencionados el autor destaca distintos puntos que serán centrales para esta investigación.

La convergencia mediática entendida como un proceso cultural en el que en base a una web 2.0, consumidores y productores se unifican para volverse “prosumidores” aprovechando y combinando diferentes fuentes mediáticas para la creación, producción y distribución de informaciones, imágenes, videos, etc.

Como así también el surgimiento de nuevas formas participativas que nos invita a pensar sobre el cambio cultural que se está produciendo en base a las tecnologías de “nuevos medios” y como éstas sirven para explorar las transformaciones y posibilidades que ofrecen. Describiendo “fenómenos sociales creativos que surgieron como una cultura participativa”

La narración transmedia también nos permite dar cuenta cómo pueden surgir diversas historias, diversas plataformas que alientan a los usuarios y productores a participar en una experiencia que es mucho más compleja y profunda.

Gran Hermano Brasil, llegó en el año 2001 y desde entonces no se ha interrumpido su emisión por la cadena Globo. Todos los años adquiere una temática o característica nueva, que lo hace más interesante o tal vez diferente de años anteriores. El programa presenta elevados índices de audiencia y es visualizado por una gran cantidad de personas teniendo a su vez, una muy buena aceptación por parte de los telespectadores.

La edición 2020 no se pudo quedar atrás de esto, y se la considera como una edición histórica por diversos factores.

Uno de ellos podría ser que coincide con el año en el que se desató la ola de COVID-19 en el mundo entero obligando a la Organización Mundial de la Salud a establecer como medida de protección la cuarentena. Muchas personas que tenían su rutina de trabajo afuera, tuvieron que trasladarla a sus casas. Pero no solo fue el trabajo, si no que el ocio y entretenimiento también tuvieron un lugar esencial en sus vidas durante ese periodo. Muchas emisoras tuvieron que parar de producir contenidos por lo que varias novelas se vieron afectadas. Pero Gran Hermano Brasil siguió al aire.

Otro factor importante es que la primera edición en la que se contó con la presencia de famosos, influencers, cantores, atletas etc; permitiendo así y en cierto modo que el programa tenga una interacción orgánica. Este tipo de interacción vino debido a que estas celebridades ya contaban con una base de fans, por lo tanto ya contaban con cierta influencia social, interacción, etc lo cual son puntos decisivos tanto para analizar la “construcción” mediática que se realiza sobre sus “personajes”.

Un punto esencial fue también la participación e impacto que generó en el público. La cultura participativa se muestra extremadamente activa durante este tiempo mediante y sobre todo, las votaciones las cuales definen quien queda y quien sale del programa. De esta forma, según Becker el público “tiene una postura activa, participa del programa e interfiere directamente en el contenido”. Aportando así también a la construcción y estigmatización de los personajes.

El compromiso del público durante la trayectoria del programa se vio reflejado en uno de los denominados “pare-dones” que llegó a alcanzar 1.5 millones de votos rompiendo así el Guinness World Record a “mayor votación de un programa de televisión en el mundo”.

El denominado reality show tuvo su origen en Países Bajos donde se emitió por primera vez en el año 1999. Creado por el productor televisivo John de Mol, el programa fue un éxito en el país de origen por lo tanto comenzó a expandirse al resto del mundo (extraído de Wikipedia)

Aún así, su término fue extraído de la novela política de ficción distópica "1984" de George Orwell. El "gran hermano" es un personaje cuya presencia se halla a través de las telepantallas en la fuerte propaganda del partido único de Ingsoc y en enormes murales en cada rincón de la sociedad.



(extraído de Wikipedia)

Su gran importancia es debido a su omnipresencia, existencia enigmática ya que nunca conocemos su nombre real o persona y cuyo propósito es el de infundir confianza, temor y respeto. Con tintes totalitarios, este personaje "educa" a la población por medio de la propaganda gubernamental intensiva en valores colectivistas donde pensar individualmente es visto como una traición a la sociedad.

Es así como el autor, describe en el libro a una sociedad "orwelliana" que tiende a manipular la información, práctica la vigilancia masiva, la represión política y social.

En el programa, esta forma de vigilancia se da a través de las cámaras, que por analogía podríamos decir que es el "ojo que todo lo ve" pero que a su mismo tiempo nos remite a un concepto muy conocido de Foucault que es el Panoptico.

En su libro "vigilar y castigar" Foucault utiliza la imagen del panoptico para "demostrar la relación existente entre poder y visibilidad". "Ello asegura el funcionamiento automático de poder, o sea, un dispositivo de fabricación al cual el individuo se somete por medio de un campo de visibilidad, garantizando la dominación".

El reality show es un tipo de género cuyo propósito es el de mostrar sucesos cotidianos o reales de lo que ocurre con determinados personajes en un determinado marco espacio-temporal; y que no implique de edición ninguna por parte de la producción. Considerándose así como un "espectáculo de la realidad" o "demostración de la realidad".

Es así entonces, como en este caso el poder se traslada al poder de ver, mediante estrategias que muestran una proyección de una imagen a la cual los espectadores aceptan o rechazan y que se eterniza en el imaginario colectivo por diversos medios.

Las transformaciones digitales nos presentan nuevas formas de crear y consumir contenido las cuales exigen cada

vez más interactividad, creatividad e innovación.

Es por eso, que la presente investigación se centra en el análisis entre los productos comunicaciones "reels" de la red social Instagram, y de la televisión tradicional, en el reality show Gran Hermano. También, estudiar cómo se complementan o no para la creación de narrativas transmediáticas y construcción del "personaje" de Manu Gavassi.

Es la convergencia de medios, quien según Jenkins "altera la relación entre tecnologías existentes, industrias, mercados, géneros y públicos. Alterando la lógica por la cual la industria mediática opera y por la cual los consumidores procesan la noticia y el entretenimiento".

Por otro lado, la narrativa transmediática o transmedia storytelling tiene como característica principal o fundamental el desarrollo de mundos multimodales que se expresan en múltiples medios. Pero lo más importante es cómo estas narrativas "proponen una expansión del relato a través de la incorporación de nuevos personajes o situaciones; al mismo tiempo que los usuarios participan de ella creando nuevos contenidos y compartiéndolos en la red" (Jenkins 2003.)

Es ahí donde entra nuestro concepto de cultura participativa a la cual Jenkins expresa como "es lo que se genera cuando consumidores y productores dejan de tener papeles separados".

### **Contexto, influencia social y construcción del personaje de Manu Gavassi**

Manoela Gavassi es una conocida cantante, compositora, actriz, escritora y directora brasileña. En el año 2020 fue invitada por la producción de "Big Brother Brasil" para formar parte del grupo camarote.



Extraído de GShow

Manu entrando a "la casa más vigilada del país"

Manu ya contaba con una serie de proyectos que incluían guiones de series y películas, álbumes, una agencia creativa, entre otros. Incluso contaba con 4.8 millones de seguidores en Instagram antes de entrar. Lo que le faltaba era más visibilidad, sobre todo para un público que aún no conocía su capacidad. El programa fue ese espacio en el que mostraría su personalidad y sus trabajos.

En diversas entrevistas, la actriz comentó que "faltaba que mi nombre fuera interesante para las personas. Fal-

taba quebrar el preconcepto que los artistas adolescentes cargamos. Faltaba el factor que me asombró una vida entera: la fama. Me dije a mi misma: si todos mis sueños están a un BBB<sup>1</sup> de distancia<sup>2</sup> y que todo lo que necesito para que eso suceda es exponerme un poco. Dame 3 meses, voy a buscar esa fama y ya vuelvo!”

En un imaginario colectivo los discursos, gestos, más allá de el estatus al cual pertenezcan los participantes; hay una cierta pre-fabricación de un mismo sueño: ser famoso, rico y aceptado por una sociedad entera que aspira a ser como ellos y a lo cual Freud denomina como “una representación inconsciente de un deseo reprimido”.

El reality nos invita a pensar en la importancia que tiene la imagen, como así también los discursos simbolizantes que forman parte de nuestra sociedad del espectáculo como lo definiría Guy Debord. Para este autor, “el espectáculo en la sociedad corresponde a una fábrica concreta de alienación. La expansión económica y sobre todo la expansión de esa producción industrial específica”. Es decir que concibe a la imagen, como mediadora de las relaciones sociales.

Manu entró al show con una estrategia de marketing o de posicionamiento ya planeada que ayudó a impulsar su visibilidad en la casa y que permitió que continúe activa en sus redes sociales incluso durante el confinamiento.

Su participación comenzó de forma discreta mientras que los otros hermanitos entraron con la “mente en el juego”.

### Plan estategico en Instagram

Consistio en dejar contenido preparado para ser publicado en sus redes, de tinte sarcasticos, graciosos, reflectivos y diferentes a lo que se acostumbra a ver. Incluía alrededor de 130 videos para ser publicados en formato reels e imagenes con su respectivo copywright<sup>3</sup> acompañando el pie, en la red social Instagram.



1 BBB- Son las siglas pertenecientes a “Big Brother Brasil”. A español se traduce como Gran Hermano Brasil.

2 Quiere decir que la separa de la fama, el premio final y el podio son 3 meses de programa.

3 Tecnica de redacción que consiste en escribir textos persuasivos (fines publicitarios).

Lo importante, era mantener el contacto con sus seguidores tornándose un excelente ejemplo de marketing digital.

“En medio de tanta polemica, me siento plena en saber que en el retiro tenemos cámaras por todos lados. Namaste”

La analogía fue uno de los puntos claves en sus videos. Ya que se planteaba una idea en paralelo de lo que estaba sucediendo en la tv pero sin hacer mención específica a ciertas situaciones o sin saber cómo serían las dinámicas de la semana.

Por ejemplo: utilizaba el concepto de “retiro espiritual” para hacer referencia al reality show, ya que ambos poseen características parecidas: tiende a ser en un lugar lejano o apartado de la sociedad, se busca el aislamiento y la desconexión.

Las publicaciones ayudaron a esta idea de “continuación narrativa” de lo que sucedía en vivo y lo que manu planteaba en sus videos.

Esto permitió en cierto punto el “poder” de controlar su propia narrativa y de mostrar una especie de ficción que luego se transfundía con el contenido de no ficción que proporcionaba el programa a través de los denominados “VT”.<sup>4</sup>

### **VT: un espacio a ganar**

BBB es transmitido en una de las emisoras de mayor influencia de Brasil, la red Globo. Esta tiene un papel esencial en la construcción del pensamiento y del imaginario de la sociedad.

El videotape es el momento que puede tener un personaje durante el programa en vivo. Es una edición que realiza la producción en donde se muestra lo más divertido, conversaciones estratégicas, personalidad, momentos icónicos, expresiones, memes entre otros del participante. El desafío consiste en intentar resumir lo que sucedió en un marco espacio temporal de 24 hs dentro de la casa.

Pero, ¿por qué es tan importante? Porque el programa presenta una elevada audiencia y es el instante que tiene o que se le da al concursante de poder mostrarse ante el público que se identifica o rechaza ante él. Es decir que este instante marca un punto fuerte de influencia que transforma al participante en personaje e invita al público a formar parte.

Entonces, la narrativa deja de tener “poder” en el participante para trasladarse a quien maneja y edita estas situaciones. Sin embargo, este paso del poder se da desde mucho antes. Desde el momento en el que se asciende de la esfera privada a la pública para ser visto como una mercancía y servir para el entretenimiento.

La esfera privada pasa a ser entonces la temática de estos resúmenes tanto así como la forma en la que se narra el horario en el que se emite, (prime time como punto clave); de los sentimientos y situaciones a los que se expone, de las relaciones que construye y la forma en la que lidia con los problemas que se presentan.

---

4 VT: VideoTape y se utiliza para mostrar un momento marcante del personaje durante el programa. Vetezeiro sería la denominación que se le atribuye a la persona que hace todo pensando en el público que lo ve.

## Consideraciones finales:

En cuanto a la pregunta sobre si ¿Cuál es el poder y la importancia de los productos mediáticos en la sociedad actual? Hemos visto entonces como la vida privada y la cultura son vendidas y comercializadas tornándose mercadería. Gran Hermano es entonces un programa producto de la cultura de masas.

En Brasil el programa tiene una gran aceptación por parte de los telespectadores los cuales son los encargados de una especie de "justicia social" en la elección del participante que va a llevarse el premio, en la estigmatización o incluso en la aceptación e idolatría. Es por esto que respondiendo a la pregunta de si ¿pasa el sujeto a perder total independencia para entregarse al mercado y formar parte del espectáculo o es la narrativa transmediática una forma que tienen para posicionarse y controlar su personalidad? El sujeto si pierde su independencia ya que más allá de su estrategia narrativa transmediática y de la hibridación que puede darse entre ficción y realidad, la forma que prima para mostrar su personalidad y conocer más de este es en el programa en vivo el cual está marcado por estrategias, discurso narrativo y discurso publicitario, ediciones de los vt, etc en un momento (horario que dura la transmisión) y en un espacio (red global) establecido previamente.

Entendiendo a este espacio como un espacio de manipulación y de disputa simbólica que tiene una intencionalidad específica, como así el logro de un objetivo determinado que va más allá del objetivo del participante que es el de ganar.

## Bibliografía

Extra Globo, (2020). "Relembre a trajetória de Manu Gavassi no 'BBB20': a fada sensata que voltou de paredão histórico". Obtenido el 27 de Abril de 2020 en [Relembre a trajetória de Manu Gavassi no 'BBB20': a fada sensata que voltou de paredão histórico \(globo.com\)](https://www.extra.com.br/relembre-a-trajetoria-de-manu-gavassi-no-bbb20-a-fada-sensata-que-voltou-de-paredao-historico)

Foucault, Michel. Vigilar y castigar : nacimiento de la prisión.- 1a, ed.- Buenos Aires : Siglo XXI Editores Argentina, 2002. 314 p. ; 21x14 cm.- (Nueva criminología y derecho) Traducción de: Aurelio Garzón del Camino

Jenkins, Henry. "Textual poachers: fanáticos de la televisión y cultura participativa" Routledge; 2nd edition (November 7, 2012)

Jenkins, Henry. "La cultura de la convergencia: cartografía un nuevo territorio en el que los viejos medios y los nuevos se entrecruzan" Volumen 175 de Paidós. Grupo Planeta (GBS), 2008

Wikipedia- Henry Jenkin. Obtenido el 12 de Mayo de 2023 como última modificación en [Henry Jenkins - Wikipedia, la enciclopedia libre](https://es.wikipedia.org/wiki/Henry_Jenkins)

Wikipedia- Manu Gavassi. [Manu Gavassi - Wikipedia, la enciclopedia libre](https://es.wikipedia.org/wiki/Manu_Gavassi)

Wikipedia- 1984 George Orwell [1984 \(novela\) - Wikipedia, la enciclopedia libre](https://es.wikipedia.org/wiki/1984_(novela))

Wikipedia- Gran hermano [Big Brother \(programa de televisión\) - Wikipedia, la enciclopedia libre](https://es.wikipedia.org/wiki/Big_Brother_(programa_de_televisi3n))

# Te llevo bajo mi piel. Análisis cultural sobre la práctica del tatuaje en la actualidad

Magariños, María Laura  
lauramagar78@gmail.com

**Universidad Nacional de General Sarmiento**

## Introducción

**Justificación.** ¿Por qué hacer un análisis sobre el tatuaje?

El tatuaje ha existido siempre a lo largo de la historia de la humanidad. Es una práctica que ha tenido diferentes usos y significados para los pueblos que la realizaron. Aparece en distintas culturas asociado a ceremonias religiosas o rituales mágicos, como estigma de delincuentes o prisioneros, como signo de casta o distinción, como muestra de resistencia al dolor o paso necesario en ritos de iniciación.

De acuerdo a la situación que el tatuaje ocupa en la configuración cultural, puede ser rechazado o aceptado. Pero, por ser una marca que se lleva en la piel, no pasa, nunca, desapercibido. Un tatuaje da cuenta de algo, remite a un momento o hecho particular, cuenta una historia. Nos invita a preguntar.

### Objetivo

El propósito del presente trabajo es comprender, interpretando la perspectiva de los actores, cuál es la historia que cuenta el tatuaje en nuestros días.

### Contexto

Hasta hace no demasiado tiempo, en nuestro país el tatuaje era una práctica estigmatizada, asociada a los sectores más marginales de la sociedad: marineros y soldados, presidiarios, tribus urbanas, clases bajas. Sin embargo, en las últimas décadas el fenómeno se ha expandido, extendiéndose a sectores de la población muy diversos. Según una encuesta realizada en 2018 por la agencia alemana de investigación Dalia Research, en la Argentina el 43% de la población tiene al menos un tatuaje. El porcentaje es aún mayor en las mujeres: el 45% de nosotras tenemos uno. ¿Cómo es que una práctica que durante años estuvo estigmatizada pasó a estar tan de moda?

### Metodología

Para abordar la problemática se realizaron siete entrevistas en profundidad a personas que participan del mundo del tatuaje: dos tatuadores de un estudio tradicional, fundado hace dos décadas, ubicado en una galería de la avenida Maipú, en Olivos; una tatuadora que se desempeña desde hace cinco años en su propio estudio privado, ubicado, también, sobre una avenida principal, en la localidad de General Pacheco; y cuatro personas tatuadas, tres de las cuales comenzaron a marcarse la piel en la década del noventa.

Para la elección de participantes se tuvo en cuenta, en todos los casos, el hecho de que pudieran dar testimonio sobre la percepción del tatuaje hace veinte años, y así poder establecer una comparación con la visión actual sobre la práctica. En la selección de profesionales del tatuaje me pareció interesante combinar, por una parte, artistas

varones que trabajan en una casa de tatuajes tradicional y, por otra, una artista mujer que tatúa en un local privado, únicamente con cita previa, y sin posibilidad de atraer clientes mediante el *walk in*[1]. Finalmente, decidí incluir en el desarrollo de este trabajo algunos aportes de Vicky, hija de la tatuadora entrevistada, que espontáneamente decidió participar de la charla y cuyas reflexiones me resultaron muy valiosas.

### **Marco conceptual**

Para el análisis de la información obtenida en el trabajo de campo se tomó como punto de partida una serie de nociones y conceptos abordados en el trayecto de la materia Comunicación Masiva y Matrices Culturales de la Licenciatura en Comunicación de la UNGS. Los conceptos que trazaron la estructura del análisis son los de configuración cultural, hegemonía, moda, identidad, aguante, *habitus* y género.

### **Preguntas guía**

Las preguntas que guiaron el análisis fueron: ¿Son los tatuajes constructores de identidad? ¿Constituyen una moda? ¿Influye el fenómeno de la moda de manera desigual en mujeres y varones? ¿Qué cosas expresamos a través de nuestros cuerpos? ¿Existen estereotipos de género alrededor de la práctica del tatuaje? ¿Cuánto tienen que ver en la difusión de los tatuajes los medios de comunicación?

## **Desarrollo del tema. Resultados**

### **Configuración cultural, moda e identidad**

El cambio no es bueno ni malo,  
es simplemente cambio.

(Don Draper)

El tatuaje existió desde siempre pero hoy se ha popularizado de manera inédita. Dejó de ser una práctica asociada a la marginalidad o la subalternidad, vinculada al hecho de estar preso o ligada a la drogadicción, para convertirse en una estética *cool*. ¿Qué factores operaron para producir este cambio en la percepción del tatuaje?

Según explica Juan, tatuador desde hace más de dos décadas, el principal elemento que intervino en este cambio es la difusión de la práctica en los medios de comunicación hegemónicos:

“Lo que pasa es que cambió un montón desde los años 90, que empezó el furor y comenzaron a aparecer las casas de tatuajes, hasta ahora. A fines de los noventa la gente te veía tatuado y pensaba que eras un drogadicto o que habías estado en cana, o que algo malo pasaba con vos. (...) Hoy, gracias a los medios de comunicación, y gracias a que figuras reconocidas se han tatuado un montón, se perdió ese tabú y el tatuaje se hizo recontra masivo”.

Desde el momento en que los tatuajes accedieron a los medios de comunicación perdieron todo rasgo problemático y pasaron a ser una práctica hablada y explotada por todos y todas. Pero, hasta finales de los noventa, el tatuaje se colocaba en un espacio de pseudo marginalidad, una suerte de gueto para los raros:

“Al principio estaba asociado a la marginalidad (...) Y a medida que se fueron tatuando los famosos —como los futbolistas o, no sé, Tinelli— pasó a ser una excentricidad más que una cuestión de guetos” (Juan, tatuador)

“La movida acá surgió de los motoqueros y del puerto (...) Del ambiente *under* de esa época empezó a crecer, y ahora abarca a todo tipo de público: tatuamos abogados, jueces y hasta policías” (Nacho, tatuador)

La práctica del tatuaje comenzó a circular en nuestro país de manera clandestina y precaria en el baño del Mercado Central, el Mercado de Pulgas del barrio de Flores y en algunos balnearios de la Costa Atlántica (Crocí y Mayer, 1998). En la década del noventa las casas de tatuajes habían pasado a las galerías, como la famosa Bond Street, que, aunque ubicadas en el centro de la ciudad, continuaban siendo una especie de gueto para los raros. Así, quienes comenzaron a hacerse tatuajes en esos años conservaban cierto espíritu de clandestinidad:

“Mis padres se fueron de viaje y cuando volvieron yo tenía el tatuaje hecho” (Pablo, tatuado)

También Karina, una de las entrevistadas, cuenta que se hizo su primer tatuaje a los 14 años, a escondidas de sus padres. Y Matías esperó a cumplir los 18 para poder hacerlo sin pedir autorización. Los sitios elegidos para marcarse la piel también denotan clandestinidad: la espalda y el hombro, que pueden permanecer ocultos bajo una remera. En este sentido, Nacho, dueño de un estudio de tatuajes en la zona norte del conurbano, explica que tatuarse, en esa época, era un acto de valentía (por el dolor físico y la permanencia del estigma) y también de rebeldía. Con el paso del tiempo eso fue cambiando, dice Nacho, gracias a la difusión de la práctica en los medios de comunicación e Internet. El tatuaje ha obtenido su legalidad: hoy no sólo se tatúan los y las adolescentes rebeldes, sino que es una práctica consumida por todas las generaciones:

“Mi vieja, cuando se enteró de que me estaba tatuando y estaba empezando a tatuar, se puso re mal y lloró un montón. Ahora se tatúa conmigo y hasta me presume con sus amigas” (Juan, tatuador)

“Según mi papá, sólo los marineros se tatuaban. Hoy mi papá tiene tres tatuajes” (Pablo, tatuado)

Podemos decir que, a través de los años, y gracias a la exhibición de los cuerpos tatuados de personajes prestigiosos en los medios, la configuración cultural se transformó. Mejor dicho, lo que se modificó fue el campo de posibilidad de la práctica del tatuaje dentro de la configuración cultural. Para Grimson (2011), una configuración cultural es un espacio social en el cual hay códigos y lenguajes compartidos y hay horizontes instituidos de lo posible (hay representaciones, prácticas e instituciones que son posibles, unas imposibles, y otras que llegan a ser hegemónicas), que tienden a organizarse en contextos históricos y relaciones de poder específicos. Mientras el tatuaje estuvo asociado a los sectores marginales, la práctica era estigmatizada y se mantuvo en la pseudo clandestinidad. A medida que el uso de los tatuajes fue absorbido por la cultura oficial, su consumo se legalizó y lo raro pasó a ser lo cotidiano.

Las configuraciones tienen como dimensión constitutiva el poder y la hegemonía. Es decir que hay sectores sociales más beneficiados que otros en la producción, circulación y consumo de bienes culturales. Los sectores hegemónicos (aquellos que logran confirmarse como guías legítimos) son quienes definen los horizontes de posibilidad dentro de la configuración cultural, a través de los “aparatos hegemónicos” de la sociedad civil: los medios de comunicación, la publicidad, la moda. Así es como el tatuaje sale del circuito de la marginación y entra al de los consumos de moda:

“Con la nueva tecnología y las redes, el público tiene acceso a lo que se tatúa la gente en Estados Unidos, en China (...) Hay tendencias. El año pasado terminé como cien brazos completos con leones. Se pusieron de moda los leones. Todos los hombres de entre 25 y 45 tienen una manga con tres leones, o con un león y una corona, o con un león y no sé qué.” (Juan, tatuador)

“Muchos (clientes) te muestran los tatuajes de los futbolistas y te dicen: “algo así”. Porque quieren lo que tiene tatuado Messi, o lo que tiene tatuado el Dibu. Pero eso es cuando siguen al malón y la moda: lo que más ven es lo que van a querer tener.” (Nacho, tatuador)

“Todas se hacían una geisha en el brazo y yo también quería tener una geisha en el brazo.” (Karina, tatuada)

“Hay grandes ídolos tatuados. Yo no termino de entender quién, pero alguno de los que marca tendencia aparece con tal o cual tatuaje y, chau, esa semana hacés mil de esos (...) Por ejemplo, salió Flor Peña con un tatuaje en el ojete de este estilo (maorí) y ese año hicimos sesenta tatuajes en el ojete del mismo estilo.” (Juan, tatuador)

Afirmar que el tatuaje está inmerso en el circuito de la moda, supone considerar, siguiendo a Simmel (2014) que éste satisface la doble necesidad de las personas de, por una parte, fundirnos con nuestro grupo y, por el otro, destacar fuera de él, diferenciarnos.

En relación a la necesidad de fundirnos con nuestro grupo, un gesto que establece cohesión es el tatuaje en común con amigos y amigas, pareja o familia. Todas las personas entrevistadas para este trabajo tienen, al menos, un diseño en común con algún ser querido: Pablo comparte con su pareja un homenaje a John Lennon (una silueta de John en el bíceps de él, la palabra “imagine” en la muñeca de ella); Karina comparte con su hija la frase “siempre juntas” y un corazón, las dos en el mismo pie; Matías se tatuó junto a su esposa una calavera en la parte posterior del brazo (una novia cadavérica en el brazo masculino, un novio cadavérico en el brazo femenino) y también tiene diseños en común con amigos: el escudo del club para el que juegan o el nombre del equipo de fútbol de sus hijos; Ana se hizo la primera letra del alfabeto griego, alfa, junto a dos amigas. El tatuaje en tándem es una práctica muy común, que los tatuadores entrevistados denominan “pijamada”:

“Es un clásico. ‘Hoy tengo una pijamada: vienen siete’, decimos. Se quedan todo el día y son, ponele, hermano, hermana, papá, mamá, los primos y el tío, y se hacen algo referido a la familia”. (Nacho, tatuador)

El tatuaje satisface la necesidad humana de “pertenecer” en la medida en que nos permite elegir con qué grupos nos identificamos. Porque, como afirma Grimson (2011) todos los seres humanos sentimos que pertenecemos a determinados grupos: etarios, de clase, de género, culturales, sociales. En este sentido, la práctica del tatuaje está ligada a la búsqueda de una identidad.

“Lo vio en un amigo o en la tele y le gustó. Lo hace pertenecer a un grupo al que siente que tiene que pertenecer. El tatuaje te identifica mucho, en las culturas indígenas y en la actualidad.” (Nacho, tatuador)

Exhibir un tatuaje es una señal de pertenencia. Mediante la imitación podemos sentirnos cerca de aquellos grupos a los que pertenecemos, estrechar lazos y marcar diferencias con los otros. Elegir un tatuaje supone elegir un atributo de identidad que nos coloca en un grupo (el grupo de los tatuados), al tiempo que nos diferencia del resto (los no tatuados). Pero, dentro de ese grupo, además, existen numerosos grupos menores en los cuales podemos encontrar nuevamente la distinción dentro del todo indiferenciado de los tatuados, y así satisfacer la otra necesidad humana que menciona Simmel, la de destacar nuestra individualidad.

“Mis tatuajes son míos: los diseño yo, yo tengo la idea en la cabeza. No es que me hago lo que tienen los demás.” (Ana, tatuada)

En esta tensión entre parecerse y distinguirse se forja la identidad. Mientras que lo parecido es un espacio de pertenencia al grupo, lo diferente es un ámbito de libertad e independencia. Ahora bien, para lograr esta individualidad a partir del tatuaje, las personas se esfuerzan en argumentar el significado del acto, aquello que es único e irrepetible como la vida de cada una de ellas.

“El tatuaje cuenta una historia. Por eso no entiendo cuando la gente se los tapa (...) Cuando uno plasma parte de su vida en su piel, tiene que ver con un momento, con una historia, con algo que te pasó. Taparlo significa que lo estás borrando. Y si lo borrás no tiene sentido.” (Ana, tatuada)

“Quizás no signifique algo muy trascendental en la vida de uno, pero tiene que significar algo, siempre, un poco. No me hago por hacerme.” (Pablo, tatuado)

“Lo que siempre me interesó es tener un tatuaje que para mí signifique algo. No sé, te pongo un ejemplo: me encantan los dragones, me encantan los leones (...) pero nunca me los hice porque un león para mí no significa mucho, o un dragón. Pero tengo de Metallica, tengo de fútbol, cosas que, para mí, significan algo.” (Matías, tatuado)

No sería, entonces, el tatuaje una marca de individualidad y garantía de ser único o única, sino que es el cuerpo, con su historia, el que otorga al tatuaje esa condición.

### **La sociedad inscrita en el cuerpo: el habitus**

No es la conciencia la que determina la vida,

sino la vida la que determina la conciencia

(Karl Marx)

El tatuaje se inscribe dentro del conjunto de elementos adheridos al cuerpo que incluye la ropa, el maquillaje, el piercing o el peinado y que, junto a la *hexis* corporal (las maneras de hablar, moverse, pararse), constituyen los *habitus*, definidos por Bourdieu (2007) como esquemas de percepción, pensamiento y acción que han sido incorporados desde la infancia a partir de las experiencias de los agentes en el mundo social.

Los *habitus* constituyen formas de habitar el mundo, y de interpretarlo. De esta manera, Nacho, tatuador, clasifica a la persona que tiene delante suyo a través de sus *habitus* físicos:

“No hablamos una palabra pero yo ya sé que vos sos del *black and grey*; tu remera habla de vos también, que sos *re chill*, re paz y amor. (...) Yo sé que vos no escuchás música *heavy-metal*. Quizás la escuchaste antiguamente, pero no es lo que estás expresando ahora sin hablar. Si viene alguien que tiene tatuada una calavera con llamas, yo ya sé que le gusta el *heavy-metal* sin hablar una palabra.”

El tatuaje forma parte de los aspectos modificables del cuerpo que distinguen a cada grupo social y que conforman los *habitus*. Así, el cuerpo tatuado puede exhibir elementos de género, de clase o etarios, entre otros. Dice Nacho, tatuador, que existen “tatuajes patovica”, “tatuajes *naive*” y que “si sos musculoso, te hacés (un diseño) maorí”. Y Juan, tatuador del mismo estudio, confirma: “De hecho, éste (señalando un dibujo maorí) se lo tengo que hacer, ahora, a un chico del gimnasio”.

Podemos decir que, así como los tatuajes garantizan a las personas la pertenencia a un grupo, también permiten que el resto las identifique como parte de tal. Grimson (2011) prefiere reservar la noción de “identificación” para aludir específicamente al sentimiento de pertenencia que las personas tienen respecto de un colectivo, y propone la noción de “interpelación” para aludir a los modos en que una persona o grupo se refiere a sus alteridades. Así, un miembro de la sociedad se identifica, es interpelado e interpela a los otros.

Ahora bien, es frecuente que haya diferencias entre el modo en que una persona se considera a sí misma (se identifica) y cómo es considerada por las otras (es interpelada). Y aquí es cuando puede aparecer el problema de la discriminación o el estigma, esto es, cuando la persona con su identidad elegida se encuentra con el entorno social, dado que se encuentra con las diferencias de clases que el entorno conserva.

Entonces, la incomodidad o vergüenza que puede generar la exhibición de un tatuaje en determinada ocasión no reside en el tatuaje en sí mismo sino en el valor que el tatuaje adquiere en cierto entorno social. Cuenta una de las entrevistadas que en determinados contextos prefería ocultar el tatuaje:

“A donde iba me tapaba el tatuaje. Me daba vergüenza. Es que la gente te mira y piensa que sos una villera con tanto tatuaje”.

Y también:

“Cuando trabajaba en casa de familia me sentía avergonzada de que me vieran el tatuaje. Es más, nunca lo mostré. Ni en verano me iba con pantalones cortos a trabajar. Hasta que un día me fui con calza y me vieron el tatuaje y, bueno, no me dijeron nada. Pero me daba vergüenza, en un tiempo me daba vergüenza.” (Karina, tatuada)

Esta sensación de incomodidad, el malestar de sentirse fuera de lugar, como “sapo de otro pozo”, es resultado del habitus. El habitus, como interiorización de las disposiciones del grupo al que se pertenece, aporta a cada individuo una noción precisa del tipo de persona que es y de lo que debe pensar y sentir, y del modo en que deben comportarse las personas que son como él. Por esto es que Matías, que trabaja en la inmobiliaria familiar, prefiere que los clientes no vean sus tatuajes:

“No me gustaría que mis clientes me vean los tatuajes (...) Tengo una imagen laboral: trabajo con camisa, pantalón de vestir o jean y zapatos. Mis clientes (...) digo, la imagen de ese tipo de 70, 75 años, cuando me ve a mi, capaz que le puede chocar un poco (...) Creo que tengo un prejuicio que arrastro (...) Mi viejo, si pudiera evitar que yo tuviera tatuajes, para él sería mejor. Y creo que capaz que cargo con eso, ¿me entendés? Como que nunca le gustó, y es un tipo que yo respeto, porque es mi viejo y es más grande, y capaz que lo relaciono y lo reflejo en un cliente, ¿entendés? Puede ser que venga por ahí.”

Entonces, las personas pueden hallarse cómodas o incómodas, sentir que están en su lugar o sentirse “sapo de otro pozo”, pero no suelen ser conscientes de que, al haber nacido y crecido en un espacio particular, el habitus conforma y condiciona su manera de pensar, actuar e interactuar con el mundo que les rodea. Porque, como sostiene Bourdieu, “lo que se ha aprendido con el cuerpo no es algo que uno tiene, como un saber que se puede sostener ante sí, sino algo que uno es” (2007, p. 118).

## **Aguante, dolor y género**

A la mujer dijo:

Multiplicaré en gran manera los dolores en tus preñeces;

con dolor darás a luz los hijos;

y tu deseo será para tu marido, y él se enseñoreará de ti.

(Génesis 3-16)

Otra característica importante del tatuaje es el dolor que produce su realización. Situación que en ciertos momentos ha sido un valor en sí misma. Tatuarse implica resistir el dolor y por eso es que es un signo de valentía y ha formado parte de ritos iniciáticos. Una vez tatuada, una persona ha cruzado una barrera. Ha sido capaz de resistir el dolor y al mismo tiempo ha adquirido una señal irreversible. En términos de Alabarces y Garriga Zucal (2008), quien se tatúa exhibe una muestra de “aguante”, en la medida en que ha superado el miedo al dolor físico. El cuerpo aguantador, resistente, debe encontrar visibilidad. Porque no tiene “aguante” quien dice tenerlo, sino quien lo demuestra. El tatuaje, entonces, permite exteriorizar, demostrar que ese cuerpo es aguantador.

Ahora bien, del trabajo de campo efectuado para el presente estudio monográfico surge una situación que, en un primer análisis, puede resultar paradójica o contradictoria: mientras que el “aguante” es un atributo esencialmente masculino, quienes resultaron ser más aguantadores, al momento de tatuarse, fueron los cuerpos femeninos.

“Las mujeres son más valientes que los hombres, en general. Después, tolerancia he encontrado en ambos géne-

ros. Pero, por regla general, la mujer es más valiente". (Juan, tatuador)

"La mujer tiene un umbral de dolor mucho más amplio. A nivel aguantar, tiene más paciencia. Y el hombre está más a la defensiva con los patrones que le generan dolor. Vi eso. O sea, se quejan más los varones que las mujeres". (Nacho, tatuador)

"Yo digo que la naturaleza es sabia. La mujer tiene muchísimo más aguante que el hombre. (...) Después, dentro de cada género, tenés quien tiene mayor o menor umbral de dolor". (Julieta, tatuadora)

El "aguante" es la afirmación simbólica y práctica de la hombría, la característica primordial de la masculinidad (Garriga Zucal y Salerno, 2008) hegemónica, es decir, del modelo predominante de masculinidad, que se transmite culturalmente y es adoptado por la mayoría de los varones. En este modelo de masculinidad, ser "macho" es aguantarsela. Y para ser "macho" hay que actuar como tal porque, como afirma Judith Butler (2002), el género es una performance fundada en la repetición de los actos. De manera que, si actuamos repetidamente como machos, lo constituimos en nuestra identidad.

Pero, si la valentía define el "aguante", y éste es un atributo masculino, ¿por qué los testimonios indican que las mujeres son más aguantadoras?

Un análisis más minucioso sobre el tema nos permite detenernos en ciertas particularidades del "aguante" femenino. Dicen Garriga Zucal y Salerno en su artículo sobre hinchas de fútbol y rockeros (2008) que la identidad masculina se asocia al hecho de poseer, tomar, penetrar, dominar y afirmarse, si es necesario, por la fuerza. Mientras que la identidad femenina se vincula al hecho de ser poseída, dócil, pasiva, sumisa. Entonces, ser hombre consiste en no ser femenino. Lo importante es el rol: la masculinidad está asociada a lo activo y la feminidad a lo pasivo. El "aguante", así, se trataría de una cuestión de poder. Poder del hombre sobre su propio cuerpo y, también, sobre el cuerpo ajeno:

"Yo conozco un montón de tatuadores que acosan. Pelotudos hay en todos los rubros." (Juan, tatuador)

"Lamentablemente está lleno (de acosadores). Una no lo puede creer, porque se supone que son profesionales. Pero está lleno. Me han contado muchísimo." (Julieta, tatuadora)

Vicky es perforadora corporal e hija de Julieta, y opina que el mundo del tatuaje es un ambiente machista:

"Por más que ahora haya mujeres y todo, sigue siendo super machista. Y se aprovechan del rol de tatuador, que obviamente es superior al del que viene a tatuarse (...) Una no sabe y capaz que la ponen en una posición que realmente no era necesaria, o le levantan algo que no es necesario levantar. Se aprovechan."

El poder del hombre se debe a que existe una matriz cultural que subordina a lo femenino (Garriga Zucal y Salerno, 2008). Esta matriz cultural instaura una jerarquía en la que los varones son superiores a las mujeres, y es la base para la desigualdad y la violencia. Se manifiesta en la sociedad por medio de instituciones, estructuras y prácticas que mantienen y reproducen las relaciones de dominación[2]. El "aguante" femenino, entonces, hace referencia a la paciencia, la resistencia, la tolerancia. Es un "aguante" pasivo. Mientras que el "aguante" masculino es activo: los hombres reaccionan, se quejan, se defienden frente al dolor.

El "aguante" femenino se manifiesta, además, en el sometimiento a los tratamientos de estética para alcanzar el ideal de belleza hegemónico.

"Genéticamente conviven con un dolor mensual. El período duele, todo eso duele. Más los estatus de estética. Están sometidas a cosas que generan más dolor. Por eso, calculo, las mujeres tienen mejor umbral, más tolerancia." (Nacho, tatuador)

Como dice Naomi Wolf (1991), a medida que las mujeres comenzaron a liberarse del mito de la domesticidad y empezaron a abrirse camino en los ámbitos laborales, las universidades y la política, comenzó a aparecer un nuevo mito que sostiene que las mujeres y, más aún, las mujeres exitosas y visibles deben encajar en un modelo de belleza en el que lo bello se identifica con un solo tipo de cuerpo y con unos atributos que se corresponden con determinadas clases sociales y características raciales. La presión social por alcanzar este ideal lleva a las mujeres a someterse a modificaciones estéticas innecesarias, invasivas, dolorosas y riesgosas.

Frente a la violencia estética que se impone especialmente sobre las mujeres, el tatuaje podría convertirse en una alternativa interesante.

“Tengo un callo en el dedo del pie y me tatué, me hice una vaquita de San Antonio.” (Karina, tatuada)

Julieta, tatuadora, dice que son muchas las mujeres que acuden a su estudio en busca de una solución estética:

“Estrías, celulitis, cicatrices. Porque han acudido primero a tratamientos estéticos y (...) gastan fortuna, o no logran el resultado (...) Esto es más sencillo: lo tapás y chau. Por experiencia propia, para mí hay un antes y un después. Yo me tapé las estrías del embarazo. Después de diez años, volví a usar bikini. Y, así, lo veo acá con todas las chicas que vienen”.

De manera que, aunque las mujeres sigamos estando presionadas por los cánones de belleza, el tatuaje podría convertirse en una herramienta de empoderamiento: poder sobre nuestro cuerpo, para que podamos decidir sobre él y transformarlo en signo de nuestra identidad.

Finalmente, se está produciendo un cambio de configuración cultural en relación a la profesión y las mujeres:

“Hubo una época en que las mujeres no estaban bien vistas en el rubro del tatuaje. Como si te subieras hoy a un colectivo y manejara una mujer ¿qué tendría de malo? Nada, pero no estamos acostumbrados. Eso en una época fue así. Pero yo noto que la mayoría de mis compañeras, por ejemplo, incluso chicas que tatúan hace muy poco, tienen muchísimos más seguidores y mucha más repercusión en redes que yo”. (Juan, tatuador)

El avance de las mujeres como profesionales del tatuaje, un rubro históricamente dominado por los hombres, constituye un elemento de cambio esperanzador para las feminidades.

## Conclusiones

A veces un intento de embellecer el cuerpo y otras de cargarlo de significado (Nachon y Sasturain, 1997), el tatuaje siempre fue y continúa siendo una marca de identidad. A fines de los noventa, en nuestro país, esta identidad estaba estigmatizada y asociada a los sectores marginales. Hoy, sin embargo, se ha transformado en una estética de moda, en un accesorio *cool*.

En este cambio de configuración cultural, los medios de comunicación y redes sociales jugaron un rol fundamental, a partir de la difusión de imágenes de personajes famosos e influencers exhibiendo sus tatuajes. También los medios, y particularmente las redes sociales como Instagram, tuvieron un papel considerable en el avance de las mujeres como profesionales del tatuaje. El hecho de que las “carpetas” de los y las artistas estén disponibles para el público mediante un click hizo que las personas tengan la posibilidad de elegir a partir de los diseños, y que las mujeres se atrevan a meterse en la profesión sin necesidad de ser empleadas por un estudio de tatuajes tradicional.

Podemos decir, de esta manera, que la configuración cultural se ha transformado, principalmente, en dos dimensiones: la percepción social de las personas tatuadas y las condiciones de posibilidad de las mujeres dentro de un ambiente históricamente dominado por hombres.

El tatuaje, quisiera concluir, es un elemento de poder. Poder de todas las personas sobre el propio cuerpo: un cuer-

po que no hemos elegido pero que podemos adaptar a nuestros deseos. Y poder, principalmente, para las mujeres. Poder ser dueñas de nuestro cuerpo y por tanto ser capaces de modificarlo. Poder de transformar la propia piel en el diseño de un tatuaje.

## Bibliografía

ALABARCES, Pablo y GARRIGA ZUCAL, José (2008). El "aguante": una identidad corporal y popular. *Intersecciones en Antropología*, (9), pp. 275-289. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179514533020>

BOURDIEU, Pierre (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid: Taurus.

— (1996). *Cosas dichas*, Barcelona: Gedisa.

— (2007). *El sentido práctico*, Buenos Aires: Siglo XXI.

BUTLER, Judith (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"*, Buenos Aires: Paidós.

CROCI, Paula y MAYER, Mariano (1998). *Biografía de la piel. Esbozo para una enciclopedia del tatuaje*, Buenos Aires: Perfil Libros.

GARRIGA ZUCAL, José Y SALERNO, Daniel (2008) "Estadios, hinchas y rockeros: variaciones en torno al aguante", en: ALABARCES, P. y RODRÍGUEZ, M. G. *Resistencias y mediaciones. Estudios sobre Cultura Popular*, Buenos Aires: Paidós

GRIMSON, Alejandro (2001). *Interculturalidad y comunicación*, Bogotá: Norma.

— (2011). *Los límites de la cultura*, Buenos Aires: Siglo XXI.

GUBER, Rosana (2006) "Identidad social villera", en: ROSATO, A., BOIVIN, M. y ARRIBAS, V. *Constructores de otredad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural*, Buenos Aires: Antropofagia.

NACHON, Andi y SASTURAIN, Diego (1997). *El libro del tatuaje. Historia, arte y técnica*, Buenos Aires: Need.

SIMMEL, Georg (2014). *Filosofía de la moda*, Madrid: Casimiro.

WILLIAMS, Raymond (2000). *Marxismo y Literatura*, Barcelona: Península.

WOLF, Naomi (1991). *El mito de la belleza*, Barcelona: Emecé.

[1] Walk in se dice cuando la persona acude al establecimiento y se tatúa en el mismo momento, sin cita previa. A veces la persona está paseando y en el momento decide hacerse el tatuaje. Suele tratarse de obras de tamaño más bien reducido, aunque hay opciones para todo.

[2] Para referirme a la matriz cultural patriarcal tomé como base las definiciones sobre "patriarcado" y "masculinidad hegemónica" del Glosario de Conceptos Clave del Ciclo "Nudos y Redes: Saberes, teorías y prácticas para la igualdad", del Programa de Políticas de Género de la Universidad Nacional de General Sarmiento.

# Los hacedores de la industria del libro argentino. Panorama

Mariana Baranchuk  
baranchukm@gmail.com

**Universidad Nacional de Quilmes**

El pensar, abordar, dilucidar el trabajo en la industria editorial, es complejo. Tal vez más que el de otras industrias culturales.

En el presente escrito reduciremos el mundo editorial a la industria del libro, dicho en términos de Zallo (1988) entenderemos la industria del libro como edición impresa, dentro del área de la edición discontinua. Sin olvidar que la edición digital era inexistente al momento en que el catedrático vasco diera cuenta de estas categorías con las que se ha nutrido el campo de la economía política de la comunicación.

¿Quiénes son los hacedores del libro? ¿Quiénes aportan el trabajo creativo (Zallo; 1988) a la producción y distribución integral del libro? Algunas publicaciones sistematizan “el ecosistema del libro” dando cuenta de las editoriales, los talleres gráficos y las librerías. Traduciendo a trabajadores estaría compuesto por gráficos; editores; diseñadores; correctores y libreros. En este engranaje falta, en modo evidente, los autores.

ARGENTORES, entidad gestora de derechos de autor de la Argentina, para las obras de TV, teatro, cine, radio y entorno digital sostiene en su lema que sin autor no hay obra. ¿Es esto aplicable a los escritores de poesía, novelas, cuentos, no ficción, etc.? Entre los editores se argumenta que los autores no escriben libros, sino textos haciéndose eco de una frase de Roger Stoddard: “Hagan lo que hagan, los autores no escriben libros. Los libros no están escritos. Son fabricados por escribas y otros artesanos, por mecánicos y otros ingenieros y por impresoras y otras máquinas” (1987; 2:14).

Que el pasaje de texto a libro corresponde a una cadena formada por editoriales, editores, diseñadores, correctores, e imprentas. Si seguimos en la línea que va desde el autor al lector, nos estarían faltando las librerías. Y la acción del Estado. En ese sentido es dable volver a repensar quienes conforman el “ecosistema del libro” además de repasar la genealogía de dicho término.

En la línea de continuar incorporando complejidad a la trama es posible señalar que las organizaciones del sector no son tan claras como en otras ramas del quehacer cultural. Quienes reúnen a las editoriales son cámaras empresariales que se presentan como tales en su adscripción legal y en sus estatutos, o actúan de dicha manera en forma velada vinculadas a organizaciones internacionales, o mezclando representaciones de editoriales con la de los autores: CAL (Cámara Argentina del Libro)<sup>1</sup>; CAP (Cámara Argentina de Publicaciones); Alianza EDINAR (La Alianza de Editores Independientes de la Argentina por la Bibliodiversidad) y CADRA (Gestión colectiva de derechos de autor, de la cual puede decirse que es más un sello ya que jamás obtuvo la representación exclusiva de los autores).

Dentro del conglomerado que forman las editoriales, aparece una suerte de antagonismo o complementariedad, según la visión, entre editoriales grandes (y concentradas y transnacionales) y las llamadas editoriales independientes que a su vez se dividen en editoriales medianas y nacionales -de catálogo o de variedades- y pequeñas y micro editoriales que suelen ser proyectos autogestivos y/o pequeños emprendimientos de tipo artesanal. Sin embargo, no

---

1 La CAL incluye en su representación también a librerías y papeleras

debieran desatenderse otros actores del mismo sistema: las editoriales universitarias y las editoriales del Estado (Badenes; 2019; 2021)

En este punto entra a tallar un concepto bastante escurridizo y que lleva no pocos equívocos: la bibliodiversidad y, atado a esta el concepto, el ya mencionado ecosistema del libro. Con bibliodiversidad se apunta a un concepto emparentado con la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural de 2001 y la posterior Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de 2005, en relación con el quehacer editorial refiere al derecho a la cultura y su tensión con el mercado. En ese sentido puede parafrasearse los planteos del área de la comunicación y pensar la doble función del libro: como objeto cultural y como mercancía.

Conviene en este punto, retomar la forma en que se organizan los diversos actores del mundo editorial. Los escritores, en la actualidad, tienen más de una organización las cuales se diferencian centralmente en base a dos ejes: por un lado, su posicionamiento ideológico (escenario que se repite a lo largo de la historia) y que se evidencia con fuerza en la manera en que se relacionan con el Estado y, por el otro, el lugar donde ponen el acento en relación a la función de los escritores y escritoras. Las organizaciones que reúnen a los escritores son la SADE (Sociedad Argentina de Escritores); la SEA (Sociedad de Escritores de la Argentina) y la Unión de Escritoras y Escritores. Ninguna de las dos primeras tiene la capacidad real de gestionar los derechos de autor de sus representados, la tercera se plantea un enfoque de tipo sindical.

Dada la carencia de contar con una sociedad gestora de derechos colectivos, los escritores y escritoras se ven obligados a gestionar en forma individual o a través de sus agentes el cobro de las regalías correspondientes.

No vamos acá a detenernos a analizar las formas de organización de los trabajadores gráficos. (Ver: Baranchuk; 2020; “Gráficos: los pioneros de la organización gremial”)

Por último encontramos a los libreros, allí hay que dar cuenta que la concentración del sector (cadenas de librerías vinculadas a grandes editoriales o a sectores ajenos al quehacer cultural) ha actuado en desmedro del antiguo librero, conocedor del mundo de la cultura, quien establecía un vínculo con los lectores, recomendaba, promovía e intensificaba esa relación con el destinatario final del libro: el lector.

## **Breve recorrido histórico por la edición del libro en Argentina**

Si se congela la foto en esta segunda década del siglo XXI y dejando afuera las consideraciones ligadas a la pandemia, lo que se encuentra es, por un lado un grupo de editoriales concentradas, transnacionales y, por el otro, un conjunto de editoriales medianas, pequeñas y micro de origen nacional. Esta situación responde a un devenir que se inicia en el siglo XIX. Allí aparecen una serie de editoriales en su mayoría a cargo de extranjeros. Este inicio está emparentado a los cambios tecnológicos:

Las mejoras técnicas incluyeron la rotativa a vapor en 1864, la máquina de composición o linotype en 1867 y la fundición de tipos de imprenta en 1869 (...) Se registró en este momento la aparición de la figura del editor sin librería ni imprenta, de bestsellers en la producción de libros de enseñanza y de textos criollistas, y de las primeras colecciones populares. (Roman; 2016:9)

En las primeras décadas del siglo XX se propaga la producción y venta de libros de bajo costo. Como consecuencia de la expansión de la escolaridad se perfila un nuevo público lector y por ende el tipo de libros y variedad de géneros que se ofrecen, junto a esto aparecen las leyes que regularán la actividad. La ley 11723 de propiedad intelectual es del año 1933.

Alrededor de fines de los años '20 puede ubicarse el nacimiento de lo que se da en llamar “el editor moderno”:

En Argentina, la organización del espacio editorial, comenzará junto a las primeras décadas del siglo XX, proceso que se caracterizará tanto por la aparición del editor profesional y la producción nacional (...) tendencia a desplazar las inversiones extranjeras (...), forma a un mercado de producción, circulación y consumo de bienes culturales (Valinoti; 2016:30:31)

En 1938 se realiza el Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos, cabe señalar que apenas cinco años antes se había promulgado la ley 11723 de propiedad intelectual y que la fecha es coincidente con el Primer Congreso de Periodistas. La necesidad de pensar colectivamente necesidades y derechos correspondientes a los hacedores del espacio cultural e intelectual comenzaba a surgir como imperativo epocal. En el caso del encuentro de las editoriales marca el comienzo del asociacionismo empresarial con la creación de la SEA (Sociedad de Editores Argentinos) que luego devendrá en la CAL (Giuliani; 2016)

La década de 1940 y hasta mediados de la del '50 es considerada la etapa de oro de la industria editorial argentina.

Hacia fines de los años '40 la falta del insumo de papel importado (no había otro) comienza a encarecer los costos de producción a lo que se suma la falta de financiamiento. En los primeros años '60 continúa el aumento de los costos y, debido a la falta de divisas, el Estado establece controles sobre exportaciones y límites a las importaciones. Hacia mitad de la década de 1960 y, entre otras cosas, por el abaratamiento de los costos que impuso el ya extendido uso del offset, la industria se recupera y en sintonía con la coyuntura política económica vuelve a motorizarse las exportaciones de libro alcanzando su apogeo hacia 1974<sup>2</sup> con la existencia de una variada cantidad de editoriales<sup>3</sup>.

La última dictadura cívico-militar fue perjudicial para la industria editorial: censura, persecución y desaparición de editores y autores; lo que sumado a políticas neoliberales retrajeron la producción de libros.

El retorno de la democracia en 1983 auguraba mejoras. El final de la censura fue sin dudas lo más positivo dentro de lo que se esperaba, pero la estructura económica heredada no se removió con el voto popular. La debacle económica de la segunda mitad de los años '80 generó complicaciones importantes en la cadena de comercialización y, ya sobre el final de la década, comenzaron una serie de situaciones típicas de los años '90 que afectaron no sólo a la industria editorial: ventas; fusiones; concentración; extranjerización<sup>4</sup>. Sin embargo, hay que destacar que estos procesos de concentración en lo que refiere a la industria editorial fueron un correlato también de lo que estaba sucediendo a nivel global.

El mercado local quedó entonces liderado por grandes grupos que aplican lógicas de "betsellerización".

La crisis de 2001 afectó seriamente a la industria editorial, el fin de la convertibilidad y la consecuente devaluación impactó en el precio de tapa de los libros. Es a partir de 2003 que comienza una lenta recuperación hasta arribar a 2014 donde vuelve a estancarse ligado a los vaivenes de la economía local y global.

Como contrapartida a estos altos niveles de concentración-extranjerización del sector surgen un importante número de sellos pequeños que buscan especializarse en algún eje temático, de género y, por qué no, de mercado.

Es difícil de imaginar que esa proliferación de medianas y pequeñas editoriales pueda contrarrestar el efecto homogeneizador de la cultura que implica el que en la actualidad sean sólo dos los grandes grupos editoriales que

---

2 En términos cuantitativos, Octavio Getino (1995) señala que para 1974 se habían producido 50 millones de ejemplares producidos con un tiraje anual promedio de más de 10 mil ejemplares.

3 Por ejemplo: *Sudamericana*, *El Ateneo*, *Emecé*, *Losada*, *de la Flor*; *Eudeba*; *Centro Editor de América Latina*; entre otras de linaje nacional. Y también se encontraba la mexicana *Fondo de Cultura Económica* y algunas españolas como *Salvat* y *Aguilar*.

4 Algunos ejemplos: *Norma*, editorial española que ya había desembarcado en la Argentina, compra *Kapelusz* en 1994; en 1998 *Sudamericana* es adquirida por *Random House Mondadori* cuya mayoría accionaria corresponde al grupo *Bertelsmann* y el grupo *Prisa-Santillana* ya a mediados de los '90 controlaba a los sellos *Aguilar*, *Altea*, *Taurus*, y *Alfaguara*; en el 2000 *Planeta* compra *Emecé* y *Espasa-Calpe* adquiere *Paidós* en 2003 (Roman; 2016).

dominan las publicaciones en habla hispana: Penguin Random House y Planeta:

*...la aparición del marketing como uno de los cambios más notables. La entrada de esta disciplina promovió nuevos roles y estructuras laborales en los grandes grupos editoriales, que generaron iniciativas que apuntaban a considerar al libro como un objeto de consumo masivo (...) Decía Ricardo Sabanes, ex Director Editorial Internacional de Planeta: “Se plantea un proyecto editorial para alcanzar el nivel de negocios que te dice el accionista. Eso requiere facturar tanto y ganar tanto. Tu proyecto editorial va en busca de ese cometido económico...” (Szpilbarg; 2014: S/N)*

Sin embargo las denominadas editoriales independientes continúan su existencia, a veces en el margen de la resistencia. No obstante, pareciera abrirse un camino a partir de las prácticas asociativas como estrategia frente a la desmedida concentración del sector: Ferias del Libro Independiente; stands colectivos en la Feria del Libro de Buenos Aires y en otras provincias del país les ha permitido capear el temporal que implicó los años del gobierno de la Coalición Cambiemos.

Un informe del Centro Universitario de Industrias Culturales Argentinas (CUICA)<sup>5</sup> citado por Frieria (2019) sostiene que en 2014 se vendían 128 millones de libros y que en 2018 la cifra había descendido a 43 millones de ejemplares. Datos que no requieren mayores comentarios.

En los años del macrismo gobernante puede observarse: retraso de los precios de los libros (en relación a la inflación); pérdida de rentabilidad del sector; caída de las ventas; caída de las compras que realiza el Estado; aumento de los costos y tarifas; retraso de la cadena de pagos; dificultades para obtener financiamiento y problemas con las importaciones. A eso debe sumarse cierre de librerías; despidos directos en los sectores administrativos y comerciales de las editoriales y la reducción del “trabajo para los contratados, el sector más precarizado e invisibilizado, integrado por correctores, diseñadores, traductores e ilustradores” (Frieria; 2019: S/N); un panorama símil al que se dio en el grueso de la actividad productiva en general y en el resto de las industrias de la comunicación y la cultura en particular.

La llegada del Frente de Todos al vértice del poder estatal auguraba la posibilidad de la reactivación del sector. Existían miradas comunes en torno a la necesidad de lograr desconcentrar la industria del papel con el objeto de desdolarizar su precio; revitalizar la compra por parte del Estado de libros; suspender el impuesto al valor agregado en los procesos internos del libro (el libro no paga IVA pero sí el papel y otras áreas de la cadena productiva); e impulsar la creación del Instituto Nacional del Libro (INLA), entre otras medidas. Importantes iniciativas que podrían haberse asumido desde la conducción política quedaron en pausa debido centralmente a dos factores: la pandemia que azotó al planeta y complicaciones de índole interno en el manejo de la cosa pública.

## **Legislación y otras vinculaciones con el Estado**

Las industrias culturales tienen una larga tradición de vinculación con el Estado. La TV, por ejemplo, nació a instancia del Estado, el cine no existiría en la actualidad a no ser por la acción estatal, en cuanto al libro la relación, más notoria, refiere a esa suerte de vaivén que camina entre la censura y la promoción según la coyuntura político-social. Sin embargo la realidad es menos dicotómica, si bien mayoritariamente la industria del libro es conducida por los privados, el Estado no ha estado ajeno al desarrollo de la misma. Sea por acción u omisión las políticas culturales en la materia han existido a lo largo de la historia.

Ya el artículo 17 de la Constitución Nacional señala que “...Todo autor o inventor es propietario exclusivo de su obra, invento o descubrimiento, por el término que le acuerde la ley...” En 1910 se dictó la ley 7092 ligada al derecho de autor que luego sería derogada por la ya mencionada ley 11723, al igual que la ley 9141 referida al otorga-

<sup>5</sup> “La tormenta perfecta” es el título del trabajo sobre el ámbito editorial, realizado por Nicolás Sticotti, en el marco del segundo informe sobre la *Situación de las industrias culturales en Argentina en el período 2015/19*, elaborado por el CUICA (Centro Universitario de las Industrias Culturales Argentinas), de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV)

miento de premios para el fomento de la producción científica y literaria.

En 1947 el Presidente Perón insta a los funcionarios ligados al área cultural a realizar unas reuniones con intelectuales y artistas a fin de interiorizarse de las problemáticas e involucrarlos en un trabajo mancomunado:

*El día 13 de noviembre de 1947, en el Salón Blanco de la Casa de Gobierno, el Excmo. señor Presidente de la Nación, quien había solicitado al señor presidente de la Comisión Nacional de Cultura don Antonio P. Castro, la invitación previa, recibió la visita de un núcleo numeroso de intelectuales y artistas argentinos, quienes lo interesaron con respecto a los aspectos culturales del Plan Quinquenal (...) el Presidente de la Nación pronunció un extenso discurso, invitando a los intelectuales a unirse dentro de su respectivo gremio, formando una agrupación o asociación, deponiendo intransigencias que a nada conducen, organizándose adecuadamente, para poder finalmente estar en condiciones de crear la Subsecretaría de Cultura, que tomaría a su cargo los aspectos referentes a las letras y a las artes. Más adelante expresó su propósito de que fueran los mismos intelectuales quienes los eligieran de su seno (Junta Nacional de Intelectuales; 1949:11).*

Las políticas culturales que se impulsaban referían a la creación de la subsecretaría de Cultura con el fin de darle rango institucional al área, instar a la participación de los gremios involucrados en dicha organización e invitarlos a que depusieran las internas existentes en pos del bien del sector para el desarrollo del quehacer intelectual y artístico de la Nación. La tarea no fue sencilla y la capacidad de llegar a acuerdos estables fue diferente en los diversos sectores. El 27 de noviembre se llevó a cabo una reunión del presidente Perón sólo con los artistas plásticos quienes le expusieron sus inquietudes, la necesidad de contar con centros de formación y dieron cuenta de un gran número de acciones que podría realizarse. El mandatario, por su parte, los instó a formar una comisión que diera forma a todo lo referido a las artes plásticas con el objeto de incorporarlo al plan de cultura que iba a ejecutarse a partir del 1° de enero de 1948. Asimismo les aseguró, tal como consta en el documento de referencia, “Que él quisiera que en la Comisión a designarse, figuraran hombres de todos los ángulos, representativos de todas las tendencias, porque con una sola tendencia no se ha de hacer absolutamente nada”. (pp20); el encuentro tuvo una acogida favorable por parte de los artistas convocados.

La situación no tuvo la misma dinámica favorable con los escritores. La primera reunión se llevó a cabo el 11 de diciembre de 1947. Concedor de los enfrentamientos internos existentes entre las diversas sociedades de escritores el General Perón los instó a la unidad:

*...como sé que hay varias entidades que los agrupa, es necesario no desperdiciar ningún valor de los escritores, y para ello, a mi entender, la tarea previa a realizar, es unirlos a todos en una sociedad o unir todas las sociedades. Para realizar una tarea de colaboración, lo inmediato es unirse espiritualmente, para que yo pueda ofrecerle no a un sector de los escritores argentinos sino a todos los sectores, para que puedan hacerse cargo de la nueva estructuración que estamos proyectando. (pp27).*

Luego de un intercambio de opiniones, se resolvió realizar una asamblea de escritores a la cual pudiesen concurrir todos los escritores aunque no formasen parte de ninguna de las asociaciones existentes. Dicha asamblea fue convocada para el día 22 de diciembre en el Teatro Nacional Cervantes. En ese ínterin se había organizado una propuesta de quienes debían integrar la comisión: además de un número importante de escritores la integrarían el Presidente de la Academia Argentina de Letras; el Director de la Biblioteca Nacional; un representante por la Sociedad Argentina de Escritores; uno por la Asociación Argentina de Escritores Argentinos; el Director del Observatorio Astronómico de San Miguel y el Presidente de la Comisión Nacional de Cultura. A partir de ese momento se desata una serie de cuestionamientos y exposiciones dignos de ser llevados a la ficción. En la sala se escuchan varias voces a la vez, se pide que se hable de a uno, otros piden que se pase a cuarto intermedio, alguien solicita que se pase lista de los presentes, alguno logra hacer audible su postura:

...Que como trabajador de la inteligencia, está tan desguarnecido frente al capitalismo de las editoriales como cualquier escritor de distinta ideología a la suya. Por eso, aliancistas y comunistas, democráticos y lo que sea, están aquí para defender intereses comunes en los que todos coincidimos (...) Los escritores teatrales están bien defendidos; los radiotelefónicos están medianamente defendidos; los escritores de libros, estamos pésimamente defendidos. Dice que aspiran a la solución de sus problemas, de modo que puedan vivir de su trabajo y consagrarse absolutamente a la vocación que por predestinación han elegido. (pp. 38:39)

Cuando quien estaba exponiendo osa nombrar la censura es acallado a gritos por parte de la asamblea y las autoridades piden que lo dejen seguir expresándose, finalmente propone otra forma de representación que de hecho ya estaba contemplada, pero le daba más representación a su propia organización. Finalmente se aprueba la lista que había sido presentada y al día siguiente de que se hiciera pública, se oficializó la renuncia de un importante número de miembros. Su nacimiento incluía ya su propio ocaso.

El 28 de mayo de 1948 se promulga el decreto 15.484 por el cual se crea la Junta Nacional de Intelectuales, dependiente de la Subsecretaría de Cultura de la Nación:

*Artículo 1°- Créase la Junta Nacional de Intelectuales, dependiente de la Subsecretaría de Cultura, de la Secretaría de Educación constituida por 22 miembros, que representan los aspectos de la actividad cultural del país. Su función será promover la investigación y la creación literaria, artística, científica y técnica, y en general velar por todas las manifestaciones de la cultura y su difusión y proteger en la persona de los intelectuales las letras, las ciencias y las artes nacionales.*

Lo más interesante que realizó la Junta de Intelectuales fue la redacción de un proyecto de Estatuto del Trabajador Intelectual. El mismo debido a las divergencias internas del sector no pudo concretarse, perdiéndose así de contar con una herramienta eficaz de protección del trabajo intelectual tal como la que habían logrado los periodistas años atrás<sup>6</sup>. De todas maneras vale la pena remarcar los aspectos más salientes de dicho proyecto ya que muchos de esos puntos merecerían hoy volver a debatirse:

Todo editor estaba obligado a publicar al menos un 10% de libros de autor argentino; los derechos de autor corresponderían al 10% del precio de venta al público. En caso de reimpressiones el porcentaje ascendería al 12%; de aceptarse un original el editor debía adelantar al autor una suma no inferior al 20% de los derechos de toda la edición; el autor podía ceder derechos por 10 años, luego volvían automáticamente a su propiedad; la comisión Protectora de Bibliotecas Populares compraría anualmente hasta 2000 ejemplares de autores argentinos vivos. (Rivera; 1998).

Un proyecto que naufragó por divergencias dentro de las organizaciones de escritores atravesadas, al igual que la sociedad toda, por la dicotomía peronismo-antiperonismo.

Asimismo, en junio de 1948 se promulga la ley 13204 sancionada por el Congreso Nacional y promulgada por el P. E. de la Nación por Decreto N° 19.305, la cual establecía la adhesión de la República Argentina a la UNESCO. Esta adscripción logró perdurar en el tiempo más allá de los avatares políticos del país.

En los años '50 las editoriales argentinas logran un buen nivel de internacionalización:

En concreto, el gobierno argentino potenció la obtención de créditos blandos, que se unió años más tarde a la ayuda estadounidense a través del programa Alianza para el Progreso, por el que Estados Unidos subvencionaba a las editoriales argentinas para editar libros históricos, literarios y científicos. Las cantidades se entregaban como subvención a fondo perdido (...) El país desarrolló un intenso programa de diplomacia cultural que tenía su eje central en la traducción y distribución de libros americanos que reflejaban el "american way of life" (Fernández

---

6 En referencia al Estatuto del periodista de 1944, hecho ley 12908 en el año 1946.

Moya; 2016: 146-147)

Una industria editorial floreciente a costa del alineamiento cultural con los Estados Unidos, una depreciación de la publicación de autores argentinos y la prohibición de publicar a aquellos que fueran vinculables con el ideario del peronismo derrocado tras el Golpe de Estado de 1955.

En mayo de 1973, previo a la asunción del presidente Cámpora, se promulga la ley 20.380, primera ley del libro que lo hace “En uso de las atribuciones conferidas por el artículo 5° del Estatuto de la Revolución Argentina”. La ley no fue reglamentada y su aplicación nunca llegó a efectuarse. Con el golpe de Estado Cívico – Militar de marzo de 1976 se intensifican las políticas de censura y control, incluidas la persecución, desaparición y asesinato de escritores y editores<sup>7</sup>, a lo que debe sumarse la quema de libros considerados “subversivos”. Asimismo en octubre de 1977 el Estado Mayor del Ejército presenta el “Informe Especial N° 10”, con el objeto de reordenar, para lograr un control absoluto, el área de cultura y comunicación. En dicho informe se afirmaba acerca de la existencia de una “gran y heterogénea cantidad de organismos y entes oficiales destinados a dirigir, controlar o regular los medios culturales y de comunicación social” por lo que proponía reestructurarlo a fin de lograr una organización centralizada y jerárquica.

Con el retorno del Estado de derecho en 1983 si bien la industria editorial recupera autonomía y la apertura democrática significó el fin de la censura, la fragilidad de la industria, la debacle económica y la falta de políticas de fomento y protección del libro impidieron una reactivación y fortalecimiento pleno.

Este cúmulo de situaciones serán las que den paso a la concentración editorial de los años ‘90 de la que ya se ha dado cuenta en el apartado anterior. Al inicio del siglo XXI, cuatro eran los grandes grupos con presencia en el mercado editorial argentino: Planeta; Sudamericana (que ya era parte de Random House); Prisa-Santillana y Editorial Norma. En ese marco de concentración acelerada se promulga (parcialmente) en junio de 2001 la ley 25.446 de Fomento del Libro y la lectura

... algunos artículos del título IV Fomento de la Industria Editorial que establecían régimen impositivo fueron observados por el Poder Ejecutivo Nacional y por lo tanto, no entraron en vigencia. Uno de ellos fue el art. 11 que establecía que La producción y comercialización de libros estará exenta del Impuesto al Valor Agregado en todas sus etapas (Roman; 2016:14)

Esta es la ley que, más allá de los incumplimientos a la misma, rige en el presente. Sus objetivos no difieren sustancialmente de la normativa de 1973. Como autoridad de aplicación designa a la entonces Secretaría de Cultura de la Nación (hoy Ministerio) y crea la Comisión asesora del libro, indicando su conformación y funciones. Asimismo crea el “...Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura (...) destinado a financiar los proyectos, programas y acciones que ejecuten la Política Integral del Libro y la Lectura”. Elimina toda clase de censura; promueve a través de distintos mecanismos los hábitos de lectura y establece algunas cuestiones de protección para los autores.

Otra norma dictada en el mismo año, y fundamental para el sector, fue la ley 25.542 de Defensa de la Actividad Librera. La misma instituye un “precio uniforme de venta al público (PVP) o consumidor final de los libros que editen o importen” y tiende a proteger a las pequeñas librerías frente a las cadenas. (Páez; 2015:10).

Lo sucedido con la industria del libro durante los tres gobiernos kirchneristas y durante el gobierno macrista ya fueron mencionados con anterioridad.

---

7 Sobre los nombres de muchos de ellos hemos dado cuenta en “IV - Los Trabajadores de Prensa: hacedores de un oficio que lucha por sobrevivir” En Tesis: “Los trabajadores argentinos de la comunicación y la cultura. Organización, historia y regulaciones” Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/110786>. A los allí mencionados se debe incorporar a Alberto Burnichón; Roberto Santoro; Carlos Pérez; Héctor Fernández y Piri Lugones; entre otros. Cabe destacar que los mencionados además de ser escritores eran editores.

A futura será necesario implementar políticas activas (con normativa específica incluida) para reactivar un sector que, más allá de su impacto económico, es central para la construcción de nuestras identidades nacionales y latinoamericanas.

## **Palabras de cierre que son de apertura**

En el mundo del libro existen dos grandes grupos de entidades, las que reúnen a editoriales y las que reúnen a escritores. Las editoriales se agrupan privilegiadamente en cámaras (aunque no exclusivamente) y los escritores en sociedades y asociaciones de tipo profesionalista.

La realidad de los escritores y sus organizaciones han transitado un camino complejo entre la dualidad de alcanzar la profesionalización, en el sentido de vivir del oficio de escribir y el considerar que el aspecto material mercantiliza un oficio. De allí las dificultades para unificar la agremiación y el tipo de organización que se pudieron dar.

Hacia fines del siglo XIX la modalidad más habitual para que la obra de un autor pase de texto a libro era la edición de autor, lo que implicaba que sólo editaban los autores con fortuna personal. Pocos son los autores que escapan a ese modelo, Jorge Rivera (1998) señala que Roberto Payro ya configuraba la tipología del escritor profesional al consagrarse a la doble actividad de escritor y periodista, en ese sentido agrega, el periodismo aparece como la forma de profesionalización para los escritores. O se es heredero de una fortuna (Ángel Estrada) o se trabaja escribiendo donde se pueda (Horacio Quiroga).

Sin embargo, la mayoría de los diferentes hacedores del ecosistema del libro prefieren no autodefinirse como trabajadores.

La concentración| e internacionalización de los sellos editoriales es propio del estadio del capitalismo globalizado, en esas empresas trabajan sujetos que ven cómo crece en forma geométrica sectores ligados al marketing y a los asuntos legales y nada pueden hacer más que asistir a la precarización de sus propias condiciones laborales.

Más difícil es considerarse trabajadores para los editores medianos y pequeños. Se autodefinen de variada manera: militantes, amantes de los libros, militantes de la literatura, privilegiados, gestores culturales...

Estos sectores son los que despotrican contra la “betsellerización” de las grandes editoriales y sostienen el concepto de bibliodiversidad, pero son los mismos que miran con desconfianza y temor el posible despliegue de las editoriales públicas, sean estas estatales o universitarias.

A nuestro entender, la única posibilidad de lograr dicha bibliodiversidad, de poder confrontar (un poco) con los gigantes de la industria es de la mano de las editoriales públicas estatales y universitarias, profesionalizadas con posibilidad de hacer coediciones con editoriales pequeñas y medianas (no como meros financiadores). Se debiera poder pensar también si no hay necesidad de fomentar distribuidoras públicas.

Hay editoriales medianas y pequeñas que les cobran a los autores (muchas), otras definen a quién sí y a quién no, cobrar regalías en tiempo y forma es para pocos, aún en las grandes editoriales muchos autores de renombre consideran que el anticipo es la totalidad de lo que van a cobrar.

Políticas del Estado activas. No sólo presencia como compradores, dadores de extensiones impositivas y el resto de cuestiones que suelen demandarle desde los diversos sectores de la cadena de valor.

Quizá, más allá que se trate de una de las industrias culturales más complejas de analizar, y que el presente escrito, sea sólo una panorámica de dicha complejidad, las necesidades, los derechos y las soluciones se parecen:

Sí a la acción regulatoria y de fomento por parte del Estado

Sí a la protección a los trabajadores del sector; sí a la organización colectiva de los mismos con el formato que sepan darse

Sí a una diversidad de autores y autoras y de géneros literarios

Sí a federalizar todo este entramado.

Sí a los lectores, el acceso a los libros debe ser una política del Estado junto a todas las estrategias de fomento de la lectura.

Sí a los libros, a todos esos que nos hicieron bien en la vida, a los que vendrán.

## **Bibliografía consultada**

BADENES, Daniel; (2019); La edición imperfecta. En Badenes y Stedile Luna (comp); Estado de Feria permanente. Ed: Club Hem. Buenos Aires.

-----; (2021); Actores y políticas de la bibliodiversidad en América Latina. una mirada sobre la edición pública.

BARANCHUK; Mariana (2020); Gráficos: los pioneros de la organización gremial; En: Los trabajadores argentinos de la comunicación y la cultura. Organización, historia y regulaciones. Tesis Doctoral. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/110786> (pp 82- 109)

FERNÁNDEZ MOYA; María (2016); Instituciones y estrategias empresariales. El sector editorial en castellano en la Edad Dorada (1950-1973); En: Anuario CEEED; Número 8; Año 8; ISSN 2545 8299 (pp 121-156)

FRIERA, Silvina (2019); La industria editorial, de mal en peor; En Página 12 24 de octubre de 2019 Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/226961-la-industria-editorial-de-mal-en-peor> (Última consulta: 21/05/2021)

GETINO, Octavio; (1995); Las industrias culturales en la Argentina; Colihue; Buenos Aires.

GIULIANI, Alejandra; (2016); Primer Congreso de Editores e Impresores Argentinos (1938); En: Anuario CEEED; Número 8; Año 8; ISSN 2545 8299 (pp 93-120)

JUNTA NACIONAL DE INTELLECTUALES (1949); Antecedentes de su creación. Decretos y Reglamento Interno. Edita: Ministerio de Educación-Subsecretaría de Cultura; Buenos Aires.

PÁEZ, Cecilia; (2015); Industria editorial argentina: las políticas que acompañaron la concentración. En: XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Disponible en: <https://www.aacademica.org/000-061/159> (Última consulta: 6/05/2021)

RIVERA, Jorge (1998); El escritor y la industria cultural; Atuel; Buenos Aires

ROMÁN, Viviana; (2016); **A propósito del desarrollo de la industria editorial y las interpretaciones históricas de algunos de sus tópicos**; En: Anuario CEEED; Número 8; Año 8; ISSN 2545 8299 (pp 7-26)

SZPILBARG, Daniela; (2014); Mercado Central. Concentración Editorial; En: Revista Anfibia 14 de mayo 2014.  
Disponible en: <http://revistaanfibia.com/ensayo/mercado-central/> (Última consulta: 27/05/2021)

SZPILBARG, Daniela; SAFERSTEIN, Ezequiel; (2014); Experiencias de trabajo en el capitalismo informacional. El caso de la industria editorial Argentina. En: Trabajo y Sociedad, núm. 22, Universidad Nacional de Santiago del Estero, (pp. 257-271).  
Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=387334694014> (Última consulta: 21/05/2021)

VALINOTI, Beatriz (2016); Construyendo el mundo editorial en Argentina en los inicios del Siglo XX; En: Anuario CEEED; Número 8; Año 8; ISSN 2545 8299 (pp27-65)

ZALLO, Ramón; (1988); Economía de la comunicación y la cultura. Akal, Madrid

# El caso de las transposiciones de lo policial argentina al cine nacional de la última década

María Rosa del Coto  
mdelcoto@gmail.com

UBA

La ponencia se detendrá en algunas de las adaptaciones que se inscriben en lo policial. La elección de obras de este “macrogénero” que, como se sabe abarca el relato policial de enigma, el “negro” y el llamado *thriller* W especialmente el de cuño psicológico, y que puede extenderse a cualquier texto que manifieste la existencia enigmática de una o varias muertes y/o de la aparición de un personaje que no cesa de leer indicios, responde a dos razones que se vinculan estrechamente: por un lado, a la vasta trayectoria que en el cine argentino y en las adaptaciones de la literatura nacional al medio, lo policial exhibe y, por otro y principalmente, a que durante el decenio que abordaremos las transposiciones de lo policial son las que cuantitativamente se destacan. El que, a su vez, en el conjunto, sobresalgan numéricamente los *thrillers* psicológicos, no es un dato menor ya que la presencia de ellos pone sobre el tapete el rol que comienzan a cumplir, sea en la distribución, sea en la distribución y la producción, las plataformas de *streaming*, especialmente *Netflix*. El caso de los “policiales” de Florencia Etcheves (*Cornelia*, *La virgen en sus ojos* y *La hija del campeón*), transpuestos por Alejandro Montiel (*Perdida* y *La corazónada*) y el del “policial” de Guillermo Martínez, *La lenta muerte de Luciana B*, adaptado por Sebastián Schindel (*La ira de Dios*) ejemplifican lo indicado. Planteamos así un tema del que no nos ocuparemos aquí pero que sin duda exige una indagación profunda: el de la incidencia que en la factura de las transposiciones les cabe a las transformaciones que de un tiempo a esta parte sufre la industria del entretenimiento, transformaciones que, a priori, parecen ir de la mano de los cambios en los hábitos de consumo que los actuales dispositivos digitales han permitido. El hecho podría considerarse signo de la modificación “en las condiciones de circulación discursiva que afecta [...] al conjunto de las prácticas que comprende, en su sentido amplio, la cultura” (Carlón, 2020:70) y que se sustenta, entre otros factores, en el papel que en la aludida circulación social de los textos van desempeñando las redes y las plataformas dentro un ecosistema que se caracteriza por la hipermediatización. Al respecto y a título de mero comentario, indicamos aquí que en el período en que nos centramos y respecto del área de las transposiciones de la literatura al cine nacional, se registra la ampliación de lo que se entiende como transponible. Esta se debe al interés que suscitan los relatos en los que prima lo autobiográfico; ahora bien, este hecho está en consonancia, por un lado, con la repercusión pública que tales producciones escriturarias alcanzan y, por el otro, con el paisaje que la producción audiovisual nacional e internacional del presente muestra. De ahí que sea pertinente no olvidar que en la mayoría de los casos, las escrituras de impronta autobiográfica, una vez alcanzado un nivel relativamente alto de aceptación pública, pasaron de los *blogs*, en los que inicialmente se difundieron, al papel, o a las redes sociales y, en tercer término, a la imprenta, y en ciertos casos al cine.<sup>1</sup>

Paralelamente, y volviendo a la cuestión que nos atañe de manera específica, cabe decir que en la Argentina, “la primera década del siglo XXI ha visto un desarrollo inédito del género policial en el campo literario: el policial se ha vuelto exitoso en términos de mercado” (De Rosso, 2014: 109). Por lo que merece indicarse que, siempre y cuando la

---

<sup>1</sup> Los relatos que manifiestan la impronta autobiográfica que pasaron al cine nacional son *Yo, adolescente* (Zamorano, N., 2005 blog; film, 2019), *El cuaderno de Nippur* (Vázquez, M., 2019, blog; film, 2020), *Más respeto que soy tu madre* (Casciari, 2003, blog; film, 2022).

fecha de la primera edición del relato a transponer sea cercana a la de la concreción de la retoma, las adaptaciones suelen apelar a aquellas ficciones que ocuparon los primeros puestos en las listas de *best sellers*. Así, corresponde apuntar –a título, aunque parcial, esclarecedor– que las novelas *Las grietas de Jara* y *Betibú*, de Claudia Piñero, que fueron adaptadas, supieron liderar la lista y que otros policiales que, como las novelas de la autora de *Las viudas de los jueves*, devinieron en films, figuraron, asimismo, entre los más vendidos: tales los casos de *La muerte lenta de Luciana B.*, de Guillermo Martínez, y de *Los padecientes*, de Gabriel Rolón.<sup>2</sup>

Al respecto es de resaltar también que, a excepción de *Zama*, los aportes internacionales de capital prestan más atención a las transposiciones que se inscriben dentro de lo “policial” que a las de cualquier otro género y que, como previamente mencionamos, comienzan por ahora tímidamente, a ocupar espacio, sobre todo en su distribución, las plataformas de *streaming*. Su índole de co-producciones y el que, en múltiples casos, reciban el fomento económico de un canal televisivo local, casi exclusivamente de Telefé, hace que tales adaptaciones se inclinen por una realización “industrial”. Esto, con seguridad, se hace sentir en la propensión a adaptar relatos policiales que adscriben al *thriller* o a incorporar en el proceso de traslado de las obras que se seleccionan para ser transpuestas “ingredientes” que remiten a él.

En este punto de la ponencia resulta oportuno recordar que el *thriller*, que más que género parece ser un estilo constructivo, se distingue por apostar a la creación de efectos de suspenso. La exaltación de los mencionados efectos puede explicarse por la búsqueda de una participación “afectiva” del enunciatario –o directamente del espectador–, que viene a sumarse a su participación “intelectual”: el suspenso, como se sabe, fomenta la actualización de una actitud inmersiva en el mundo del relato por parte del receptor (Ryan, 2004)<sup>3</sup>. Claro está que la producción de este efecto es algo que “buscan”, además del cine industrial, muchos de los textos fílmicos y de las series actuales producidas y/o distribuidas por las plataformas; por lo que el hecho de que las transposiciones apelen a la articulación de “lo policial”<sup>4</sup> con “el suspenso” dista mucho de ser tanto característica de las adaptaciones argentinas actuales como obra del azar.

Si hacemos un rápido sobrevuelo sobre las transposiciones de la literatura argentina al cine nacional que se realizaron desde el inicio del siglo XXI hasta 2022, observamos que en el período que va del 2000 al 2011, las adaptaciones que adscriben a “lo policial” no sobresalen numéricamente y las que se producen, o bien invisten “lo policial” con una perspectiva realista que abreva en esa variedad del costumbrismo que, sin satirizarlos pero sí mostrándolos, da cuenta de rasgos de un grupo social determinado (*Las viudas de los jueves* (2009)); o bien, entran el relato que contiene o despliega “lo policial” con otro en el que se narra una “historia de amor” (*El secreto de sus ojos* (2009)).

En el período que le sigue, o sea, entre 2012 y 2022, es cuando, a través fundamentalmente de su “versión” psicológica, irrumpe el *thriller*. Lo hace con *Tesis sobre un homicidio* (2013), que, por así decir, se convierte en una suerte de “adelantado”<sup>5</sup>. Es que a partir de 2014 el engarce de “lo policial” con el *thriller* se vuelve moneda corriente,

2 Estos datos se tomaron del artículo de De Rosso, previamente citado.

3 Bettetini, retomando a Weinrich, visualiza la cuestión desde el punto de vista enunciativo: asevera, coincidiendo en parte con la postura de Ryan, que “las narraciones de suspense, literarias o audiovisuales, están proyectadas como narraciones puras [...] [que] con el fin de obtener [...] [un] efecto de intensidad [...] no se limitan a oportunas elecciones de temas y de situaciones [...] sino que transportan las técnicas de la narración. Cuando el lector o el espectador deben estar implicados emotivamente como si el mundo de la narración entrara en su mundo concreto o, mejor, como si ellos entrasen proyectivamente en aquel mundo, se recurre a los tiempos verbales o a las técnicas audiovisuales del comentario. Se cuenta como si se comentase. (1984: 76).

4 La articulación con el suspenso no es exclusiva de lo policial. Se la percibe también en transposiciones fílmicas de obras que remiten a otros géneros o macrogéneros.

5 La transposición se apropia del libro de Paszkowski; lo hace, a través de la articulación de dos “movimientos”: el de intensificar el “lugar” que ocupa en la estructuración de la novela, el *thriller* psicológico y el de relativizar el lugar que en ella le cabe al policial. Así, la participación de elementos que remiten al *thriller* psicológico se subraya, debido a su incremento y a que su función discursiva se halla enfatizada, mientras que la que corresponde al policial se minimiza. El juego de los dos movimientos tiende a la promoción de cierto efecto de ambigüedad que no se encuentra presente en el relato de partida. Este efecto es lo que motiva que en esta nota al pie nos refiramos a los mecanismos constructivos de la transposición, pues, podría decirse que el mismo va a contracorriente de lo que constituye la “norma” en lo que atañe a las transposiciones.

aventajando, o dicho más adecuadamente, sustituyendo prácticamente, a aquellas adaptaciones en las que “lo policial” no reposa en estrategias orientadas de manera fuerte a la generación de suspenso o en las que a lo largo de la historia narrada se apela a ellas débil o muy esporádicamente.

*Los padecientes* (2017), *Perdida* (2018), *La corazonada* (2020), *La ira de Dios* (2021) que también aporta una significativa cuota de componentes del género de terror, y *Un crimen argentino* (2022) dan sobradas pruebas de lo aseverado. A las transposiciones nombradas podemos sumar *Betibú* (2014), *Tuya* (2015), *Los que aman, odian* (2017) y *Las grietas de Jara* (2018), adaptaciones en las que el entronque del *thriller* en lo policial, aunque de manera más tenue, también aparece. Es frecuente que tal debilitamiento suceda cuando, continuando una línea presente en el período 2000 – 2011, los componentes de “lo policial” operan como fondo para que resalten tintes psicologizantes y/o esa faceta de lo costumbrista que, como indicamos al referirnos a *Las viudas de los jueves*, suele presentarse en los textos de Piñeiro y que revela rasgos idiosincráticos de determinados tipos y sectores sociales. *Tuya* (2015) y *Las grietas de Jara* (2018), que en líneas generales reenvían al policial negro, ilustran, en gran medida, lo recién expresado.

Por último, a la lista de retomas de “lo policial”, un poco forzosamente, se le podrían agregar films que, como *El otro hermano* (2017), e incluso *Bahía Blanca* (2021), manifiestan ciertos motivos característicos del macrogénero, al que, de cualquier modo, ampliamente exceden.

Es necesario dejar en claro, además, que los textos policiales que se elijen para ser transpuestos suelen poseer también mixtura genérica. Esta se da entre “lo policial” y el terror (*La muerte lenta de Luciana B* que se adapta bajo el título de *La ira de Dios*), entre “lo policial”, lo costumbrista a través de unas pocas pinceladas y el *bildungsroman* mediante pequeños y más o menos sutiles toques (*Tuya*, *Las grietas de Jara*).<sup>6</sup>

## 1. Del hipo al hipertexto: cambios y permanencias

Este apartado se propone como principal objetivo llevar a cabo un acercamiento a la identificación de las formas en que un relato policial o que incluye varios constituyentes de dicho macrogénero se traslada al cine nacional actual.

La empresa, que comprenderá un sucinto análisis de muchas de las adaptaciones que nombramos, supone en primera instancia formular algunas especificaciones teórico-metodológicas que servirán para delinear nuestro posicionamiento frente a las traducciones intersemióticas (Jakobson, 1959), por una parte, y por otro, definir nuestra manera de encarar el examen de ellas.

### 1. 1 Las transposiciones: conceptualizaciones generales y abordaje analítico

Entendemos los fenómenos de transposición desde una perspectiva que se “centra” en el texto de llegada (en términos de Genette, (1989 b) el hipertexto) porque juzgamos que este punto de vista evita que la comparación de este con el de partida (el hipotexto, según Genette (*Ibidem*)) se rijan por el principio de fidelidad/ no fidelidad o por el de “grado de cercanía / alejamiento”. Es que, como numerosos investigadores del presente sostienen, tales criterios suelen comportar una mirada que sobrevalora el objeto discursivo que aparece en primer término e infravalora el que aparece en segunda instancia. Además, y como entre otras cosas la modificación de lenguaje o de arte que se da en todo proceso de traslado conlleva transformaciones de sentido, postular la idea de la fidelidad, aunque sea al espíritu de la obra de partida, genera confusiones e inexactitudes. Es que las transposiciones no sólo entablan relaciones intertextuales con el texto –o los textos– que transpone/ n. “[P]articipa[n] de una intertextualidad [al menos] doble, una literaria y otra cinematográfica” (Stam, 2000: 65). Este planteo no sólo pone sobre el tapete la

<sup>6</sup> Cabe señalar que la mixtura genérica no es atributo de los relatos policiales que se seleccionan como materiales para ser transpuestos. En el período que estamos considerando se da, asimismo, entre lo costumbrista y el terror (*Las siamesas*) y entre algunos elementos del terror y de lo fantástico, que se ven permeados por el absurdo (*La pesada valija de Benavides*).

índole de cualquier texto de llegada, define también la naturaleza de cualquier texto: todos y cada uno de ellos se relacionan con X textos anteriores o coetáneos a él, los que, dicho en términos de Verón (1986), constituyen algunas de sus respectivas condiciones de producción. Siguiendo a este autor cabe afirmar, entonces, que muchas de las diferencias que, por ejemplo, una adaptación presenta respecto de la obra que transpone, responden a la no “coincidencia” de los textos que funcionan como sus respectivas condiciones de producción y también a una cosa que no debe olvidarse al trabajo al que ellas se vean sometidas en el proceso de configuración textual.

Focalicemos ahora la atención en el tratamiento analítico de las transposiciones. En relación con él y para poder describir, sobre todo, los cambios de sentido que el proceso constructivo implica es preciso considerar, en la puesta en comparación del hiper y el hipotexto, las operaciones que actúan en el proceso de pasaje del texto de partida al texto de llegada tanto en el orden del enunciado como en el de la enunciación. Estas operaciones básicas son: “adición”, “elisión”, “sustitución”, “transposición propiamente dicha”, llamada por Stam (*Ibidem*) “concretización”, “explicitación de implícitos”, “re-distribución”, “condensación”. El funcionamiento de las que intervienen en una transposición específica produce como efecto de sentido las macrooperaciones, entre las que encontramos la de “actualización”, la de “crítica”, la de “popularización”, la de “reculturalización”.

En el siguiente sub-apartado haremos un rápido abordaje de algunas adaptaciones de lo policial.<sup>7</sup>

## 1. 2 Análisis de algunas transposiciones

Antes de emprender los análisis, es importante señalar dos cosas: que las transposiciones de las novelas que se adaptan mantienen el género en que se inscribe el texto de partida y que, sin excepciones, implementan procedimientos para ampliar la “dosis” de suspenso que el texto de partida procura también generar o incorporan elementos y recursos configuracionales a fin de fomentar la emergencia de tal efecto de sentido.

El aumento del grado de suspenso o su pretendida instalación, en tanto se reitera no absoluta pero sí pertinazmente, puede leerse previamente lo adelantamos, como la puesta en marcha de una estrategia que se pliega a la tendencia, compartida con múltiples fenómenos mediáticos, de que el interés de su presunto y deseado espectador nunca decaiga. Esta “búsqueda”, si bien en la actualidad no es privativa de los artículos dinamizados por las plataformas ni, por supuesto, fue “inventada” por ellas, no sólo está lejos de ser ajena a sus productos, sino que cabe considerarla como una de las marcas estilísticas distintivas.

Hechas estas observaciones, pasamos a cumplir con lo prometido.

Efectuaremos el recorrido respondiendo al criterio cronológico; así, nos ocuparemos primero de las transposiciones cuyo año de realización o de estreno está más cerca del año en que se inicia el período seleccionado y culminaremos con aquellas que han sido producidas o estrenadas durante el año 2022.

De acuerdo con lo expresado, comenzaremos el itinerario con *Tesis sobre un homicidio*, film dirigido por Diego Goldfrid, y estrenado en 2013, que retoma la novela del mismo nombre de Diego Paszkowski, que ganara el premio *La Nación* de 1998.

La película se apropia del relato literario a través de la articulación de dos “movimientos”: el de intensificación del “lugar” que ocupa en la estructuración del hipotexto el *thriller* psicológico, y el de relativización del lugar que en aquel le cabe al policial. Así, la participación de elementos que remiten al *thriller* psicológico se subraya, por un lado, porque se incrementa y, por otro, porque su función discursiva, ligada a la acentuación del suspenso, se enfatiza, mientras que la que corresponde al policial se minimiza. El juego que entablan ambos movimientos tiende a la promoción de cierto efecto de ambigüedad que no se encuentra presente en el relato de partida. Es que no hay

---

7 Es de resaltar que algunas de las características que identifiquemos en relación con ellas pueden hallarse también en adaptaciones que no responden a las transposiciones que, entre nosotros y en el presente, se efectúan del mencionado macrogénero.

resquicio para que se instale la duda acerca de quién es el asesino de Valeria Di Natale: mediante indicios, en primer término, y explícitamente luego queda expuesto que el homicida es Paul Besançon. En el film, por el contrario, la duda se impone; y esto porque especialmente las operaciones de sustitución y de adición que el pasaje involucra, incrementan la adscripción de la película al *thriller* psicológico mediante un desplazamiento: en lugar de que las características que vinculan al texto con el *thriller* psicológico hagan foco en Besançon, lo hacen en Bermúdez, quien en el film asume el papel de protagonista absoluto. Las múltiples adiciones y la redistribución (la cualidad de poseer una personalidad obsesiva pasa de Besançon a Bermúdez) coadyuvan para definir un perfil psicológico que, cuando el personaje llega a la conclusión de que el asesino es Besançon, activa la sospecha de que el homicida puede ser él.

En el párrafo anterior mencionamos el efecto de ambigüedad; ahora agregamos que él contradice lo que constituye la “norma” en lo que atañe a las transposiciones, las que, por el peso de las condiciones de visionado que todavía imperan socialmente, tienden a “simplificar” el sentido, a hacerlo más claro, lo que, además, contribuye a que ellas se inclinen por la vulgarización, macrooperación a la que también se llama popularización.

Continuamos nuestro itinerario con la transposición de *Betibú* que Claudia Piñeiro publicara en 2011. Las operaciones implicadas en el traslado del libro al film, que lleva el mismo título que la novela y que fue dirigido por Miguel Cohan, en 2014, son: redistribución, supresión, sustitución y, la que predomina en el conjunto, la “transposición propiamente dicha”/ concretización. Todas ellas se orientan a destacar –levemente– aspectos y elementos temáticos que el texto literario evidencia, a la par que a relativizar –también débilmente– otros que, asimismo, aparecen en la novela. Diríase que tales operaciones están destinadas a delinear de manera más pronunciada el perfil identitario de los personajes que en el texto de partida ya re-enviaba fuertemente a estereotipos<sup>8</sup>, al tiempo que a delimitar, de forma más categórica de lo que lo hace el hipotexto, tanto la sub-trama amorosa<sup>9</sup>, como el periplo que recorre la relación entre Brena y Mariano, que va del resquemor mutuo al mutuo afecto y que llega en el segundo a la admiración.<sup>10</sup> Cabe señalar que estos personajes: el periodista maduro, experimentado, conocedor de los “gajes del oficio” fundamentalmente por “tener calle”, y el periodista joven, inexperto, graduado universitario, dependiente de Internet, y reemplazante como encargado de la sección “Policiales” en el diario *El tribuno* del personaje definido anteriormente, dan carnadura al motivo de la “pareja discordante”, al que diversidad de objetos discursivos no mediáticos y mediáticos nos tienen acostumbrados.

Merece apuntarse que el texto de partida emplea, reiteradamente, el recurso que en el dominio de la teoría cinematográfica y, a partir de la “gran sintagmática”<sup>11</sup> se denomina “montaje alternado”, el que se define como aquel que presenta alternancia de las imágenes y simultaneidad de los hechos.<sup>12</sup> Este artificio constructivo es retomado por el film. Este lo hace cuando, por ejemplo, muestra sucesivamente a los tres personajes que emprenderán la investigación detectivesca y que se encuentran en lugares distintos viendo el noticiero del mismo canal, mientras éste difunde la información sobre el asesinato de Chazarreta.

Toca el turno ahora de efectuar un somero abordaje de la adaptación de otra obra de Piñeiro, *Tuya*, que, con idéntico título, llevara al cine, Edgardo González Amer, en 2015.

El film presenta un procedimiento constructivo que suele aplicarse cuando el texto de partida posee un narrador

8 Sus protagonistas son Nurit Iscart, autora de ficciones policiales que por las críticas negativas que sufriera su publicación más reciente, decide dejar de producir sus obras para dedicarse a escribir, por ejemplo, libros de autoayuda que otros firmarán como propios, y Jaime Brena, periodista caído en desgracia por haber proferido un desafortunado comentario sobre el diario en el que trabaja, y a punto de solicitar la jubilación voluntaria.

9 Canalizada por los protagonistas ya descriptos.

10 Hacia Brena, a quien termina reconociendo como maestro del que aprende diversas competencias profesionales.

11 La “gran sintagmática de la banda de imágenes”, concepto propuesto por Metz en varios textos, que da lugar a una tabla en la que ubica los sintagmas mediante los cuales la organización de las “secuencias” que conforman un film se ordenan; estas unidades se manifiestan mediante diversos tipos de montaje o a través de movimientos de cámara y otros artificios técnicos.

12 Entre múltiples ejemplos, encontramos, la siguiente: “Cuando de la impresora sale la tercera página con el tiroteo de Nueva Jersey, Nurit Iscar y Jaime Brena llegan al frente de la casa de Luis Collazo” (Piñeiro, 2013: 251)

extradiegetico auto u homodiegetico (Genette, 1989 a, Gaudreault y Jost, 1995), o sea, en el caso en que la instancia narradora “coincida” con el protagonista o con un personaje no central de la historia, y, al que, por cierto, otros integrantes de nuestro corpus, como veremos, también recurren. Circunscribiéndonos aquí a la adaptación que el film de González Amer lleva a cabo, es pertinente afirmar que, mediante la puesta en obra de las operaciones de sustitución y de supresión que pueden actuar aisladas o en tándem, la enunciación de la película es dinamizada esencialmente por una instancia narradora implícita, que en algunos pocos tramos se combina con la voz *over* de la protagonista. Esto, junto con la supresión casi absoluta de los fragmentos textuales que remiten a distintos tipos de discurso<sup>13</sup> y a que, en contadas ocasiones, estos se narrativicen al someterse a la operación “transposición propiamente dicha” / “concretización”, hace que la presencia de los clisés que abundan en el relato literario<sup>14</sup>, se debilite y que en su lugar se vea privilegiado el orden de la historia, reforzándose de tal modo el carácter de policial negro, género al que también remite la novela. Lo afirmado no obsta para que el empleo de la imagen mental, recurso usado a destajo en la discursividad audiovisual ficcional, permita que la instancia narrativa acceda a lo que la protagonista y su marido imaginan que, dicho sea de paso, coincide con la mostración de escenas sexuales.

Ahora bien, el que en el texto literario sea la propia protagonista la que cumpla funciones de narradora permite que el personaje, sin advertirlo, revele cualidades que lo definen psicológica y, sobre todo, socialmente. Así, en la *Tuya* de Piñero, la configuración narrativa del relato sitúa la instancia narrativa en una posición “cognitiva” privilegiada de la que el lector “real” puede hacerse cargo o no que le posibilita advertir las limitaciones, defectos, marcas de clase del narrador-personaje; en el hipotexto, esta posición habilita básicamente un efecto ligeramente crítico que, incluso, puede conllevar matices reflexivos y hasta propiciar la emergencia de efectos didácticos. Es que a medida que el relato se desarrolla los aludidos clisés que construyen al personaje se van disipando, lo que parece dibujar un cambio en la protagonista. En la transposición fílmica y a causa de la sustitución de la instancia narradora, este cambio se torna borroso, por no decir inexistente.

En este punto pasamos a considerar la transposición que de un texto de 1946, *Los que aman, odian* de Bioy Casares y Silvina Ocampo, realizara Alejandro Maci, en 2017.

Como en el caso de *Tuya*, la instancia narradora de la novela es extra y homodiegetica, es decir, “coincide” con un personaje que en el caso que empezamos a analizar no es central en la historia que tiene por epicentro el asesinato de una joven, pero que asume el perfil del investigador amateur en el esclarecimiento del crimen, esto es, en la segunda historia, la de la búsqueda de resolución del enigma centrado en quién cometió el crimen.

En el hipertexto, toda huella del narrador-personaje de la novela queda elidida. La opción por un narrador implícito trae aparejado el hecho de que la figura del narratorio lúdico que se genera en el texto de partida directamente se elimine. Esta eliminación se logra no sólo porque el discurso excluye el empleo de la voz *over*, sino porque, además, los rasgos de personalidad que el médico homeópata Enrique Huberman muestra en sus acciones y actitudes no lo tornan, en ningún momento, “ridículo”, cosa que sí ocurre en la novela.

Es que, a diferencia de lo que sucede en *Tuya* de Piñero, en la novela de Bioy y Ocampo, cierto efecto risible queda asegurado porque lo enunciado por el narrador-personaje lo conforma como una figura ridícula que sólo puede inducir a la instancia narrativa a la burla.

13 En la novela, aunque predomina el relato en primera persona, aparecen algunos capítulos formados por diálogos, por fragmentos de informes judiciales y de una página de una enciclopedia, por una fotocopia que consta en las actas de un congreso de Psicología aplicada, lo que hace que adquiera una estructura más o menos compleja que puede hacer recordar lejanamente a la de *El beso de la mujer araña*.

14 En la obra de Piñero, se presenta una catarata de clisés que construyen al personaje como una mujer de clase media-media, ama de casa que responde sin fisuras a los principios de la estructura patriarcal, que se siente el pilar de una familia que raya la perfección y que se cree poseedora de una inteligencia práctica envidiable.

En el film las operaciones de adición y de supresión se conjugan para no debilitar el espesor de la historia. Las eliminaciones que se observan en dicho orden y que, podríamos conjeturar, se deben a lo abultado que resultaría el presupuesto para una producción nacional<sup>15</sup>, se “compensa” con la incorporación de escenas y secuencias narrativas que instalan la “historia de amor”<sup>16</sup> entre Huberman y Mary, la traductora de novelas policiales que termina siendo envenenada.

Así, el hipertexto, reiterando una de las “formas” a las que las transposiciones y los relatos audiovisuales de confección más industrial acostumbran acudir para que la expansión o la complejización del orden de la historia brinde mayores posibilidades para que la tensión no decaiga, o sea, para mantener o aumentar el efecto de suspenso del *thriller*, cosa que puede buscarse, como sucede en el film de Maci, a través del aumento de sospechosos.

La película, a diferencia de la novela, no dibuja la imagen de un Huberman presuntuoso que, entre otras cosas, fracasa en la mayoría de las inferencias que realiza, lo que contribuye a hacerlo acreedor de las burlas de la instancia narrataria. Delinea, en cambio, la figura de un Huberman que soporta los embates de una pasión amorosa de la que quiere y no puede escapar. El personaje, además, “descubre” al asesino, Miguel, el jovencito que, como él es presa de los equívocos que instalan las actitudes de la histérica Mary.

La última secuencia de la historia se trata de una adición emplaza una ambigüedad que representa una vuelta de tuerca para la historia. Aquella transcurre en el tren que trae de regreso de *Bosque del mar* a Huberman. Junto a él viaja Miguel, que todos daban, si no por muerto, por huido. Algunos elementos que pueden funcionar como indicios, permiten sostener la hipótesis de que o bien el protagonista ayudó al asesino a escapar o bien “tramó” el crimen y lo perpetró “en conjunto” con él.

La expansión de la trama a través de la adición de personajes y/o de escenas o secuencias narrativas, que, en ciertas transposiciones se articula con la relativización de la complejidad discursiva o del espesor del orden de la enunciación que manifiesta el texto de partida se presenta también en *Los padecientes*, el film de Nicolás Tuozzo, estrenado en 2017 que transpone la novela homónima de Gabriel Rolón, editada en 2010. Esta transposición, como también sucede con la de la novela de Bioy Casares y Silvina Ocampo, busca que el efecto de suspenso que define al *thriller* no decaiga. Al respecto, podemos consignar la puesta en juego de la operación de adición que se efectiviza con el agregado de la siguiente secuencia narrativa: una desconocida se acerca a la mesa del bar en que se encuentra el protagonista un psicoanalista que, impulsado por la búsqueda de la verdad, asumirá el papel de investigador, para pedirle que no firme el informe en el que, como perito de parte, ha de declarar que el homicida, al que incriminan varias evidencias, es un enfermo mental al que no puede considerarse imputable. Quien le formula el “pedido” es una mujer que dice ser una prostituta de lujo que desea “escapar del infierno Vanussi”, el empresario asesinado. La mujer, luego de recibir una llamada telefónica, sale intempestivamente del bar y cuando cruza, corriendo, la calle es atropellada por un automóvil, cuyo conductor dice no haberla visto. Como en cierto modo la inserción de la secuencia muestra, la transposición no vacila en echar mano al recurso del aumento del número de sospechosos –casi todos los personajes terminan siéndolo. Pero, a la par de este incremento, se produce otro: el de la multiplicación de las amenazas –las que no solo se dirigen hacia el protagonista sino que se extienden a todo su entorno, incluso a su ex novia, cosa que se verifica en las fotos que les han sacado y les envían a todos y cada uno de ellos. Estos elementos convierten al film en un ejemplar paradigmático de las actuales producciones audiovisuales *mainstream* de lo policial. Tal galardón lo consigue por exacerbar los rasgos que el hipotexto muestra a nivel del enunciado y por enfatizar la apelación a convenciones de la enunciación.

A la complejización de la historia y el aumento de personajes, cuya funcionalidad, como expresamos, consiste

15 La elisión que se efectúa en relación a la secuencia en que, en el hipotexto, Huberman –que allí lleva como nombre de pila Humberto – sale junto con otro personaje: Atwell/ Atuel en medio de una fuerte tormenta de arena nocturna es un ejemplo de lo consignado

16 En la novela, el narrador-personaje dice conocerla pero sólo como una ex paciente y no alude a una relación amorosa previa con ella, ni con el desarrollo que se le da a esta en el hipertexto. Tratándose del narrador cabría la posibilidad de que ocultara ese vínculo.

sobre todo en acrecentar la cantidad de sospechosos, es común que se le agregue otra de las características que asiduamente se encuentran en las transposiciones de lo policial. Nos referimos a la recurrencia de la analepsis y la prolepsis (Genette 1989 a) en la organización sintáctica del discurso fílmico/ audiovisual. Las propiedades identificadas no son recursos exclusivos de las transposiciones ni de las ficciones audiovisuales: se las explota frecuentemente en los discursos fílmicos, así como en los literarios, pero, como indicamos, en los pasajes intersemióticos en general y, en particular en las adaptaciones actuales de la literatura al cine nacional, su utilización se vuelve relativamente constante. Aun cuando, como aseveramos, analepsis y prolepsis son artificios constructivos insistentes en las transposiciones que nos ocupan, nos detendremos en el de la prolepsis, porque, en las adaptaciones argentinas de lo policial de hoy en día, este se acompaña con la actualización de la adición. Es que habitualmente la secuencia o la escena narrativa que en el texto audiovisual se somete al trabajo de re-organización, no forma parte del texto de partida. A esto se le suma el que la alteración de la cronología de la historia en el discurso audiovisual aparece sujeta a “fragmentación”.

En las transposiciones de lo policial a estas regularidades se le suma otro: el “adelantamiento” se manifiesta en el inicio del texto, coincidiendo con los créditos de presentación, y se completa al término de la película, espacio en el que, en un relato prospectivo, debería aparecer.<sup>17</sup> Es de subrayar que las prolepsis a las que estamos aludiendo acuerdan perfectamente con la funcionalidad que discursivamente posee la generación del efecto de suspenso. A diferencia de la analepsis, que frecuentemente viene a cerrar “baches” en la presentación discursiva de la historia, la prolepsis abre interrogantes y, al hacerlo, configura de un modo determinado a la instancia narrativa.

Las transposiciones de *Tuya* y de *Los padecientes* usan los recursos presentados: en ambas películas, la secuencia segmentada corresponde a un “adelantamiento de una parte” de la historia; tal prolepsis es fruto de una adición, la que, constituyendo la parte inicial de la secuencia de cierre de la historia, se ubica en el principio de la narración.

En efecto, en *Tuya*, la secuencia narrativa con la que el film comienza no existe en la novela. La primera imagen que aparece en la película es la de los faros de un automóvil que se acerca y la que le sigue, y completa la prolepsis, es la del volante del vehículo, al que una mano con guantes de plástico de un color celeste que, de ninguna manera puede pasar desapercibido, conduce. Acompaña a estas imágenes el sonido de la sirena de un coche policial que impulsa a la instancia narrativa a suponer que puede hallarse frente a una secuencia de persecución, lo que incita a la generación de suspenso. La imagen del cierre del film concluye la secuencia: la protagonista, luego de matar a la amante de su marido, con lo cual consuma su venganza hacia él, llega a su casa y tras ella aparece una policía que la anoticia de que se ha convertido en abuela.

En *Los padecientes*, la prolepsis, que también es resultado de una operación de adición, consiste en la presentación de una sala de conciertos en la que una adolescente interpreta el Concierto en E Menor de Mendelssohn; la cámara efectúa un *travelling* que “culmina” en la platea; la música continúa pero a ella se le “superpone” una voz *over*, la de un hombre (luego, cuando se complete la secuencia, sabremos que se trata de la del protagonista masculino, el psicoanalista), que dice un parlamento sobre la verdad. Mientras lo enuncia, se produce un corte en la banda de imágenes y se pasa a la mostración de un cuerpo, presumiblemente muerto, que yace sobre un piso que, con el transcurrir de la historia, nos enteraremos de que corresponde a la parte externa de la casona del empresario asesinado.

Al igual que en *Tuya*, en *Los padecientes*, la secuencia que la prolepsis integra, se completa al final del texto con la continuación del parlamento sobre la verdad. Mientras éste transcurre, se suceden imágenes del concierto, las que dan paso a otras, algunas de las cuales podrían llegar a leerse como simultáneas y otras como anteriores a aquellas. Todas estas nos muestran escenas en las que algunos de los personajes viven “felizmente” sus días luego de que la policía da por resuelto el asesinato. El cierre a lo hollywoodense se corona con la “vuelta” de las imágenes

---

17 Recuérdese que la articulación de una secuencia o escena adicionada y de una prolepsis se halla presente en *Días de odio*, la transposición que, en 1954, Torre Nilsson efectuó de *Emma Zunz* de Borges.

al teatro; mientras la música continúa se muestra al protagonista masculino obviando el llamado telefónico de su ex pareja, imagen a la que le sigue la de la hija mayor del asesinado que fue quien le pidió al psicoanalista que interviniera; ambos se sonríen, acción que deja abierta la posibilidad de que la vuelta al orden culmine también con la formación de una pareja.

Atendiendo a la extensión de la ponencia, finalizaremos la misma presentando otra característica de fácil verificación en las transposiciones que forman nuestro corpus.

Nos referimos a la tendencia a reducir la ambigüedad que ciertos relatos transpuestos ostentan. Esta reducción se activa para dotar de un final claro a aquellos textos literarios que poseen lo que suele llamarse “final abierto” o bien, como expresamos, para hacer que el efecto de “ambigüedad” provocado, por ejemplo, por el dejar abierta una o varias alternativas en los acontecimientos que la historia presenta, se clausuren. Un buen ejemplo, que puede sumarse a lo observado en *Los padecientes*, lo suministra *La ira de Dios*, film de Sebastián Schindel de 2022 que retoma *La muerte lenta de Luciana B*, que Guillermo Martínez publicara en 2007.

Esta característica, creemos, permite plantear una hipótesis, la de que la tendencia a reducir la ambigüedad se considere como uno de los recursos que hacen que una transposición se oriente hacia la macrooperación de vulgarización/ popularización.

## Bibliografía

- Bettetini, G. (1984). *Tiempo de la expresión cinematográfica*. F.C.E.
- Carlón, M. (2020) *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. Nueva Editorial Universitaria.
- De Rosso, E. (2014) “Misterios cotidianos: sobre las novelas policiales más vendidas”, en *Cuadernos del CILHA*, año 15, n.21.
- Genette, G. (1989 a) *Figuras III*. Editorial Lumen. (1989 b) *Palimpsestos*. Taurus.
- Gaudreault, A. & Jost, F. (1995) *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Paidós
- Jakobson, R. (1975) *Ensayos de lingüística general*. Seix Barral.
- Metz, Ch. (1970) *Análisis estructural del relato*. Tiempo Contemporáneo.
- Ryan, M. L. (2004). *La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos*. Paidós Comunicación.
- Stam, R. (2000) *Film adaptation*. Rutgers.
- Verón, E. (1987) *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.

**MESA 17**

# Análisis del discurso y estudios del lenguaje

# Femicidio: la construcción de sentido a través del tratamiento mediático. El caso “Araceli Fulles” analizado en los medios gráficos Clarín y Mu-La Vaca

Valeria R. López,  
valeromi424@hotmail.com

UNdeC

## Introducción

Este trabajo, tomando las herramientas de investigación que permiten abordar el análisis de las formas de decir y comunicar las informaciones de los medios periodísticos de forma general, y de los femicidios de forma particular, será efectuado sobre un caso particular, un femicidio ocurrido en la Provincia de Buenos Aires en el transcurso de 2017: Araceli Fulles. Los medios (gráficos) sobre los que se pondrá en práctica las herramientas propuestas son Clarín y MU\_LaVaca.

El trabajo tendrá como referentes teóricos a Eliseo Verón (2004), Roland Barthes (1992) y Teun van Dijk (1990, 2011) en cuanto a la enunciación en los discursos de los medios gráficos y el análisis de las imágenes que lo acompañan y su retórica. Los niveles de análisis que permitieron el desglose de estas noticias serán enmarcados teóricamente por autores reconocidos en el Análisis del Discurso (AD) como Marc Angenot (2012), Siegfried Jäger (2003) y Jorge Ruiz Ruiz (2009), los cuales postulan una perspectiva sociológica y crítica del discurso (ACD). Dichos niveles son: el análisis del contexto, el análisis semiótico y la interpretación general.

La intención de este trabajo es arribar a una reflexión sobre la construcción de sentido y significado que, a través del discurso de los medios, vuelve permeable la configuración de los significados de los acontecimientos sociales. Se quiere acentuar con nuestro aporte el importante papel que puede desempeñar ACD en este campo. Trabajar desde la perspectiva del ACD nos posibilitará aproximarnos al modo en que los medios de comunicación, gráficos en el caso elegido, representan y comunican el delito del femicidio.

## Planteo de investigación

Los interrogantes que se desprenden de esta temática son: ¿Cómo se estructura el discurso del medio cuando noticia un femicidio? ¿Cómo es la construcción discursiva de esos discursos mediáticos? ¿Cómo se aplica la perspectiva de género en los discursos mediáticos tomados como caso?

## Marco teórico y conceptual

El marco teórico-metodológico abordará el concepto de poder y efecto de sentido de Eliseo Verón (1979 y 1988) y el Análisis de discurso crítico (ADC) abordado por Teun van Dijk (1990). En cuanto al análisis de las imágenes que incluye el corpus seleccionado, serán contempladas desde el análisis de Verón (1983) y Barthes (1970, 2017).

## Metodología

El corpus de textos del periódico Clarín se seleccionará de las ediciones impresas que corresponden a los días en que se noticia el suceso, hasta sus instancias judiciales a julio 2021. Por impedimento circunstancial, el mismo se utilizará desde la “Edición Impresa”<sup>1</sup> que el mismo medio aloja en su dirección web. El corpus de textos del periódico Mu-La vaca se extraerá de su edición impresa donde notician el caso “Araceli Fulles”.

Este proceso de investigación presenta diferentes pasos. En el primero, se constituirá el objeto de estudio y se delimitará el referente empírico. Continuando con la recopilación del material (corpus) publicado por los medios seleccionados, que nos facilita acceder, a través de sus intervenciones periodísticas, el territorio discursivo en disputa.

Desde la perspectiva del método cualitativo y la teoría antes indicada, aportada por Barthes (1963, 1970, 2017) y Verón (1983, 1993, 1995), podremos observar el posicionamiento del medio, las estrategias comunicacionales de posicionamiento, comportamientos, intereses y articulaciones de los diferentes actores respecto al devenir de la noticia publicada sobre el femicidio de Araceli Fulles.

Luego, en una segunda etapa, el procedimiento recurrirá al auxilio del análisis crítico del discurso (ACD), para tabular un “qué” y un “cómo”. En este caso, se partirá del uso de algunos verbos, los sujetos que se involucran, las distintas formas de invocarlos, cómo están estos insertos en una oración, para acabar en los juicios de valor expresados y/o sobreentendidos que el medio expone. Para llegar a una tercera etapa, donde el análisis estará centrado en identificar a través de esos datos aportados, la implicancia lingüística del discurso sobre los lectores. Algo que podríamos aproximar a interpretar un “para qué”.

Los niveles y/o dimensiones del ACD que se realizarán serán aquellas que respondan a las estrategias utilizadas por el productor del discurso: se identificarán las estructuras discursivas, las intenciones de las mismas y los aspectos de orden contextual (político), cognitivo (semiótico) y general (social y cultural).

El análisis del orden contextual, responderá a la narración de lo discursivo dentro de la contextualización como acto político desde lo mediático.

El análisis del orden cognitivo responderá a lo semiótico (verbal y no verbal) y estará ensamblado a las imágenes establecidas en dichos sucesos comunicativos.

El análisis del orden general responderá a la interpretación de lo discursivo como sistema de representación de sentido a través del marco normativo como unidad de análisis.

La aproximación que realizamos al estudio de los discursos mediáticos sobre femicidios se fundamenta en la noción de construcción discursiva. Desarrollar nuestro estudio desde este enfoque, nos permite que un caso específico y puntualizado de la discursividad mediática pueda ser abordado para su análisis en el preciso momento en que adquiere forma lingüística y/o expresión visual.

## Análisis de los artículos seleccionados

Debemos entender que los niveles de análisis nombrados deben ser abordados como partes de una unidad noticiosa; esto quiere decir que la transversalidad de los tres aspectos son necesarios para comprender el análisis del discurso crítico de este femicidio como hecho noticioso. Se hace referencia a la transversalidad como la construcción del discurso en sí mismo, la circulación de dicho discurso como construcción de sentido y la posición mediática como habilitante de significado.

---

1 El corpus de Clarín no corresponde a su Edición Electrónica, la cual difiere, constatando que en algunos casos inclusive se ve modificada en el tiempo. Corresponde a la versión On-Line del diario en papel, que se replica sin modificaciones. El corpus de MU-La Vaca es indistinto, se posee en edición impresa y se puede recurrir a su versión On-Line, que tiene el mismo contenido. El abordaje del formato de acceso y lectura no forma parte de este Proyecto de Tesis.

Comprendiendo lo antes enunciado, se identifica en la construcción del discurso, posicionamientos dispares en ambos medios gráficos con respecto al femicidio de Araceli Fulles. El primer indicativo es el lugar en el que se encuentra el hecho dentro de la estructura del medio con respecto a la noticia, y el segundo cómo se identifica a través de la contextualización política-mediática la construcción de sentido.

Desde lo contextual, será la ubicación de la noticia el indicativo de la postura política de ambos medios; desde lo cognitivo, la correlación existente con la construcción en la presentación del hecho: Clarín tiene la noticia enmarcada en la sección de policiales y LaVaca en tapa. La diferencia no es sólo espacial, también lo es gráfica, ya sea desde la tipografía, el tamaño y/o color de la misma. Ambos medios utilizan como recurso visual en los Títulos y Tapa colores primarios (el rojo y el amarillo) con connotaciones que responden a principios de la Psicología del Color (Teoría del color) y de la Percepción (Gestalt). Tanto Clarín como LaVaca utilizan el rojo, Clarín para el Título y LaVaca para la Tapa; mientras sólo se utiliza el amarillo como Título y remarcado del texto en LaVaca. La percepción del color también responde al orden de lo contextual y lo cognitivo no verbal; en el occidente el color rojo es considerado un color potente y fuerte, utilizado para llamar la atención de forma directa, y se encuentra relacionado a lo pasional pero también a lo peligroso. Mientras que el amarillo se lo considera un color pregnante, aunque ambiguo; se asocia más a lo racional y lo juvenil, se lo utiliza para el llamado de atención y como precaución. El pensamiento debe ser claro y rápido.

Desde el orden netamente cognitivo no verbal, ambos recurren al anclaje visual a través de la imagen como fotografías: Clarín utiliza una foto de la víctima a color y LaVaca utiliza una fotografía de la víctima recortada en un primer plano en blanco y negro. ¿Habrá una construcción previa de la corporalidad de la víctima como creadora de sentido? ¿Será el primer indicio sin recurrir a la palabra para conjeturar la construcción de un discurso mediático?

El análisis de lo cognitivo desde la palabra y lo verbal establece un posicionamiento mediático con respecto no sólo a la víctima en sí, sino con ciertas instituciones que participan del hecho noticioso, como por ejemplo el sistema de JUSTICIA. La palabra misma es enmarcada dentro del discurso textual como parte interviniente necesaria de sentido, pero con espacios textuales distintos en el discurso de ambos medios: Clarín expone la palabra Justicia desde el primer párrafo y LaVaca la nombra a partir del tercer párrafo en la tercera columna. Mientras que para un medio es un factor principal y fundamental en el proceso del discurso para el otro medio es solo una herramienta en la construcción del discurso.

En Clarín se personifica a la Justicia utilizando el artículo la, y lo reafirma con el verbo denunció, (3ra p.s. pretérito perfecto simple). Entendiendo que la denuncia es la declaración formal de un daño o un hecho ilegal. Entonces, ¿quién denuncia? No hay nombres, ni testigos o fuentes. (¿Quién denuncia la ineficiencia del sistema investigativo de la Provincia? ¿A quién se está citando?). En LaVaca se describe un lugar referido a percepciones y espacios donde transcurre la acción y lo que trae como consecuencia. En el párrafo dos de la tercera columna (p. 2) se lee que hay otras mujeres en el mismo lugar escuchando la sentencia por el femicidio de Micaela González (asesinada por su pareja en la vía pública, delante de su hijo y de su hermano). Habla la abogada y señala que lo más impactante es la naturalización de la violencia y como el no meterse tiene que ver con la desconfianza en la justicia. Sin justicia, no hay testigos. Todas estas mujeres están juntas desde las 7 de la mañana en Tribunales, con frío, con lluvia, empapadas.

Lo planteado permite retomar a Foucault (1996) en cuanto a la complejidad de la producción discursiva y los intereses creados que confluyen en la misma. Así como también los párrafos anteriores son ejemplo de lo que Verón (2004) establece como los efectos de sentido que se busca en el relato periodístico para constituir el poder simbólico que conlleva dicha construcción discursiva.

En la nota de Clarín, el primer párrafo comienza con la última frase que escribió Araceli el día que desapareció. Se intenta, dentro del discurso periodístico, buscar un acercamiento al lector interpelando al mismo a través del lenguaje cotidiano, como el vieja, prepará las cosas para el mate. El periodista hace referencia al tiempo que tardó

la policía y las autoridades para dar con el paradero de la víctima. En la misma oración aparece el verbo apareció (verbo, 3ra.p.s. del Pret. Perf. Simple, m. ind.) acompañado por dos palabras: asesinada (verbo transitivo) y enterada (presenta las siguientes categorías: es participio de enterrar, verbo transitivo, verbo pronominal, adjetivo).

En la nota de LaVaca los primeros párrafos hacen referencia al contexto, al espacio literalmente donde se produce la noticia, y a su vez hay referencias de quienes los transitan. Se personifica un espacio, el barrio. (¿Quién dice el entrecomillado?) No hay nombres, ni fuentes. Se nombra el narcomachismo y la acción de la familia y sus vecinas, femenino, muchas. Las escritoras recurren a las emociones, como tristeza, hablan de lo que duele y de la violencia. La serie (The Killing) no sólo ordena dicha secuencia sino que resalta el miedo, y el miedo es el protagonista. Presentan a Araceli como heroína.<sup>2</sup> Se describe una situación que sólo nombra a mujeres compartiendo un momento (bajo el agua por la lluvia), una emoción manifiesta (dolor y lágrimas), un malestar colectivo (insomnio, desconfianza, cansancio). Son siete mujeres sentadas en el ingreso a los Tribunales de San Martín.

Entendiendo que lo desarrollado hasta el momento forma parte de la estructura discursiva, y que se pueden identificar elementos diferenciadores en cuanto a cómo se construye las tramas de sentido y poder dentro de los relatos, es que se permite analizar con mayor agudeza la significación ideológica de los medios analizados. En LaVaca se puede leer como el relato se construye desde la idea de una serie, desde el inicio, la descripción del lugar, las mujeres, el clima. Hay protagonistas y no es la víctima. Las siete mujeres se levantan y frente al único medio presente (Mu) a la convocatoria de prensa, dan comienzo a la conferencia leyendo un comunicado para luego responder a las preguntas. Quien lee es la prima de Araceli, pero no se sabe si es ella la que contesta la pregunta realizada por la periodista, la cual tampoco es identificada. La respuesta habla de un nosotras, que no hacen hipótesis y se lo adjudican a otra gente que tiene tiempo para perder y que ellas hacen lo mismo desde el primer día y es como se organizan para buscarla. (¿Por qué asistió sólo un medio ante la convocatoria de la conferencia de prensa? ¿Por qué se eligió el espacio de los Tribunales de San Martín para la conferencia de prensa? ¿Qué es lo que dice ese espacio? ¿Qué hipótesis se manejaban?). El tema del espacio público como territorio en disputa será retomado junto con el análisis del orden general.

Pero en la nota de Clarín el objeto del relato se construye directamente en la víctima. El periodista decide comenzar el párrafo escribiendo durante un momento demasiado efímero dando a entender que dura poco, es sólo un instante y que es pasajero; que la noticia de un femicidio es pasajera y se olvidará pronto, y el caso de Araceli no va a ser la excepción. Prosigue escribiendo que Araceli se convirtió en otro sinónimo de la violencia contra la mujer, ella no era la única víctima de esa violencia (de género). Su nombre es sinónimo de otros asesinatos, otros femicidios. Entonces nombra a otras mujeres asesinadas: Micaela García (asesinada el 2 de abril del 2017 en Entre Ríos, su cuerpo fue hallado una semana después) y Anahí Benitez (asesinada el 29 de julio del 2017 en Lomas de Zamora). Hace mención a sus muertes como una secuencia dolorosa y las describe como muertes jóvenes y violentas que a veces anestesian. Sus asesinatos fueron femicidios y no un hecho violento con una violencia gradual. Hay nombres de las víctimas pero no hace referencia alguna al nombre de sus respectivos asesinos (Sebastián Wagner, antecedentes por abuso sexual y con libertad condicional; Dario Badaracco; Marcelo Sergio Villalba y Marcos Bazán). La secuencia de dichas muertes es descripta por el periodista, utilizando la teoría de la criminalística científica, como anestésica. (¿A qué se referirá puntualmente utilizando esta palabra? ¿Responde al relato o es una construcción subjetiva del orden de lo simbólico? ¿Es una causa o un efecto? ¿Para quién?). En el párrafo anterior escribió sobre los días (25) que tardaron en hallar a la víctima. Emite dar nombres de las instituciones a cargo de forma directa y habla de prejuicios policiales y de rumores malintencionados sin citar fuentes o testimonios en los que se basa para poder fundamentar lo que nombra a continuación: Que se fue porque quiso. Que tenía una vida desordenada.

---

2 Una mujer heroína significa: mujer ilustre por sus grandes gestas, asociadas con la valentía, la fuerza moral y la capacidad sobresaliente de enfrentar el peligro o la adversidad en bien de otros. Protagonista de un drama, obra literaria o película. (<https://es.wiktionary.org/wiki/hero%C3%ADna>)

Que tenía novio, o que tenía más de uno. Que esto y que aquello. Claramente son prejuicios sobre Araceli, su entorno y su vida privada. Hay una contradicción en cuanto a lo que no debería de lo que sucede realmente al dar a conocer los “rumores”. Lo que se pone en palabras existe, entonces, si no tiene que tener relevancia su vida privada la cuestión es porqué se los describe. Se describe de manera detallada como fue hallada y se nombra el lugar, además del nombre y apellido del primer sospechoso. (¿Qué se intenta buscar a través de la descripción? ¿Es necesaria o responde a un enfoque amarillista? ¿Con qué sentido se brinda esa información?).

En ambos artículos se puede empezar a visibilizar las tramas de poder que interactúan constantemente, dando el marco de referencia en el que cada medio construye su propio análisis del femicidio. Clarín menciona a organismos oficiales y LaVaca a las voces de las mujeres en las calles. Lo que se establece a partir de allí son las relaciones sociales y los entramados en las construcciones lingüísticas que se concretan en el uso discursivo de los medios.

En Clarín se habla de presión pero no se aclara quién ejerce dicha presión ¿Era social o política? Desde el momento que el periodista habla de la recompensa y de la inmediatez en la aparición de las pistas o de cómo la Fiscal deja ir a los únicos sospechosos, termina de marcar cierto sarcasmo al comenzar escribiendo un Por fin; vuelve a mencionar los días transcurridos hasta la toma de decisión de contratar los perros entrenados y el resultado; se la encontró. Vuelve a marcar por un lado, el tiempo perdido, y por el otro, utiliza la palabra adecuado para calificar el entrenamiento de los perros que iban a rastrear y dar con la joven. Entonces remarca nuevamente se la encontró, ahí nomás de su propia casa -unas 15 cuadras- y a sólo 100 metros de la plaza donde todo el mundo la había visto por última vez. La información que brinda es geográfica y permite interpretar la incongruencia del tiempo y el espacio para dar con el cuerpo de Araceli Fulles. Transcurrido 25 días, utilizaron perros entrenados para ser hallada a 1.5 km de su casa.<sup>3</sup> Habla de una sorpresa a medias, por un lado el público como espectador y por el otro quienes realizaban la investigación, los cuales no son tomados por sorpresa. El sospechoso (Badaracco), hasta ese momento, había reconocido estar con la víctima en las tres oportunidades que estuvo en el despacho de la Fiscalía. Se nombra nuevamente a la Fiscal López Pereyra, quien después de dejarlo ir pide la captura, y éste se da a la fuga. El periodista vuelve a referirse a la Justicia de manera personalizada y hace referencia a que ésta, como las fuerzas de seguridad no pudieron encontrar al sospechoso, sino que lo hizo una vecina que lo vio por la villa 1-11-14.<sup>4</sup>

Sin embargo en la nota de LaVaca los actores están diferenciados. En la nota aparecen resaltados en color amarillo ciertos datos, como por ejemplo la cantidad de días que pasaron para saber el destino de Araceli, y se señala a la Policía, la Justicia y los medios como responsables de la impunidad. (¿Qué construcción de sentido tiene la palabra impunidad en el conurbano?) Luego ya sin el resaltado se describe el hogar de Araceli.

Un hombre le acerca una carpeta a la periodista donde está la denuncia realizada el día que desapareció Araceli. Se escribe el mensaje de texto que le envió a la madre y a qué distancia estaba de la casa cuando eso ocurrió. La periodista interpela a dicho hombre y este se presenta como “de la Brigada”, explicando qué hace en ese lugar. Su trabajo es de contención. La pregunta es ¿Qué tipo de contención? ¿A quién? ¿Por qué?

La producción del discurso mediático de ambos medios permite realizar el análisis en el orden general. Tanto el lenguaje como la construcción de lo discursivo no sólo permite determinar las herramientas persuasivas, sino también bajo qué parámetro sociocultural, económico y empresarial están contruidos los mismos medios. Son estos mismos medios los que habilitan la circulación y consumo de dichos discursos, siendo permeable en la sociedad en la que se encuentran inmersos. Lo que plantea Teun Van Dijk (1990) es precisamente estudiar y observar la estructura de la noticia. El estudio del lenguaje crítico permite poder analizar críticamente la vida social y los vínculos contruidos en la misma por la información y las intenciones con la que circula, construye y moldea sentidos.

3 Pasaron 8 días para que encontraran el cuerpo de Micaela García, quien había desaparecido el mismo 2 de abril del 2017. Fue hallado a 8km del centro de Gualeguay.

4 El Barrio Padre Rodolfo Ricciardelli, o Barrio Ricciardelli, conocido también como villa 1-11-14, es un barrio de emergencia de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se ubica en la Comuna 7, más específicamente en la zona sur del barrio de Flores. En el área denominada como Bajo Flores. (Wikipedia)

Es a partir del orden general donde se articula tanto lo semiótico como lo contextual, lo qué se dice y el cómo se dice enmarcado en el porqué. El poder, los intereses, la política, lo social y la denuncia son la interpretación discursiva establecida no sólo desde la noticia, sino también desde los espacios reales de sentido que ambos medios construyeron. Por un lado, el sistema de justicia con sus actores y por el otro, todo aquello que queda por fuera del sistema de justicia. La interpretación será comprendida desde la subjetividad, y la interpelación de dichos espacios constituidos desde el significado.

En ambas notas periodísticas se establecen las interacciones de los diferentes actores que participaron directa e indirectamente del hecho. Clarín establece lo sucedido desde el sistema de justicia, conjuntamente con sus respectivos actores (juez, policías, acusados, fiscalía). LaVaca establece lo sucedido desde la contextualización de los espacios disputados por la política, la comunidad y el sistema de justicia.

El periodista se refiere a uno de los detenidos originales después del esclarecimiento del caso; posteriormente da a conocer los nombres de los siete sospechosos del párrafo anterior. Uno era hermano del primer detenido y sospechoso, Hernán Badaracco. Mientras el resto se encontraban relacionados al sospechoso por ser el jefe y compañeros de trabajo de Dario Badaracco. Se nombra a otros tres hombres más, de los cuales uno, Emanuel Ávalos, confesó haber tenido relaciones con la chica esa misma madrugada. El periodista solo establece la palabra “relaciones” sin referirse a lo sexual, dando a entender que fue con consentimiento. Emanuel Ávalos tiene dos hermanos de los cuales, uno es oficial subinspector del Comando de patrullas de Tres de Febrero de la Policía Bonaerense.

La nota de LaVaca da a conocer información sobre el Municipio donde se desarrolla el caso. San Martín es un municipio grande del conurbano, con asentamientos pobres. Se describe la realidad y las políticas implementadas en materia de seguridad, las cuales no llegan a cubrir en proporción. Señala una medida del Gobierno de Macri: retiró de estos barrios las fuerzas nacionales, quedando por un lado la fuerza policial municipal, y por el otro, la Bonaerense. Ninguna de las fuerzas nombradas, ni de las herramientas con las que cuentan, aportaron algo sobre el paradero de Araceli. Pero sí tuvieron que hacerlo al recibir pistas desde el 911 o el celular de la familia. Se vuelve a señalar los 27 días. La situación política del municipio está sujeta a la política nacional y sus diferencias. Se toman los dichos de un funcionario municipal pero no hay nombre ni apellido. Se habla de Cambiemos<sup>5</sup>, quien gobierna en ese momento. Resaltado en amarillo aparecen dos preguntas que están relacionadas a las internas políticas y su relación con el caso Araceli. Este funcionario nombra al intendente Gabriel Katopodis<sup>6</sup> y cómo intercedió para dar con los perros que buscarían a Araceli. Le prestaron dos, uno de ellos dio con el cuerpo. Un dato era donde habían visto por última vez a Araceli y con quienes, pero no se explicita de dónde vino dicho dato. Lo que sí se sabe son los nombres y qué relación tenían con la policía, además de la impunidad con la que contaban. También había conocidos del barrio que se encontraban resguardados por la Bonaerense.

La temporalidad es recurrente en ambas noticias, el tiempo es lo que marca (en parte) la crítica de ambos medios a quienes se encontraban ligados con el femicidio. Las diferencias discursivas comienzan a ser más claras a medida que se avanza en el análisis y recorrido de las mismas. Una de ellas será el rol de la Policía y la Fiscal en la causa. A partir de ahora, lo que sigue es la descripción y análisis del proceso en el sistema de justicia y cómo se establecen los espacios en el que se desarrolla la misma.

En el artículo de Clarín aparece nuevamente la imagen de la Fiscal, y lo que se narra son las decisiones tomadas desde la utilización de verbos en Pretérito Perfecto Simple como dejó, decidió y solicitó, dando por finalizada la

5 *Cambiemos* fue una coalición política nacional de Argentina inscripta en 2015 para competir en las elecciones nacionales que se realizaron ese año, a partir del acuerdo establecido entre la Coalición Cívica ARI, Propuesta Republicana, la Unión Cívica Radical y otras fuerzas políticas. ([Wikipedia](#))

6 Se desempeñó como Intendente del Partido de Gral. San Martín por dos períodos consecutivos y fue reelecto en su cargo en 2019. <https://www.argentina.gob.ar/obras-publicas> En la actualidad Gabriel Nicolás Katopodis es un abogado y político argentino que ocupa el cargo de ministro de Obras Públicas de la Nación Argentina desde el 10 de diciembre de 2019 y ocupó el cargo de ministro de Transporte de la Nación interinamente desde el 28 de abril de 2021 hasta el 30 de abril del mismo año. [https://es.wikipedia.org/wiki/Gabriel\\_Katopodis](https://es.wikipedia.org/wiki/Gabriel_Katopodis)

acción en cuanto a lo acontecido. Pasaron las semanas y a los hermanos Ávalos junto con Ibarra los dejaron fuera de la investigación porque la Fiscal solicitó que se les dictara falta de mérito. Hubo una respuesta por parte de la abogada de la familia de la víctima, y el periodista deja explícita la postura de la misma al escribir que salió a criticarla. Sobre todo por la libertad de Emanuel Ávalos. La abogada hace alusión al rol del hermano policía.

Con nombre y apellido se nombra al resto de los procesados, entre los cuales se encuentran los compañeros y el jefe de trabajo de Darío Badaracco. La palabra sospecha como la utilización de los verbos había llevado y habrían abusado deja a la Fiscal en un supuesto, no hay certeza. El periodista nombra el corralón como el lugar donde Araceli (familiaridad planteada por el autor) fue abusada (no utiliza la palabra violación) en el auto de Escobedo, y nombra la casa de Badaracco, donde éste la habría llevado para matarla y enterrarla. El periodista remarca nuevamente que la situación del sospechoso era comprometida y resume escribiendo: el cuerpo estaba en su casa. Continúa escribiendo que el Defensor de sus compañeros de causa apeló el procesamiento ante la Cámara de San Martín, y fue positiva para Badaracco. De escandalosa para la sociedad argentina fue calificada dicha respuesta por el periodista.

En el artículo de LaVaca hay una descripción de la oficina de la Fiscal. La misma no habla con la prensa pero sí con la policía. La periodista utiliza las palabras marcando el ritmo de la investigación como crítica en el procedimiento de la Fiscal y de la policía. Utiliza la palabra asidero, como crítica para definir los esfuerzos de la Fiscal con respecto a la investigación. A continuación se presentan las hipótesis manejadas. La primera fue la droga (¿Por qué la droga?) La segunda, la de la trata, y se vuelve a nombrar a Micaela García, y por último, la familia. Esta hipótesis responde a una denuncia pública que realizan los hermanos de Araceli al hablar de la policía. La periodista afirma que todas las hipótesis fueron plantadas por la policía, pero no utiliza ningún documento, ni cita, ni testigo, ni entrevista con alguna autoridad. Se hace responsable a los medios de reproducir dichas hipótesis en cuanto a la difusión de las mismas. Nombra a los cómplices privilegiados y directamente acusa de trata a la Policía, la Justicia y los medios. Son para la(s) periodista(s) la máquina abusadora que no buscó a Araceli.

Las conclusiones comienzan a desprenderse en el artículo de Clarín a partir de la figura del Juez en la causa, el detenido, la Fiscal, la localidad y la política. Para el final marca una cierta familiaridad con la víctima, la cual apareció en varias partes de la nota, y realiza una afirmación que condice con el título de la nota.

El periodista escribe que el Juez (Carlos Hermelo) dijo sin muchas vueltas que la investigación... fue un papelón y que la Policía no consiguió las pruebas que la Fiscal necesitaba. Se cita a continuación parte del fallo donde el Juez hace una sola crítica a la Fiscal y el periodista resalta en negrita que Clarín tuvo acceso a lo que denomina un fallo sin desperdicio. Lo que se detalla posteriormente del fallo es la falta de pruebas y la falta en la presentación de los resultados de las pericias correspondientes a las escenas (auto y corralón) donde se produjeron los abusos. Así como también el Juez hace referencia a cómo se implantaron pruebas falsas. En negrita el periodista señala dos cuestiones: una, queda un sólo detenido el cuál puede discutir su libertad con facilidad. Dos, a la Fiscal nadie le ha reprochado nada. Por un lado, la situación del detenido junto con el rol de la Policía por la pérdida y destrucción de pruebas. Y por el otro lado, la pasividad con la que trabajó la Fiscal. El periodista finaliza la nota escribiendo el nombre de Araceli, pero resalta en negrita puede volver a ser asesinada. (¿A qué se refiere con volver a ser asesinada? ¿Se referirá a otros femicidios? ¿Al asesinato de la verdad sobre el femicidio de Araceli?).

A partir de este momento comienza a desprenderse desde el artículo de LaVaca, en forma de resumen, lo que dentro del marco teórico se denomina el relato del entramado social desde lo discursivo. Se retoma a partir de ahora el análisis del orden general, estableciendo a través de la redacción, las palabras y la sintaxis, la construcción de sentido crítico del medio analizado.

LaVaca retoma la redacción desde la construcción de espacios simbólicos, el estar por fuera hace la diferencia de la perspectiva, de sus actores, de los protagonismos como sucede con la prima de la víctima, de la territorialidad como disputa de poder y de hegemonías, del feminismo a través de autoras como Rita Segato, de los roles trastocados, de esa ruptura entre lo público y lo privado. De los estereotipos, de los miedos y las inseguridades. La aparición

del cuerpo de la víctima y la lección que hay que aprender. La periodista retoma escribiendo que por fuera de la maquinaria abusadora se puso en funcionamiento otra máquina, la cual está compuesta por la familia y amigas de Araceli. Se nombra la manera en cómo la buscaron, recorriendo casa por casa, interpelando a cada vecino, usando solo los pies y las manos, o sea, sin recursos más que sus propios cuerpos. Otra vez, se nombra al grupo de mujeres jóvenes que son madres y que tienen miedo de que les roben a sus hijos. La periodista utiliza la palabra preocupación principal y siniestra como si hubiera algo o alguien actuando de manera encubierta. Habla de los bordes del conurbano (las zonas marginales), los fantasmas (viejos temores), alertas (peligro), memoria en impunidad, lobo suelto (¿quién o quiénes son el lobo?).

Entonces se habla del femicida de Araceli pero sin nombre ni apellido, no se le da identidad, se lo anula. Al escribir, la periodista describe quién logra reconocerlo y por eso lo atrapan. Por último, la periodista escribe incluyéndose en el temor de ser secuestradas y utiliza la palabra acecharnos. Pero sigue la incertidumbre con el quizás.

Vuelve a escribir de forma inclusiva y utiliza la palabra sabemos. (¿Qué es lo que se sabe?) Se encuentra el cuerpo de Araceli, se describe que fue el perro que rastreó el perfume y cita a la madre de Araceli para poder contrastar el acto perverso en cómo querían (¿quiénes?) que desapareciera. La tierra no se había tragado a Araceli, y nuevamente la denuncia utilizando la palabra policía cómplice, internas políticas y operaciones de prensa. El cuerpo de Araceli era la prueba, las palabras usadas son destrozado y descubierto. Una pregunta y vuelve a utilizar la historia del miedo, pero desde la analogía de una serie, aparece el zapping en las pantallas de la televisión y habla de la exhibición del show del terror. Se nombra a Rita Segato, y se la cita a través de la “pedagogía de la crueldad”, lo que ya no es noticia, pero hay algo, la prédica y vuelve a incluirse utilizando un colectivo de las mujeres estamos en riesgo, (...) lo estamos. Son aciertos, no dudas, no preguntas. Escribe una nueva pregunta, la lección que se debe transmitir. Hay una denuncia, se habla de la sociedad, de lo que se sabe, lo mal que trabaja la Justicia (¿qué elementos o aparatos?), la manipulación de los medios, de los roles sociales sin responsabilidad, las desventajas que soportan las de abajo (¿quiénes están abajo y quiénes arriba?). Hay una advertencia: estamos más despiertas, sabemos más qué hacer. Pongo y repito, no hay olvido. Describe la imagen de la prima de Araceli, una mujer joven caminando sola en la calle, con miedo. (¿Es miedo o es la percepción de quien observa?). La periodista redacta la nota nombrando a la víctima por su nombre y no lo acompaña por su apellido, hay una posición con respecto a la construcción discursiva de quien/es es/son la/s protagonista/s de la noticia. La redacción en cuanto al cuerpo, las corporalidades y la prioridad de éstos en el relato permite hacer un análisis contextual que responde a una posición política de quien escribe y del medio que permite que esto ocurra. El final de la nota de LaVaca es contundente. Las mujeres del barrio, únicas protagonistas de esta historia, son ellas quienes trazan el recorrido y culmina en la plaza donde la vieron por última vez con vida a Araceli. Hay un número de personas y vecinas (femenino, plural) que aplauden. Es el cuerpo, los pies y las velas según la periodista lo que hace que las mujeres tengan menos miedo.

## Conclusiones

Habiendo presentado todo el proceso de análisis desarrollado, la conclusión a la que se arriba, es cómo la construcción de sentido del tratamiento mediático de los medios seleccionados es atravesada por el contexto histórico sociocultural en el que se desarrollan y manifiestan.

Se establecieron algunos interrogantes, los cuales serán contestados a continuación. Los mismos eran: Primero, ¿Cómo se estructura el discurso del medio cuando noticia un femicidio? La estructura del discurso del medio cuando noticia un femicidio parte por el espacio. Se entiende por espacio el lugar que ocupa la noticia dentro del medio. Por ejemplo: Clarín estructura su discurso desde lo policial, no hay un tratamiento específico o con perspectiva de género acerca del femicidio. LaVaca presenta el femicidio como tapa del medio, le da prioridad al hecho. Hay una construcción del discurso con un posicionamiento determinado de ambos medios con respecto al espacio que brindan al hecho noticioso.

Segundo, ¿Cómo es la construcción discursiva de esos discursos mediáticos? La construcción discursiva de esos discursos mediáticos son establecidos por lo que se desprende de la estructura discursiva. Esto quiere decir que es conformada por las características que lleva la nota en cuanto a si es tapa o pertenece a una sección, como la policial. En Clarín el discurso mediático queda establecido por la víctima como eje, y en LaVaca es aquello que rodea a la víctima lo que toma preponderancia. Los discursos mediáticos quedan conformados según la construcción del poder simbólico que estos manifiestan.

Tercero, ¿Cómo se aplica la perspectiva de género en los discursos mediáticos tomados como caso? La aplicación de la perspectiva de género en los discursos mediáticos tomados como caso no responde de la misma manera. Mientras en LaVaca hay una práctica con perspectiva de género en el abordaje del femicidio y la conformación del proceso y actores, en Clarín la práctica es inexistente, no sólo desde la manera en cómo se aborda el femicidio, sino en la carencia de visibilizar la discriminación o desigualdad en cuanto a la conformación del hecho en sí. La aplicación se observa desde el rol de la víctima en la construcción de la nota, para Clarín es objeto de noticia y para LaVaca es sujeta de derecho en la noticia.

Para finalizar, es importante entender la necesidad y la urgencia de incorporar la perspectiva de género a la cultura mediática, a la construcción de espacios y de discursos que permitan abordar los diversos fenómenos sociales, culturales y políticos desde nuevos paradigmas en la construcción afirmativa de nuevos sentidos, significados y pertenencias. Que sea la discursividad mediática con enfoque reflexivo y constructivista la habilitante en la circulación de las marginalidades textuales a un epicentro con responsabilidad social, ya sea desde la conformación de medios y profesionales con perspectiva de género así como el real cumplimiento de los marcos normativos vigentes. Se construyen nuevas territorialidades, nuevas entidades e identidades, se conforman demandas, denuncias sociales y ausencias culturales. Es el feminismo, es el femicidio, es la violencia en todas sus facetas, es el chinitaje, son las violaciones, es la disidencia y las diversidades, son las/os que no están y las/os que seguimos velando por los derechos existentes y los vulnerados. Son las/los cuerpos/os hechas/os palabra, texto, lenguaje y retórica. Este trabajo también es una construcción política, ideológica y simbólica. Es responsabilidad de quienes hemos decidido estudiar, trabajar y formarnos en comunicación social brindar las herramientas necesarias para generar y habilitar estos espacios en disputa. El análisis de discurso crítico lo fue en este trabajo y pretende humildemente ser la herramienta clave para muchos otros más.-

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS CITADAS y CONSULTADAS

- Angenot, Marc (2012). El discurso social: los límites históricos de lo pensable y lo decible. Buenos Aires, Argentina. Editorial SXXI.
- Aruguete, Natalia (2015). El poder de la agenda: política, medios y público, Buenos Aires, Argentina. Editorial Biblos (Cuadernos de comunicación).
- Barthes, Roland (1970) Retórica de la imagen. En: Barthes, Roland; Bremond, Claude; Todorov, Tzvetan y Metz, Christian: La Semiología, Buenos Aires, Argentina. Editorial Tiempo Contemporáneo.
- Barthes, Roland (1992) La aventura semiológica. Barcelo, España. Editorial Paidós.
- Calsamiglia, Helena y Tusón, Amparo. (1999). Las cosas del decir. Manual de Análisis del Discurso. Barcelona, España. Editorial Ariel.
- Caputi, Jane Russell, Diana y Radfpord, Jill -Eds.- (2006). Femicidio. La política del asesinato de las mujeres. Distrito Federal, México. Editorial Coedición CEIICH-UNAM. (Obra original publicada en inglés en 1992).
- Chaher, Sandra y Santoro, Sonia -Compiladoras- (2007). Las palabras tienen sexo : introducción a un periodismo con perspectiva de género . Buenos Aires, Argentina. Artemisa Comunicación Ediciones.
- Chaher, Sandra y Santoro, Sonia -Compiladoras- (2010). Las palabras tienen sexo II : herramientas para un periodismo de género . Buenos Aires, Argentina. Artemisa Comunicación Ediciones.
- Foucault, Michael (1996). Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas. México. Editorial Siglo XXI.

Foucault, Michael (1996). El orden del discurso. Colección Genealogía del Poder Nro. 31. (Traducción de A. González Troyano). Madrid, España. Editorial La Piqueta.

[Jäger, Siegfried \(2003\) "Entre las culturas: caminos fronterizos en el análisis del discurso." En Discurso y sociedad Vol 2\(3\) 2008, 503-532 www.dissoc.org](#)

[Lagarde, Marcela \(1996\). "El género", fragmento literal: La perspectiva de género. En Género y Feminismo. Desarrollo Humano y Democracia. Madrid, España. Editorial Horas y Horas. \(pp. 13-38\)](#)

Ruiz y Ruiz, Jorge. (2009). "Análisis sociológico del discurso: métodos y lógicas." FQS: Forum Qualitative Social Research, 10(2), Art. 2. Disponible en: <http://digital.csic.es/bitstream/10261/64955/1/Art%C3%ADculo%20FQS%20%28espa%C3%BIol%29.pdf>

Russell, Diana y Radford, Jill -Eds.- (2006). Femicidio. La política del asesinato de las mujeres. Distrito Federal, México. Editorial Coedición CEIICH-UNAM. (Obra original publicada en inglés en 1992).

Russell, Diana y Harmes, Roberta -Eds.- (2006). Femicidio: una perspectiva global. Distrito Federal, México. Editorial Coedición CEIICH-UNAM. (Obra original publicada en inglés en 2001).

Sábada Garraza, Teresa (2004). Enfoques periodísticos y marcos de participación política. Una aproximación conjunta a la teoría del encuadre. En: Revista Política y sociedad, vol. 41, no 1, pp. 65-76. Universidad Complutense de Madrid. España.

Thompson, John. (1997). Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Madrid, España. Editorial Paidós.

Tuchman, Gaye (1983). La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad. Distrito Federal, México. Editorial Gustavo Gili.

van Dijk, Teun (1980/1996). Estructuras y funciones del discurso. Distrito Federal, México. Editorial Siglo XXI.

van Dijk, Teun (1990). La noticia como discurso, Comprensión, estructura y producción de la información. Traducción de Guillermo Gal. Barcelona, España. Editorial Paidós.

van Dijk, Teun (1997). "Análisis del discurso ideológico". (Traducción de Ramón Alvarado). Revista VERSIÓN nro. 6. Distrito Federal, México (PP.15-43)

van Dijk, Teun (1998). Ideología, una aproximación multidisciplinar. Barcelona, España. Editorial Gedisa.

van Dijk, Teun (2011) Texto y contexto, Semántica y pragmática del discurso. Traducción de Juan Domingo Moyano. Madrid, España. Ediciones Cátedra.

Vasilachis, Irene (1992). Métodos cualitativos I -Los problemas teórico-metodológicos. Buenos Aires. Argentina. Centro de Editor de América Latina.

Verón, Eliseo (1983). Construir el acontecimiento: Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island. Buenos Aires, Argentina. Editorial Gedisa.

Verón, Eliseo (1993). La semiosis social, fragmentos de una teoría de la interdiscursividad. Barcelona, España. Colección El Elefante Parlante, Editorial Gedisa.

Verón, Eliseo (1995). Conducta, Estructura y Comunicación (Escritos Teóricos 1959-1973). Buenos Aires, Argentina. Editorial Amorrortu.

Verón, Eliseo (2001). El cuerpo de las imágenes, Bogotá, Colombia. Editorial Norma.

Verón, Eliseo (2004). Fragmentos de un tejido, Barcelona, España. Editorial Gedisa.

## Artículos periodísticos:

Acuña, C. y Arrascaeta, A. (8 de mayo de 2017). "Efecto Araceli". lavaca. <https://www.lavaca.org/wp-content/uploads/2017/05/mu111.pdf>

Barbano, Rolando. (29 de septiembre de 2017). "Fuera de la Ley. Araceli Fulles, dos veces asesinada". Clarín. [https://www.clarin.com/policiales/araceli-fulles-veces-asesinada\\_0\\_Sk1HAWhib.html](https://www.clarin.com/policiales/araceli-fulles-veces-asesinada_0_Sk1HAWhib.html)

# Lenguaje argentino: derechos lingüísticos como derechos humanos.

## Análisis del tiktok “Explicando: Lenguaje de las provincias”

Abella,Valentina

valeluabella97@gmail.com

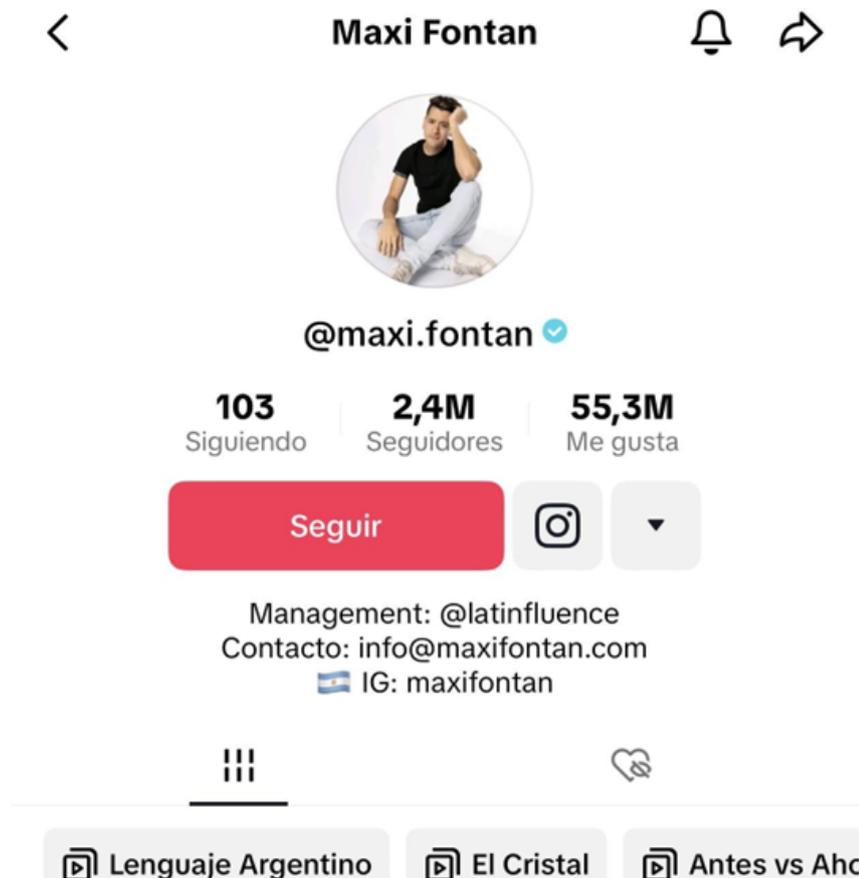
Moreno, Leonor del Carmen

morenoleonordelcarmen@gmail.com

UNT

### Presentación del trabajo

A lo largo del trabajo analizaremos fragmentos del video “Explicando: Lenguaje de las provincias” publicado en la plataforma de TikTok por Maxi Fontan, un tiktoker reconocido. <https://vm.tiktok.com/ZMYn7CVue/>



Captura de pantalla extraída de la cuenta verificada de tiktok @maxi.fontan

El material audiovisual pertenece a una serie de videos, publicados en el perfil del tiktok, referidos a la variedad lingüística argentina, específicamente el dialecto argentino y las subdivisiones que ella implica, es decir, la de las provincias.

El influencer apela al marketing de contenido, utilizando diversas estrategias para captar a su público.

Ahora bien, en lo que respecta al audiovisual seleccionado, nos resulta muy interesante vincular los aspectos argumentativos y retóricos desarrollados en el material trabajado con los derechos lingüísticos como derechos humanos.

## **Propósito**

Los aportes que queremos destacar con este trabajo es la profundización del estudio de los derechos lingüísticos como derechos humanos y en cómo éstos cumplen un rol fundamental para el desarrollo de una comunicación efectiva entre los ciudadanos.

## **Preguntas principales**

- ¿Cuál es el propósito de los derechos lingüísticos y con qué respaldo legal cuentan?
- ¿Cuál es la importancia de las estrategias narrativas y argumentativas a la hora de comunicarnos?
- ¿Qué logra la difusión de estos derechos en los medios de comunicación?
- ¿Cuál es la recepción que tiene en TikTok este tipo de video?

## **Estrategias teórico-metodológicas del estudio**

### **Análisis denotativo:**

El video que vamos a analizar es un audiovisual publicado el 28 de marzo del año 2023, en la plataforma de Tiktok, en la cuenta verificada de Maxi Fontán, quien es una estrella de este medio digital. Él mismo se presenta como un humorista que representa diferentes situaciones de la vida, principalmente sobre las curiosidades del lenguaje y el idioma. Este audiovisual se enmarca dentro de su lista de reproducción titulada “Profesor Alumno”; y específicamente analizaremos la primera parte de esta serie de videos, donde el lenguaje argentino es la temática principal.

Adentrándonos en la lectura denotativa, el humorista interpreta dos personajes, el alumno y el profesor. Podemos realizar esta observación, ya que visualmente se identifican estos roles, por un lado, un estereotipo de alumno, que usa anteojos, un cuaderno de notas y una lapicera, con expresiones de duda, desconcierto, asombro, confusión, temor, etc; y por otro lado, el de profesor que hace uso de elementos típicos de un docente como la pizarra y el felpón. Es importante destacar que su vestimenta (la camiseta argentina) nos introduce a la temática de este trabajo.

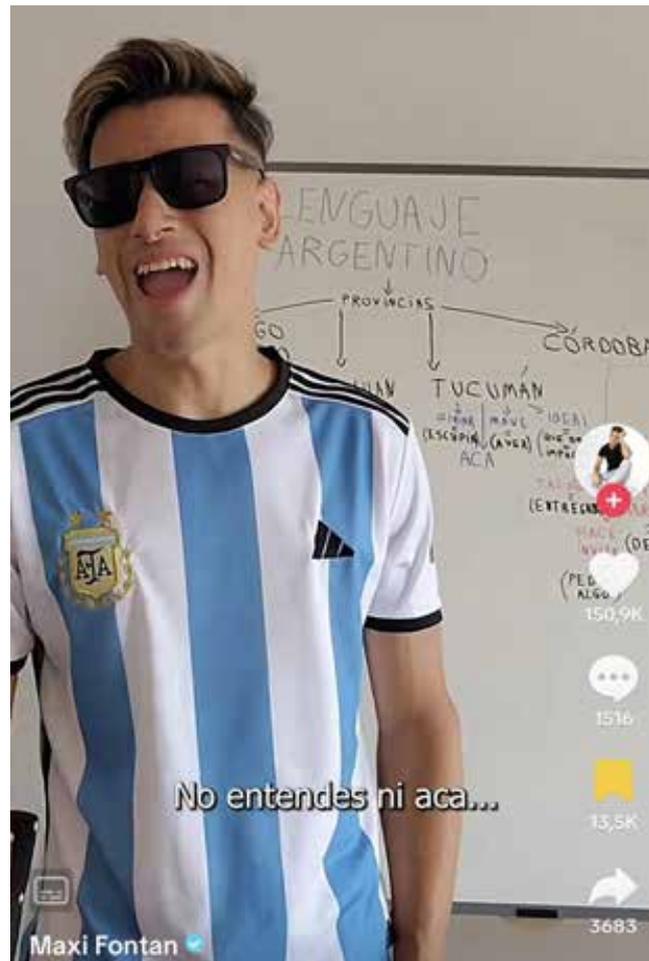
En cuanto al contenido del video, en primer lugar, se muestra a un alumno que asegura haber aprendido el lenguaje argentino en su totalidad, nombrando palabras como “garpar”, “minusa”, “tarasca”, “la yuta”. A lo que el docente corrige indicando que son palabras del dialecto porteño e inmediatamente inicia su explicación sobre los dialectos de diferentes provincias como: Tucumán, Córdoba, San Juan y Santiago del Estero.



Captura de pantalla extraída de la cuenta verificada de tiktok @maxi.fontan

Otro punto a observar es el uso de estrategias pedagógicas, como el mapa conceptual de la pizarra, utilizando marcadores de diferentes colores, ejemplos concretos de aplicación de las palabras, entre otras herramientas, que emplea el docente para realizar la explicación de la temática, y que la misma sea dinámica, sintética, didáctica. Lo que denota el uso de un registro informal o coloquial, que es el más habitual en expresión oral y es el que usamos con amistades, familia, situaciones casuales, en el trabajo y demás contextos descontracturados; como es el caso de este tictoker y su contenido, más allá que en una relación docente- alumno debería emplearse el registro formal.

## Análisis connotativo:



Captura de pantalla extraída de la cuenta verificada de tiktok @maxi.fontan

En este apartado haremos énfasis en la vinculación de la lectura connotativa del video y los derechos lingüísticos.

Podemos identificar, que el propósito del audiovisual, es destacar la variedad lingüística que posee nuestro país, en sus diferentes provincias y regiones (dialectos) contraponiéndose a la simplificación que generalmente se realiza al identificar el lenguaje argentino con el lenguaje bonaerense.

En este sentido, podemos interpretar que el propósito del video es reconocer el valor de los derechos lingüísticos que forman parte de nuestros Derechos Humanos. Éstos tienen un respaldo legal y se refleja en la Declaración Universal de Derechos Lingüísticos proclama la igualdad de derechos lingüísticos, sin distinciones no pertinentes entre lenguas oficiales / no oficiales, nacionales / regionales / locales, mayoritarias / minoritarias o modernas / arcaicas.

Entendemos que es indispensable mencionar que en el marco legal de la Declaración, explícita una serie de derechos personales inalienables y ejercibles en cualquier situación, como:

- el derecho a ser reconocido como miembro de una comunidad lingüística;
- el derecho al uso de la lengua en privado y en público;
- el derecho al uso del propio nombre;

- el derecho a relacionarse y asociarse con otros miembros de la comunidad lingüística de origen;
- el derecho a mantener y desarrollar la propia cultura; y el resto de derechos de contenido lingüístico reconocidos en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 16 de diciembre de 1966 y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la misma fecha. (Artículo 3.1)

Es decir, que no se trata solo de una cuestión cultural, sino que también se refiere a derechos, a identidad, al respeto que merece nuestra variedad lingüística.

Por otra parte, para analizar los argumentos que utiliza el protagonista debemos vincular la argumentación con la retórica, entendiendo que “la argumentación se construye sobre una base retórica: los caracteres y estados del orador (ethos) y su auditorio (pathos), estableciendo entre ellos una interacción pragmática. Pero, la argumentación es sobre todo retórica porque en el centro se sitúa el ser humano con su pensamiento, sus sentimientos y sus acciones.” (Carrillo Guerrero, 2007, p.292). Es decir, es muy valioso el uso de las herramientas retóricas que hace el personaje del docente del audiovisual, cuando éste explica con convicción, posee conocimientos sobre la variedad lingüística existente del país, utiliza ejemplos aplicando las palabras en distintos contextos, es decir, que se posiciona en el escenario de uso y presenta diversas situaciones en las que se pueden utilizar las palabras mencionadas, en este sentido, también explica las diferentes connotaciones que puede tener, algunas palabras, en distintos contextos de uso.

Ahora bien, es importante analizar el medio de difusión de este video:

En primer lugar, porque selecciona una de las redes sociales más utilizadas por los jóvenes, en este sentido, no es inocente la selección de las palabras que utiliza para ejemplificar; ya que se vale de la jerga juvenil (cronolecto) para desarrollar su explicación y lograr comprensión y empatía por parte de su público objetivo.

Y si nos preguntamos ¿qué se logra con la difusión de este tipo de material? interpretamos que se alcanza visibilizar los derechos lingüísticos.

Tomamos las palabras de Hammel (1995) para explicar este aspecto:

La defensa de la libertad lingüística puede ser promovida a través del principio de la libertad de expresión sobre la base de que este último derecho fundamental no sólo debería garantizar el contenido del mensaje, sino también su forma o instrumento (es decir, el uso de una lengua específica).

Se refleja con claridad parte del abanico lingüístico que se presenta, en este caso, en nuestro país y se destaca el valor de la diversidad.

## **Conclusión**

Con todo lo analizado hasta aquí, podemos preguntarnos:

¿Qué resultado se obtiene con este tipo de contenido? o ¿Cuál es la recepción que tiene este tipo de video? El resultado que se obtiene con este tipo de contenido es dar a conocer las distintas variedades lingüísticas de las provincias argentinas, las cuales en conjunto conforman la identidad lingüística nacional; y desnaturalizar al dialecto porteño como único y representativo del país.

Podemos ver claramente que genera una respuesta positiva por parte del público, especialmente, adolescentes y jóvenes, y lo observamos en la amplia cantidad de comentarios del audiovisual (1575 comentarios), donde se pone de manifiesto y se dan a conocer distintos vocablos de las restantes provincias que no son ejemplificadas en el video. Esto no es sorprendente, ya que genera una autoidentificación y un sentido de pertenencia a los distintos grupos lingüísticos.

A continuación compartimos algunos comentarios extraídos del audiovisual a modo de ejemplo:



Captura de pantalla extraída de la cuenta verificada de tiktok @maxi.fontan



Captura de pantalla extraída de la cuenta verificada de tiktok @maxi.fontan

-  mauri\_co  
Mendoza: sopaipilla, engarilla, donde topa, pandito, sequia...  
06-09 Responder  
-  Fermin Gutierrez  
Seee donde topa dobla a la izquierda ahí vas a encontrar el lago no hay prolem es pandito  
06-09 Responder  
-  F    
Amoo!! Aunque no entendi nd solo lo de BsAs uwu  
06-08 Responder  
-  Tiara   
o pue llo(significa yo) tampoco entendí (Salta)  
06-08 Responder  

Captura de pantalla extraída de la cuenta verificada de tiktok @maxi.fontan

-  ☆•QUACKS•☆  
Y falta Entre Ríos que ahí estámi palabra favorita "Gurises" => Significado = Niños/niñas :D  
03-28 Responder  117 
-  FabricioDOviedo  
no era de misiones ?  
03-29 Responder  
-  gaston\_199 ▶ FabricioDOviedo  
básicamente toda la mesopotamia usamos esa palabra chamigo jaja  
03-29 Responder  7 
-  FabricioDOviedo ▶ gaston\_199  
Ah bien , bien ahora se  
03-29 Responder  

Captura de pantalla extraída de la cuenta verificada de tiktok @maxi.fontan



Captura de pantalla extraída de la cuenta verificada de tiktok @maxi.fontan

De esta manera, el ejercicio de los derechos lingüísticos individuales sólo puede ser efectivo si se respetan los derechos colectivos de todas las comunidades y todos los grupos lingüísticos.

## Bibliografía

COMITÉ DE SEGUIMIENTO. (6 de junio de 1996). Declaración Universal de los Derechos Lingüísticos. UNESCO

Hamel, R. E. (1995). Derechos lingüísticos como derechos humanos: debates y perspectivas.

Guerrero, L. C. (2007). Argumentación y argumento. Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica, 16.

Sala, Elisa. "Retórica y argumentación". Facultad de Filosofía y Letras UNT.

# Ciudadanía, otredad y racismo en la gran pantalla: El caso de Jojo Rabbit

Iara Saldungaray  
iara\_saldungaray@hotmail.com

**Universidad Nacional de General Sarmiento**

## Resumen

Desde la invención del cinematógrafo a finales del siglo XIX, las películas fueron, son y serán un medio relevante para plasmar de manera artística problemáticas y críticas sociales. A través de sus populares producciones, los directores, escritores y guionistas invitan a los espectadores a la reflexión activa en un mundo históricamente tensionado por guerras, poder y desigualdad. En este marco, podemos encontrar infinidad de films que retratan de una u otra manera determinados hechos históricos que hasta el día de hoy siguen generando acalorados debates.

Este trabajo se presenta como un análisis en profundidad de la superproducción estadounidense “Jojo Rabbit” de Taika Waititi; largometraje que explora a través de situaciones dramáticas e hilarantes en igual medida, la coyuntura social y política de la Alemania nazi a mediados del siglo XX. Preponderando las nociones de ciudadanía, otredad, derechos y racismo, el presente informe explora las construcciones de sentido que se suceden en la pantalla a través de las aventuras del niño protagonista, los dispositivos de poder perpetrados por el estado, y las contradicciones morales y éticas que atraviesan los personajes.

Palabras clave: Otredad, ciudadanía, racismo, nacionalismo.

## Abstract

Since the invention of the cinematograph at the end of the 19th century, films have been, are and will be a perfect medium to express social problems and criticisms in an artistic way. Through their popular productions, the directors, writers, and screenwriters invite viewers to active reflection in a world historically stressed by wars, power, and inequality. In this framework, we can find an infinity of films that portray in one way or another certain historical events that to this day continue to generate heated debates.

This work is presented as an in-depth analysis of the American blockbuster “Jojo Rabbit” by Taika Waititi; feature film that explores through dramatic and hilarious situations in equal measure, the social and political conjuncture of Nazi Germany in the mid-twentieth century. Preponderant notions of citizenship, otherness, rights and racism, this report explores the constructions of meaning that take place on the screen through the adventures of the child protagonist, the power devices perpetrated by the state, and the moral and ethical contradictions that the characters go through

Key words: Otherness, citizenship, rights, racism, nationalism.

## Introducción

Una película, siempre está compuesta por diversos elementos que permiten al espectador adentrarse en un mundo imaginario, donde el sonido, los colores en los planos y la historia que se cuenta son pensados para que funcionen en perfecta sincronía. En el corriente trabajo, analizaremos particularmente la producción estadounidense Jojo

Rabbit y buscaremos vincular dentro de ella conceptualizaciones y nociones propias de las ciencias sociales que nos permitan describir los acontecimientos en donde se configuran relaciones de poder, supresión de derechos o discriminación entre otros dispositivos de exclusión.

Luego de realizar una apropiada síntesis del largometraje y relevar sus secuencias más importantes, se establecerán los conceptos de identidad cultural e identidad política de Etienne Tassin, centrales a la hora de profundizar un estudio sobre comunidades y la consecuente acción cívica de sus miembros. Más allá de eso, se diferenciarán los diversos tipos de derechos que poseen los seres humanos según la clasificación y definición que hace Thomas Humphrey Marshall en su texto “Ciudadanía y clase social”. Consideramos que la época en la que se ambienta la película es ideal para socavar estas cuestiones en tanto a derechos se refiere ya que el pueblo judío, oprimido por las fuerzas germanas, no poseía ninguno de ellos.

Para continuar con este análisis, será necesario definir la conceptualización que tiene Marshall sobre la noción de ciudadanía y todas las dimensiones que ésta implica además de sus aportes en referencia a la construcción de cuerpos legítimos e ilegítimos. En conjunto con esto y en función de desglosar en profundidad la película, se extraerán los conceptos de otredad de Tzvetan Todorov en su libro “La conquista de América. El problema del otro” para explicar de manera clara la forma en que se reproducía el antisemitismo mediante la exotización del pueblo judío a ojos de los alemanes. Finalmente, se utilizarán las ideas de raza y racismo expuestas por este mismo autor, para dar cuenta de estos procedimientos ideológicos discriminatorios de los comandados por Adolf Hitler.

## **El nazismo a través de los ojos de un niño**

Jojo Rabbit es un largometraje cómico-dramático de origen estadounidense escrito y dirigido por el neozelandés Taika Waititi, estrenado mundialmente en el año 2019. La sátira, concebida como una adaptación del libro “Caging Skies” (Cielos Enjaulados) de Christine Leunens, relata las vivencias del joven protagonista de 10 años, Johannes “Jojo” Betzler (Roman Griffin Davis), como miembro de las Juventudes Hitlerianas<sup>1</sup> durante los años 40.

La trama del film nos introduce en la vida de Jojo, un niño que transita su pre adolescencia en una coyuntura atravesada por la guerra. El pequeño, que vive con su madre (Scarlett Johanson), es un fiel fanático y acérrimo defensor de la ideología que reinaba en Alemania y gran parte de Europa durante esa vertiginosa época: el nazismo. Es importante mencionar que la fascinación del chico era excesiva, ya que incluso llega a tener como amigo imaginario a una versión satírica del mismísimo Adolf Hitler.

La producción nos muestra, desde la inocencia juvenil del protagonista, como el Estado germano reproducía sistemáticamente la primacía del hombre blanco por sobre los judíos mediante proceder que conjugaban la represión, el miedo y la discriminación.

El nudo argumental de la película se presenta cuando Jojo, estando solo en su casa, descubre accidentalmente a una adolescente escondida detrás de las paredes del dormitorio de su difunta hermana Inge. Es en este punto, donde conocemos al tercer personaje central de esta historia, ya que la joven llamada Elsa, es una adolescente judía que se hospeda secretamente en la casa de los Betzler amparada por la madre de Jojo.

A medida que el largometraje transcurre el director nos revela paulatinamente que los padres del niño son en realidad, miembros de la resistencia al régimen nacionalsocialista que gobernaba la nación. Tanto la madre como el padre del pequeño fanático hitleriano confabulan en secreto contra el poder de turno, siempre precavidos de proteger la integridad de sus hijos.

Relevados los puntos más importantes del film podemos empezar a profundizar sobre las conceptualizaciones que

---

<sup>1</sup> Sistema de adoctrinamiento destinado a jóvenes alemanes, promovido por Adolf Hitler en conjunto con el Partido Nacionalsocialista Obrero Alemán (NSDAP) en 1926 para proporcionar entrenamiento militar a los reclutas bajo una lógica ultra nacionalista.

se ponen en juego a través de las interacciones entre los personajes.

## **La identidad a partir de la diferencia**

Si bien bajo los ojos de un niño adoctrinado por la ideología reinante, un judío era un ser digno de temer, Jojo interactúa con Elsa.

En un principio y de manera confrontativa, los dos chicos conviven en un ambiente cargado de tensión que les impide fraternizar, pues desde la mirada del pequeño, su nueva conviviente es un bicho raro, de costumbres bárbaras y de intenciones malévolas que no merece ningún tipo de buen trato ni compasión. Mientras que desde la posición de la niña, el débil chiquillo que tiene enfrente, es sólo un niño que responde sin cuestionamientos a un sistema discriminador con bases en el odio y la exclusión racial.

Las diferencias que se evidencian aquí, en las primeras charlas que comparten los preadolescentes, responden a una lógica de identidad política y cultural que separa a dos comunidades por una grieta larga y profunda. A partir de esta situación, y trayendo a colación al filósofo francés Etienne Tassin, encontramos a un individuo (Elsa) perteneciente a una comunidad determinada (judíos) que es excluido del cuerpo político de una nación. Según este filósofo, la identificación cultural se establece como lo contrario a la subjetivación política. La realidad se agrava teniendo en cuenta que la niña es un ser sin reconocimiento social, por lo tanto es despojada de todos sus derechos como ciudadana dentro de la república. En los primeros encuentros verbales que tendrán los dos chicos, se puede constatar la puesta en circulación de la subjetivación política a partir de los conflictos y las confrontaciones que se dan entre los dos sujetos actuantes y parlantes. Es así, que a partir de la diferencia ideológica y la acción cívica particular que separa a los dos individuos salen a la luz batallas verbales que enfrentan a los dos protagonistas como supuestos enemigos.

Por otro lado, Jojo, desde su posición de localía, se ubica en este marco como el reproductor de las políticas nacionalistas establecidas durante el gobierno nazi, erigidas a partir de esta lógica de exclusión. Cabe destacar que la actitud adoptada por el niño no es casual, ya que un rasgo característico de la Alemania nazi fue la construcción minuciosa de una identidad nacional, constituida a través de banderas, insignias, etc.; que determinaban enemigos e ídolos en común, además de toda la parafernalia propagandista de la época. De acuerdo al académico francés, la identificación pasa por la adhesión a un conjunto de signos simbólicos forjados en las costumbres y tradiciones. De esta manera se puede apreciar que en la habitación del niño, abundan posters, carteles, uniformes y demás elementos alusivos al Tercer Reich alemán.

De manera satírica y apelando a la comedia, el fanatismo del chico Betzler llega a puntos extremos. Además de poseer objetos y decoración referida al partido nazi, reproducir sus ideales cuestionables y obligarse a ser un gran soldado, el niño alemán ve de manera imaginaria a una suerte de Adolf Hitler amigable, quien le da consejos y apoyo moral al inestable Jojo. Todos estos factores por los cuales el niño se siente interpelado, juegan un papel importante a la hora de fortalecer los lazos identitarios dentro de la comunidad.

Siguiendo esta misma línea, la formación de un “ser común”, tal como expone Tassin, se evidencia en el campamento militar al cual Johanness asiste junto a un gran grupo de infantes de su misma edad. Es en esta institución donde, explícitamente, se les enseña a los nuevos reclutas a manipular armas, a defenderse en el campo de batalla, a configurar la figura del judío como un ser despreciable, indigno de la vida, entre otras tantas consignas llevadas al extremo dado el ya mencionado género del film, como la supremacía del hombre blanco o el rol de la mujer como madre y cuidadora del hogar.

En esta coyuntura adversa para aquellos individuos privados de su libertad e institucionalmente discriminados y excluidos por el estado, podemos retomar al sociólogo Thomas Marshall para identificar y diferenciar los tres tipos de derechos que el autor considera necesarios para poseer el estatus de ciudadanía y ser miembro de una comu-

nidad: los civiles (necesarios para la libertad individual), los políticos (aquellos que permiten la participación en el poder político como autoridad o como elector) y los sociales (indispensables para vivir dignamente en sociedad). Siguiendo estos planteamientos y enfocándolos en el film analizado, puede comprobarse claramente la diferenciación entre quienes son ciudadanos y quiénes no. Los alemanes, aquellos con rasgos arios, de características físicas englobadas dentro del cuerpo hegemónico y alineados bajo la doctrina totalitaria de Hitler, gozan los tres tipos de derechos, que los posicionan como miembros activos y partícipes de una comunidad tanto a nivel civil, social y político; sin embargo, en el otro extremo, aquellos que se ubican por fuera de estos rasgos “superiores”, según la ideología nazi, quedan excluidos de estos privilegios y por lo tanto deben esconderse para no ser exterminados.

### **¿Cómo reconocer a un judío? La construcción de la otredad**

Luego de fracasar estrepitosamente en el campamento militar debido a la torpeza con la que el niño se desenvuelve en la milicia, al punto de lesionarse de gravedad con una granada, es enviado de vuelta a su hogar para rehabilitarse. Estas adversidades ponen en jaque la estabilidad emocional del protagonista, que se siente un inútil respecto de sus pares y que para colmo, el accidente que sufre le genera consecuencias estéticas en el rostro. A partir de esta serie de eventos, al pequeño Betzler se le ocurre la idea de redactar un manual para reconocer un judío, proyecto que le ayudaría a sentirse parte de su comunidad; a aportar su pequeño granito de arena luego de su frustrado paso por el campamento militar.

Ayudado por sus amigos y algunos oficiales del ejército, el infante comienza a escribir esta guía, basándose principalmente en los rasgos físicos que distinguen a un semita del resto de los individuos. Se ponen en juego entonces, las configuraciones de sentido que generan la construcción del enemigo; la construcción de un otro. Para este apartado, Todorov (1992) expone en su investigación respecto a la conquista de América algunas conceptualizaciones que pueden observarse paralelamente en el contexto de la película.

En primera instancia se debe establecer las definiciones que el filósofo bulgaro-francés expone. Éste, designa al racismo por un lado, como un comportamiento construido por odio y menosprecio; y por otro lado, como una ideología, que termina denominando racialismo. En el caso del nazismo, contexto base de la película, el racismo como comportamiento se apoya en un racialismo como ideología o doctrina impuesta por el poder político. En caso de la comunidad semita, al no tener diferenciaciones físicas evidentes, tales como la tez blanca o el cabello rubio, son racializados mediante el uso de una estrella de David en sus vestimentas, para ser identificados como quienes no forman parte de la comunidad aria.

Retomando con el contexto sociopolítico que atravesaba el continente europeo durante mediados del siglo XX, se puede observar que la determinante convicción de la superioridad racial y cultural del hombre blanco por sobre las demás comunidades, imprime una visión extremadamente racista que reduce al enemigo al nivel de un animal, negándole cualquier tipo de derecho y libertad. Es en esta coyuntura donde los prejuicios, anclados a ciertos rasgos corporales y/o de carácter superfluo como la tez o la vestimenta, se ponen en juego; generando un concepto de otredad basado en las apariencias que condena a los individuos que se encuentran por fuera del modelo hegemónico. En otro aspecto, se mantiene presente el imaginario de que el pueblo hebreo tiene costumbres bárbaras y diabólicas. Esto último, evidenciado a partir de la inocencia de Jojo al escuchar los comentarios extremistas y poco comprobables que sus pares hacen respecto a los judíos y plasmándolos en su guía ilustrada. Incluso, la misma Elsa, aprovechándose de la ingenuidad e ignorancia del niño, le cuenta datos erróneos e inverosímiles sobre su comunidad que el joven alemán se cree sin cuestionamientos, entre ellos, que los judíos tienen cuernos y rabo, o que se alimentan de niños horneados. Estos procedimientos, explicitan de manera reducida la manipulación perpetuada por el estado nacional para con sus habitantes, que se suscriben al ideal de la jerarquización de razas sin cuestionarse los engaños y las mentiras que interfieren en el medio.

El sociólogo Mario Margulis (2010), dentro de sus estudios sobre racismo en la ciudad de Buenos Aires, ofrece una explicación conceptual para este tipo de proceder discriminatorios que se puede vincular con las situaciones

acontecidas dentro del universo de la película. En este caso, se muestra de manera evidente los estándares hegemónicos con los que la urbe juzga, castiga y discrimina a “los otros”, es decir, en términos del autor, a aquellos individuos desplazados por la hegemonía dominante. En este caso, los miembros de la comunidad judía, representados por la pequeña Elsa, sucumben ante el pensamiento racista y clasista de gran parte de la sociedad germana.

## **Libertad, amor y miedo: la importancia de los símbolos**

Dentro de las producciones audiovisuales de gran calibre y popularidad como la que oficia de objeto de este análisis, la puesta en escena se encuentra detalladamente constituida por objetos y artilugios con una intencionalidad determinada. En la construcción de la escenografía de un film, nada es casual, puesto que hasta el más mínimo detalle puede contener un significado de peso para la trama o bien funcionar como una referencia hacia otras producciones pasadas o futuras.

Respecto a Jojo Rabbit, uno de los símbolos que aparecen en pantalla con regularidad son las mariposas. Como tales, estos insectos tienen múltiples simbologías. Se las suele asimilar con la fertilidad, la reencarnación, o la metamorfosis, no obstante, desde un costado trágico, dibujos de estos insectos fueron encontrados con frecuencia en los campos de concentración donde los niños judíos eran asesinados en masa. Estas huellas dibujadas por las víctimas fatales, convirtieron a las mariposas en un símbolo de libertad y esperanza que la superproducción de Taika Waititi usufructúa para reforzar la narrativa de la obra y dejar entrever la fe de libertad que tiene, en este caso, Elsa.

En castellano la libertad (del latín “libertas”) es en un sentido muy amplio, la capacidad humana de actuar por voluntad propia. Su acepción en inglés (“freedom”) proviene de una raíz indoeuropea que significa amar; mientras que en contraposición a libertad se utiliza “afraid” que con el mismo origen etimológico significa miedo<sup>2</sup>. De esta manera, libertad, amor y miedo están siempre conectados.

En la película de Jojo Rabbit, la libertad abarca estos dos términos, desde el amor en todo sentido (ideológico con respecto a una nación, romántico de Jojo hacia Elsa, familiar de Rosie hacia Jojo, etc), pero también el miedo (como por ejemplo, de Jojo al rechazo por parte de sus pares de las Juventudes Hitlerianas o incluso de Elsa si le declaraba su amor).

Para un ser humano, no puede haber situación más difícil que no poder identificarse en comunidad. Por eso, Etienne Tassin en su texto “Identidad, ciudadanía y comunidad política: ¿Qué es un sujeto político?” explica que “así sea formulada en un registro étnico, confesional o nacional la identidad de un individuo presenta siempre un carácter doble: es cultural y es comunitaria. (...) La comunidad se identifica como tal, en la asunción común de “valores” compartidos; y el individuo se identifica afirmando su pertenencia a la comunidad, a través de la adhesión a sus “valores”, de la elección de sus símbolos, en la asunción de una identidad colectiva en la cual dice reconocerse”<sup>3</sup>.

Entender el concepto de libertad es clave para comprender la película y su puesta en escena.

## **Conclusiones**

El 14 de agosto de este año<sup>4</sup>, se cumplen setenta y seis años desde que la Segunda Guerra Mundial terminó. El cine, jugador clave a la hora de salvaguardar para la eternidad los hechos que marcaron un antes y un después en la historia del mundo, todavía mantiene su fuerza para reactualizar el debate sobre el Holocausto por medio de la

<sup>2</sup> Concepto de “libertad” en Wikipedia (<https://es.wikipedia.org/wiki/Libertad>)

<sup>3</sup> Tassin, E. (2001) “Identidad, ciudadanía y comunidad política: ¿qué es un sujeto político”, en *Filosofías de la ciudadanía. Sujeto político y democracia*. Quiroga, H. Villavicencio, S. y Vermeren, P. (comp.), Rosario.

<sup>4</sup> 2021

armoniosa amalgama de imágenes, sonidos e interpretaciones artísticas memorables. Siendo unos de los acontecimientos más relevantes de la historia moderna de la humanidad, el mandato de Adolf Hitler y las barbaridades perpetuadas por sus adeptos no deja de nutrir inspiración para la realización de distintos films que condenan este genocidio. Producciones como “La lista de Schindler”, “El niño con el pijama a rayas”, “El diario de Ana Frank” o “La vida es bella”, dan testimonio de la importancia de recordar lo que sucedió en este proceso tiránico, para que la memoria de sus víctimas no caiga en el olvido.

Tras repasar los conceptos que recalcan la importancia de todos los elementos presentes en la puesta en escena y analizar e interpretar dichas apariciones en la película se llega a la conclusión de que Jojo Rabbit, no escapa a las características de los largometrajes mencionados anteriormente. Si bien se engloba dentro de un género poco ortodoxo para la cobertura de temas tan sensibles, como lo es la sátira, a través de sus secuencias se reconstruye la figura del judío como un individuo carente de derechos que le impiden considerarse ciudadano, víctima además, de un sistema discriminatorio y excluyente, con genesis en el estado y perpetuado por los habitantes de la alemania nazi de los años 40; miembros de una comunidad sostenida por una estructura de identificaciones políticas y culturales con doctrinas basadas en el racismo y la segregación racial.

A modo de cierre, a lo largo del análisis de la película, se pudieron establecer conceptualizaciones propias de las ciencias sociales para dar cuenta de los dispositivos de poder que se ponen en juego en la misma. Se pudo comprobar de igual modo que las interacciones llevadas a cabo entre los personajes acarrear una profundidad interesante, que constantemente pone en discusión el discurso preponderante y a su vez muestra de manera paulatina como el protagonista evoluciona hacia una actitud más empática para con Elsa, poniendo en contradicción la ideología con la cual fue criado. A fin de cuentas, obras como Jojo Rabbit ponen sobre la mesa acalorados debates que deben ser estudiados por la sociedad para no cometer los mismos errores; no olvidar a aquellos que tanto sufrieron y permitirnos pensar en un futuro esperanzador e igualitario.

## Bibliografía

Margulis, M. (2010) “Nuestros negros” en Margulis, Urresti, Lewin y otros: Sociología de la cultura: Interrogantes en el nuevo siglo. Biblos. Bs. As.

Marshall T.H (2005) “Ciudadanía y clase social, Part I”. Losada, Bs.As.

Tassin, E. (2001) “Identidad, ciudadanía y comunidad política: ¿qué es un sujeto político”, en Filosofías de la ciudadanía. Sujeto político y democracia. Quiroga, H. Villavicencio, S. y Vermeren, P. (comp.), Rosario.

Todorov, T. (1992) La conquista de América. El problema del otro. Siglo XXI, México.

Todorov. T (1991) “La raza y el racismo” en Nosotros y los otros. Reflexión sobre la diversidad humana. Siglo XXI, México

# Estado y corrupción: la construcción discursiva de la prensa gráfica durante el periodo 2011 – 2023. El caso de Clarín, Página 12 y La Nación

Maximiliano Ochoa  
rodrigomaximiliano@otmail.com

Universidad Nacional de La Rioja

## Resumen

A través de la presente ponencia se brindará un primer avance sobre el proyecto de investigación doctoral que tiene como objetivo conocer cómo configuraron sus discursos los diarios nacionales *Clarín*, *La Nación* y *Página 12* en torno a la concepción de estado corrupto en los periodos de gobierno de Cristina Fernández de Kirchner (segundo mandato), Mauricio Macri y Alberto Fernández en el tiempo que comprende el año 2011-2023. Mediante un análisis del discurso mediático se analizarán las semiósis producidas en las tapas de los tres diarios seleccionados durante los 12 años de gobierno que comprenden los tres gobiernos democráticos argentinos seleccionados, centrandolo en las noticias que giraron en torno a la conceptualización de un estado corrupto. De esta manera se tomará como material de análisis las portadas de los medios seleccionados, de acuerdo al recorte temporal realizado. Se detectará la configuración de excepciones, tópicos, actores actanciales, subjetivemas, figuras retóricas, contratos de lectura, uso de recursos, uso de fuentes de información, procesos de axiologización (agentes y pacientes), criterio de diagramación, composición, cromatismo y tipografía, aspectos ideológicos, redes semánticas en la construcción del discurso, construcción del hecho en serie periodística, y distribución de la noticia según criterios temáticos y discursivos. Estas herramientas metodológicas preliminares permitirán conocer en profundidad qué concepción de estado corrupto propone cada medio y si existen desplazamientos discursivos en los tres periodos de gobierno.

## Abstract

Through this presentation, a first advance will be provided on the doctoral research project that aims to know how the national newspapers *Clarín*, *La Nación* and *Página 12* configured their discourses around the conception of a corrupt state in the periods of government of Cristina Fernández de Kirchner (second term), Mauricio Macri and Alberto Fernández in the period between 2011-2023. Through an analysis of the media discourse, the semiosis produced on the covers of the three selected newspapers during the 12 years of government that comprise the three selected Argentine democratic governments will be analyzed, focusing the study on the news that revolved around the conceptualization of a state. corrupt. In this way, the covers of the selected media will be taken as analysis material, according to the time cut made. The configuration of exceptions, topics, actantial actors, subjectives, rhetorical figures, reading contracts, use of resources, use of information sources, axiologization processes (agents and patients), layout criteria, composition, chromaticism and typography will be detected. ideological aspects, semantic networks in the construction of the discourse, construction of the fact in journalistic series, and distribution of the news according to thematic and discursive criteria. These preliminary methodological tools will allow us to know in depth what conception of a corrupt state is proposed by each medium and if there are discursive displacements in the three periods of government.

## Introducción

Las condiciones de fragmentación y polarización del periodismo argentino (Waisbord, 2012) cada vez se visibilizan más a través de las huellas que los medios de comunicación dejan en sus discursos en sus distintas plataformas, para tomar partido por uno u otro lado de la llamada “grieta”, que en este caso puede significar respaldar o criticar un modelo de gobierno nacional; una noción de grieta que circula y se instala en diversos escenarios mediáticos (Demirdjian, 2020).

Para Fabré (2018) “el tratamiento a la problemática de la corrupción ha derivado en disímiles clasificaciones (corrupción económica, política, corporativa, administrativa, privada, pública, etc.), y ha generado incluso mitos que se contraponen, tales como que la corrupción es endémica de países en vías de desarrollo” (p. 1). De esta manera el autor advierte que “es prudente alertar que pretender definir a la corrupción desde lo estrictamente normativo supone un trascendental yerro epistemológico, pues la corrupción es un fenómeno complejo, que existe más allá de una definición legal, por ende, encapsular a la corrupción en el armazón de una o varias figuras delictivas, constituirá una regresión al positivismo” (p. 6). Asimismo, se apoya en Beraldi (1995) para diferenciar “la corrupción que se presenta en el campo de las acciones privadas de la que afecta a la administración pública, privilegiando a esta última como una cuestión de mayor importancia” (p. 7).

De esta forma, si se analiza el abordaje que los medios de comunicación nacionales realizan sobre los denominados hechos de corrupción se podrían detectar los diferentes enfoques que efectúan sobre esta temática y por consiguiente las semiosis discursivas que producen para deslegitimar o no a los actores intervinientes, que en ese caso representarán a un gobierno en particular. Esta supuesta polarización mediática, que se desprende de una primera aproximación al corpus, hace necesario un abordaje semiótico de la construcción de sentido que configuraron los diarios *Clarín*, *La Nación* y *Página 12* respecto a un tema sensible como lo es la corrupción en la administración pública. Ello considerando además las connotaciones que pueden provocar las designaciones axiológicas que viertan los medios sobre los actores intervinientes de un sector de gobierno u otro y el consiguiente efecto político, social y económico que pueden generar.

Asimismo, es menester destacar que este trabajo pretende tener relevancia social (pertinencia), e implicancia práctica, y valor teórico para futuras investigaciones que sigan esta temática, de ahí el carácter inacabado y siempre provisorio de los resultados de las prácticas investigativas.

La relevancia de la investigación se da por la actualidad que presenta el debate mediático en torno a la corrupción en el estado público (como así también en la opinión pública en general) y por ende el abordaje que cada uno de los medios realiza sobre esta temática como forma de construir el acontecimiento discursivamente. De esta manera el tema es de circulación sociodiscursiva considerando que el papel de los medios incide en formar opinión. Además, es importante para determinar los desplazamientos discursivos (Martínez, 2011) que realizan los diarios seleccionados para tal estudio.

## Estado del arte

Como antecedente se tomará la investigación cualitativa de Morales & Rivera Gallardo (2017), quienes analizan comparativamente el tratamiento periodístico de la corrupción política en Chile y España. En este estudio los autores investigan los discursos noticiosos de los diarios impresos *El Mercurio* y *La Tercera de Chile*, y de *El País* y *El Mundo* de España. Para ello abordan como ejes temáticos: el rol de los personajes y caracterización de los mismos, y las estrategias discursivas subyacentes en el discurso mediático. En este sentido concluyen que el abordaje de la corrupción es simplificado e incompleto, y que esto se debe a que los relatos analizados se dirigen a los “corruptos” sin poner en el tapete las verdaderas causas de la corrupción.

De igual manera se contempla el estudio de Astarita (2014) sobre los usos políticos de la corrupción en la Argentina, donde analiza la vinculación entre el neoliberalismo, la corrupción y la opinión pública. En dicha investigación la hipótesis central se afirma sobre la base de que la instalación de la corrupción en la agenda pública, así como la concepción específica que sobresale sobre ella (centrada en la corrupción pública en desmedro de la corrupción privada), se encuentra promovida por el neoliberalismo con el fin de oponerse a toda manera de intervencionismo estatal.

Asimismo, se recupera la investigación de Martínez Gallego (2013) en torno a la idea según la cual el periodismo es, en regímenes de tradición liberal democrática, un freno a la arbitrariedad de los que gobiernan y que los medios de comunicación, y en especial la prensa escrita, han acometido la tarea de vigilancia de los casos de corrupción acaecidos en la España democrática. En este sentido se indaga sobre los mecanismos que dificultan el ejercicio de un periodismo de denuncia de la corrupción política y se proponen orientaciones para acercar la ética periodística a la ética cívica propia de la democracia.

En otro orden se toma en cuenta el estudio de Vera (2012) en el que se analiza en unos de los capítulos de la investigación las estrategias de configuración que realizaron *Clarín*, *La Nación* y *Página 12* en torno a la denominación del Estado Nacional en el marco de la aplicación de la “Ley de Medios”. En tal investigación Vera (2012) advierte que para *Clarín* “todo lo referido al Estado, al Gobierno y los actores que representan estas administraciones, en este caso los Kirchner, aparecen configurados negativamente, y toda la gestión que estos realizan” (p. 79). Asimismo, aporta que “*La Nación*, al igual que *Clarín*, configuran negativamente al Estado y lo definen en oposición a los medios de comunicación. El Estado es caracterizado como avasallador, autoritario, mafioso” (p. 79). Además, indica que “para el caso de *Página 12*, el Estado es pensado y caracterizado como un organismo que consensua con sus opositores, en contrapartida a lo que plantea *La Nación* y *Clarín* que lo presenta como aquel que canjea favores políticos, en un marco de sospechas y denuncias” (p. 79).

Finalmente se recupera el trabajo de Restrepo (2005) en el que “parte de la premisa de que es necesario el escándalo para incidir en la opinión pública y mejorar sus niveles de información a propósito de un hecho particular relacionado con el delito de corrupción” (p. 69).

## Marco teórico

La investigación que se pretende llevar adelante aborda una discusión puntual como la discursiva mediática apoyándose en supuestos sociosemióticos. En este caso entendida la sociosemiótica como:

*Una forma válida de análisis de los fenómenos sociales ya que su instrumentación no conduce a la mera descripción de los materiales, sino que orienta la reflexión sobre las operaciones de su producción. La reflexión sobre los procesos de producción de sentido supone la puesta en práctica de operaciones características del pensamiento crítico (Bitonte, 2008, p. 59).*

Según advierte Bitonte (2008) “el análisis sociosemiótico propone el circuito inverso al de la promoción publicitaria de las mercancías, donde las operaciones borran las huellas de la producción del producto, presentándolo como fetiche” (p. 60).

De esta manera se buscará trabajar bajo una semiótica enfocada en las condiciones de producción. Al trabajar con Verón como autor fundante en la investigación, retomando la semiosis social, indefectiblemente el trabajo se apoya en la semiosis de Peirce (segunda mitad del siglo XIX). En el caso de Bajtin, que es anterior en el tiempo (primeros años del siglo XX) a Angenot, la investigación se apoya en algunos de los supuestos epistemológicos del autor ruso como la concepción ideológica del lenguaje, el concepto de dialogismo, de intertextualidad etc, para trabajar la teoría de Angenot en el marco de este movimiento de la disputa por la imposición de sentido.

De esta manera esta investigación se posiciona en un enfoque sociosemiótico para realizar el análisis en relación a los supuestos epistemológicos que están en la base de la teoría peirceana (la terceridad faneroscópica), y la fundación bajtiniana para pensar el lenguaje como un lugar de disputa y dialogismo.

Por otro lado, para tal análisis se advierte de la mano de Hermida (2011) que:

*Una primera revisión de las más recientes orientaciones en materia de teorías del Estado permite identificar la existencia de múltiples criterios desde los cuales es posible construir los balances en esta materia. Tales criterios pueden establecerse a partir de disciplinas, escuelas (tendientes a la defensa de posturas también ideológicas) o como respuesta a preguntas específicas como la que nos ocupa en este artículo: la pregunta por el Estado en la era de la globalización o por el Estado en el contexto de la crisis del Estado de Bienestar. (p. 163)*

Desde estas perspectivas se afirma que los discursos a abordar no son posibles de pensar en tanto semiosis primeras y despojadas de particulares condiciones de producción y que por lo tanto las estrategias puestas en funcionamiento por parte del 'enunciador' no son neutras, agregando además que todo enunciador se encuentra inscripto en particulares tramas socio-históricas. Con esto se señala que no hay sentidos inmanentes en las palabras ni tampoco 'un' sentido. El mismo se define en la articulación de la materia significante con lo social, relación que es susceptible de ser 'leída' desde diferentes marcos explicativos: con un contexto situacional (Charaudeau, 1992), determinadas condiciones de producción (Verón, 1987, 2004) o como sostiene Angenot (1989) como parte de un estado del discurso social.

Si bien el abordaje supone una mirada ecléctica, se retoma también los planteos de Fairclough y Wodak en tanto "el carácter fundamentalmente lingüístico y discursivo de las relaciones sociales de poder en la sociedad contemporánea..." (2000, p. 388) y la noción de discurso que estos autores formulan como una práctica social que implica una situación dialógica entre el suceso discursivo particular y las situaciones que lo enmarcan.

De esta manera este abordaje va a prestar atención a dos enfoques por considerarlos centrales y que nos brindan sólidos marcos explicativos: la teoría de los Discursos Sociales postulada por Eliseo Verón y la Teoría del Discurso Social, planteada por Marc Angenot, que serán exhaustivamente explicadas en el desarrollo del marco teórico de este trabajo final doctoral.

Así, en un campo tan heterogéneo como el Análisis del Discurso, se opta por una perspectiva construccionista, y se refuta junto a Fabiana Martínez (2011) toda concepción representacional del lenguaje, y la subordinación directa de las formaciones discursivas a instancias externas y preconstruidas (clase, ideología dominante, etc). Como enuncia Martínez, en este campo, un conjunto de tópicos aparece en cada época como favorecido por una dominancia, lo que los dota de una alta eficacia ideológica en su circulación: "Identificar esas tendencias, retóricas, su posición (central o periférica) en el campo más amplio de un decible social global atravesado por tensiones, y sus efectos de categorización de lo 'real', constituye la principal tarea de un análisis del discurso" (2011, pp. 26-27).

En resumen, se asume la concepción de discurso como configuración espacio-temporal del sentido (Verón; 1987a), y no como una mera disposición de una materia lingüística; se considera que no hay sentidos inmanentes ni tampoco un sentido posible. Todo sentido se define en la articulación de la materia significante con lo social; y se asume al sujeto como aquel que sólo tiene un dominio parcial sobre su palabra, que no controla totalmente su discurso, que no es dueño de lo que dice, y que es también hablado por otro.

Volviendo sobre el estudio que se llevará adelante sobre la producción de sentido de los tres periódicos impresos argentinos, en relación a la producción de sentido sobre la concepción de estado corrupto, vale aclarar que, aunque se quiera imponer el discurso de un medio hegemónico por sobre otro, "decir que tal entidad cognitiva o discursiva es dominante en una época dada no implica negar que está inserta en un juego en el que existen múltiples estrate-

gias que la cuestionan y se oponen a ella, alterando sus elementos” (Angenot, 2010, p. 30).

## Metodología propuesta

Para desarrollar metodológicamente esta investigación se parte del siguiente problema: ¿Qué concepción de estado configuraron en sus discursos, a través de sus portadas, los diarios *Clarín*, *Página 12* y *La Nación* durante los gobiernos de Cristina Fernández de Kirchner, Mauricio Macri y Alberto Fernández en el periodo que comprende los años 2011 - 2023? Ante este objeto de estudio se propone la hipótesis respecto a que en la concepción de estado que configuraron los medios analizados favorecieron o desfavorecieron a un sector del gobierno de turno, en algunos casos naturalizando la corrupción en el estado público argentino como forma de mito moderno.

En este caso se plantea como objetivo general analizar e interpretar la construcción de sentido discursivo que produjeron los diarios *Clarín*, *La Nación* y *Página 12* durante el periodo de gobierno que comprende 2011 - 2023 en relación a la concepción de estado corrupto. En este sentido surgen objetivos específicos como: Analizar los diferentes contratos de lectura que cada medio construyó a lo largo de los tres periodos de gobierno seleccionados; indagar las estrategias discursivas en torno a los procesos de axiologización de los diferentes actores involucrados: gobierno nacional (actores que lo presentan) en relación a la concepción de estado corrupto; identificar los tipos de fuentes que cada medio privilegió en la construcción de sentido de estado corrupto; indagar las estrategias de distribución en secciones y subsecciones que cada medio realizó para presentar el acontecimiento; detectar, a través de las huellas discursivas, si cada medio analizado centró la concepción de corrupción pública en desmedro de la corrupción privada; e indagar la vinculación entre el neoliberalismo, la corrupción y el tratamiento periodístico de los tres diarios seleccionados durante el periodo recortado.

En relación al material seleccionado para el corpus, para llevar adelante tal investigación, consistirá en las tapas de los diarios *Clarín*, *Página 12* y *La Nación* que presenten en sus portadas hechos de corrupción relacionados al gobierno de turno, ya sea de Cristina Fernández de Kirchner, Mauricio Macri y Alberto Fernández, en el periodo que comprende los años 2011 - 2023. Considerando la vasta extensión del corpus, se realizará un corte sincrónico arbitrario en base a una selección de tapas de diarios que estarán sujetas a ciertos temas trabajados en serialidad y que sean denominados por los medios como hechos de corrupción, que se consideren más significativos durante cada periodo de gobierno, como por ejemplo “ruta del dinero K”, “Fuga de capitales”, “corrupción en Parque Eólicos”, “vacunación vip”, etc.

Para este recorrido metódico y analítico interesa rescatar de Bitonte (2008) que las aproximaciones semióticas tienen preferencias por los aspectos cualitativos, el caso, el hecho singular que es compatible con el saber conjetural. Por lo tanto, se interesa por la posibilidad de comprender la huella como por el proceso que la generó. Este paradigma, afirma la autora, es antiesencialista y anti representacionalista, y los modelos que generó se inclinaron por las relaciones y los procesos.

Tal como plantea Vasilachis (2006) “esta manera de investigar es considerada como una forma de pensar más que como colección de estrategias técnicas. La investigación cualitativa permite comprender, hacer al caso individual significativo en el contexto de la teoría, reconocer similares características en otros casos” (p. 27).

*Los tres componentes más importantes de la investigación cualitativa son, para Strauss y Corbin (1990: 20), los datos –cuyas fuentes más comunes son, para ellos, la entrevista y la observación–; los diferentes procedimientos analíticos e interpretativos de esos datos para arribar a resultados o teorías; y, por último, los informes escritos o verbales. (Vasilachis, 2016, p. 29)*

De esta manera Vasilachis (2006) resume, en relación a las características de la investigación cualitativa, que este tipo de investigación se interesa por “la forma en la que el mundo es comprendido, experimentado, producido; por el contexto y por los procesos; por la perspectiva de los participantes, por sus sentidos, por sus significados, por su experiencia, por su conocimiento, por sus relatos” (pp. 28-29). Asimismo advierte que “la investigación cualita-

tiva es interpretativa, inductiva, multimetódica y reflexiva. Emplea métodos de análisis y de explicación flexibles y sensibles al contexto social en el que los datos son producidos” (p. 29). Y por último menciona que “la investigación cualitativa busca descubrir lo nuevo y desarrollar teorías fundamentadas empíricamente, y es su relación con la teoría, con su creación, con su ampliación, con su modificación y con su superación lo que la hace relevante” (p. 29).

Asimismo, cabe señalar que para Aran (2020) “es muy importante tener presente que no se aspira a demostrar la verdad, pues como ya se ha dicho insistentemente los resultados del conocimiento al que llevo se producen de modo contextualizado y desde la posición enunciativa que sostengo” (p. 72). En esa línea aclara que “un método no es mejor o peor que otro, sino un modo diferente de alcanzar el conocimiento pretendido que es coherente con la perspectiva teórica adoptada” (p. 74). No obstante, advierte que “la adopción de la perspectiva metodológica es una decisión fundamental” (p. 74).

De esta forma en un primer momento se buscarán regularidades en la materia significativa para detectar marcas en el texto (disposición, diagramación, estructura, distribución de excepciones) que no dejan de ser categorías de análisis que nos permiten obtener regularidades al interior del texto, pero considerando que este estudio tiene un enfoque sociosemiótico no se quedará con una estructura del análisis lingüístico sino que se buscarán condiciones sociales de producción o sea conectar las regularidades detectadas al interior del texto con tales condiciones de producción (que son condicionamientos sociales) para entender el sentido (marcas y huellas). De esta manera se formulará una pregunta más amplia de las condiciones de producción para entender esas marcas y huellas en un proceso discursivo más amplio.

Así se realizará un análisis de discurso entendido como “práctica interpretativa que atiende a todos los discursos y que según los problemas de los que parta recurre a unas u otras disciplinas lingüísticas y no lingüísticas” (Arnoux; 2009, p. 19) y que puede operar con perspectivas teórico-metodológicas diversas. También se comparte con Wodak la afirmación de que “tanto la teoría como la metodología son eclécticas, esto es, se incorporan las teorías y los métodos que resultan útiles para comprender y explicar el objeto sometido a investigación” (2003,p.109).

De igual forma, de las semiosis producidas por cada medio seleccionado, a través de sus portadas, se indagará en base al supuesto de investigación que se plantea, al comienzo de este apartado, en relación a que podría existir una naturalización de la corrupción en el estado público argentino como forma de mito moderno. Por ello se considera necesario realizar ese desmontaje semiótico de esa posible discursividad mítica que naturaliza.

De esta manera, teniendo en cuenta que se va a realizar un análisis discursivo desde una perspectiva sociosemiótica a continuación se esbozan las categorías metodológicas preliminares para el abordaje del corpus planteado.

En primer lugar, se tendrán en cuenta los contratos de lectura y dispositivos de enunciación, las figuras construidas en los diferentes discursos: estrategias pronominales deícticas y de modelización. Se indagará acerca de las destinaciones construidas de inclusión o de exclusión y las relaciones de simetría y de asimetría propuestas entre los diferentes sujetos textuales (Verón 1985, 2002, 2004) (Atorresi, 1996).

De igual forma se tomarán las nociones de subjetivemas afectivos y evaluativos, la axiólogización y modelización en el lenguaje (Kerbrat-Orechioni, 1986).

Se buscará determinar qué criterios han primado en la elección de las fuentes; como así también qué tipo utilizó con más periodicidad cada enunciador, determinado el acceso al mundo mediático por parte de los diferentes actores. También se estudiará los efectos de sentido producto de una cierta estrategia textual a partir de la manipulación simultánea de fuentes (Escudero, 1996).

Se utilizarán la noción de redes semánticas para pensar la construcción del acontecimiento (Vasilachis, 1998).

Asimismo, se analizará la jerarquización del acontecimiento estudiado que realizó cada enunciador en base a criterios de emplazamiento, tipografía, cantidad de superficie de redacción, orden de aparición etc (Charaudeau, 2003).

Se indagará cómo cada diario jerarquizó el acontecimiento en tapa y si hace falta en el interior del diario impreso mediante el empleo de seudorubro o seudosección. También se determinará si el tema se construye en el marco de una serie periodística o como una noticia ocasional (Verón, 85).

Se establecerá la distribución de las noticias (referidas a los hechos de corrupción que involucren a algunos de los tres gobiernos) según criterios temáticos y discursivos como por ejemplo macrotema, mediante formas discursivas como: descripción de un hecho, declaración de un autor de la vida política o civil, comentario de un político o cívico, periodista especializado, análisis de un experto etc (Charaudeau, 2003).

Asimismo, se detectará la atribución de acciones para los actores (medios de comunicación, estado, etc) (Trew, 1983).

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES													
Actividades	Tiempo expresado en semestre 2021-2024												
	1	2	3	4	5	6	7	8					
Búsqueda de documentación bibliográfica y material de análisis (tapas de diarios).	X												
Revisión bibliográfica y análisis de metodología de investigación.		X											
Elaboración del marco teórico.			X	X									
Procesamiento de datos obtenidos					X	X							
Redacción del texto, ajustes, revisión y corrección							X	X					

## Referencia:

Angenot, M. (2010). El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible. Siglo XXI editores. Buenos Aires.

Arán P. O. (2020). Diseño del proyecto de tesis en una investigación literaria. Propuesta semiodiscursiva. Editorial Biblos.

Atorresi, A. (1996). Lengua y Literatura, Los Estudios Semióticos. Ediciones Conicet, Buenos Aires.

Astarita, Martín (2014). Los usos políticos de la corrupción en la Argentina: una perspectiva histórica. ESPECTROS / Año 1 - Número 1 / Buenos Aires.

Charaudeau, P. (2003.) "Una definición discursiva de la información" (19-71), "Las operaciones de distribución en secciones", "El dicho referido". En: El discurso de la información, Gedisa, Barcelona.

Demirdjian, Liliana (2020). La grieta en medios tradicionales y digitales. Universidad Nacional de Buenos Aires, Argentina. DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e044>

Escudero Chauvel, L. (1996). "El contrato mediático", "La utilización de las fuentes de información en la guerra". En: Malvinas, el gran relato. Gedisa, Barcelona.

----- "¿Quién es el autor de las noticias? Acerca del contrato mediático de la información". En. Revista Sociedad, N° 11, agosto 1997, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Fabré Machado, I. (2018). Reflexión crítica sobre las concepciones teóricas de la corrupción desde lo multidisciplinar. Centro de Estudios Comunitarios Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas ISBN 978-959-312-342-6. <https://bit.ly/310h2ys>

Hermida, M. E. (2011). Confrontaciones y cruces en las definiciones de Estado, sujeto y poder. *Tend. Ret* - No. 16 - Noviembre de 2011 - ISSN 0122-9729 - pp. 59-78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4929350>

Galindo Hernández, Carolina. La teoría del Estado en la era de la globalización: algunas aproximaciones y problemas pendientes. En publicación: *Filosofía y teorías políticas entre la crítica y la utopía*. Hoyos Vásquez, Guillermo. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Buenos Aires. 2007. ISBN: 978-987-1183-75-3. Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/hoyos/12Hernandez.pdf>

Juni, J y C. Urbano (2000). *Investigación Etnográfica e Investigación -Accion*. Editorial Bruja, Córdoba.

Martínez F. (2011). "Medios y comunicación en el lenguaje de los derechos políticos". En: Libro de actas coloquio de investigadores en estudios del discurso. Segundas Jornadas Internacionales de Discurso e Interdisciplina. Universidad Nacional de Villa María.

Martínez Gallego Francesc-Andreu (2013) Medios de Comunicación y escándalos de corrupción en España: ¿Denunciantes, magnificadores, cómplices? *Revista de Ciencias Sociales*. Vol. 8, n.º 1; pp. 99-126.

Morales, Sola; Rivera Gallardo, Ricardo (2016). El tratamiento periodístico sobre la corrupción política. Análisis comparado del caso SQM en Chile y del caso de Bárcenas en España. Ediciones Complutense. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.5561>

Restrepo E, J. D. (2005). El escándalo, una construcción social y política de la corrupción en los medios de comunicación. *Escribanía número 15*, Universidad de Manizales. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6978130>

Kerbrat-Orecchioni, C. (1997). "Los subjetivemas afectivo y evaluativo", "Subjetividad deíctica frente a afectiva o evaluativa", "La grilla enfrentada al corpus". En: *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Exicial, Bs. As.

Trew, T. (1983). "Teoría e ideología en acción". En: Fowler, R. *Lenguaje y control*. FCE, México.

Vasilachis, I. (1997). "Estrategias argumentativas en el discurso político. Definición de actores, modelos, programas y valores sociales". En: *Discurso político y prensa escrita*. Gedisa, Barcelona.

Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Edición Gedisa. Barcelona.

Vera, N. E. (2012). La construcción del acontecimiento mediático: el caso de "la ley de medios" en los diarios Clarín, La Nación y Pagina 12. Un análisis semiótico del discurso". Tesis de licenciatura. Universidad Nacional de San Luis.

Verón, E. (1999). "Aniversarios". En: *Efectos de agenda*, Gedisa. Barcelona.

----- (1984). "Cuando leer es hacer, la enunciación en la prensa escrita". En: *Semiotique II*, IREP, Paris.

----- (1987). "Prefacio". En: *Construir el aconteciendo*. Gedisa.

----- (1985). "El análisis del contrato de lectura. Un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media". En: *Les médias, expériences, recherches actuelles, applications*. Paris, IREP.

----- (1980). "Terceridades", "La clausura semiótica", "El sentido como producción discursiva". En: *La semiosis social*. Gedisa.

Voloshinov, V (2009). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Nueva Visión. Buenos Aires. Prólogo y traducción: Tatiana Bubnova.

Waisbord, S. (2012). Ética periodística, un debate necesario. Washington EEUU. [lanacion.com.ar](http://lanacion.com.ar). Recuperado de <http://bit.ly/2zVZvh6>

## Bibliografía:

Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (Comp.) (2005) *Diccionario de análisis del discurso*. Amorroutu Editores. Buenos Aires.

Ochoa, Rodrigo Maximiliano (2011). La construcción de la realidad social: el conflicto campo-gobierno nacional como acontecimiento mediático. Un análisis de los diarios La Nación, Clarín y Página 12. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Nacional de San Luis.



# «Avanza la Libertad»: «guerra de trincheras» y desedimentación de discursos de lo Social

Juan Bautista Seco  
juanbautista.seco@perio.unlp.edu.ar

UNLP

## ¿En dónde estamos?

La pandemia de la COVID-19 fue el combustible necesario para que una serie de actores políticos surgiesen, con más fuerza que nunca, en la arena discursiva de las sociedades del mundo. Las crisis que precedieron la homónima, de carácter sanitario, no solo siguieron alimentando las desigualdades sociales y económicas, sino que las profundizaron. El crecimiento de los índices de pobreza, desempleo y la caída del consumo, fueron solo algunos de los síntomas de la crisis producida por la pandemia, por un lado, actores poderosos de la sociedad, por otro, y, finalmente, por acción u omisión de casi la totalidad de los gobiernos, que se vieron envueltos en una situación que no tenía manuales ni pasos a seguir.

A pesar de ser un fenómeno mundial, en el que se vieron implicados los países más poderosos del mundo, como Estados Unidos y Alemania, que también tuvieron que afrontar índices económicos negativos récord, las oposiciones a los gobiernos de turno lograron «nacionalizar» los problemas. En el caso de Argentina, la pandemia y cuarentena –así como el impacto del enfrentamiento bélico entre Rusia y Ucrania– terminaron profundizando los problemas «cotidianos» de nuestro país, mediados, en gran parte, por la toma de deuda con el Fondo Monetario Internacional<sup>1</sup>, las recurrentes corridas cambiarias y la inflación crónica –que se encuentra en su punto más álgido, rozando máximos en décadas.

A pesar de que los sueldos, en ciertas coyunturas más y en otras menos, han intentado mantenerse «cabeza a cabeza» con la suba de precios, la realidad es que el trabajador argentino, desde 2015, ha perdido el 86% de su salario real en dólares, pasando de ser el país de la región con mejores índices –el decil más alto cobraba US\$3083 por mes– a uno de los peores –US\$487,5 por mes y alejado de los ingresos de otros países del continente<sup>2</sup>.

Pese a que se vienen viendo avances en términos de recuperación de salarios y consumo, estos no terminan de impactar, significativamente, en la vida de la gente: la ineficacia del gobierno se enfrenta, además, al remarque de precios constantes, mediados, casi en su totalidad, por la volatilidad del dólar y precios internacionales. En este sentido, desde hace un tiempo estamos siendo espectadores de propuestas de soluciones al problema de la inflación: Uno de los líderes más efusivos con el tema ha sido Javier Milei, diputado<sup>3</sup> y referente libertario, que propone

1 El 20 de junio de 2018, el FMI otorgó el préstamo más grande de toda su historia –préstamos Stand By– por un total de u\$s50.000 millones.

2 Ver en <https://www.lanacion.com.ar/economia/dolar/en-los-ultimos-siete-anos-el-salario-real-en-dolares-se-destruyo-86-nid10052022/>

3 Javier Milei fue electo diputado, por la Ciudad de Buenos Aires, luego de obtener el tercer puesto (con el 17,04% de los votos) en las elecciones legislativas de 2021. La Libertad Avanza (LLA), nombre de la coalición, ganaría dos diputados: el mencionado y Victoria Villarruel, hija de un militar acusado de crímenes de lesa humanidad por su participación en la última dictadura cívico-ecclesiástica-militar.

la destrucción total del Banco Central de la República Argentina.

Este contexto nos deja parados en un país en donde el Presidente es poco apoyado, la principal oposición al gobierno no se disputa el poder interno a la coalición, y la gente está cada vez más enojada y descreída con la dirigencia política<sup>4</sup>. Este malestar es propio del «momento populista», que se da ante «la incapacidad de los sectores dirigentes para sostener el consentimiento e integrar el descontento», a partir de verse imposibilitados «para dar respuesta individualizada a las peticiones y demandas que reciben» (Errejón, 2015, p.89). Chantal Mouffe (2018) entiende que «se caracteriza por la emergencia de múltiples resistencias contra un sistema político económico que se percibe cada vez más controlado por las élites» (p.33), abriendo «la posibilidad de construcción de un nuevo sujeto de acción colectiva –el pueblo– capaz de reconfigurar un orden social experimentado como injusto» (p.25).

Como se dijo al comienzo, este contexto no es particular de Argentina. Estos últimos años fuimos testigos de la aparición y/o toma de relevancia de algunos actores y partidos políticos que comenzaron a articular las demandas de un *pueblo* cada vez más descontento con la política. Los renovadas derechas europeas y el fenómeno Trump –el, a mi entender, «padre» de estos nuevos movimientos contestatarios de derecha del mundo (Seco, 2022b)– tienen relación directa con quienes están en auge en nuestra región: las «nuevas derechas».

### ¿Quiénes son las «nuevas derechas»?

Desde la comunicación y la teoría política es necesario analizar el ascenso e irrupción de estos novedosos actores: las «nuevas derechas». Según Pablo Stefanoni (2021), se ubican a la derecha de los partidos liberal-conservadores. De este modo, asumen sin complejidades su perspectiva y dan una batalla cultural antiprogresista desde posiciones contra la política convencional: combinan distintas posturas y posiciones –algunas antes asociadas a la «izquierda»– y las decoran con indignación y rebeldía.

Resulta innegable la trascendencia de estas «nuevas derechas» previa a la pandemia. Sin querer profundizar en la cuestión, según he desarrollado en mi TIF de grado (2022b), entiendo que estos grupos se vieron estimulados, en un primer momento, a partir de la llegada de Donald J. Trump a la arena política, en las elecciones estadounidenses del 2015-2016. El fenómeno Trump vino acompañado de cambios en el «tipo» del líder de derecha, y, así, lo «políticamente incorrecto» triunfaba sobre el tecnócrata, el liberal –económica y socialmente– y el conservador «de ultranza», figuras «típicas» en las derechas tradicionales de nuestra región:

*«Sus discursos unapologetic sentaron un precedente en la forma de enunciar de muchos otros actores políticos. La autodenominada mayor y más importante democracia del mundo estaba siendo dirigida por un líder peculiar (...) que no seguía las reglas del establishment político y lo demostraba, no solo en sus acciones, sino, y principalmente, en sus discursos» (Seco, 2022a, p.4).*

Esto vino de la mano de otros procesos que modificaron las sociedades de los países de Occidente: la creciente crisis de refugiados y el incremento de movilizaciones por los derechos de las mujeres y minorías –desde el *Black Lives Matters*, pasando por el colectivo LGBTIQ+, y los movimientos y movilizaciones feministas– fueron fundamentales para la proliferación de los discursos multiculturalistas y pro-minorías.

La puesta en agenda de estos valores progresistas se vio enfrentada por lo «políticamente incorrecto», que constituyó la herramienta de estas «nuevas derechas» para salir a dar la batalla por «los valores y las tradiciones», frente a quienes, entienden, «contaminan el *ser nacional* de cada país». Butler en Salmon (2017), cuando habla sobre la población estadounidense –aunque podemos generalizar sus apreciaciones a las poblaciones de otros países y los líderes de estos grupos,

<sup>4</sup> Ver en <https://zubancordoba.com/portfolio-encuestas/>

sostiene: «Trump “liberó” al odio del “yugo” de los movimientos sociales y discursos públicos (...); con Trump, uno puede odiar en “libertad”» (p.141).

El recorrido propuesto tiene como objetivo dar cuenta de los lazos discursivos que estos grupos mantienen. El triunfo de lo políticamente incorrecto impregnó a las «nuevas derechas» mundiales, institucionalizándose en los propios partidos<sup>5</sup>, y encontrando en el globalismo –que engloba, en la retórica de estos grupos, los discursos multiculturalistas y respetuosos de las otredades, lo «políticamente correcto»– su principal enemigo.

## La pandemia y el Estado

Si Trump fue el primer «barril de pólvora» que estimuló a estas «nuevas derechas», entiendo que la pandemia de la COVID-19 fue el segundo, ya que terminó siendo una coyuntura ideal para la posibilidad de articular demandas insatisfechas a sus discursos. Las medidas recomendadas por los organismos mundiales –principalmente la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización Mundial de la Salud (OMS)– y dispuestas por la totalidad de los gobiernos, fueron la «gota que rebalsó el vaso» de estos grupos. Se universalizaba, de este modo, el grito por la libertad. ¿El victimario? El Estado, que no solo comenzó a ser acusado de autoritario y privador de libertades, sino también de ser «muy grande», de acaparar mucho a costa de impuestos sobre «los trabajadores», «la gente», o el significativo amo (Laclau y Mouffe, 1985) que cada líder decidiese utilizar. Como se verá más adelante, Viviana Canosa prefiere: «*nosotros, el rebaño de pelotudos*» (11-5-2022).

Las cuarentenas decretadas, muchas extendidas durante meses, supusieron el principal enfrentamiento entre figuras políticas de cada país. Mientras que las centro-derechas buscaron acuerdos con sus opositores<sup>6</sup>, estas «nuevas derechas» comenzaron a generar desconfianza en la verosimilitud, primero, y luego la real peligrosidad del virus; la eficacia de las cuarentenas; la dicotomía cuarentena/economía; y, más adelante en el tiempo, la vacunación<sup>7</sup>.

De este modo, a partir del levantamiento de las banderas de la «libertad individual», muchas figuras públicas comenzaron a alentar la «desobediencia civil»<sup>8</sup>, replicada por sus seguidores que salían a las calles «con la Constitución en mano»<sup>9</sup>. Los medios de comunicación, por su parte, a pesar de un inicio en donde se sumaron al consenso entre líderes oficialistas y opositores<sup>10</sup>, terminaron siendo actores claves en este proceso de disputa contra-hegemónica y la «batalla cultural» que están dando.

Finalmente, cabe poner de resalto cómo la cuarentena terminó siendo clave para que líderes como Javier Milei designasen como «casta» tanto al Frente de Todos como a Juntos por el Cambio<sup>11</sup>, caracterizando a ambos de «colectivistas», «comunistas», «autoritarios», «empobrecedores», «corruptos», «tiranos», «oligarcas», entre otras (Seco, 2022c).

## Algunas nociones teóricas para la comprensión del corpus

Cuando se habla de «batalla cultural», primeramente, debo precisar qué comprendo por la segunda: según Sain-

5 Cabe poner de resalto que, como he desarrollado en otros trabajos (Seco, 2022b), estos lazos no son solo discursivos, sino también materiales/concretos, si destacamos las figuras de Jason Miller y Steve Bannon. Ver en <https://cnnespanol.cnn.com/2021/09/07/detienen-brevemente-jason-miller-exasesor-donald-trump-brasil-trax/> ; <https://www.tiempoar.com.ar/politica/cynthia-hotton-la-candidata-argentina-del-guru-de-donald-trump/>

6 En nuestro país esto se resume con la imagen de A. Fernández, A. Kicillof, y H. R. Larreta, comunicando las medidas, en conjunto.

7 Esta ola de disputas contra la ciencia se puede afirmar que tiene sus raíces en QAnon, un movimiento político que nace con teorías conspirativas producidas por la extrema derecha estadounidense. Ver en <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8022489/>

8 Ver en <https://www.sbs.com.ar/libro-desobediencia-civil-y-libertad-responsable---sebreli---9500764841/p> .

9 Ver en <https://twitter.com/davellaneda77/status/1334160553384751105> .

10 Ver en <https://www.argentina.gob.ar/noticias/somos-responsables-todos-los-diarios-con-la-misma-tapa>

11 Principalmente en los primeros meses de la pandemia, con los comunicados en conjunto.

tout (2011) la cultura es «terreno donde se lucha por la hegemonía, es decir, por el poder de nombrar legítimamente las visiones y divisiones del mundo» (p.147). En este plano de disputa de discursos, la comunicación política resulta clave: la dimensión simbólica de la misma, planteada por Jacques Gerstlé (2005), nos invita a entender a los signos como «armas (...), portadores de representaciones del mundo, de percepciones de la realidad social y física» (p.25).

De esta manera, la comunicación y el discurso político se vuelven herramientas fundamentales para disputar lo establecido, y que los modos de ver el mundo, de cierto grupo, devengan hegemónicos. La importancia de disputar la cultura, entonces, encuentra su razón de ser en que es un campo que reúne un entramado de prácticas que –dependiendo quién detente la hegemonía, quien logre que sus visiones de mundo particulares se universalicen– hace «racionales unos comportamientos y no otros, que permite imaginar unos e impensables otros, que educa la vida cotidiana y la encauza, que distribuye prestigios y desprestigios; en suma, que produce hábitos, costumbres» (Errejón, 2019, p.124).

Para comprender el proceso de disputa hegemónica, la noción de discurso es trascendental: Ernesto Laclau y Mouffe (1985) sostienen que «el hecho de que todo objeto se constituya como objeto de discurso» (p.146) se debe a que este «constituye el terreno primario de constitución de la objetividad como tal» (Laclau, 2005, p.92): el lenguaje es una arbitrariedad que, simplemente, (re)construye realidades, a partir de la presencia de significantes, aquellas cosas que son nominadas, y significados, palabras que nominan<sup>12</sup>.

En este sentido, nos encontramos frente a luchas constantes por el poder nombrar que implican, evidentemente, enfrentamiento. De ahí que los autores entiendan al antagonismo como el conflicto irreductible, inherente al ser humano. Por lo tanto, sostienen que la constitución de un otro, por fuera de la frontera que se traza a partir del antagonismo, es fundamental para la formación de discursos, y es condición de posibilidad de la hegemonía, ya que se debe constituir un *nosotros* frente a un *ellos*.

Antes de ahondar en el terreno en el cual se da esta batalla, es fundamental diferenciar entre la política y lo político. La primera refiere a las prácticas de la política convencional, que reproducen el orden establecido y, además, organizan «la coexistencia humana en el contexto de la conflictividad derivada de lo político» (Mouffe, 2007, p.16). Esta conflictividad de la que Mouffe habla tiene su razón de ser en que lo político tiene un rol fundante de la sociedad, ya que es la «dimensión de antagonismo (...) constitutiva de las sociedades humanas» (2007, p.16), que pone en juego la batalla por la hegemonía, en una contienda donde las condiciones y procedimientos democráticos que la regulan –la política– son aceptados por los adversarios.

Con esto último, queda claro que la disputa contra-hegemónica no es un rechazo puro al orden establecido. Aceptando las reglas de juego de la política, los grupos se dan «una estrategia [constante] de desarticulación-rearticulación» (Mouffe, 2015, p.37) de particulares, en distintas cadenas equivalenciales, que nominan cierto significante.

Sin embargo, este proceso tiende a ser «lento», tal como teorizó Antonio Gramsci cuando desarrolló su teoría sobre el Estado y la política europea, utilizando terminología de la I Guerra Mundial. Pablo Iglesias (2015) destaca que el italiano entendía al Estado como «la trinchera avanzada del conjunto de fortificaciones de la sociedad civil», por lo que afirma que «la política de la guerra de trincheras es la lucha por la hegemonía» (párr.1), en la cual los actores disputan cada trinchera, con el objetivo de «tomarlas» y lograr que su relato sea visto como «válido».

De esta manera, se da un proceso minucioso y preciso en el que se (re)articulan particulares, de las cadenas equivalenciales disputadas, con el fin de cambiar el sentido común establecido. Los actores políticos, en pos de que sus modos de ver el mundo devengan hegemónicos, se enfocan en la significación de ciertos significantes amos: los puntos nodales. Estos son «nodos repletos de sentido que terminan aglutinando, en gran parte, la identidad del *nosotros* [(punto nodal positivo)] y del *ellos* [(punto nodal negativo)]» (Seco, 2022a, p.8).

12 Como ejemplo tomaré el desarrollado por Jorge Huergo (2022) cuando argumenta sobre la construcción equivalencial del discurso social, en relación al sentido común establecido: MUJER (significante) = madre = sexo débil = ama de casa (significados).

Esta lucha por nombrar se da en *lo Social*, concebido como «espacio discursivo, producto de articulaciones políticas contingentes, que no tienen nada de necesarias y podrían siempre haber sido de otra forma» (Mouffe, 2015, p.11). Estas articulaciones se instituyen de manera precaria, producto de lo político, dando forma a los órdenes sociales, siempre definidos por fundamentos no-naturales, por lo que estarán constantemente en disputa, debido al exceso –la infinitud– de sentidos. En este sentido, cuando hablamos de sedimentación de relaciones sociales, de discursos, estamos refiriéndonos, entre otras cosas, a las reglas/regulaciones –la política– que se van estableciendo en la sociedad.

Estas prácticas fijadas y sedimentadas en *lo Social*, los seres humanos podemos tenerlas tan naturalizadas que nos olvidamos de sus orígenes, de las luchas que debieron darse para que, efectivamente, se hegemonicen. Sin embargo, lo político puede retornar a mostrar la contingencia de todo orden social, sacando a relucir esos orígenes, y luchando por des-sedimentar esos nodos de dominación haciendo visible su carácter histórico y político: que existe «otra verdad» –o, en realidad, «otro relato».

### **La «nueva derecha» en Argentina: El *pueblo* libertario y la «batalla cultural»**

Como expuse al comienzo, estos últimos años fuimos testigos de la aparición y/o toma de relevancia de algunas figuras que comenzaron a articular las demandas de un *pueblo* cada vez más descontento con la política. La figura del Estado tomó preponderancia y comenzó a ser la institución a partir de la cual, según la lógica hayekiana del libertarismo<sup>13</sup>, tanto el kirchnerismo como el macrismo imponían reglas que atentaban contra la libertad de los individuos.

De esta manera, y luego de unas elecciones legislativas, en 2021, en las que se vio demostrado que el discurso libertario estaba consiguiendo miles de adeptos<sup>14</sup>, estos grupos fueron «un poco más allá»: el libertarismo argentino comenzó a dar, según entiendo, la «batalla cultural» frente a muchos de los discursos que habían, primeramente, disputado a los establecidos en ese entonces, y, luego de triunfar en la contienda, comenzó a «naturalizarse», darse por hechos. Los sentidos en torno a la última dictadura cívico-eclesiástica-militar y los desaparecidos fue el primero de estos nodos disputados, que se encontraba asentado en *lo Social* luego de décadas de luchas de organizaciones como Madres y Abuelas de Plaza de Mayo e Hijos, que gracias al apoyo del Estado argentino, habían comenzado a institucionalizar su demanda: la de Memoria, Verdad y Justicia.

El retorno de los discursos negacionistas en la agenda política, de esta manera, se constituyó en la primera trinchera contendida por estos grupos. Las ya mencionadas y abordadas disputas contra el Estado y «la ciencia»<sup>15</sup> son otros nodos que buscaron ser (re)articulados, contra-hegemónicamente. Finalmente, y para introducir el tema abordado en el corpus, otra de las trincheras en disputa, actualmente, es la referida al género y las diversidades.

Los mismos intelectuales libertarios, como el argentino Agustín Laje, destacan la importancia de dar la «batalla cultural», indicando que esta «nueva derecha» debería estar atenta no solo al campo económico, sino también al ámbito de la cultura, en donde se dan otro tipo de discusiones y se pueden trazar otro tipo de fronteras políticas nosotros/ellos (Laje, 2022, p.465). El argentino deja en claro que le parece fundamental comenzar a dar la «batalla cultural», desde todos los campos posibles, principalmente los medios de comunicación.

---

13 En esta línea, creo importante destacar que esta idea de acusar a todo lo no-libertario de privador de libertades y autoritario encuentra su razón de ser en uno de los teóricos más importantes del libertarismo: Friedrich August Hayek, quien entendía, en resumidas cuentas, que para efectivamente vivir «en democracia» se debía plantear un sistema en donde se le dé prioridad a la iniciativa individual. Proponía un sistema legal racional, donde la gente sea libre para seguir sus preferencias a partir de un marco racional de reglas generales y permanentes –derecho civil y criminal, que eliminan el posible fraude y engaño–, sin incidir en los fines de la producción, es decir, en el mercado.

14 Además de conseguir las dos bancas previamente mencionadas, en CABA, José Luis Espert y Carolina Píparo también se hicieron con un par de ellas en la Provincia de Buenos Aires, obteniendo el 7,5% de los votos.

15 Proliferaron, en estas «nuevas derechas», los discursos acerca de la forma de la Tierra, las vacunas y la COVID-19, entre otros.

En este sentido, la figura de Viviana Canosa fue una de las que más se vio impulsada durante la cuarentena de la COVID-19. Sus editoriales verborágicos, repletos de datos y actos muy poco respaldados por la ciencia –tomando, por ejemplo, dióxido de cloro al final del programa<sup>16</sup>–, sumando, en esa misma faceta, sus posturas anti-cuarentena y anti-vacunas, la convirtieron en una voz pública atractiva y poderosa para una gran cantidad de gente<sup>17</sup>.

De este modo, comenzó a convertirse en una especie de «referenta» libertaria, título que ya anhelaba desde su presencia en las calles durante los debates por la Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE). En este trabajo serán abordados dos partes de programas: el primero, del 25 de marzo de 2022, en el cual debatiría con Laje y Amalia Granata, diputada provincial por Santa Fe y otra de las caras más visibles en el debate por la IVE; el segundo, del día 11 de mayo de 2022, donde expondría su editorial, titulada «TRANS-tornados».

## Contra-hegemónicos

«Si no lo conoces a Agustín Laje, mirá esto que pasó el otro día en televisión. Cómo les verdes se vuelven locas cuando encuentran una persona (...) que tiene sus convicciones e ideas claras». Así introducía, Viviana Canosa, a su invitado del programa, que se sumaría a Amalia Granata, que ya estaba en el panel. El programa «Viviana con Vos», del 25 de marzo de 2022, reunía tres de las figuras más abiertamente anti-movimiento feminista de la agenda pública: «el tema de ser pro-vida es un sentimiento», afirmaba Canosa, y agregaba que ella lo sintió «como una estigmatización. A mí me acusan de pro-familia, pro-vida y pro-higienista. Son tres halagos para mí, pero claramente me lo quieren hacer por la negativa»; y le pregunta a Laje: «¿Por qué se enojan tanto con las Granata de la vida y las Canosa?».

LAJE: «Cuando aparece una mujer como ustedes, que dice algo que a ellas no les gusta, es tal el nivel de sectarismo que tiene esa ideología, que no pueden comprender cómo una mujer no va a opinar como ellas, porque para ellas es el útero lo que determina la opinión. (...) No resisten datos. (...) Ellos además parten de la suposición de que uno busca el mal para las mujeres»

GRANATA: «A nosotros nos dicen anti-derechos»

CANOSA: «Pelemos por el derecho más sagrado, que es el derecho a la vida desde la concepción»

En este intercambio se puede dar cuenta del proceso de construcción de la cadena equivalencial contra-hegemónica de los miembros «pro-vida»: se sienten relegadas por el movimiento feminista por no pensar como ellas, no buscan el mal para las mujeres y no son anti-derecho ya que defienden, según ellos, el más sagrado: el de la vida. En este sentido, al ser las identidades relacionales<sup>18</sup>, estas figuras están construyendo, por oposición, a su *ellos*: son sectarias, anti-derechos –no respetan el derecho a la vida desde la concepción– y no resisten datos. Esto último es profundizado por Laje, no sin antes Canosa resaltar que su programa es el único que se atreve a mostrar los gráficos que estaba por exponer el politólogo, en Argentina e Iberoamérica, dando cuenta de una clara posición de discurso contra-hegemónico –por los menos en los medios de comunicación y las instituciones, cuestión en la que se profundizará–:

*«La razón ha sido dejada de lado, y en los datos encontramos razones. (...) Este gráfico es el gráfico<sup>19</sup> del fracaso rotundo que ha significado el feminismo en la Argentina.*

16 Ver en <https://chequeado.com/el-explicador/viviana-canosa-tomo-dioxido-de-cloro-en-vivo-pero-esa-sustancia-es-perjudicial-para-la-salud/>

17 Viviana Canosa ha conseguido picos de rating en su programa, siendo de lo más visto, en la televisión argentina, estos últimos meses. Ver en <https://www.minutoar.com.ar/entretenimiento/2022/4/26/dos-meses-de-su-debut-viviana-canosa-recibio-la-mejor-de-las-noticias-48350.html> <https://www.minutoar.com.ar/entretenimiento/2022/4/19/el-batacazo-de-viviana-canosa-que-nadie-se-esperaba-en-a24-47926.html>.

18 Al uno definir lo que es, al mismo tiempo, está definiéndose como lo que no es.

19 El gráfico muestra el aumento de femicidios, en nuestro país, desde 2014.

*(...) Las políticas de género que demandan cada vez más billones (...) todos los años, y que cada vez hay que meter más militancia feminista en calidad de parásitos del Estado, que cada vez hay que darles más recursos para que "salven a las mujeres". Bueno, les cuento algo, no han salvado a nadie».*

Ante la pregunta de cuánto se gasta «en feminismo, (...) los que garpamos los impuestos, el *rebaño de pelotudos*, cuánta guita ponemos», Laje respondió que el número rondaba los diez billones. A continuación, Canosa afirmó: «Esto es una locura. Los pibes se cagan de hambre, no hay escuelas nuevas, los pibes no van a estudiar y gastamos billones en esto». También habló sobre lo que ella denominó como «curro de masculinidades»: «acá tengo un panel de hombres fabulosos, tengo un padre genial, tengo un ex-marido genial, no tengo malas experiencias con los hombres de mi vida. (...) ¿Qué van a aprender?». «Yo la hice», acotó Granata, aclarando que «no estaba muy atenta porque [eran] todas las pavadas del patriarcado, del maltrato, de la opresión».

Laje, además, afirmó que «estas cosas vienen de Estados Unidos» cuando le preguntaron sobre las agendas feministas y progresistas, dando cuenta de otro ejemplo del creciente anti-globalismo de estas «nuevas derechas». Por otro lado, también hablaron sobre la «nefasta Ley, que es la 26743», la Ley de Identidad de Género, trayendo tres ejemplos de hombres que habían transicionado y, a partir de eso, se aprovecharon de mujeres cis<sup>20</sup>: «lo polémico, hoy, es asumir que nuestra biología tiene un impacto sobre nuestras vidas, (...) decir que un hombre es hombre, y que una mujer es una mujer, y que no somos iguales» (Laje).

En este último extracto se puede ver cómo los tres se construyen como parte de la otredad, en el caso de los discursos hegemónicos de género: como los contra-hegemónicos, la «resistencia» –como dirá Canosa en el programa próximo a analizar. Profundiza, a continuación, pidiendo: «no me impongan, no me obliguen, no me exijan: respétenme. No nos respetan a las mujeres» (Canosa). Luego de esta intervención de la periodista, Laje agrega, a modo de detalle, que esto que está diciendo, podría ser penado en otros países, y pone de ejemplo a Canadá. «Bueno, Trudeau es un progre tirano, si los hay», comentó Canosa y, en relación a la libre expresión, agregó: «El tema es que no nos censuren, tenemos derecho de pensar lo que pensamos, y a expresarlo».

En este punto, se puede destacar una cuestión interesante. Como sostiene Errejón (2019), «la hegemonía se expresa, apoya y reproduce en diseños institucionales y económicos que premian unos comportamientos y penalizan otros» (p.124). Estamos hablando, por lo menos en el caso de Canadá, de modos de ver el mundo institucionalizados. Canosa, Laje y Granata se muestran como desposeídos del respaldo de *la* política. En este sentido, cuando la periodista afirma que «esto es una persecución», Laje agrega:

*«Los abanderados de "la diversidad, la igualdad y la inclusión", que son incapaces de tolerar cualquier pensamiento diverso al de ellos. (...) Si vos no adecuas tu lenguaje a la ideología oficial que te dice que los hombres pueden ser mujeres, y las mujeres pueden ser hombres, entonces el Estado te va a perseguir, eso es una afrenta a la libertad individual más absoluta. (...) No podés obligar a las personas a que te estén subsidiando tus cirugías plásticas, tus hormonas, y que estén adecuando sus currículas escolares y sus formas de hablar».*

Para finalizar, Canosa destaca que su programa se encontraba liderando el rating por un margen muy importante, «quiere decir que hay un montón de gente que está necesitando escuchar otra campana». Esta otra campana, otra voz, es la del contra-hegemónico, es la de aquellos que no se sienten conformes con la «ideología oficial» o con los «progres tiranos». Nunca termina de nombrar al *ellos*, como sí lo hará en el próximo análisis. Sin embargo, la caracterización es constante: son sectarios, no resisten datos, censuran, aplican políticas de género que fracasan, parásitos estatales, no respetan a las mujeres, intolerantes, entre otros sentidos que Canosa, Laje y Granata articulaban al *ellos* de estas «víctimas del Estado y su persecución», el *nosotros*.

20 En la conversación destacan los casos de Sergio/Sergia (Ver en <https://www.infobae.com/sociedad/2018/03/22/hablo-sergia-que-cambio-de-genero-a-los-60-anos-no-me-hice-mujer-para-jubilarme-sino-por-conviccion/>), la nadadora trans Lia Thomas (Ver en <https://www.tycsports.com/polideportivo/lia-thomas-natacion-trans-mujeres-estados-unidos-desantis-id421788.html>) y la presa trans de Córdoba (Ver en [https://tn.com.ar/policiales/un-presos-que-cambio-de-carcel-porque-se-autopercibio-mujer-dejo-embarazada-otra-reclusa-en-cordoba\\_1012625/](https://tn.com.ar/policiales/un-presos-que-cambio-de-carcel-porque-se-autopercibio-mujer-dejo-embarazada-otra-reclusa-en-cordoba_1012625/))

## «TRANS-tornados»

«Tenemos un gobierno de TRANS-tornados, señores». Así comenzaba Canosa su editorial del día 11 de mayo de 2022, mostrando un video de dos *drag queens*<sup>21</sup> cantando el himno argentino, en la Cancillería. Como veremos a lo largo del apartado, «TRANS-tornados» se convertirá en el significativo clave en la significación del *ellos* de la periodista, durante este monólogo con el que abrió su programa.

En pos de significar a este punto nodal negativo, Canosa comienza a describir a este grupo: «desordenado», «confundido», «no TRANS-mite valores», «todos los días te hace la vida un poco más imposible», e «idolatra dictadores, señores feudales» y «sindicalistas corruptos». También destaca, según ella, la faceta destructiva del gobierno: «no dejaron nada sano, lo rompieron todo. (...) Hasta rompieron el himno nacional argentino». De esta manera, Canosa introducía el video de las *drag queens*, acusándolas de ultrajar el himno y que era un papelón: «es una Cancillería, no un boliche de *drag queens*. (...) Qué vergüenza».

La contracara de esto, según Viviana, se encuentra en el video que mostró a continuación, en donde se veían decenas de personas explicando qué representaba el himno para ellos. «Me encanta la bandera. Amo a mi Patria», decía Canosa, y le hablaba al televidente: «Mirá la diferencia entre lo de Cancillería y la gente que de verdad ama a esta patria»; «Nos identificamos, obviamente, con esta mujer, no con los que cantan en cancillería que son unos TRANS-tornados». Esta misma línea discursiva la retomaría casi al final de la editorial, cuando mostró cómo estaban colgadas, en el Ministerio de Relaciones Exteriores, la bandera argentina junto a la del orgullo LGBTQ+ y trans: «la única bandera que debe estar ahí es la argentina. Tenemos un gobierno anti-patria».

A partir de estos extractos, podemos ir dando cuenta de cómo Canosa comienza a trazar fronteras a partir de ciertas temáticas, en este caso, el patriotismo. Históricamente, en la Argentina, las ideas nacionalistas han venido acompañadas de pensamientos conservadores en lo social<sup>22</sup>. Líderes actuales como Alejandro Biondini o Miguel Ángel Pichetto representan a estos grupos. En este orden de ideas, la bandera de los «valores y tradiciones», y su preservación, siempre ha sido característica de estos sujetos políticos, como se profundizará más adelante.

Con el fin de seguir ahondando en la equivalencia entre el gobierno y el antipatriotismo, Canosa agrega: «Viva la patria, viva Argentina, vivan los argentinos. A estos los *vamos* a rajar a patadas en el culo porque son unos TRANS-tornados que no *nos* representan. Basta de esos anti-patria con vestido en Cancillería»; «Toda esa gente es el pueblo que pide por la patria, el resto son unos TRANS-tornados. *Somos* argentinos y *amamos* a nuestra patria».

De estas últimas citas se puede destacar dos cuestiones: en primer lugar, el anti-patriotismo que dice tener el gobierno, según la periodista, ya abordado. Y un segundo aspecto en torno a la utilización del plural colectivo en Canosa, señalado en las citas a partir de la cursiva. La identificación es fundamental en los procesos de construcción de discursos que intenten disputar la hegemonía, ya que se debe articular una voluntad colectiva. Los lazos libidinales, en la construcción del *nosotros*, son también claves, como destaca Laclau (2005) a partir de autores como Sigmund Freud y Jacques Lacan. En este sentido, Canosa se pone dentro del *nosotros*, es una ciudadana más, cansada de la política y del gobierno, dispuesta a luchar.

Luego de describir a Alberto Fernández como «el TRANS-tornado número uno», Canosa comenzó a hablar sobre la cuestión de género. Esta sátira, que había sido exhaustiva en el análisis pasado, ya había iniciado a comienzos de la editorial: la crítica desmedida hacia las *drag queens* o, simplemente, el nombre de la misma, dan cuenta de que eran actores parte del *ellos*, en la retórica de Canosa. Sin embargo, a partir de un video del hijo del Presidente, vestido en *drag*, y otro del diputado Leandro Grosso, difundiendo material audiovisual en torno a una «Ley Nacional Integral Trans», Viviana comenzó a dejar en claro qué piensa de estos grupos: «Al gobierno solo le interesa la

21 El drag –queen, en este caso– es un arte que consiste en la personificación de una mujer, y puede realizarse por cualquier persona.

22 A mi entender, con excepción del peronismo.

ideología de género», «*nos* quieren llevar por ese camino, no lo van a conseguir, *somos* la resistencia», «nos quieren TRANS-tornados, acá la resistencia».

«Con Perón los únicos privilegiados eran los niños, con Alberto los únicos privilegiados son los trans», decía Canosa, antes de mostrar una placa, del Municipio de Morón, que difundía el otorgamiento de una tarjeta «alimentAR», con \$4000, para la población travesti trans, y agregó: «*nosotros*, el *rebaño de pelotudos*, seguimos alimentando a todo el mundo». Acerca del video de Grosso, la periodista, presuntamente muy enojada porque las militantes de la nueva ley comenzaban su pliego de demandas con la palabra «exigimos», comenzó:

CANOSA: «Dice “exigimos”... ¿Exigimos qué, flaca, qué exigís? Sabes toda la gente que no tiene techo en la Argentina, la mayoría de los argentinos alquilan. ¡Exigime esta! Laburá, mamu. Qué cupo, ni cupo. Si tenés mérito y talento, no importa si sos trans o no sos trans, vas y laburás. Y si sos buena en tu profesión o en tu oficio, te van a contratar, nadie te va a discriminar. (...) Los pibes no comen ni estudian. Basta de seguir despilfarrando guita en estas cuestiones de género, BASTA».

Muchas apreciaciones se pueden desprender de estas citas. Primeramente, la periodista continúa marcándose como parte del *nosotros*: el *rebaño de pelotudos*, esta «resistencia» frente a la pérdida de valores y la ideología de género. Además, y en sintonía con la construcción de su *nosotros*, resalta dos cuestiones bastante recurrentes en las retóricas de las «nuevas derechas»: la meritocracia y el despilfarro.

Acerca de la primera, las ya mencionadas teorizaciones de Hayek son el sostén de estas ideas: reglas comunes para todos y adaptarse a lo que necesita el mercado, sin que el Estado incida en él. Sobre el segundo, la periodista continuaría profundizando a partir de un extracto de entrevista a Cayetana Álvarez de Toledo. Canosa sostiene que «el populismo quiere un Estado gigante, enorme, así pueden afanar mucho más», y pone como ejemplo un furcio de Axel Kicillof, quien dijo que «donde no hay negocio el Estado no llega»<sup>23</sup>. Acerca de esto, Viviana comentó que «claramente fue un acto fallido, pero dice la verdad: “Donde no hay un negocio, el Estado no llega”... Y si es verdad, solo les importa la guita. (...) La gente les importa tres pitos»; y agrega, «siempre populismo, siempre demagogia», «los quieren pobres, porque viven de los pobres, chantas», «TRANS-tornados, adoctrinamiento, politiquería, bajada de línea, populismo».

Con este apartado dedicado al Estado, Viviana Canosa suma otro de los significantes claves en la retórica de las «nuevas derechas»: «populismo». Obviamente, en este caso estamos hablando de un proceso de (re)significación hegemónica, es decir, lo que busca Canosa –y muchos de los líderes de estos grupos, como Milei, Abascal, Díaz Ayuso o la misma Álvarez de Toledo– es asociar ciertas características –articular ciertos particulares– al significante populismo con el objetivo de, una vez construido ese discurso, formar otra cadena equivalencial en la que «populismo» –ya con todas las características previamente articuladas– se asocie a su opositor de turno, en casi todos los casos de izquierda o centro-izquierda.

Ya finalizando la editorial, la periodista comenzó a hacer hincapié en el pago de impuestos –otra de las aristas abordadas por las «nuevas derechas» cuando se critica al Estado–, luego de mostrar el stand argentino que representaba al país en la Feria de turismo de Roma, y un viaje del Presidente, en avión, con su perro Dylan: «mirá, ahí van a parar todos tus impuestos, los *nuestros*, el *rebaño de pelotudos*».

Una pausa amerita aquí para volver a enfatizar en la importancia de la construcción identitaria en estos procesos de disputa hegemónica. Como las identidades son relacionales, el ida y vuelta incisivo entre lo que soy, y lo que no soy es recurrente en el discurso político. En el caso de Canosa, la delimitación del *ellos* fue realizándose a partir de cada crítica al gobierno y movimientos progresistas: a los «TRANS-tornados». Mientras tanto, frente a este «villano» que impide que el pueblo pueda ser feliz y cumplir sus deseos, se construye el *nosotros*, víctima del poder, en

este caso, principalmente, a partir de la figura del *rebaño de pelotudos*.

Sin embargo, este rebaño no fue la única víctima que Canosa construyó: «qué complicado debe ser, ser varón en estos tiempos. Varón heterosexual. ¿Cómo hacés para decirles a una chica que te gusta sin que se sienta ofendida, o maltratada o acosada?». Los hombres heterosexuales –uno de los focos de (re)significación que tuvo y tiene el movimiento feminista, a partir de las prácticas de revaluación de los modos de atravesar el mundo del hombre cis heterosexual, y las masculinidades, cuestión que también criticó, en el programa previo– se suman a este grupo en que, junto a los patriotas, otra de las víctimas en la retórica de Canosa, podría resumirse en base a la idea de «valores y tradiciones». Sobre esto último existe otro ejemplo: cuando Canosa resalta la noticia que mostraba cómo cuatro jóvenes poliamorosos –o «gente totalmente TRANS-tornada», como prefiere ella– habían tenido hijos.

Para finalizar con su editorial, Canosa sostuvo que Alberto Fernández «usa los recursos del Estado para su beneficio», ejemplificando con los casos de «Olivos Gate»<sup>24</sup> y «Vacunatorio VIP»<sup>25</sup>, y afirmó:

*«Todo para ustedes, nada para el rebaño de pelotudos. (...) Todos pareciera que creen que el Estado es de ellos, incluido Alberto Fernández. Usted, Presidente, es un inquilino del poder, igual que la Vicepresidente y toda esa gente que está gobernándonos hoy, que se creen los dueños de la Argentina; del Anses, de las cajas<sup>26</sup>, de las vidas de la gente, del futuro de los argentinos. Los dueños, Presidente, somos nosotros, el pueblo, no ustedes».*

## A modo de cierre

A lo largo de estos últimos dos apartados fui dando cuenta de la proliferación de sentidos, en la retórica de Viviana Canosa, acerca de las distintas temáticas abordadas, que compartían el atravesamiento del género. Mientras algunas cuestiones fueron desarrolladas en el momento, decidí dejar otras para el cierre, y así intentar esbozar una serie de conclusiones parciales, a partir del trabajo realizado.

En primer lugar, destacar que, a diferencia del primer programa, donde no hubo un punto nodal clave en el que se estuviesen articulando los particulares –las características– de esta ideología oficial, sí lo podemos encontrar en el segundo: «TRANS-tornados». Este termina siendo el representante de todas estas críticas hacia el gobierno, la ideología de género y los movimientos feminista y de diversidades. Podríamos trazar la siguiente cadena:

**TRANS-tornados** =sin valores=te hacen la vida imposible=idolatrán dictadores y sindicalistas=anti-patrias=ideología de género=progres tiranos=políticas de género que fracasan=populistas<sup>27</sup>=Olivos-Gate=Vacunatorio VIP=se creen dueños del dinero, vidas y futuro de los argentinos

Asimismo, Canosa sostiene que todos estos «privilegios» que se dan u otorgan los «TRANS-tornados» son a costa de los que menos tienen, los desposeídos. La insistencia de la periodista en los jóvenes que no comen, no estudian, o en aquellos que alquilan y no tienen casa propia, también es una estrategia para hablarle a esta «gente común». Esa gente que, cansada, como se expuso al comienzo del trabajo, encuentra alguien a quien culpar, un *chivo expiatorio*, otro culpable de mis males. Ese pueblo que (re)articula Canosa, además, es abordado como víctima y como forma de organización colectiva:

Por un lado, tenemos el significante «*rebaño de pelotudos*», a quienes se suele referir cuando habla de dinero estatal, producto de quienes pagan los impuestos, y que la plata de estos se despilfarran o roba. En este rebaño, como ya

24 Se conoce como «Olivos Gate» al cumpleaños clandestino realizado por la Primera Dama, Fabiola Yañez, en la quinta de Olivos, la casa residencial del Presidente de Argentina, durante la cuarentena estricta.

25 Fue un escándalo por presunta vacunación irregular de 70 personas, que finalizó con la renuncia de Ginés González García, Ministro de Salud.

26 Cuando se habla de «cajas» se refieren al presupuesto que tiene una determinada área gubernamental.

27 En este caso, al hablar de populistas me refiero al significante, previamente significado, en el apartado pasado, a partir de la retórica de Canosa.

destaqué, se encuentra ella: es parte de esta gente cansada, nunca lo niega, y por eso utiliza el plural colectivo, porque ella está igual de enojada, la está pasando igual de mal que su televidente.

Esto último me permite pasar al segundo modo en el que, entiendo, Canosa construye a su *nosotros*: como voluntad colectiva. Este proceso de identificación se da en ambos programas, y es fundamental el ida y vuelta que genera con el *otro*, con su *ellos*. Desde un comienzo, se plantea como el discurso contra-hegemónico: *nosotros*, los perseguidos, los censurados, los cercenados de nuestras libertades, los que pagamos impuestos y mantenemos a otros. Pero también se identifican con algunas de estas cosas, por lo que van tejiendo lazos libidinales, redes sociales: *nosotros*, orgullosamente pro-vida, pro-familia, pro-higienista, pro-libertad, talentosos, meritócratas y patriotas.

Dos reflexiones se desprenden de esto último. Primeramente, para finalizar con el proceso de identificación, articulación de demandas y de construcción de voluntad colectiva que, sostengo, se produce en la retórica de Canosa, creo que la frase del cierre de la editorial, donde afirmó que «los dueños, Presidente, somos *nosotros*, el pueblo, no ustedes» (11-5-2022), resalta la idea de «la resistencia» que plantea la periodista. Esta se constituyó como el discurso contra-hegemónico que va a disputar los modos de ver el mundo de la sociedad. Van a resistir, sí, y a luchar por (re)articular estos nodos de sentidos, hoy cargados de las demandas de los grupos progresistas, que se han institucionalizado en el campo de *la* política.

Si retomamos los casos que conversaron Canosa, Laje y Granata, en donde Canadá pena a aquellos con discursos similares a los de los allí presentes, podemos ver otra de las razones por la cual atacan tanto al globalismo. En primer lugar, el miedo por la institucionalización, en el campo de *la* política, de legislación de esa índole, que haría a «la resistencia» algo más complicada. Pero hay un segundo aspecto, que creo bastante característico de las «nuevas derechas»: el patriotismo y nacionalismo, frente al globalismo, «lo que viene de afuera».

Sin querer profundizar en la temática, entiendo que en la campaña de 2021, Milei dejó en claro, con su abordaje de «Argentina Potencia», lo que piensa del pasado argentino: el retorno a esos tiempos es su anhelo, con la Constitución de Alberdi, Argentina dentro de los países más ricos del mundo y siendo el granero del mundo. Los nacionalismos y patriotismo, en ese sentido, suelen ser «viudos» del pasado: siempre lo describirán como uno donde todo era perfecto. La lógica del *Make America Great Again*<sup>28</sup>, con la respectiva modificación por país<sup>29</sup> –en nuestro caso «Hagamos Argentina Grande de Nuevo»–, se volvió uno de los slogans, a nivel mundial, de los seguidores de las «nuevas derechas».

Quedará seguir de cerca a estos grupos, que recién están comenzando a asentarse en el terreno político de nuestra región, y ya dan signos de estar, al menos, disputando lo establecido, dando cuenta del momento de institución originaria de algunos sentidos naturalizados que nuestra sociedad tenía. La «batalla cultural», de todos modos, es un proceso lento, como la «guerra de trincheras» con la que Gramsci metaforizó la lucha por la hegemonía. El retorno de los discursos negacionistas, anti-Estado y anti-ciencia, abordados al comienzo, se suman a las disputas en torno al género, que vimos a partir de los programas de Canosa, dando cuenta de «verdades» que comienzan a desedimentarse y mostrar su faceta contingente, frágil y dispuesta al cambio.

En esta línea, la retórica de estos líderes ya está siendo estudiada, particularmente, en las encuestas, y a pesar de que los resultados sean bastante insignificantes en varias áreas de las abordadas por la retórica libertaria, el hecho de que se esté preguntando por la universidad pública, la tenencia de armas o la posibilidad de «sacar» a los militares a las calles<sup>30</sup> da cuenta de que los discursos están comenzando a circular por la arena política. Sin embargo, sí se

---

28 Traducción del autor: «Hagamos Estados Unidos grande de nuevo».

29 Ver en <https://orbilu.uni.lu/handle/10993/45081> <https://www.isdglobal.org/isd-publications/mainstreaming-mussolini-how-the-extreme-right-attempted-to-make-italy-great-again-in-the-2018-italian-election/>

30 Ver en <https://zubancordoba.com/portfolio-encuestas/>.

puede afirmar que estos están teniendo efecto en las cuestionen que atienden al género y la lucha por la igualdad: Una encuesta de noviembre de 2022 de Zubán Córdoba y Asociados, sobre identidades políticas, mostró que solo un 43% de los argentinos se sienten cercanos al feminismo, 53% lejanos y 4% no sabe/no contesta<sup>31</sup>.

El campo de lo Social, de este modo, está siendo terreno de un proceso de posibles cambios, disputas y (re)articulaciones de «nuevas verdades», de la mano de un posible «nuevo Hegemón»: las «nuevas derechas».

## Referencias bibliográficas

- «El feminismo no ha salvado a las mujeres" Agustín Laje en #VivianaConVos 25 03 2022» (25 de marzo de 2022). A24, Argentina. [Archivo de video]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=EqYBKFTIzul>.
- García Linera, A. y Errejón, I. (2019). *Qué horizonte. Hegemonía, Estado y revolución democrática*. Lengua de Trapo.
- Gerstlé, J. (2005). *La comunicación política*. LOM Ediciones.
- Iglesias, P. (3 de mayo de 2015). Guerra de trincheras y estrategia electoral. *elPeriódico*. Ver en <https://www.elperiodico.com/es/opinion/20150503/guerra-de-trincheras-y-estrategia-electoral-4200414>.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. y Mouffe, C. (1985). *Hegemonía y estrategia socialista*. Fondo de Cultura Económica.
- Laje, A. (2022). *La batalla cultural. Reflexiones críticas para una nueva derecha*. HarperCollins México.
- Mouffe, C. (2018). *Por un populismo de izquierda*. Siglo XXI Editores Argentina.
- Mouffe, C. (2007). *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica.
- Mouffe, C. y Errejón, I. (2015). *Construir pueblo. Hegemonía y radicalización de la democracia*. Icaria editorial, S.A.
- Saintout, F. (2011). «Los medios y la disputa por la construcción de sentidos». Obtenido de <https://bit.ly/2Vz7CAy>.
- Salmon, C. (2017). Entrevista a Judith Butler: nacionalismo xenófobo y retroceso democrático. En P. Brieger (et al.), *Neofascismo. De Trump a la extrema derecha europea* (pp.137-147). Capital Intelectual S.A.
- Seco, J. B. (2022a). *Populismos norteamericanos. La construcción del nosotros/ellos, las cadenas equivalenciales y la lucha por la (re)articulación hegemónica en los discursos de Donald Trump y Bernie Sanders, a partir de los debates electorales de las primarias 2015-2016*. [Tesis de grado]. <https://bit.ly/3zO3ldv>.
- Seco, J. B. (2022b). Construcción de dicotomías, trazado de fronteras y disputa por la (re)articulación hegemónica en las enunciaciones de Donald J. Trump. En Damián Loreti [et al.], *XXIII REDCOM. Comunicación y derechos en el contexto de la pandemia: escenarios, debates y desafíos en la formación*. <https://bit.ly/3Sllffd>.
- Seco, J. B. (2022c). «La Casta, el *point the caption* primordial en la (re)significación del *ellos* de Javier Milei: Articulación, antagonismos y trazado de fronteras, en el debate electoral de Ciudad Autónoma de Buenos Aires». *Actas De Periodismo Y Comunicación*, 7(2). <https://bit.ly/3zMSq42>.
- Stefanoni, P. (2021). *¿La rebeldía se volvió de derecha?* Siglo XXI Editores Argentina.
- «Trans-tornados - Editorial #VivianaConVos 11/05/2022» (11 de mayo de 2022). A24, Argentina. [Archivo de video]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=KptsyZJmVYY>

# Metamorfosis en la redacción. Prácticas ensayísticas de estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UNSa

Romina Mendía Vitancor  
mendarominav@gmail.com  
Tomás González Salcedo  
Bárbara Rosetto  
barbarqnr@gmail.com

**UNSa**

Esta ponencia se enmarca en el proyecto de investigación CIUNSA N.º 2724 y recupera experiencias y trayectorias de escritura de una docente adscripta y dos estudiantes que conforman el equipo de cátedra de Comprensión y Producción de textos, carrera de Ciencias de la Comunicación. Cada una de las perspectivas aporta una mirada acerca de las prácticas de escritura de ensayo, como así también, una propuesta teórica para desarrollar estrategias comunicativas en la enseñanza de la escritura en contextos complejos.

En el año 2022, la cátedra de Comprensión y Producción de Textos dictó como consigna en modalidad de parcial, la escritura de un ensayo académico sobre alguno de los siguientes tópicos: discursos de odio, comunicación violenta y tecnologías digitales. Con el equipo acompañamos con clases prácticas y teóricas, además de clases de consulta virtuales y presenciales.

Entendemos que la lectura y escritura en la universidad son procesos que están en constante transformación, lo cual denominamos metamorfosis. Esta idea implica que estas prácticas experimentan cambios constantes. Para evaluar este trabajo, se ha utilizado el criterio de seguimiento procesual, ya que consideramos que la práctica de la escritura es un proceso en constante evolución. El marco teórico de la asignatura, al igual que el resto de las materias del plan de estudios, es un género académico que presenta diferentes aspectos formales que se relacionan con los conocimientos previamente adquiridos.

El estudiante de primer año de Ciencias de Comunicación ejerce el “bilingüismo” que permitirá la subsistencia de la carrera. Esto quiere decir que posee un bagaje de conocimientos que utiliza cuando se encuentra con nuevos contenidos; mientras que el adscripto estará en condiciones de una situación de traducción. Se interpreta aquí que las prácticas de lectura y escritura de los estudiantes de primer año son como un universo semiótico, un espacio donde son posibles ciertos tipos de significación con un lenguaje que aglutina su sentido interno. Su frontera permite los mecanismos de traducción de los cuales se alimenta (Lotman, 1996). El adscripto, en cuanto alumno avanzado de la carrera, se encuentra con la posibilidad y responsabilidad de actuar como “traductor “filtro” bilingüe” (Lotman, 1996). Es muy importante que el adscripto genere esta “traducción de textos”, en el sentido que lo plantea Lotman, entre saberes previos y los textos de comprensión de textos.

La lectura y la escritura son procesos complejos mediados por relaciones de intersubjetividad, traducción y metamorfosis. Para desglosar esta postura recuperamos el valioso testimonio de Tomás González Salcedo sobre su experiencia como estudiante cursante de Comprensión y Producción de Textos y actualmente como adscripto de la cátedra:

## Testimonio de Tomás González Salcedo

En mi primer año de cursada en la carrera de Ciencias de la Comunicación, tuve mi primer acercamiento en la escritura de un ensayo académico, dentro del tópico de los discursos de odio. Si bien anteriormente tuve oportunidad de escribir ensayos, fueron meramente descriptivos; vengo de un colegio con orientación en ciencias naturales y posteriormente estudié 3 años la carrera Licenciatura en Química. Esta carrera suele, por lo general, adoptar un método de escritura descriptivo, así que la práctica de la defensa de un argumento la tenía bastante oxidada.

Luego de una crisis muy grande en mi vida, entre medio de una mudanza, peleas familiares y bajo entusiasmo académico, decido tomar una decisión que parecía ser la perdición, tenía miedo de sentirme la decepción de mi familia, tenía muchísimo miedo al “qué dirán”, claro, pasaba de una ciencia exacta a una social, bajo la mirada de la sociedad son cosas totalmente opuestas que no tienen relación, pero lejos de quedarme en el mismo lugar, con esa frustración con la que había batallado fuertemente los dos años de pandemia y me animaría a decir los tres años en los que curse química, me inscribí a esta nueva carrera dos días antes de que cierren las inscripciones y mi vida dio un giro drásticamente.

Me gustaría hacer hincapié en lo que me dijo mi psicóloga. Tiempo después de haberme cambiado a Ciencias de la Comunicación, surgió en una sesión el por qué había dado este giro tan repentino, que bajo la mirada de los demás parece totalmente opuesto, comenté que era por un sentimiento constante de “estudiar para después ser feliz”, como si en el proceso no se pudiera disfrutar, obviamente esto era muy agotador anímicamente y me hacía estar en un constante estrés académico, recibí unas palabras muy contenedoras “era razón suficiente para dar este giro”, lo cual comparto totalmente

¿Por qué estudiar para ser feliz después? Si en el proceso no disfrutamos, quizás, no es por ahí. Cuando hablo de disfrutar en el proceso, están incluidos esos momentos de estrés antes de un parcial y final, de sentir que no se llega a estudiar todo para el día de rendir, la angustia de haber desaprobado un examen o haber quedado libre en una materia, esto es parte de la vida universitaria, y lejos de lo que se cree, también se disfruta.

Ya cursando comunicación, me sentí una persona totalmente nueva, me llené de la sensación de estar en donde debo estar, no solo encontré personas maravillosas que hoy forman parte de mi círculo de amistad, sino que también logré desarrollar y continúo desarrollando mis capacidades de escritura, de defensa, de oralidad y de poder problematizar todo. En la cátedra Comprensión y Producción de Textos fue donde tuve mi golpe de realidad que me ayudó a mejorar y tomar conciencia de las cosas, podría decir que esta cátedra me dio el desarrollo de personaje que necesitaba para ingresar a las ciencias sociales, bajo mi perspectiva desaprobé, pero bajo la perspectiva de la cátedra regularice. ¿Por qué sostengo que desaprobé? Me gusta escribir, y mucho, no considero que lo haga mal, obviamente sé que debo mejorar y es lo que trato día a día, y para promocionar esta materia debíamos hacer eso: escribir un ensayo, el mío no llegó a la nota de promoción, pero considero que fue lo mejor que me pasó, fue un golpe de realidad hermoso, aprendí muchísimo y es lo que me gustaría plasmar en esta ponencia.

Escribir un ensayo requiere de tiempo, no solo el de sentarse a escribir, sino el de recolectar la información, evaluar argumentos y contraargumentos, buscar fuentes confiables, desarrollar una hipótesis y lo que considero que es lo que no tenía tan en práctica: defender la hipótesis. Mis fallos de partida fueron confiarme con el tiempo y el no ir a consulta, allí me hubiera dado cuenta de mis falencias a la hora de argumentar y defender mi hipótesis, simplemente quedaba en una explicación del tema, pero no llegaba a posicionarse, eso es una de las cosas que aprendí: me aleje de la idea de que defender algo o posicionarse en una idea/teoría está mal, aprendí que debemos defender una postura, la nuestra, pero fundamentándose con el respaldo con bibliografía, y esto teniendo en cuenta que existen otras posturas, las cuales podemos criticar argumentando lo que decimos. Esto es una práctica que todo estudiante de una carrera de ciencias sociales debe de tener, un pensamiento crítico, poder problematizar las cosas y argumentar lo que se dice y defiende. Al ser una práctica requiere de estar constantemente practicando (valga la redundancia) para aprender y tener mayor facilidad a la hora de escribir, no nacemos sabiendo por ende

se debe estudiar.

Me acuerdo estar sentado en las bancas de la facultad con mi grupo de amigas, escuchándolas contar lo cansada y estresadas que se sentían por tener muchas actividades juntas y encima tener que estar escribiendo el ensayo, les dije entre risas “yo me vuelvo a exactas a escribir números, al menos ahí es blanco o negro”. Claro, al ser una práctica poco recurrente en mi vida, el defender una hipótesis alejándome del sentido común, con fuentes bibliográficas confiables y encima hacerlo en papel, el camino se me hizo cuesta arriba, pero al no promocionar y tener que rendir un final, repase nuevamente la teoría, puse en práctica mis habilidades, ampliándose y desarrollándose, me presenté a rendir y aprobé, pero no me siento muy feliz solamente por haber aprobado, sino por el hecho de haber conseguido habilidades que no tenía y haber mejorado mis herramientas a la hora de escribir. Esto me dejó una enseñanza: si practicas vas a mejorar, nadie nace sabiendo y mientras más practiques, mejor lo vas a hacer.

Este año 2023 decidí ser adscripto de “Comprensión y Producción de textos” para ayudar a los nuevos estudiantes a no desanimarse a la hora de tener que escribir, dándoles el mensaje de que, si no lo hacen bien, con la práctica lo van a hacer, que es necesario hacer mal las cosas para ver los errores y corregirlos, que nadie nace sabiendo y que están aquí para aprender. Por otra parte, el equipo de cátedra es grandioso, sigo aprendiendo e incorporando conocimientos, los profesores y profesoras tienen buena predisposición a la hora de enseñar, escuchar dudas y acompañar en este proceso de formación académica, los adscritos y adscritas están codo a codo con los ingresantes, no tan solo haciendo de nexo entre estudiante-profesor sino también ayudándoles desde su propia experiencia.

Siendo adscripto me ayudó a ver la evolución en mi formación, veo errores que antes cometía pero que hoy son casi impensables que los haga, errores “de principiantes”, como el de tener poca coherencia al explicar las cosas, que al relevar por qué escriben de manera poco coherente me encontré con que no releen lo que escriben, práctica que ya la tengo tan naturalizada, pero que aprendí en la universidad. Otro error frecuente con el que me sentí identificado es el de querer desglosar todo en un solo texto, entonces se va de una idea a otra sin decir nada, eso es algo en lo que ayudé a muchos/as estudiantes cuando veía lo que iban escribiendo, explicarles que solo elijan una idea y continúen desarrollándose, no por elegir una sola idea el texto será pobre. Desde esta perspectiva de un estudiante que ya transitó por la materia, incorporó conocimientos a mayor velocidad y puedo compartirlo con los de este año, es algo que les recomendaría a todas las personas, que se animen a la adscripción, acompañen al ingresante y que sigan incorporando conocimientos y práctica.

Haciendo una retrospectiva de mi estadía académica, reflexiono sobre el valioso camino que recorrí y cómo transformo mi perspectiva hacia la escritura crítica y el aprendizaje. Se que estoy en el lugar que quiero estar, me siento completamente cómodo, las personas que me rodean me empapan de sus conocimientos, ideas y experiencias, logre identificar y definir bien lo que quiero para toda mi vida: divulgar conocimientos, por fin disfruto día a día el estudiar una carrera, con sus cosas buenas y malas. Me doy cuenta de que el acto de escribir va más allá de una simple expresión de ideas y argumentos, es un medio para explorar y comprender el mundo que nos rodea y para conectar con otros. A medida que continúo mi trayectoria como estudiante de ciencias de la comunicación, me comprometo a seguir mejorando mis habilidades de escritura, a explorar nuevas formas de comunicación y a abarazar las oportunidades que se presenten en el camino, aspiro a dejar una huella en el mundo, a inspirar a otros a encontrar su voz y sus ideas.

## **La metamorfosis de la escritura como práctica social**

Es así como el testimonio de Tomás invita a reflexionar sobre los distintos estados de la escritura y cómo, además, ésta no se detiene en su metamorfosis ya que busca un crecimiento continuo. La cátedra entiende bien sobre este aspecto y cuenta con un equipo amplio de docentes, adscritos graduados y estudiantes que se encargan de acompañar a la masividad de estudiantes que ingresan a la carrera de Comunicación en una universidad pública y gratuita. La postura del equipo es que la lectura y la escritura en contextos académicos son prácticas sociales que buscan ser estudiadas desde una perspectiva comunicacional. En consonancia con esta mirada retomamos lo que

Washington Uranga (2001) sobre práctica social: las prácticas sociales son, desde lo comunicacional, “prácticas de enunciación” que se van construyendo a través de las narraciones, y mediante el desarrollo de habilidades y técnicas expresivas”.

El fenómeno de la lectura y la escritura vistas desde una perspectiva comunicacional también otorga una mirada compleja de análisis, ya que además de ser un objeto de estudio abordado desde la psicología, la sociología, la lingüística y la educación, la comunicación también aporta aspectos desde las nociones de producción de sentido, estrategia comunicativa. enunciación, etc.:

*“Vivimos en una sociedad atravesada por la comunicación y la sociedad se constituye hoy mediante una trama de sentidos producidos, intercambiados y negociados por sujetos individuales y colectivos. En otras palabras: la comunicación es constitutiva de la sociedad y por lo tanto el análisis de las prácticas sociales demanda, en el marco de la complejidad, una mirada desde la comunicación. Esto dicho siempre desde la perspectiva del análisis complejo que reconoce que toda producción de conocimiento requiere de saberes concurrentes y complementarios en el marco de la transdisciplina” (Uranga, 2001).*

Como categoría de práctica social desde una mirada comunicacional, la lectura y la escritura en la universidad se abre a un contexto sociocultural, en donde varían distintos

factores como el contexto sociocultural, las particularidades del grupo y la complejidad de los sujetos. Esta perspectiva puede observarse en el siguiente testimonio de Bárbara, una estudiante avanzada de la carrera de Ciencias de la Comunicación que forma parte del equipo de cátedra.

### **Relato de experiencia de Bárbara Rosetto**

Desde el año 2018 soy adscripta de la cátedra comprensión y producción de textos en la que todos los años los estudiantes escriben ensayos sobre diferentes temáticas como trabajo final. Todos los años los grupos de alumnos y las temáticas van variando, pero siempre se brinda un acompañamiento presencial, de lectura conjunta, de trabajo en equipo a pesar de que cada trabajo es individual.

En 2020, este escenario se modificó mucho porque al mismo tiempo que tenían que comenzar las clases presenciales en la universidad empezaba el aislamiento obligatorio por la situación del COVID 19 en el país y el mundo. Durante 2020 y 2021 solo tuvimos oportunidad de encuentros virtuales y no pudimos llegar a conocernos en el aula con los estudiantes, la forma de trabajo se modificó, las consultas también y se trabajó los ensayos, pero con entregas por mails.

El primer año que cursó la materia durante 2022 fue el primer grupo que se conoció de manera presencial que, además de traer los miedos típicos del reciente ingreso a la universidad, también venían de cursar parte de su secundario de manera virtual, fue entonces necesario brindarles más herramientas, hacer talleres de escritura, puestas en común para que se animen a plasmar sus ideas en el papel.”

Así, claramente puede visualizarse la situación contextual por las cuales están mediadas los sujetos. Escribir ensayos no es lo mismo en instancia áulica presencial que en instancias virtuales, el proceso de aprendizaje y los actos comunicativos cambian en gran medida. Leer y escribir en la universidad tiene una metamorfosis compleja que depende del perfil del sujeto, de sus saberes previos, de su trayectoria pasada, del año en que cursa (pandemia o no pandemia), de cómo se da ese aprendizaje (virtual o no virtual, híbrido o no híbrido). Tales instancias también pueden encontrarse en el siguiente caso de la adscripta docente:

### **Relato de experiencia de Romina Mendía**

Cuando empecé el primer año de la carrera de Ciencias de la Comunicación, cursé con gran incertidumbre la materia de Comprensión y Producción de textos. Puedo decir que en la secundaria recibí buenas bases argumentativas y

lingüísticas, por lo que escribir no era una dificultad para mí. En cambio, observé que a mis compañeros les costaba más redactar textos y un grupo importante decidió abandonar la carrera porque era un área difícil de cursar. En cada año en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación la deserción estudiantil es un tema bastante visible, a pesar de que los docentes de esta materia entregan su compromiso y dedicación para que los estudiantes no dejen de cursar. Sin embargo, el ritmo de lectura es acelerado, comprender términos complejos se convierte en un desafío, el no poder avanzar con las exigencias de los trabajos prácticos y los horarios dispersos fueron algunos de los obstáculos con los cuales nos encontramos. Durante la segunda mitad del año es notable la deserción por diferentes situaciones, algunas de ellas tienen que ver con la constante búsqueda de un puente que conecte los saberes del ámbito secundario con el universitario. Existe un grupo que logra aferrarse a este puente, sin embargo, más de la mitad tiene dificultad en la escritura académica y la lectura universitaria por la cantidad de tecnicismos que ésta utiliza. Los que continúan cursando se encuentran con el desafío de desarrollar un espíritu crítico que analice problemáticas alejándose de supuestos y del sentido común.

Desde mi experiencia como adscripta me interesó preocuparme por el universo de saberes con los que se encuentran los estudiantes que cursan esta materia, los saberes, como colocar en situación de traducción aquellas lecturas que muchas veces pasan por distintos procesos de aprendizaje. La manera en que aprenden los procesos de lectura y escritura desde el ámbito académico.

Es necesario comprender a la diversidad para entender que los desafíos de cada persona son distintos y esto se aplica en todo parámetro en los estudiantes con discapacidad. Lo que vamos a indagar aquí es cuáles son dichas estrategias de aprendizaje de la lectura y escritura universitarias y la relación con el campo académico y cuáles son las comunidades de inclusión y los recursos tecnológicos que se utilizan durante la cursada.

En mi caso particular, me pude egresar de la universidad y decidí por esta problemática adscribirme a la materia de Comprensión y Producción de textos, asignatura en la cual fui adscripta desde 2011. De ahí realicé adscripciones en la cátedra durante los años 2012, 2013, 2014 y 2015. Fue en estos años que participamos en los proyectos de investigación sobre prácticas de lectura y escritura de estudiantes de primer año de Comunicación. Estuve también en la cátedra de Comprensión y Producción de Textos que se dicta en la carrera de Letras, Historia y Filosofía, un espacio curricular que me brindó un enfoque distinto a Comunicación, pero muy importante. Estos aprendizajes me llevaron a concursar la Beca de Formación del SAPI y la de la Comisión de Inclusión de la Facultad de Humanidades de Personas con Discapacidad, como así también la de Tutor estudiantil virtual, Tutora en Comunicación y en Historia, en el área de Comprensión y Producción de Textos, donde me vinculé con el estudiante en el aula, en sitios web institucionales, en las clases de consulta, en la planificación de actividades que se adecuen a sus necesidades particulares, a los seguimientos y por sobre todo a investigar y producir reflexiones sobre cada una de estas prácticas, la escritura de estudiantes de primer año en redes sociales, la lecto-escritura de estudiantes ciegos, etc.

Actualmente, soy adscripta y auxiliar docente en esta cátedra, veo desde más cerca la cuestión y por este motivo, en diálogo con el docente adjunto, es que se llevó a cabo la decisión de estos talleres de acompañamiento y repaso.

Uno de los talleres estuvo destinado para estudiantes que estaban en condición libre en la asignatura y finalmente, el taller de ensayo académico para estudiantes cursantes, donde se retomó el contenido y se partió en la elección del tema de ensayo: un área muy difícil de abordar ya que la mayoría de los que asistían en un principio, no tenían muy en claro sobre qué tema escribir. Con recursos explicativos, indagando sobre los intereses, partiendo desde la pregunta es que orientamos sobre esta aventura de iniciar el borrador. En cuanto a lo diversificado que estaba el grupo fue una estrategia ver la forma de adaptarme a la variedad de necesidades y situaciones que atender. Entonces a medida que se preguntaban los casos surgían las orientaciones. Luego de conocer cada situación es que surgían las sugerencias y recomendaciones que motorizaron la escritura del borrador desde el propio pensamiento del estudiante.

Como el trabajo final de esta materia era la producción de un ensayo escrito era importante realizar el refuerzo

del contenido y el seguimiento de tal proceso de escritura. Por este motivo, propuse el dictado de un taller de repaso sobre la escritura del ensayo académico en donde los temas que se brindaron fueron: su conceptualización y características que lo diferencian de otros textos, estructura, recursos argumentativos, criterios para la búsqueda de información académica, las normas APA, entre otros temas. Con esta actividad brindamos un asesoramiento a quince alumnos de primer año de la carrera, que se inscribieron voluntariamente al taller.

## **El ejercicio de escritura**

El taller denominado “Producción del Ensayo Académico en Primer año de Ciencias de la Comunicación”, tuvo una duración de dos encuentros, en donde colaboraron adscriptos docentes y estudiantes. Las actividades que se realizaron fueron las siguientes:

1. Dictado del taller
2. Clases de consulta
3. Encuentro de lectura
4. Revisión y corrección virtual de los ensayos

En paralelo a esta actividad en la cátedra de Comprensión y Producción de Textos se creamos junto a otros adscriptos un grupo vía Facebook denominado “Preguntas sobre Comprensión y Producción de Textos” en el que se constituye como una vía comunicativa y fluida, sobre todo, entre los alumnos y los estudiantes adscriptos de dicha cátedra. Básicamente, lo que se propone este trabajo es analizar de qué forma aprovechan los alumnos el Facebook y cómo aporta este espacio al desarrollo del Taller. Una de las intenciones para la creación de este grupo, se debía al uso masivo, ya que es una herramienta muy utilizada entre los jóvenes, en este caso la comunidad universitaria de primer año de la carrera. Los contenidos no son limitados, por lo tanto, los alumnos publican libremente. La forma en que se realizaron los talleres fue a través del intercambio, de manera que el estudiante adscripto es una herramienta clave en el acompañamiento del ingresante en el proceso de aprendizaje de lectura y escritura, y códigos académicos y virtuales.

La escritura es un proceso que es fundamental acompañar cuyas metamorfosis la cátedra desarrolla. El ejercicio de redacción necesita entrenamiento constante. El marco teórico es un género académico que presenta distintos aspectos formales.

## **Escritura ensayística en contextos complejos: la interculturalidad**

En este año nos encontramos con una variedad de casos, tuvimos alumnos de comunidades de pueblos originarios y la escritura del ensayo reflejó un escenario bastante complejo. Esto nos invitó a reflexionar sobre la comunicación y enseñanza de la escritura en contextos de interculturalidad, donde tuvimos que trabajar colaborativamente a partir de varios desafíos y problemáticas.

La escritura en los ámbitos de interculturalidad denota varios aspectos. Primero, es importante indagar sobre cuáles son los conocimientos previos con los que cuenta el estudiante, cuáles son sus saberes. Cuando se trata de un ingresante de comunidad originaria se investiga sobre lo que sabe y se hace un diagnóstico de su escritura. Cada pueblo es distinto y tiene su propia cosmovisión. Segundo, en esta materia nos encontramos con una estudiante de comunidad tapiete que no contaba con un traductor personal, cuyo dominio del castellano era bastante bueno pero que tenía dificultad en la comprensión de los tecnicismos (como la mayoría de los estudiantes). Por sobre todo, los problemas más fuertes aparecieron en la instancia de redacción. Se podía observar una situación grave de falta de coherencia o carencia de unión entre las oraciones. Incluso algunas ideas no se comprenden en la lectura. A nivel gramatical, aparecían cuestiones de ortografía y de acentuación.

Con la estudiante había que trabajar bastante en las clases de consulta, realizar un seguimiento personalizado y ver avance tras avance. Otro aspecto que realmente dejaba ver una brecha era el manejo de la tecnología. Los ensayos se entregan de manera impresa y la estudiante aún no tenía muy desarrolladas las destrezas con la computadora. Se le había ofrecido de manera excepcional que pudiera entregar el ensayo escrito a mano, sin embargo, ella prefería en formato impreso como el resto de sus compañeros. Contaba con una tablet pero no sabía manejarla totalmente. La adscrita se dedicó a enseñar dos saberes: redacción y tic ,s ¿Y de qué forma? Primero, partiendo de sus saberes previos, luego preguntando si estas actividades las había realizado en la educación secundaria. La estudiante dijo que en parte había trabajado argumentación, pero no con la extensión que le requería la academia. Sin ánimos de culpabilizar la base secundaria, porque en vez de preocuparse por la base, es preciso pensar que lo mejor es ocuparse y asumir la responsabilidad desde el rol que nos toca. Con las preguntas y una lectura de sus textos se realizó un diagnóstico de escritura y empezamos con breves devoluciones, luego ella tenía que ejecutar cada explicación, cada observación. Lo importante es que la materia mantuvo sus criterios de evaluación, permitió la expresión de la voz de la estudiante y ella pudo aplicar la rigurosidad de la normativa en escritura.

Hubo aprendizaje y crecimiento y de esta manera, teniendo en cuenta la especificidad de la situación es que elaboramos una estrategia comunicativa con una estudiante de la comunidad originaria.

### **Escritura ensayística y discapacidad**

En esta cátedra, para agregar, asistieron a estudiantes con discapacidad visual. La escritura en el ámbito de la discapacidad presenta una situación totalmente distinta y afortunadamente contamos con adscriptos que son de la Comisión de Discapacidad de la Facultad de Humanidades.

Este año nos tocó contar con estudiantes con discapacidad visual, para ello con la cátedra nos encargamos de socializar los textos digitalizados para que puedan ser leídos por los programas lectores de audio. Estos programas son estrategias comunicativas que van empezando a utilizar más allá del Sistema Braille. Los lectores de audio permiten tener la información en formato audio y texto. Por este motivo se hace indispensable para ese tipo de necesidades contar con dispositivos tecnológicos y con internet. La cátedra considera a la lectura y la escritura con un enfoque más amplio, más social y más cultural, invita a repensar que estos estudiantes se apropian del conocimiento a través de la escucha del texto. Entonces que para ellos esta práctica es leer, para nosotros también como institución, la lectura y la escritura se resignifica y se convierten en prácticas de lectura y escritura más amplias en un enfoque social y cultural.

### **Escritura y tecnologías digitales**

Comprensión y Producción de Textos utilizó como vía de comunicación un Blog, luego un grupo de Facebook, ahora trabaja desde el Moodle, sitio Web recomendable por la institución, más adelante se planteará otros espacios. Las redes sociales y las plataformas digitales son espacios resonantes que trascienden por los mensajes y la estimulación sonora - visual, constituyen una parte central en la cultura juvenil, a su vez redireccionan flujos de producción de sentido.

Frente ante un campo diversificado de perfiles estudiantiles con distintos procesos de aprendizaje surge la pregunta acerca de la escritura, las estrategias comunicativas y recursos de aprendizaje ¿Cuáles son las herramientas de comunicación que se seguirán utilizando para realizar los seguimientos y respuestas a las consultas de los estudiantes? Ya no tiene que ver con una posición política sobre la inclusión social institucional sino, de plantear una posición política, y sobre todo científica, sobre lo que es para nosotros la lectura y la escritura. Dichas acciones son un conjunto de prácticas sociales complejas de comunicación, mediadas por la producción de sentido y la utilización de dispositivos.

Teniendo en cuenta todo lo desarrollado anteriormente, la función del docente es la de comprometerse con su

materia, y que busca desarrollar la habilidad de transmitir interés por los contenidos a sus estudiantes. Para esto se requiere de mucha paciencia y comprensión en la tarea, con una capacidad de adaptación a los diferentes estilos de aprendizaje (estrategias comunicativas) para así, motivar a los estudiantes para que alcancen su máximo potencial. Además, es la tarea del docente la plena disposición de la escucha y la atención ante posibles preguntas que surjan. El ejercicio de redacción necesita entrenamiento constante. De esta manera se busca repensar la formación de la Universidad Nacional de Salta, institución ubicada en zona norte alejada de muchos sectores de la ciudad, creada en el ámbito de una dictadura militar, que muchas veces anhela ser inclusiva, pero tiene una tarea enorme por delante.

## Bibliografía

- Lotman, Iuri (1996). *La semiosfera I. Semiótica de la cultura y del texto*: Cátedra, Madrid.
- Uranga, Washington (2001). *MIRAR DESDE LA COMUNICACIÓN. Una manera de analizar las prácticas sociales*. Disponible en <http://www.comunicacion4.com.ar/archivos/URANGA-MirarDesdeLaComunicacion.pdf>
- Peres-Cajías, Guadalupe. (2019). *¿PRODUCCIÓN DE SENTIDO PARA EL CAMBIO SOCIAL? UNA REVISIÓN CONCEPTUAL DESDE LA FILOSOFÍA A LOS ESTUDIOS DE ORGANIZACIÓN SOCIAL*. *Punto Cero*, 24(38), 73-81.

Recuperado en 30 de mayo de 2023, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762019000100006&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762019000100006&lng=es&tlng=es)

# Disparen contra el kirchnerismo y el populismo: la construcción del enemigo en los discursos de Mauricio Macri en el libro *Primer Tiempo*

Toledo Yesica

toledoyesica@gmail.com

Universidad Nacional de San Luis

## Resumen

A continuación vamos a presentar un avance de mi Trabajo Final para acceder al título de grado de la Licenciatura en Comunicación Social, que se enmarca dentro del proyecto de investigación “PROICO 04-1820 “La comunicación en las sociedades mediatizadas: discurso, cultura y poder”. En el mismo proponemos realizar una lectura del libro *Primer Tiempo* desde una perspectiva sociosemiótica y sociocrítica, y también, a partir de la fecundidad de la concepción de ethos desde el análisis argumentativo.

En ese sentido, es que nos interesa profundizar sobre la configuración del dispositivo enunciativo del ex mandatario en su libro. Es en el escenario de la política –una de las zonas de la discursividad social- en donde nos proponemos realizar esta indagación desde donde analizaremos la construcción de la identidad política de Mauricio Macri (MM, en adelante).

En este trabajo nos vamos a centrar en identificar en la discursividad de MM qué formas asumen los campos del “nosotros” positivo y los “otros” negativo a través de la construcción de fronteras simbólicas y antagonismos.

**Palabras clave:** discursos políticos, antagonismos, populismo, kirchnerismo, Mauricio Macri.

## Introducción

Durante muchos años, Argentina estuvo gobernada por una heterogeneidad de actores políticos/as que, más allá de las nomenclaturas de sus agrupaciones, integraban un colectivo de identificación peronista-justicialista (<sup>1</sup>). Sin embargo, en el año 2015, otra alianza electoral política, Cambiemos, liderada por MM ganó las elecciones presidenciales nacionales y pudo concluir su mandato.

Durante los cuatro años en los que mantuvo el cargo de presidente de la Nación, según las palabras de MM en su libro, realizó un registro personal de sus ideas y emociones frente a lo que estaba viviendo. En consiguiente, en los

---

1 Entre 1946 y 2019, el justicialismo ganó diez elecciones presidenciales: 1946 (Juan Domingo Perón-Juan Hortensio Quijano); 1951 (Juan Domingo Perón-Juan Hortensio Quijano); las dos de 1973 (Héctor José Cámpora resultó electo en marzo de ese año, en junio renunció y en un nuevo llamado a elecciones en septiembre, resultó ganadora la fórmula Juan Domingo Perón- María Estela Martínez de Perón); 1989 (Carlos Menem-Eduardo Duhalde); 1995 (Carlos Menem-Carlos Ruckauf); 2003 (Néstor Kirchner-Daniel Scioli); 2007 (Cristina Fernández de Kirchner-Julio Cobos); 2011 (Cristina Fernández de Kirchner-Amado Boudou) y 2019 (Alberto Fernández-Cristina Fernández), y perdió las elecciones de 1983, 1999 y 2015. Muchos de estos gobiernos democráticos fueron interrumpidos por Dictaduras Cívico Militares: la dictadura de la autodenominada Revolución Libertadora (1955-1958), la dictadura de 1962-1963 (único caso que fue encabezado por un civil: José María Guido), la dictadura de Juan Carlos Onganía y sus sucesores, autodenominada Revolución Argentina (1966-1970) y la dictadura cívico-militar del autodenominado Proceso de Reorganización Nacional (1976-1983).

últimos días de la presidencia, tomó la decisión de escribir un libro para plasmar esos registros y luego de varios meses de escritura y conversaciones, el resultado fue la publicación, en febrero de 2021 de *Primer Tiempo. Historia personal del primer Gobierno del cambio en la Argentina* <sup>(2)</sup>, que marca la reaparición pública del ex presidente en la esfera política.

Planteado este breve recorrido, es que nos interesa profundizar sobre la configuración del dispositivo enunciativo del ex mandatario en su libro e indagar discursivamente cómo se construye la identidad política de MM en una de las zonas de la discursividad social: la topografía política nacional. Particularmente, en este trabajo nos vamos a enfocar en la dimensión adversativa y configuración del enemigo.

## Objetivos

En este trabajo nos proponemos identificar en la discursividad de MM qué formas asumen los campos del “nosotros” positivo y los “otros” negativo a través de la configuración de antagonismos y fronteras simbólicas externas con el populismo, e internas con el peronismo y el kirchnerismo. Además, vamos a observar si en el libro se presentan rupturas, desplazamientos o continuidades con relación a la construcción del adversario respecto a los discursos enunciados por MM, antes de acceder a la presidencia.

## Marco teórico propuesto

Este trabajo, que es un avance de la Tesina que se encuentra en proceso, pertenece al campo de la Comunicación Social, disciplina que se ha consolidado a lo largo de los años por los aportes de otras ciencias sociales, ganándose la característica de transdisciplinaria.

Esta transdisciplinaria en el estudio de la comunicación no significa la disolución de sus objetos de los de las disciplinas sociales sino la construcción de las articulaciones –mediaciones e intertextualidades- que hacen su especificidad. (Fuentes Navarro, 1994, en Martín Barbero, 2002: p. 217)

En consiguiente, para nuestro trabajo final, la Semiótica ocupa un lugar central, ya que analizaremos fenómenos significantes en producción y necesitamos de sus aportes conceptuales (teóricos) y metodológicos para realizarlo.

El recorrido que vamos a realizar es sobre un corpus de discurso político. Pretendemos retomar las dimensiones significantes del discurso político según las categorías que nos ofrece Eliseo Verón:

El trabajo sobre el discurso político se ha desarrollado entonces sobre la base de ciertas intuiciones -con frecuencias correctas- y a partir de una identificación de sentido común, como por ejemplo la que consiste en analizar como ‘discurso político’ textos producidos por líderes o partidos políticos. (1987b, p. 153)

Sin embargo, el autor advierte que debemos estar en condiciones de transformar la categorización intuitiva inicial, y llegado el caso, abandonarla. En este sentido, nuestra investigación se centrará particularizando los discursos producidos por el dirigente político citado anteriormente, siempre entendidos como sujeto discursivo o textual. Entendemos junto a Verón (1987b) que el discurso político es un género adversativo, portador de muerte simbólica del contradestinatario, que define relaciones de fuerza y construye distintos tipos de relaciones entre enunciadores y destinatarios. Estos aportes son clave para alcanzar los objetivos propuestos en nuestro trabajo de investigación.

Finalmente, diremos que la identidad, según Lobo (2015), es un concepto que pone en escena múltiples articulaciones y reviste gran complejidad. No reducida a lo individual, no determinada de modo absoluto por lo social, la identidad se instituye como un proceso inestable, siempre precario y contingente. En nuestra investigación entendemos junto a Lobo, a las identidades (políticas) como construcciones discursivas ancladas socio-históricamente:

---

2 Según un relevamiento del Grupo Ilhsa (Yenny y el Ateneo), el libro *Primer tiempo* fue el más vendido del año 2021.

Estas adquirirían visibilidad en los discursos puestos a circular, flujos siempre aleatorios y contingentes que sedimentan algunos sentidos y operan como fuerzas centrífugas de otros, definiéndose nuevas relaciones entre los colectivos ‘nosotros’ y los ‘otros’ por medio, de procesos de repetición/naturalización y de resignificación/desplazamiento. (Lobo, 2015, p. 100)

## Metodología de abordaje

Siguiendo a Narvaña de Arnoux, consideramos al analista “como un profesional que debe ser capaz de articular saberes provenientes del campo en el cual el discurso ha sido producido con los conocimientos elaborados por las ciencias del lenguaje” (2009: p.13). Según la autora anteriormente citada, en su recorrido interpretativo el analista debe reconocer marcas discursivas (indicios) a partir de los cuales formula hipótesis, en relación con un problema que se ha planteado.

En un campo tan heterogéneo como el Análisis del Discurso, optamos por una perspectiva construccionista. Refutamos junto a Fabiana Martínez (2011) toda concepción representacional del lenguaje, y la subordinación directa de las formaciones discursivas a instancias externas y preconstruidas (clase, ideología dominante, etc).

## Selección del corpus

Analizaremos desde una perspectiva Sociosemiótica y Sociocrítica, el libro de MM titulado *Primer tiempo. Historia personal del primer gobierno del cambio en la Argentina*. Contamos con el libro impreso, que cuenta con 303 páginas y fue publicado por la editorial Planeta en febrero del 2021.

## Análisis

A partir de una lectura introductoria del corpus de estudio, pudimos conjeturar que estábamos ante la presencia de una configuración identitaria política constituida desde una doxa pospolítica, pero a la vez, configuradora de fuertes antagonismos y enemigos. A medida que continuamos con la exploración, siguiendo uno de los objetivos de nuestra investigación, específicamente identificar en la discursividad de MM qué formas asumen los campos del “nosotros” positivo y los “otros” negativo, interpretamos que hay en las estrategias discursivas de MM una fuerte construcción de un adversario personalizado e “interno”, con quien viene a disputar sentidos, anclado en un partido y líder político; y un enemigo “externo” con el cual construye una frontera simbólica y es el populismo.

Nos parece oportuno recuperar como condición de producción de esta investigación, que el significante “cambio”, fue fetiche en la campaña de la coalición ‘Cambiamos’ para acceder a la presidencia en el año 2015 y ocupó un lugar centrípeto como tópico en las narrativas de quiénes integraban ese proyecto político. Específicamente, en la discursividad de MM, reenviaba a dejar atrás un tiempo pasado disfórico (Robles Ridi, 2019), en especial a los “años anteriores”, que habían sido de “estancamiento”, “autoritarismo”, “miedo y silencio”, de errores y arbitrariedades”, “divisiones”, “unitarismo”, de “economía cerrada”, de “populismo económico”. En el estudio de ese momento del dispositivo de enunciación y de la configuración identitaria que se construían en las discursividades del MM candidato a presidente, Robles Ridi (2020) identificó que no se dimensionaban fuertes construcciones del adversario político. Sin embargo, en el libro objeto de nuestra investigación, publicado en el año 2021, luego de la presidencia de MM, observamos que apelando al componente descriptivo (Verón, 1987), diagnostica un estado de “desastre heredado”, de la herencia recibida, como consecuencia de los 12 años durante los cuales gobernó el kirchnerismo. Esta dimensión adversativa con el “gobierno anterior”, a partir de calificarlo explícitamente como un gobierno populista desde una valoración negativa, se profundiza en los enunciados de su libro y el distanciamiento del enunciador es cada vez más visible y profundo en torno a una isotopía soportada en un eje semántico: el “desastre recibido” del estado populista del “gobierno anterior”. Identificamos que en gestión se comenzó a exacerbar la dimensión polémica con su contradestinatario, la cual continuó y se profundizó en el libro.

En un proceso de intertextualidad como recurso de enunciación en el libro, MM recupera en clave dialógica enuncia-

dos anteriores pronunciados durante su tiempo presidencial, que tuvieron fuerte pregnancia. En su primer discurso frente a la Asamblea Legislativa, el 1° de marzo de 2016, en donde trazó un diagnóstico de todos los problemas que habían encontrado cuando llegaron al gobierno. A través del componente descriptivo, realiza un balance o estado de situación de lo que él considera que dejaron sus antecesores (esto le permite seguir profundizando la frontera antagónica con los otros):

«Encontramos un Estado desordenado y mal gestionado, con instrumentos de navegación rotos, se ocultó información, faltan documentos, no hay estadísticas, cuesta encontrar un papel», dijo aquel día en el Congreso. Más tarde agregué: «Nos encontramos con un país lleno de deudas, deudas de infraestructura, deudas sociales, deudas de desarrollo. En estos años de vacas gordas no ahorramos, sino que nos comimos nuestro capital, como tantas veces nos ha ocurrido en el pasado». (MM, 2021, p. 28)

También identificamos algunos enunciados en donde MM apeló a categorías dicotómicas binarias que exacerbaban los antagonismos entre los tipos de Estados del “gobierno anterior” y el “gobierno de Cambiemos” y profundizaron las fronteras simbólicas: “Estado aislado vs. Estado integrado al mundo”, “Estado ineficiente vs. Estado eficiente”, “Estado corrupto y oscuro vs. Estado transparente y gobierno abierto”, “Argentina agotada vs Argentina dinámica”.

En el libro, además, se recupera un extracto de un discurso emitido antes de terminar su mandato, en donde se refirió a la situación en la cual dejó el Estado en el año 2019, a través de una evaluación que él mismo realizó en donde lo comparó con el Estado que recibió en el 2015, configurando fuertes antagonismos, que demarcaron relaciones entre un nosotros positivo y un otros negativo a través de una semantización negativa del estado heredado:

“Cuando llegamos encontramos un Estado sin información ni estadísticas, todo en papel, con poca capacidad de ejecución, que atendía mal a los ciudadanos y gastaba mal la plata de los argentinos. Y en el que era difícil detectar a los corruptos”. (MM, 2011, p. 281)

“Cuatro años después teníamos un Estado no perfecto pero sí más eficaz, con información pública y estadísticas confiables. Con más tecnología y ejecución (ya no hay más papel), que atendía mejor a los ciudadanos, como en Anses o el Pami, usaba mejor la plata de los argentinos y era mucho más transparente”. (MM, 2011, p. 281)

De esta manera, el enunciador construye a ese otro negativo, su contradestinatario, y le asigna un nombre: el “Kirchnerismo”. Esta relación polémica que construye con su adversario, con quien lucha, se enfrenta y a quien intenta dar muerte simbólica (Verón, 1987), se configura en una cadena de equivalencias con acentuaciones abyectas para referirse al mismo como “prepotente”, “incompetente”, “corrupto”, “anormal”; incluso describe a su adversario como una “monarquía”<sup>(3)</sup> y “un régimen poderoso”. A partir del uso de términos cargados moralmente (Casullo, 2019), establece con este enemigo simbólico con quien compite políticamente, una frontera con respecto a lo que ellos como partido político consideran que no son: “no sólo no somos lo mismo sino que no representamos los mismos valores” (p.47). “Nuestro objetivo era mostrar que éramos distintos al kirchnerismo” (p. 114).

Si retomamos al kirchnerismo como signo material e ideológico, para MM está en lugar de otra cosa, desde un punto de vista valorativo (Voloshinov, 2009) o axiológico negativo: del “peronismo extremo” a diferencia de un “peronismo racional”. Para el enunciador, el kirchnerismo también “es el síntoma de una enfermedad más compleja y profunda: el populismo” (p. 95), al cual asocia con un estado patémico de resignación: “El mayor éxito del populismo en estas décadas es haber inyectado en el sistema sanguíneo argentino el virus de la resignación: no esperar nada y no desilusionarse cuando nada ocurre” (MM, 2021, p. 74).

“Y el nombre alternativo del populismo es resignación. La resignación no viene de un día para el otro. Son décadas

---

3 Según la Real Academia Española, una monarquía es: organización del Estado en la que la jefatura y representación supremas son ejercidas por una persona que, a título de rey, ha recibido el poder por vía hereditaria y puede transmitirlo del mismo modo.

de desinterés, de abandono, de negligencia, de «da lo mismo». Poco a poco nos fuimos resignando a que en la Argentina los más pobres no puedan tener acceso a cloacas, a agua potable, a asfalto. Y detrás de la resignación no hay un Estado inocente. Su ausencia está acompañada por la presencia de mafias y de empresarios sin autoestima no menos resignados y que han abandonado toda vocación de competir”. (MM, 2021, p. 95)

En este orden del discurso (Foucault, 1982), donde lo prohibido es el populismo, MM se configuró como enunciator legitimado para tomar la palabra y dar su visión del mundo (Angenot, 2010), comparando el populismo con una enfermedad: el coronavirus. En el libro hace referencia a dos pandemias por las cuales atravesamos como país en los últimos años: el populismo y el coronavirus. Pudimos reconocer marcas de subjetividad del hablante en su discurso cuando emite un juicio sobre el populismo y lo califica como más peligroso que el coronavirus. MM se incluye dentro del colectivo de identificación “los argentinos” que han atravesado décadas de populismo e intenta definirlo de la siguiente manera:

“No es fácil encontrar una definición única de populismo. Todos sabemos qué encierra, pero cuesta definirlo, incluso a sus impulsores. El populismo puede disfrazarse detrás de cualquier ideología, pero su base es siempre la misma: la invocación de soluciones simples a problemas complejos, el desprecio por las normas establecidas de la democracia y la supuesta satisfacción del presente a costa de los problemas del futuro. El populista siempre se atribuye la representación de la Nación, la Patria y el Pueblo. Y, por ende, todos los que piensan diferente pasan a estar en contra de la Nación y ser enemigos de la Patria y el Pueblo. Este esquema tan simple ha causado y sigue causando muchísimo daño, comparable, a pesar de las muchísimas diferencias entre uno y otro, con el coronavirus. Los argentinos, que hemos atravesado décadas de populismo, sabemos bien de qué se trata”. (MM, 2021, p. 209-210)

En su definición, construye una cadena de significantes abyectos: “simplicidad”, “no democrático”, “incapaz”, “enemigos de todo aquel que piensa distinto”, “Estado mafioso”. De esta manera, si el culpable de la enfermedad es el modelo populista, como estrategia de una retórica salud-enfermedad, para extirparla, se hace necesaria una retórica neoliberal.

Se configura así una frontera simbólica con lo que MM considera que no es: populista, ni peronista, pero tampoco “antiperonista”. Entonces “Lo otro” y “lo anormal o no verdadero” (Foucault, 1971) en su discurso es el populismo, a quien construye como el enemigo responsable de haber dejado una pesada herencia, un pasado patémico desesperanzador, que el colectivo de identificación amplio “los argentinos”, deben superar.

A partir de una estrategia de constitución de fronteras, diferencias, de dicotomización y antagonismos entre los colectivos de identificación, en un juego de interdiscursos, se apeló a una lógica de oposiciones binarias entre la construcción del ‘nosotros’ (el remedio) y el ‘ellos’ (la enfermedad), que volvió problemáticos e inadecuados los lenguajes sociales de matriz populista como voces que dicen lo impensable, lo indecible en un estado determinado del discurso social

Con respecto al peronismo, MM identificó un ala “moderadora” y otro sector “más extremo y virulento” dentro del mismo, con menos voluntad de diálogo y mucha de confrontación. Califica a la facción kirchnerista como la última versión de este sector extremo. Al hablar del peronismo, afirmando que no es ni ha sido peronista, pero tampoco es ni ha sido antiperonista, si les otorga una cuota de responsabilidad sobre el presente, al haber sido gobierno durante más de la mitad de su propia historia, pero no los excluye. Su partido político está conformado también por dirigentes peronistas (filoperonitas): “*contra lo que muchos han repetido sin fundamentos, nuestra fuerza siempre estuvo abierta y se ha enriquecido con dirigentes y cuadros con trayectorias importantes dentro del peronismo*” (p. 89).

El enunciator, describe las dificultades que tuvieron como partido político para lograr “acuerdos” con el peronismo y “*su poca disposición a cambiar en serio las cosas que hay que cambiar en la Argentina*”. Para MM, cualquier acuerdo que les permita salir adelante como país requiere que los peronistas rompan su sometimiento con la fac-

ción kirchnerista. Y manifiesta una impresión al observar el gobierno de Alberto Fernández y es que el peronismo racional terminó siendo engullido por el kirchnerismo. Podemos interpretar que su discurso apunta contra el peronismo. Sin embargo, en su libro, observamos una combinación de la retórica antagonizante con una metodología política aparentemente contradictoria: la necesidad imperiosa de lograr diálogo y consenso con sus opositores, para terminar de una vez por todas con las divisiones y lograr acuerdos que beneficien a los argentinos. Y una estrategia de cara a las elecciones 2019 de incluir dirigentes peronistas dentro de su partido:

“...empezó a circular en el mundo político y entre algunos periodistas la idea de que teníamos que hacer un acuerdo más estable con un sector del peronismo, invitar a algunos de ellos a formar parte del Gabinete y fusionar nuestros bloques en el Congreso, con la perspectiva de compartir también las listas para las elecciones de 2019”. (MM, 2021, p. 147)

Se puede afirmar entonces que toda identidad política se constituye en base a un antagonismo. Tal como sostiene Mouffe (2007), “la condición de existencia de toda identidad es la afirmación de una diferencia”. En este sentido, la presencia de un “otro” que amenaza la propia identidad es lo que permite diferenciar y por lo tanto adquirir una identidad colectiva. En el plano, entonces, de lo simbólico, este “otro”, este exterior constitutivo, implica una amenaza porque pone en jaque la fantasía de la posibilidad de una identidad homogénea.

En este caso, podemos analizar que el populismo emerge como principal anatema, para marcar una diferencia, para mostrar lo que no son como partido político y de esa manera Cambiemos se constituye como la única alternativa válida contra el populismo. Una manera diferente de pensar frente a la perspectiva populista. A modo de ejemplo señalamos “un pasado como atraso vs un futuro como progreso”; “la vieja política vs la nueva política”; “Estado mafioso vs Estado eficiente”; “aislamiento vs apertura comercial”. El enunciador marca una ruptura con aquel pasado disfórico, y a través de componentes programáticos, valoró su triunfo en las elecciones del 2015 como una oportunidad para reemplazar el estancamiento y autoritarismo de los años anteriores, para enderezar el rumbo de la democracia y cerrar una etapa para comenzar una nueva. De esta manera, se configura un pathos de esperanza, de optimismo por lo que vendrá a través de la promesa de un mejor futuro.

Continuando con nuestro trabajo de investigación pudimos registrar temporalidades diferentes como condición de producción de enunciación en el libro de MM: una que abarca sus años como presidente del país y otra como ex presidente, debido a que el libro se publicó a comienzos del año 2021 y él finalizó su gestión en diciembre del 2019.

Identificamos en la discursividad de MM, que luego de su presidencia construye un nuevo contradestinatario, bajo el nombre de: “el gobierno actual”, “el gobierno que me sucedió”, “el gobierno de Alberto Fernández” y se evidencia más la figura de la líder de ese gobierno que es Cristina Fernández. Indicio de ello es cuando el enunciador se refiere explícitamente en su discurso sobre el gobierno actual afirmando que “*regresó el kirchnerismo al poder, sobre los hombros de Alberto Fernández*” (p.126). Para el enunciador el actor principal del “actual gobierno” sigue siendo el kirchnerismo y su valoración es que “*no volvieron mejores*”.

Realiza una evaluación con respecto a los primeros meses del gobierno de Alberto Fernández en el poder, la cual es negativa. El enunciador construye un pathos de tristeza al ver cómo el gobierno que lo sucedió da marcha tras con algunos cambios importantes realizados durante su presidencia. Utiliza el componente descriptivo para referirse al actual gobierno como “una combinación inédita de improvisación e ineficacia”, que generó las condiciones para que avance la pobreza y la exclusión; y un gobierno con “falta total de rumbo y corrupto”. También lo califica explícitamente como populista desde una valoración negativa. Como estrategia de veridicción y de ensanchamiento de la frontera simbólica, utiliza un ejemplo sucedido en 2020, con el primer escándalo del gobierno de Alberto Fernández: el gobierno pagó sobrepagos enormes en la compra de alimentos, que pudieron ser detectados gracias a que todas las compras ahora quedan publicadas en el portal Compr.Ar, que inauguró MM durante su gestión. El enunciador muestra un pathos de orgullo por el trabajo que hicieron en sus años de gobierno para que no haya más corrupción en la Argentina. Otro ejemplo que utiliza como estrategia de veridicción es la recuperación

del Indec:

Recordé después que había recibido un Indec que manipulaba y escondía la información sobre cómo vivíamos los argentinos. Y estadísticas falsas o inexistentes en muchas áreas. Después de cuatro años dejé un Indec creíble y profesional, estadísticas reconocidas en seguridad y educación, y una cultura de gobierno abierto y de acceso a la información. El gobierno actual tuvo la ventaja —que yo no tuve— de tener estadísticas creíbles para saber desde el primer día dónde estaba parado. (MM, 2021, p. 282-283)

Pudimos observar que en los enunciados del ex presidente MM, la pandemia ocupó un espacio relevante en la configuración del dispositivo para generar polémica con el adversario político, teniendo en consideración las medidas aplicadas por el gobierno de ese momento: “cuanto más populista se hacía en sus medidas económicas y políticas, más populista se volvía en su estrategia sanitaria” (p. 210); La larga serie de papelones llevados a cabo por el presidente Fernández en muy pocos meses son parte de la mirada estratégica equivocada propia del populismo (p. 167). Y se permitió dar su visión de lo él hubiese hecho en caso de atravesar la pandemia durante su gobierno, para generar más polémica con su adversario. De las varias medidas que hubiese tomado, haremos hincapié en una y es su vínculo con la categoría “libertad”:

La libertad no es algo que se otorga, sino algo que se respeta. Creo que tendríamos que haber evitado llevar a la sociedad a vivir en un estado policial, respetando y garantizando su libertad. Desde esta base, habría buscado el equilibrio necesario entre la prevención sanitaria del coronavirus y el funcionamiento del sistema de salud para que cuide la salud física y mental de la gente sin descuidar los puestos de trabajo actuales y futuros. (MM, 2021, p. 212)

El gobierno que me sucedió, con su combinación inédita de improvisación e ineficacia, generó las condiciones para un gigantesco avance de la pobreza y la exclusión. Y la pandemia no es un atenuante. Al contrario, su pésimo manejo hizo aún peores todos los indicadores sociales. Estamos siendo testigos del fracaso definitivo del populismo. (MM, 2021, p. 300)

Podemos observar que el populismo sigue emergiendo como principal anatema y enemigo “externo”, y a nivel territorial el principal adversario siempre fue el kirchnerismo, que regresó al gobierno en el año 2019. De esta manera, si los causantes del daño en nuestro país siguen siendo el populismo y el kirchnerismo, en una retórica villano-héroe, en donde el populismo es el villano externo y el kirchnerismo el traidor interno, el héroe sería el individuo proveniente del mundo de las empresas, en este caso, MM.

## Conclusiones

Estudiar de qué manera se construye en la discursividad de MM en un nuevo contexto de enunciación (como ex presidente), al enemigo y el tipo de Estado que representaba y dejó, es clave debido a que nos permite profundizar en los objetivos de esta investigación, para tratar de describir qué continuidades, rupturas y desplazamientos se producen en la construcción discursiva de la identidad política de MM luego de su presidencia, entendiéndolas siempre como precarias, inestables y contingentes.

Con respecto al primer objetivo, interpretamos que en la discursividad del ex mandatario se construye un mito narrativo (Casullo, 2019) que planteó con claridad un adversario moral (el kirchnerismo), un nosotros inclusivo (los argentinos que comparten sus mismos valores, su mismo régimen de verdad, y están a favor del cambio), un daño sufrido en el pasado (la corrupción kirchnerista y los setenta años perdidos por el populismo) y un horizonte de redención en el futuro (expresado en el nombre del partido Cambiemos-Juntos por el cambio).

Con relación a la construcción del adversario respecto a los discursos enunciados por MM, antes de acceder a la presidencia, Robles Ridi (2019) instaló la sospecha de que el programa narrativo construido por el enunciador MM en 2015 durante la campaña presidencial, no se basaba principalmente en la configuración de un adversario nega-

tivo, con quien se lucha, se enfrenta y se le trata de dar muerte simbólica. Sin embargo, durante sus dos primeros años de gestión si se retornaba a la clásica definición veroniana y se configuraba en una cadena de equivalencias negativa a quien sería el principal adversario de la reciente gestión: el Estado benefactor, la corrupción, y la herencia recibida.

Consecuentemente, en nuestro trabajo de investigación, identificamos que en el nuevo período estudiado, las estrategias de exacerbación con el enemigo son aún más recurrentes y están soportadas en una cadena significativa que monoacentúa (Voloshinov, 2009) con valores axiológicos negativos y abyectos al: populismo/kirchnerismo/Cristina Fernández/Alberto Fernández. Identificamos además que como estrategia de una retórica salud-enfermedad, se apeló a una lógica de oposiciones binarias entre la construcción del ‘nosotros’ (el remedio) y el ‘ellos’ (la enfermedad), que volvió problemáticos e inadecuados los lenguajes sociales de matriz populista como voces que dicen lo impensable, lo indecible en un estado determinado del discurso social

## Bibliografía

CASULLO, MARIA ESPERANZA (2019). ¿Por qué funciona el populismo? Ciudad autónoma de Buenos Aires. Siglo XXI Editores Argentina.

FOUCAULT, M. (1982) *El orden del discurso*. México: Editorial Populares.

LOBO, C. (2105) “La (in)visibilidad de las culturas originarias. Ni homeostásis carcelaria ni puntanidad interpelada. Mapas teóricos para una lectura de las configuraciones identitarias en la discursividad política sanluiseña contemporánea”. En: Marta Moyano (comp.) *La trama compleja del Arte, la Educación y los Discursos Latinoamericanos*. LAE – UNSL.

MARTÍNEZ, F. (Comp.) (2011) *Lecturas del presente. Discurso, política y sociedad*. Eduvim. Villa María, Córdoba.

NARVAJA DE ARNOUX, E. (2009) *Análisis de Discurso. Modos de abordar materiales de archivo*. Buenos Aires: Santiago Arcos Editor.

ROBLES RIDI; J (2019) “Construcciones identitarias en Argentina del siglo XXI: la organización de lo decible y lo opinable en la discursividad política reciente. Un análisis semiótico de los discursos de Mauricio Macri (2015 – 2017)”. Tesis de Doctorado para obtener el título de Doctor en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba. Argentina (inédita). Disponible en Repositorio Digital Universitario

VERÓN, E. (1987a) *La Semiosis Social*. Buenos Aires: Gedisa Editorial.

----- (1987b) La palabra adversativa en Verón, E. (et. al.) *El discurso político* (págs.13-26). Buenos Aires: Ed. Hachette.

VOLOSHINOV, V. (2009) *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión. Prólogo y traducción: Tatiana Bubnova.

# Moderado, posideológico y pragmático: algunas claves para interpretar el dispositivo de enunciación de Horacio Rodríguez Larreta

Julián Agustín Robles Ridi

jrobles@unsl.edu.ar

Claudio Tomás Lobo

claudio.t.lobo@gmail.com

**Universidad Nacional de San Luis**

## Introducción

Ya definidas las fórmulas presidenciales que fueron oficializadas ante las juntas electorales partidarias para competir en las primarias abiertas, simultáneas y obligatorias (PASO) del 13 de agosto próximo, algunas de ellas van a definir sus candidatos en una elección interna. Asimismo, todas deberán pasar el piso del 1,5 por ciento de los votos en la primera instancia para poder competir en las elecciones generales del 22 de octubre. En este sentido, casi un mes antes, el 26 de marzo pasado, el expresidente Mauricio Macri había publicado un video en el que contaba que no iba a postularse como candidato a presidente. Tras este anuncio, se liberó el camino a los precandidatos opositores existentes: Patricia Bullrich y Horacio Rodríguez Larreta emergieron como los precandidatos del frente Juntos por el Cambio.

En pleno contexto de batalla partidaria electoral que vivimos en Argentina para acceder a la presidencia de la Nación, se nos impone la necesidad de volver a traer al ruedo, a autores/as que podemos ubicar al interior de las Ciencias Sociales, que permiten introducir la sospecha, y que nos interpelan, como ciudadanos/as, a intentar desnudar el sentido común, o mejor dicho, poner en duda aquellas ideas que la gran mayoría cree sobre algo y nunca se cuestionaron porque siempre se nos presentaron como evidentes.

Proponemos entonces, en esta oportunidad, recuperar a reconocidos semiólogos/as, hacerlos 'chirriar', analizando un fenómeno actual al interior de la esfera discursiva política, y en continuidad, aportar algunas lecturas y pistas que desnuden o develen los sentidos comunes que comienzan a materializarse en los spots de las y los candidatos a la presidencia.

Es en ese sentido, que este acotado recorrido, pretende que las y los lectores, ya no consumamos tan naturalmente lo que se nos dice, o mejor dicho, lo que nos prometen en épocas de campaña, sino que nos interpela a ser más críticos con esas piezas discursivas guionadas, a través de las cuales, se intenta persuadirnos, conmovernos y convencernos. Consecuentemente nos interesa indagar, en el presente trabajo, en las estrategias discursivas del precandidato a la presidencia por Juntos por el Cambio Rodríguez Larreta

## Problema

En esta investigación nos proponemos realizar un análisis de discurso político de uno de los precandidatos a la presidencia de la coalición Juntos por el Cambio, Horacio Rodríguez Larreta. Nos centraremos en la observación de marcas discursivas que nos permitan comenzar a reconstruir algunas regularidades del dispositivo de enun-

ciación, a través del primer spot de campaña que lanzó en medios y redes. Lo realizaremos desde una perspectiva sociosemiótica y sociocrítica, con aportes y usos eclécticos del análisis argumentativo y del análisis político del discurso.

## Objetivos

A partir del análisis del spot “ES HORA. EMPECEMOS EL CAMINO”, publicado en febrero de 2023, pretendemos comenzar a aproximarnos al dispositivo de enunciación puesto en circulación por Horacio Rodríguez Larreta. Para ello, tenemos como objetivos:

- Identificar los tópicos que constituyen la base de su discursividad política en el spot.
- Observar las formas que asumen los campos del ‘nosotros’ y los ‘otros’ a través de la configuración de fronteras simbólicas y antagonismos.
- Reconocer qué memorias discursivas restituye y con cuáles polemiza,
- Caracterizar qué tipos de ethos construye.

## Marco teórico metodológico

Podemos sostener inicialmente que en este escenario de mediatizaciones del campo de la discursividad política, las producciones de sentido resultan de operaciones complejas de interacciones y ‘préstamos textuales’ entre diferente tipo de discursos. Es decir, reconocer desfasajes en los que los campos discursivos operan al mismo tiempo como condiciones de producción y condiciones de reconocimiento, los unos de los otros. Como sostiene Verón (1987), es necesario entonces, llevar adelante el análisis comparando estos conjuntos discursivos como partes de una red interdiscursiva.

En un escenario estrictamente mediático, tal como lo plantea Charaudeau (2003) todo medio de comunicación supone una puesta en escena del acontecimiento a priori diferente. En esta dirección –como advertencia– señalan que no se pueden afirmar las siguientes cuestiones: que el acontecimiento exista antes de la construcción que de él hacen los medios de comunicación, que el sentido que pone en circulación el medio es una semiosis primera y despojada de particulares condiciones de producción y que las estrategias puestas en funcionamiento son neutras. Estos presupuestos no son desde ya privativos de las dinámicas mediáticas, sino que constriñen toda semiosis social.

Para el abordaje de los múltiples procesos semióticos, particularmente de la discursividad política, partimos del análisis de los discursos. En este sentido, apuntamos a dar cuenta de los procesos de significación y el estudio de las estrategias discursivas y los regímenes de verdad que esos discursos instauran, los juegos de poder que se establecen al interior del discurso y las marcas ideológicas que en él se cristalizan.

La investigación que se plantea aquí parte de una aproximación crítica y reflexiva de los procesos de construcción y representación del mundo y aborda las maneras en que el sujeto significa ese mundo y se relaciona con él. Al mismo tiempo, centra sus interrogantes en los procesos intertextuales e interdiscursivos que traman los fenómenos de mediatización del sentido en las actuales sociedades contemporáneas.

El análisis de discurso, constituye una actividad ecléctica pero cauta por medio de la cual podemos inscribir la concepción que asumimos al interior de una matriz más amplia y menos restrictiva. En relación a esta noción, creemos necesario advertir que el campo del Análisis del Discurso se ha inscripto en múltiples tradiciones, con diferentes acepciones y alcances. Fundamentalmente nos posicionamos en asumirla al interior de lo que se podría definir como un ‘gran paradigma’ sustentado en la articulación discurso/sociedad, la construcción de lo real, la descripción crítica de los fenómenos significantes y un enfoque interdisciplinar. Desde esta perspectiva sostenemos que

este enfoque opera ciertamente como punto de partida teórico y metodológico.

A partir de estas coordenadas, identificamos dos grandes andamiajes teóricos que sostienen esta investigación: los planteos de la Teoría de los Discursos Sociales de Eliseo Verón (1987, 2004, 2013) y la Teoría del Discurso Social que postula Marc Angenot (2010). Ambas se reconocen al interior de una matriz de presupuestos epistemológicos y teóricos que fundaron el momento de la segunda generación de la semiología y las expansiones del giro semiótico. Si bien debemos señalar que ambas teorías no son equivalentes y que definen recortes particulares en sus objetos de estudios, tanto Verón como Angenot comparten la concepción de los discursos como 'hechos sociales' y como lugar de la producción social del sentido. Lo que estamos remarcando aquí es el carácter social de lo discursivo, es decir, lo que Verón (1987) condensa en la postulación de una doble hipótesis al señalar que todo fenómeno social en una de sus dimensiones es una producción de sentido y que esta última es siempre social.

Por su parte, desde su enfoque, Angenot (2010), sostiene que el discurso social más bien no es todo lo empírico (lo dicho y lo escrito), sino que funciona como un sistema genérico que organiza lo decible, lo narrable y lo opinable. Es decir, funciona como un sistema regulador global que determina lo decible en una época dada, los sistemas cognitivos, los repertorios tópicos y las distribuciones discursivas. Para el autor, esto asegura la división del trabajo discursivo, es decir, todo lo que puede (y debe) ser dicho, escrito, narrado y opinado en un momento y lugar determinado: un estado del discurso social.

Por lo tanto, el análisis de los discursos, en tanto enfoque, nos demanda aportar precisiones acerca de una de las nociones centrales del mismo: el discurso. Ésta no es unívoca, sino compleja, y que no remite necesaria y excluyentemente a una perspectiva, sino que toma aportes diferentes. Básicamente concebimos al discurso como una circunscripción espacio-temporal del sentido en el cual la textualidad (más allá de lo lingüístico) se encuentra inextricablemente unido a lo social. Y en estos nuevos escenarios de crecientes mediatizaciones, esos procesos e intercambios discursivos no están ajenos a particulares relaciones de poder: los sujetos que producen sentido (y configuran mapas para leer lo social) lo hacen desde particulares, pero móviles regímenes identitarios. En este sentido, la mediatización del sentido y los procesos socioculturales no 'escapan' a esta lógica de funcionamiento de los discursos sociales y nos permite interrogarnos acerca de lo que puede o no decirse respecto a múltiples configuraciones de socialidad y qué visiones de mundo emergen de esas tramas de enunciados que definen los límites de lo aceptable, lo legítimo, lo decible. Al mismo tiempo, de qué manera/s se activa/n cierto/s pasado/s como legitimador/es en los procesos de construcción de lugares de inscripción identitaria. En este sentido, el andamiaje teórico de Foucault (1982) nos permite pensar la producción y circulación de sentidos y las dinámicas de diferentes procesos socioculturales. Más allá de la transparencia y el 'acceso' pleno al sentido que circula por canales reconocidos por los hablantes, estamos frente a un conjunto de principios de 'rarefacción' que condicionan los sujetos que hablan y de lo que pueden hablar (los objetos). Los discursos sociales emergen como escenarios excepcionales para abordar estos interrogantes que se vertebrarán de manera compleja con otros objetos de análisis entramados en y configurados en particulares estados del discurso social. Partimos de asumir que el abordaje de estos discursos particulares se enmarca dentro de un campo amplio que definimos como del discurso social.

La investigación que se propone aquí parte de una aproximación crítica y reflexiva de los procesos de construcción y representación del mundo y aborda las maneras en que el sujeto significa ese mundo y se relaciona con él (Dalmasso, 2005). Y el objeto de estudio que proponemos para este proyecto se vincula con la problemática compleja y multidimensional referida a la cuestión de la identidad. Esta noción ocupa en la actualidad un espacio importante en las ciencias sociales por lo que nos demanda precisar desde qué lugar la retomaremos. Según Lobo (2015) y Robles Ridi (2023), la identidad es un concepto que pone en escena múltiples articulaciones y reviste gran complejidad. No reducida a lo individual, no determinada de modo absoluto por lo social, la identidad se instituye como un proceso inestable, siempre precario y contingente. En nuestra investigación entendemos junto a Lobo a las identidades como construcciones discursivas ancladas socio-históricamente:

*Estas adquirirían visibilidad en los discursos puestos a circular, flujos siempre aleatorios y contingentes que sedimentan algunos sentidos y operan como fuerzas centrífugas de otros, definiéndose nuevas relaciones entre los colectivos 'nosotros' y los 'otros' por medio, de procesos de repetición/naturalización y de resignificación/desplazamiento. (Lobo, 2015: p.100)*

Anclando al campo de las identidades políticas, compartimos el concepto señalado por Robles Ridi:

*Las identidades políticas no deben entenderse como esenciales, sino como un proceso histórico, móvil, dinámico y abierto de construcción de sentidos en donde no hay suturas definitivas. Están configuradas por los significados sedimentados, la dimensión 'permanente' y aquello que se recrea, que muta, que cambia, que es contingente y que redefine relaciones con los 'otros' (Robles Ridi, 2023, p. 7)*

Ahora bien, el enclave en las sociedades contemporáneas nos demanda además sostener un resguardo en los abordajes propuestos ya que estas producciones estructuralmente mediatizadas, se enmarcan en un escenario en el cual las nuevas lógicas de producción, circulación y consumo están siendo fuertemente interpeladas y desplazadas de los presupuestos propios de las sociedades definidas como 'mediáticas'. La mediatización, en el actual enclave de las sociedades hipermediatizadas de las prácticas discursivas, es transversal y afecta al mismo tiempo que los discursos, los dispositivos y plataformas en las que estos son producidos y circulan. Las tramas de la cultura y las subjetividades que se configuran, están siendo fuertemente interpeladas por este fenómeno, lo que nos lleva a centrar nuestros interrogantes en torno a la producción social del sentido en clave de mediatización.

Por otro lado, la emergencia de los nuevos sistemas de mediatización y la revolución informática afirman la consolidación y expansión de Internet en la vida social y afecta todas las prácticas sociales: nuestros modos de trabajar, de comunicarnos, de practicar la política, el arte, las transacciones comerciales, de entretenernos, etc. La crisis del broadcasting ha dado lugar a la emergencia del fenómeno del networking y está habilitando la construcción de nuevos sujetos, reconfigurando las formas en que lo público, lo privado y lo íntimo se constituyeron e interrelacionaron en la modernidad, cuando los espacios del ocio y del trabajo constituían campos claramente diferenciados. En definitiva: nuevas tramas de mediatización del sentido están emergiendo en las actuales sociedades contemporáneas. En este sentido, Carlón (2020) advierte que la consolidación y expansión de internet ha dado lugar a un nuevo sistema de mediatización y habilitando la construcción de nuevos sujetos. Al tiempo que desarticula las fronteras entre lo público, lo privado y lo **íntimo propias de la modernidad**. Es en, y a partir de, esta posibilidad de "procesamientos simbólicos" que generan las redes sociales digitales, donde encontramos los indicios de transformaciones y reconfiguraciones en los procesos de comunicación, de construcción identitaria, de interacción cultural y de reorganización de la socialidad.

En esta dirección, los planteos de Carlón son esclarecedores y ordenadores. El autor hace referencia, por un lado, a las fronteras intersticiales entre los siglos XX y XXI en las que se da el fenómeno de la crisis del sistema tradicional de medios y la emergencia de un nuevo sistema de medios en base a internet (2016). Este escenario se caracteriza, por un lado, por la producción de 'nuevos' modelos de actualidad y una circulación intersistémica: entre los medios de comunicación llamados tradicionales y los que nuevos medios de comunicación en base a internet. Escenario al cual, de manera gradual, las discursividades políticas han ido migrando.

## Análisis

El primer spot que circuló de un precandidato a presidente tuvo como protagonista al actual jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta, integrante del Partido PRO y de la coalición Juntos por el Cambio. Se titula "ES HORA. EMPECEMOS EL CAMINO" y se publicó hacia fines de febrero de este año (2023). Fue grabado en la provincia de Santa Cruz (bastión político del kirchnerismo), específicamente en el kilómetro cero de la Ruta 40, que atraviesa a todo el país, menos a Tierra del Fuego.

El semiólogo argentino Eliseo Verón (1987b) en su reconocido aporte los estudios de la discursividad política, señ-

la que este género constitutivamente configura siempre un adversario con quien diferenciarse, polemizar y demarcar una frontera simbólica. Se crea un otro/a negativo. En ese sentido, uno de los principales tópicos que pudimos identificar en el discurso de Rodríguez Larreta, que emerge como un eje que vertebra su primer spot de campaña, es el de terminar con la “grieta”. La grieta es un lugar común, o en palabras de Angenot (2010), una doxa que circula fuertemente en el estado actual del discurso político argentino y consolida una gnoseología.

Sin embargo, este tópico ha sido recuperado por otros/as candidatos/as en diversas contiendas electorales de alcance provincial y nacional, desde hace numerosas décadas. No obstante, debido a los límites de la extensión de la publicación, no profundizaremos en ese eje y nos centraremos en los objetivos de la investigación.

En continuidad, nos preguntamos si como estrategia discursiva, la elección del significante “grieta” es clave para interpelar a un tipo de destinatario/a. En ese sentido, identificamos que por un lado, le permite no calificar explícitamente de enemigo (como si lo viene realizando su líder político Mauricio Macri en el libro *Primer Tiempo*,) a la “vieja política” entendida como la enfermedad padecida por Argentina: el peronismo en su ala radicalizada (kirchnerismo) y el populismo. En continuidad, apela a sedimentar una visión de mundo que interpela a través de la estrategia pospolítica, en la que los clivajes ideológicos derecha/izquierda o peronismo/radicalismo son considerados inoportunos y se las reduce a peleas sin sentido. En articulación identificamos que propone un estado patemico de esperanza a través de un “nuevo comienzo” que implica un “cambio” usando la metáfora de la ruta 40 como símbolo de unión de todos los argentinos.



Imagen fija del candidato a presidente Horacio Rodríguez Larreta en el Spot titulado “ES HORA. EMPECEMOS EL CAMINO”<sup>1</sup>

A la vez, el tópico “la grieta” le permite generar un pathos desesperanzador, porque si esta continúa, amenaza con terminar con Argentina y los argentinos, a quienes configura como colectivo de identificación. Y si bien no nombra a algún/a actor de la política o partido, si hay un nuevo pliegue de sentido de ese enemigo: los responsables, “los que la usan”, “quienes la abrieron y se aprovechan de ella”. A ellos/as los acentúa de “estafadores”. De fondo, en la puesta en escena, se encuentra una bifurcación que simboliza la grieta, la pelea, los antagonismos, el conflicto, ubicada, no ingenuamente, en Santa Cruz, provincia gobernada por el Kirchnerismo desde 1991.

Como componente prescriptivo en campaña, y para lograr terminar con “la grieta”, propone a la presidencia como “el principio del camino de la gran transformación que Argentina necesita”. Y anuncia que quiere ser un “Buen presi-

1 Spot consultado el 4 de marzo de 2023. Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/526697-se-equivoco-la-paloma>

dente”, dando continuidad a una estrategia muy usada históricamente en los discursos del PRO y CAMBIEMOS, que propone una visión pragmatista de la política: la política es hacer, es solucionarle los problemas a la gente, no es “siempre estar peleándose”. “Lo mío es laburar, laburar y laburar y armar equipos de trabajo para hacer que las cosas pasen”, dice el precandidato, generando una imagen de sí mismo, en palabras de Amossy (2018) un ethos dicho, de hombre trabajador, que ha recorrido el país, ha escuchado y sabe cuál es el camino para recuperar otra promesa que es fundamental en el spot: “vivir mejor”.

En continuidad, y para ir dando un cierre provisorio al análisis, el tópico “Transformación” emerge de manera recurrente en el spot. Podríamos establecer a priori una cadena de equivalencia de sentidos comunes que apuntan a conquistar a los/as sujetos/as considerados paradesinatarios/as o indecisos/as que no se aferran fuertemente a una identidad política: CAMBIO/terminar la grieta/unión de los argentinos/buen presidente/laburar,laburar,laburar/vivir mejor. Pero como el lenguaje es arena de luchas (ya muy bien lo han explicado los intelectuales del Círculo Bajtiniano), cabe hacernos la siguiente interrogación: Qué implica la pregunta del candidato, iluminado por el faro, que emerge en el spot: “La pregunta del millón es: ¿Estamos dispuestos a hacer la transformación que se necesita? Yo sí...”

## Conclusiones

Muchas veces las superproducciones nos obnubilan, y en nuestras cotidianidades, perdemos algunas referencias que nos pueden hacer estrellar, si no estamos atentos a las señales lumínicas emitidas por los maravillosos faros. A modo de ejemplo, entender las afiliaciones internacionales de cada partido, o indagar sobre su historia y sus memorias lejanas y cercanas en el tiempo. Cabe preguntarnos, al menos, si como dicen numerosos científicos sociales contemporáneos que estudian procesos de disputa política hegemónica en la actualidad, la coalición a la que pertenece el precandidato, es otro ejemplo de cómo en Latinoamérica, Europa o Estados Unidos, las (nuevas) derechas van cambiando sus caras, sus pieles y ocultan su pin ideológico, Ansaldo (2017).

En este caso, a través de la estrategia de un discurso de gestión, moderado y posideológico que lo diferencia al interior de la coalición Juntos por el Cambio de una derecha más radical encabezada por la candidata Patricia Bullrich (que apela a fuertes antagonismos con Unión por la Patria), va configurando un nuevo proyecto identitario que nunca es estable, que se reacomoda, muta y que va a la búsqueda de las y los indecisos/as. La inquietud que nos moviliza es si los signos “transformación” y “cambio” propuestos como componentes programático, prescriptivo y descriptivo, es una receta que es muy conocida en Argentina, vinculada a la teoría política, económica, social y cultural neoliberal, sus aplicaciones y sus efectos. En esta primera aproximación, observamos que el uso de eufemismos en el dispositivo de Horacio Rodríguez Larreta, al menos en su spot de lanzamiento, pareciera invisibilizar sus condiciones de posibilidad/producción de matrices sociodiscursivas de derecha neoliberal.

Como desafío de profundización del análisis, a partir de la ampliación del corpus, nos proponemos identificar condiciones de producción que permiten que este tipo de discurso emerja, sea verosímil y performe. En ese sentido, Traverso (2018) advierte sobre los “cambios de piel” de las llamadas (nuevas) derechas que permiten correrse de rostros más violentos y embanderarse no sólo con la institucionalidad democrática y valores republicanos, sino que también, con guiños a la defensa de sectores populares, a la comunidad LGTBI+ y a los movimientos ecologistas. También se apoderan de aura de incorrección y rebeldía que atrae a jóvenes (Stefanoni, 2022). Sin embargo, este campo del estado actual del discurso social que posee una fuerte eficacia simbólica y capacidad de interpelación, no es un todo homogéneo.

Es por eso, que nuestra intervención pretende aportar especificidades sociosemióticas de la dimensión significativa del fenómeno, a partir del análisis del dispositivo de enunciación de un candidato a ocupar el Sillón de Rivadavia. De esta manera, contribuimos desde los estudios del campo de la Comunicación en sus vínculos porosos con la

disciplina Semiótica, al debate actual de una de las zonas de la topografía discursiva contemporánea: la política en Argentina.

## Bibliografía

- Amossy, R (2018) *La presentación de sí. Ethos e identidad verbal*. Buenos Aires : Prometeo.
- Angenot, M. (2010) *El Discurso Social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires : Siglo Veintiuno.
- Ansaldi, W (2017) "Arregladitas como para ir de bodas. Nuevos ropajes para las viejas derechas" en Revista Theomai N° 35 Conflictividad Social y Política en el capitalismo contemporáneo. Antagonismos y resistencias (I). Issn: 1515-6443. Disponible en [http://revista-theomai.unq.edu.ar/NUMERO\\_35/2.%20Ansaldi.pdf](http://revista-theomai.unq.edu.ar/NUMERO_35/2.%20Ansaldi.pdf)
- Carlón, M. (2020). Tras los pasos de Verón... Un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea. Galaxia (São Paulo), núm. 43, pp. 5-25. Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica - PUC-SP
- Charaudeau, P. (2003) *El discurso de la información*, Barcelona: Gedisa.
- Dalmasso, M. T. (2005) Reflexiones semióticas en Revista Estudios 17, 13-20. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Foucault, M. (1982) *El orden del discurso*. México : Ed. Populares.
- Lobo, C. (2105) "La (in)visibilidad de las culturas originarias. Ni homeostásis carcelaria ni puntanidad interpelada. Mapas teóricos para una lectura de las configuraciones identitarias en la discursividad política sanluiseña contemporánea". En: Marta Moyano (comp.) *La trama compleja del Arte, la Educación y los Discursos Latinoamericanos*. LAE – UNSL.
- Robles Ridi, J. (2023) ¿Cómo intentan convencernos? Reflexiones sobre algunas estrategias de campaña en los discursos de Horacio Rodríguez Larreta . La Gaceta Digital, 17 de marzo de 2023. Disponible en: <https://lagacetadigital.com.ar/como-intentan-convencernos-reflexiones-sobre-algunas-estrategias-de-campana-en-los-discursos-de-horacio-rodriguez-larreta/> Último acceso: 19 de agosto de 2023.
- Stefanoni, P. (2022) *¿La rebeldía se volvió de derecha?* Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Traverso, E. (2018) *Las nuevas caras de la derecha*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Verón, E. (1987a) *La Semiosis Social*. Buenos Aires: Gedisa Editorial.
- (1987b) La palabra adversativa en Verón, E. (et. al.) *El discurso político* (págs. 13-26). Buenos Aires: Ed. Hachette.

# La espectacularización del desarrollo: dispositivo publicitario y urbanismo en Córdoba, Argentina

Julián F. Castro IECET (FCC-UNC/CONICET) julian.

castro@unc.edu.ar;

Agustín Cazzolli CIPECO (FCC-UNC)

## Sobre el desarrollo y las desarrollistas en una ciudad espectacular

En este trabajo veremos como la producción espacial en Córdoba está espectacularizada en tanto instauro a la imagen como modo de relación social. Para dar cuenta de este proceso de espectacularización recuperaremos dos modos de presentar/mostrar a la ciudad en el discurso publicitario: una de estas es la de los autodenominados desarrollistas urbanos, y la otra la de la secretaría de Desarrollo Urbano de la Municipalidad de Córdoba. En el centro de la estrategia discursiva de ambos actores encontramos el ideograma desarrollo, lo que nos invita a decir, que nuestro abordaje de sus dispositivos publicitarios implica una aproximación de la espectacularización del desarrollo urbano.

Antes que distinguir la noción de desarrollo de las desarrollistas urbanas nos interesa detenernos en los siguientes aspectos que son el punto de partida de nuestro análisis, a la vez que justifican la importancia que conlleva abordar el dispositivo publicitario en un estudio sobre el desarrollo urbano: primero, y como ya señalamos, estos agentes centrales en la producción de la ciudad apelan a la divisa del desarrollo, concepto históricamente dinámico y problemático. En segundo lugar, vemos como estos dos actores utilizan el lenguaje publicitario para cumplir los objetivos comunicacionales de sus proyectos: vender, dar a conocer, legitimar modos de hacer -y decir-. Sin embargo, leído al revés, podemos ver como ambos actores van a producir una ciudad para el discurso publicitario, ya que entendemos que las reglas de este género limitan, configuran, hacen, performan el desarrollo de la ciudad. Por esto una pregunta válida sería ¿El desarrollo propuesto por estos actores podría realizarse sin atenerse a su comunicabilidad en este género discursivo?

En otros trabajos reconocimos como dispositivos de regulación de lo sensible al discurso publicitario de los actores desarrollistas y a las nuevas técnicas de gobierno del municipio (Castro y Vaccaro, 2019 y Vaccaro, Cazzolli y Castro 2021). Esto nos permitió acercarnos a reflexionar sobre estos fenómenos desde la clave de lo que conceptualizamos como paquetes de experiencia (Peixoto, 2013, Boito y Mercadal, 2013, Espoz y Boito, 2017). Categoría que surge en continuidad con nuestro trabajo colectivo y con de los equipos de investigación que integramos<sup>1</sup>. En ellos, desde hace más de una década se vienen investigando distintas políticas urbanísticas en Córdoba que han

---

1 Nos referimos al proyecto *Urbanizaciones turísticas en la Provincia de Córdoba en la última década: trama y conflictos socio-urbanos en contexto de patrimonialización y turistificación*, avalado y financiado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba. Dirigido por la Dra. María Belén Espoz, allí indagamos procesos de patrimonialización y turistificación en Córdoba desde el año 2018. Este trabajo está en continuidad con el proyecto *Ciudad “embellecida”, ciudad “protegida”: exploración de sentidos/valores en los procesos de patrimonialización en Córdoba capital post-Bicentenario*, donde buscábamos reconocer los sentidos sociales involucrados en la noción de lo ‘patrimonial’, en tanto materialidades significantes que estructuran, regulan y/o excluyen diferentes prácticas y/o experiencias de la vida urbana actual.

acentuado los procesos que llamamos de embellecimiento estratégico (Espoz, 2017) y la producción de entornos protegidos (Boito y Espoz, 2014). Tanto en las políticas de vivienda social, como el programa “Mi casa Mi vida”<sup>2</sup>, como las intervenciones urbanas destinadas al ocio y al turismo (Espoz, 2017). En estos trabajos notamos como lo sensible intenta ser modulado a través del urbanismo como herramienta del capital (Debord, 1995). Así la regulación del ver (Castro, 2020), del comer (Del Campo y Salcedo, 2017, Espoz y Del Campo, 2018) o del andar configuran, por diversas vías, una estructura del sentir (Williams, 2009) acorde al modelo de ciudad subsidiaria a las necesidades actuales de acumulación del capital.

La modulación de la experiencia, en una suerte de gran feria de estímulos sensoriales que se multiplican en el espacio de la ciudad, nos enfrenta a un particular modo de control social donde el espectáculo aparece como una metáfora del montaje artificial y efectista que lo sostiene. Pero el espectáculo, siguiendo a Debord, es, ante todo, una forma de relación en la que la imagen es la mediación fundamental (Debord, 1995). La lógica de la representación/apariencia es la imperante, la imagen *hace ver* un mundo que ya no alcanzamos directamente, todo lo que antes era vivenciado en el “aquí” y el “ahora” se aleja, volviéndose abstracto. Esta imagen espectacular no viene a expropiar el sabor o el olor, no suprime el andar ni reemplaza lo visto/mostrado por un fondo fijo, esta imagen es mercancía, el capital saturado y vuelto, también, nuestro aparato perceptivo. En este problema de la regulación de la experiencia, el urbanismo adquiere un lugar de indagación especial. De tal suerte que el desarrollo urbano parece ser, al mismo tiempo, instauración de ciertos modos de percibir/sentir. Esta imbricación es central, en el capitalismo, donde el valor mercantil alcanza la cultura y nuestro cuerpo por lo que vivenciamos un proceso de mercantilización del espacio, del comer, del tiempo libre. Y es justamente en este proceso en el que asume un rol fundamental la alianza entre el Estado y los sectores de inversión privados.

En Córdoba, los autodenominados desarrollistas urbanos se configuraron como un actor privilegiado en el crecimiento urbanístico de la ciudad en un proceso que redundó en una ocupación clasista del espacio que configura una ciudad fragmentada en circuitos y entornos específicos. Autonomados, ya que es el nombre que estos grupos privados se asignan en sus diferentes intervenciones en la esfera pública. Las Desarrollistas Urbanas son empresas con gran capacidad de gestión y producción de la ciudad que comenzaron a conformarse en los años noventa con la construcción de countries y barrios cerrados (*Las Delicias* en 1991; *Lomas de la Carolina* en 1994; *Valle Escondido* en 1998; entre otros) (Capdevielle, 2013). Tras la crisis del 2001 y la salida de la convertibilidad los excedentes del agro se dirigieron hacia los proyectos urbanos de estos agentes que generaron un fuerte crecimiento del sector<sup>3</sup>. El boom inmobiliario consolidó la posición de estos agentes como productores de ciudad que conformaron en el año 2003 la CEDUC<sup>4</sup> (Cámara de Desarrollistas Urbanos de Córdoba), una herramienta corporativa destinada a obtener respuestas estatales a sus principales demandas y optimizar sus condiciones de negociación.

En relación al otro actor, el Estado Municipal, cabe señalar que a partir del año 2019, tras la asunción al gobierno municipal del Intendente Martín Llaryora, se dispuso que las intervenciones en la ciudad estuvieran a cargo de la Secretaría de Desarrollo Urbano en reemplazo de la Secretaría de Planeamiento e Infraestructura con la que gestionaba el gobierno que lo precedió. Dirigida por el arquitecto Daniel Rey, el cambio en la repartición no fue exclusi-

---

2 Fue un programa impulsado por el gobierno provincial a partir del año 2003 y financiado por el Banco Iberoamericano de Desarrollo. Se basó en la relocalización de asentamientos que se encontraban cercanos al centro de la ciudad, hacia los barrios construidos para esas familias en la periferia, denominados ciudades-barrio.

3 Este proceso es conocido como *Boom inmobiliario* y es producto principalmente de la absorción de los capitales provenientes del agro, la baja en la tasa de interés, el descenso del costo de la construcción en relación a los precios relativos de los productos exportados (provocados por la abrupta devaluación) y la tendencia ascendente de los precios del suelo (Cisterna y Capdevielle: 2015)

4 Reúne a 45 empresas miembros y 10 socios adherentes, entre los cuales se encuentran: 3D Desarrollistas; Alvear S.A.; Arinco desarrolladores; BGT S.A. Bugliotti desarrolladores; Bruna & Allende Posse desarrollistas; By Best developers; Centauros desarrollos; Condes S.A: constructora desarrollistas; DYCSA; Edilicia Suez; EISA; Elyon; Euromayor; Fortune International; Gama; Galp inversiones; Grupo Alto; Grupo Betania; Grupo Celsus; Deisar; Grupo Dinosaurio; Grupo Ecipsa; Grupo Edisur; Grupo Miterra; Grupo Proaco; Grupo Vespasiani; GNI; Ingeniería SRL; Ing. Jorge Glageil; Inverco; Invertia desarrollos S.A; Invisa; JENA S.A; L&C construcciones; Lafallate; Marchesini y Ruscullada; Maluf & Asociados; Novillos & Asociados; Peatonal S.A.; Prismas Construcciones S.R.L; Tierra Urbana; Tierra y construcciones; Tomas Grozolli e hijos; Volterra (CeducCba, página oficial).

vamente nominal. En la práctica se caracterizó por el aumento en el volumen de las intervenciones urbanas dado el incremento en el presupuesto producto de la llegada de fondos provinciales y el acceso al crédito internacional para proyectos específicos.

Bajo esas condiciones, las intervenciones urbanas se constituyeron sobre los preceptos del Desarrollo Urbano tal lo entienden los organismos internacionales, como por ejemplo el BID o ONU Ciudades. Esto significa la fijación en las intervenciones en clave de *urbanismo táctico*, es decir, intervenciones de escasa o media envergadura con las que se busca mejorar la habitabilidad de la ciudad sin grandes erogaciones presupuestarias. La integración de distintas zonas urbanas, la promoción para que los ciudadanos ocupen los distintos espacios públicos o el intento de dinamizar la movilidad urbana, son algunas de las ideas fuerza con las que la Secretaría de Desarrollo trabaja en sus intervenciones. Como ejemplos podemos mencionar las cuatro *supermanzanas (NAP)* que se establecieron en la zona central y que se erigen como espacios que conectan distintas zonas a través de bicisendas y otros mobiliarios urbanos modificando así las trazas previas por las que circulaban automotores. También podemos hacer mención de la bicisenda en altura, realizada en conjunto con el Gobierno provincial, y que conecta el Barrio General Paz con Nueva Córdoba. Allí vemos como se busca integrar los barrios mencionados a través de vías peatonales y ciclistas en una obra de infraestructura también diseñada con fines turísticos y de embellecimiento urbano.

Para atender a una versión histórica y epistemológicamente delimitada de la noción de desarrollo que, a su vez, se relacione con la idea de desarrollo propuesto tanto por las DU como por el Estado Municipal deberíamos emprender una reconstrucción y categorización histórica que trasciende a este trabajo. Si nos interesa destacar cómo el largo camino de embellecimiento estratégico<sup>5</sup> de esta ciudad abre paso a pensar el espectáculo como modo de relación social y, por tanto espacial, con una clara apelación al “desarrollo” como emblema de la producción del espacio urbano.

Así este trabajo se interesa en lo que reconocemos como el poder semiótico del capital, es decir, detenernos en la dimensión expresiva de las prácticas sociales -en este caso urbanas- más allá de lo meramente discursivo con el fin de reconocer: qué formas/modos de intervención se adoptan; que se muestra y qué se oculta, así como cuál es el régimen de enunciabilidad imperante; y qué sujetos se prefiguran. Esto con el fin de deslizar los modos en los que se conforman las relaciones de saber/poder que finalmente constituyen formas de sentir/vivenciar nuestra ciudad. Así nos concentramos en el discurso publicitario ya que entendemos que es un enclave privilegiado, en sociedades como las nuestras, para abordar el capitalismo en su dimensión expresiva. La noción de dispositivo publicitario entonces será una mediación teórica para el estudio de los productos ideológicos de los actores sociales antes mencionados. La dimensión técnica y estética hace parte fundamental de este dispositivo, allí veremos como el discurso de la tecnología es clave como autoridad que legitima las intervenciones urbanísticas, ofreciendo un acceso a un contexto evaluante donde este discurso se hace inteligible. Nuestra indagación de la espectacularización del desarrollo urbano en Córdoba, como bien dijimos, está fundamentalmente basada en nuestra lectura del dispositivo publicitario como regulador de la sensibilidad, en esta perspectiva, veremos, lo técnico adquiere relevancia como dispositivo de producción de percepciones y estructuras del sentir respecto a la ciudad. Aparecen como una forma de llevar el capital, vía la imagen espectacular, a la configuración de los cuerpos.

Nos enfocaremos en dos interrogantes para reflexionar sobre los discursos desplegados en el marco de estos dispositivos publicitarios: ¿Por qué el desarrollo urbano adquiere este rasgo espectacular en la ciudad de Córdoba? ¿Cómo opera la espectacularización en el dispositivo publicitario de los autonominados “Desarrollistas Urbanos” y del Estado cordobés? Para abordar dichos interrogantes recuperaremos el enfoque sociosemiótico, específicamente el del Círculo Bajtiniano, corriente teórica que entiende a los signos como procesos, como cruce de relaciones cuyo sentido no se puede separar de la interacción social, de su nexos con determinados valores y perspectivas ideológicas. Desde esta mirada, el enunciado es un lugar de lucha, de enfrentamiento entre fuerzas sociales y políticas

---

5 Este concepto de raíz benjaminiana nos comprende el desarrollo de las ciudades como mercancías, en donde los entornos protegidos (Boito y Espoz, 2014) establecen modalidades que regulan los posibles conflictos.

sobre los modos de construcción y de organización del mundo (Lazzarato, 2006).

## **Sobre el poder semiótico del capital y las posibilidades/restricciones del lenguaje publicitario**

Comenzaremos este apartado retomando una idea introducida en el inicio de este trabajo: el capitalismo es también un problema expresivo o dicho de otra manera para comprender los modos en los que opera el capital es fundamental reconocer y abordar su poder semiótico. En nuestra sociedad todos los ámbitos se encuentran invadidos por imágenes, representaciones abstractas moldeadas de tal forma que los espacios de nuestra vida cotidiana asumen la forma-mercancía. Así el capitalismo opera como traducción, la multiplicidad de lenguajes sociales son traducidos al lenguaje del valor, que es el valor de cambio en su pura forma lógica, la lógica de la equivalencia (Mezzadra, 2007). Nuestro trabajo se propone leer al proceso de configuración espacial en este marco, como una instancia expresiva de lógicas de producción y acumulación de valor. Si el capitalismo contemporáneo se basa en la producción, circulación y consumo de signos/imágenes la lógica de producción espacial no es ajena.

Maurizio Lazzarato retoma el supuesto bajtiniano que sostiene que la expresión se configura en un espacio de lucha entre fuerzas sociales y políticas sobre los modos de construcción y organización del mundo. Por un lado existen enunciados de fuerzas sociales y políticas que apuntan a la polifonía, a la creación de nuevas posibilidades semióticas en lo que llama plurilingüismo. Por otro lado, aquellas prácticas discursivas constituidas por fuerzas que apuntan a la unificación, la centralización, la homogeneización y al monolingüismo. “Hay que entender entonces por monolingüismo y plurilingüismo dos formas diferentes de actuar y de pensar sobre la expresión de una misma lengua o de un mismo régimen de signos” (Lazzarato, 2017, p. 161). El capitalismo entonces dirige sus esfuerzos a la creación y control de “lo posible” y allí radica el poder semiótico del capital: “Tanto la explotación como la acumulación del capital son simplemente imposibles sin la transformación de la multiplicidad lingüística en modelo mayoritario (monolingüismo), sin la imposición de un régimen de expresión monolingüe, sin la constitución de un poder semiótico del capital” (Lazzarato, 2006, p. 96).

Para la semiótica bajtiniana los signos son productos del mundo exterior; surgen y pueden ser comprendidos en la relación con otros signos, en la interacción social aplicando criterios de valoración ideológica (Volóshinov, 2009). De esta manera la palabra será siempre palabra ajena, el enunciado, que es la única forma en la que el discurso puede existir en la realidad, es dialógico, forma parte de una cadena discursiva en la que se encuentran tanto los enunciados anteriores como los futuros ya que, en su constitución, está prevista la respuesta y, por tanto, la valoración. “Para Bajtin tanto el otro como sus palabras son mundos posibles: en consecuencia la relación con las palabras ajenas es siempre un encuentro acontecimental y no un simple intercambio (lingüístico) o un reconocimiento (intersubjetivo)” (Lazzarato, 2017, p. 166). Para Lazzarato la palabra ajena toma parte en la configuración de la subjetividad, busca definir las bases mismas del comportamiento y de la actitud con respecto al mundo. Esta puede presentarse como una palabra tendiente a habilitar la creación de nuevos posibles, despertar el pensamiento reflexivo y promover la palabra autónoma (palabra interiormente persuasiva) palabra autónoma. O, por el contrario, presentarse como una palabra que dificulta la creación, requiere reconocimiento incondicional y no autoriza ningún juego con el contexto (palabra autoritaria). En sociedades mercantilizadas y mediatizadas como las nuestras atravesadas por el monolingüismo es la palabra autoritaria la que impera.

Valentin Voloshinov señala que “...sólo aquello que posea un valor social puede entrar en el mundo de la ideología, constituirse y consolidarse en él” (Volóshinov, 2009, p.45) por lo que en cada signo ideológico se cruzan los valores de orientaciones diversas. Pero en el contexto social siempre existe un específico y limitado círculo de temas expuestos a la atención social, esta actualidad histórica es denominada evaluación social y es lo que determina la elección del contenido, la elección de la forma y el vínculo entre ambos la que (Bajtín y Medvédev, 1993). La palabra, sólo puede ser entendida si se comprende la orientación evaluante en el medio ideológico y sólo puede llegar al enunciado si es portavoz de este. De esta manera la clase dominante no pretende más que apagar la lucha de las

valoraciones sociales que se verifican en dicho signo, intentando adjuntarle un carácter eterno, volviéndolo reaccionario. Bajtín plantea que la ideología es el efecto de verdad creada por una posición enunciativa que se arroga la totalidad; y dirá que la cultura registra, a través de la palabra en acto, la dinámica por la imposición de sentido (Arán, 2016). Así es que diremos que la forma más acabada de este poder semiótico del capital aparece en el lenguaje de la publicidad enfocado en distribuir las maneras de sentir para solicitar las maneras de vivir (Lazzarato, 2006), es un lenguaje performativo que hace, que compone, por ende, redefine los lugares y formas de experimentarlos.

En esta indagación los diversos elementos que componen el dispositivo publicitario, como son los recursos técnicos y estéticos, deben ser comprendidos insertos en un particular desarrollo urbano. Al hablar de Córdoba debemos considerar una producción urbana mercantilizada, orientada a presentar su espacio y su identidad como un producto en el lenguaje de la publicidad, un lenguaje prolífico en totalidades cerradas. Es necesario comprender los discursos publicitarios propuestos como parte del despliegue de un capitalismo que cada vez produce más signos e imágenes, a su vez que adquiere nuevas modalidades de adherirse al cuerpo. Los acentos valorativos, el medio ideológico nos ofrecen los elementos que se ofrecen para la regulación de la sensibilidad. Nuestro acento, valga la redundancia, está puesto en ese lugar. Para ello procederemos a una breve reconstrucción del contexto evaluante que rodea a nuestros dos casos propuestos: el megaemprendimiento Manantiales y las obras que reformaron el antiguo Parque Las Heras. A tales fines construiremos un corpus con las piezas publicitarias utilizadas por Edisur y la municipalidad de Córdoba para promocionar sus *desarrollos* en el espacio urbano cordobés. Para Manantiales nos centraremos en su tour virtual que ilustra su emprendimiento en Instagram de la desarrollista. Mientras que para la Municipalidad tomaremos los videos compartidos en su canal de YouTube durante el periodo de inauguración de las obras en los pasados tres meses. En ellos rastrearemos los elementos técnicos y estéticos y los interpretaremos en relación al contexto evaluante que venimos, sucintamente, reconstruyendo.

## **El desarrollo urbano y sus gemelos digitales**

### **Manantiales : Tour 360**

Edisur S.A<sup>6</sup>, uno de los principales miembros de la CEDUC, es una empresa privada que se constituyó en el año 2000. Pionera en la construcción del estilo habitacional casonas en Córdoba, comenzó la gestión del emprendimiento Manantiales en el año 2005 y, en el 2008, firmó el primer convenio urbanístico -de la ciudad- con el Gobierno Municipal de Córdoba, lo que le permitió consolidar la construcción de Manantiales. El acuerdo implicó la modificación normativa que permitió un cambio en el uso del suelo, esto habilitó a Edisur S.A a construir en una zona categorizada como Reserva Verde -uno de los tres grandes espacios abiertos que estructuraban el sistema de verdes de la ciudad y formaba parte de la Reserva Parque del Sur, la cual incluye al Parque de la Vida-. El convenio fue ratificado por la Ordenanza N° 11.272/07 en el año 2008 luego de que Edisur se comprometiera a la construcción de dos dispensarios -ubicados en B° Las Flores y Parque República- y una inversión al municipio de alrededor de \$11.600.000. En el año 2014 firmó otro acuerdo con el municipio para poder acceder a 563 mil metros cuadrados en la zona suroeste de la ciudad por fuera del anillo de Circunvalación, a cambio de obras de infraestructura por \$73.000.000 y 23 ha. para uso público<sup>7</sup>. Esto permitió que las dimensiones del emprendimiento alcanzaran una escala nunca vista en nuestra ciudad.

En estas tierras la DU construye diferentes barrios con una oferta variada de estilos habitacionales, locales comerciales y espacios recreativos. Además de “recuperar/poner en valor” el origen del arroyo la Cañada, la traza del Canal Maestro Sur, el desagüe Anizacate, las Siete Alcantarillas; así como la creación del Parque La Cañada. Es necesario destacar que en Manantiales también se construyó una escuela de administración privada, una sede del Hospital Privado y se implementaron dispositivos y estrictos circuitos de seguridad. La construcción de un muro de

---

<sup>6</sup> Sus directores son Horacio Parga, Fernando Reyna y Rubén Beccacece.

<sup>7</sup> Este convenio se firmó en el marco de la Ordenanza N° 12.077 que modifica la normativa que le ponía un límite de 540 ha a esta urbanización para extenderla a aproximadamente 1.000 ha.

aproximadamente 1,5 km de extensión que aísla el emprendimiento de los barrios aledaños, es una acción que podemos leer en ese sentido. Como señalamos en trabajos anteriores (Castro y Vaccaro, 2019) Manantiales no se presenta solo como una propuesta habitacional sino como una experiencia a la que llaman “Manantiales 360”: “Una propuesta integral de actividades y servicios para vivir, trabajar y estudiar” (Edisur 2017 en Castro y Vaccaro, 2019).

El dispositivo publicitario de Manantiales se configura a partir de diferentes estrategias discursivas que actualizan distintos ideogramas, dichas estrategias mutaron a lo largo de la historia del emprendimiento pero es posible marcar algunas recurrencias: “Manantiales Ciudad Nueva”; “Megaemprendimiento Manantiales”; “Manantiales 360/ Experiencia 360”; “Manantiales Nueva Centralidad”. En cada uno de estos bloques semánticos es posible hallar recurrencias: “un estilo para cada momento de tu vida”; “naturaleza y sustentabilidad”; “ciudad” y “desarrollo”; “hiperconectividad”; “familia” y “vecindad”. Estas estrategias discursivas se despliegan en diferentes lenguajes y soportes: YouTube, Página Web, Facebook, Instagram, espacios de marca en periódicos digitales y programas de televisión abierta, cartelería, reuniones, ferias, festivales y experiencias de uso de los espacios. Para este trabajo en particular seleccionamos un discurso presente en el Instagram de la DU.

En lo que se reconocen como “biografía” de la red social Instagram se encuentra un enlace de Linktree<sup>8</sup> (herramienta que permite reunir varios links a páginas exteriores) que tiene enlaces que nos dirigen al sitio web de la empresa; un link para solicitar asesoramiento comercial; y links para realizar lo que llaman “**Tours 360**”. Cada enlace nos direcciona a un sitio web que permite ver: un video de realidad aumentada del emprendimiento; los planos de cada piso en tres dimensiones; utilizar una regla para medir las dimensiones de cada ambiente/espacio; y la herramienta DollHouse que permite ver la casa en miniatura. El programa utilizado para realizar el Tour 360 se denomina Matterport<sup>9</sup> y en su página web señala:

“Nuestra plataforma integral transforma espacios reales en modelos de gemelos digitales inmersivos. Es mucho más que fotos panorámicas: Matterport permite a todos capturar y conectar habitaciones para crear modelos 3D completamente interactivos.

Un gemelo digital es una copia digital de un lugar u objeto en el mundo real. Las tecnologías de inteligencia artificial y aprendizaje automático permiten la creación de gemelos digitales, modelos 3D dimensionalmente precisos que pueden ser subidos rápidamente para reflejar cambios en su contraparte física”

Estos “gemelos digitales” son dispositivos tecnológicos que permiten acceder a los emprendimientos de Manantiales sin estar en Manantiales. De esta manera la DU apela a los ideogramas de hiperconectividad, modernización y avance tecnológico para mostrar sus productos habitacionales a través de imágenes en tres dimensiones, imágenes que permiten solo eso: mirar. La vista es el sentido preeminente en este recorrido, está organizado a partir de esa premisa lo que no es más que una muestra cabal del nivel de mediatización alcanzado en nuestra sociedad en la que la imagen es la forma de las relaciones sociales. Ahora bien, nos preguntamos qué es lo que muestra y qué oculta esta pieza del dispositivo publicitario o, dicho de otra manera, a qué nos da acceso. En principio este video de realidad aumentada nos permite recorrer la vivienda, nos muestran productos cuyos ambientes ya están dispuestos y amoblados de una cierta manera, donde impera el orden y el monocromatismo. Aunque no se encuentre enunciado explícitamente, es posible inferir las condiciones con las que deberían cumplir los futuros habitantes, el gemelo digital de Pilares de Manantiales, por ejemplo, muestra una habitación con cama matrimonial en tonos beige y arena y otra con dos camas individuales en tonos azules y grises, el sistema de evaluación social imperante nos permite decir que es una casa para lo que se nombra como “familia tipo”. Lo que no es posible observar en este tour es a los habitantes de estas viviendas, los productos están vacíos, no alojan personas, pero sí permite barruntar una imagen de sus habitantes.

---

8 Disponible en: <https://linktr.ee/GrupoEdisur>

9 Disponible en: <https://matterport.com/es/c/%C3%B3mo-funciona>

El Tour 360 es un discurso que no permite espacios para la creación, no habilita posibilidades, define de manera incondicional y autoritaria cómo y quienes deben habitar estas viviendas que se presentan como paquetes de experiencia. Decimos esto porque no solo está definido el modo deseable de construcción sino también la manera en la que deben vivenciarse. La ausencia de cuerpos no hace más que asentar la orientación a borrar lo impredecible del encuentro con los otros en un contexto singular, en el Tour 360 no hay lugar para el acontecimiento.

## Parque Elisa Las Heras

El Parque Las Heras es uno de los espacios verdes urbanos más antiguos de la ciudad. Inaugurado en 1889, llevó el nombre Elisa en honor a la esposa del entonces gobernador Autonomista Juárez Celman. En sus más de cien años de historia combinó momentos de esplendor y abandono. Ya en 2011 comenzó a funcionar en el viejo Parque del área central una feria de productos que con los años sería su principal fuente de actividad. Con apenas un aro de basket el parque solo tenía concurrencia por la feria que lo ocupaba de punta a punta los fines de semana. Comidas, herramientas, productos de almacén al por mayor y, principalmente, ropa eran los productos de la cada vez más célebre feria.

Desde 2019 el panorama cambió. Cerrar el parque Las Heras, y mudar la feria 300 metros hacia el oeste, en las cuadras del antiguo mercado de abasto, fue una de las primeras medidas del flamante Intendente Llaryora, quien pudo reabrir el Parque en el año 2023. Sustraído a la vista durante casi cuatro años, el telón se corrió, aunque quedan algunas obras de gran envergadura por realizarse, y lo sorprendente es lo parecido del nuevo viejo parque de las imágenes digitales que circulaban en el proyecto<sup>10</sup>. Ahora enrejado, el nuevo espacio recuperó su antigua fuente monumental, que junto a una renovada y prolija parquización, son la principal novedad para este espacio que proyecta, encontrándose en obras, un puente peatonal que atravesará el Río Suquía para unirse al lado sur de la Costanera y a la Plaza Austria. La fecha de inauguración oficial de las remodelaciones aguarda esta nueva conexión.

Al día que escribimos este trabajo la obra no está concluida, y aunque el Parque ya abrió sus flamantes portones a los paseantes, la publicidad oficial es todavía escasa pero el municipio lanzó algunos spots televisivos y algunos videos en sus canales digitales<sup>11</sup>. De todos modos Las Heras guarda cierta relación con la publicidad y el discurso espectacular. En relación a los mencionados gemelos digitales, el Parque lleva esto al punto paroxístico de sustraerse a la mirada y al andar durante tres años para existir digitalmente en las imágenes, los renders, que transmitían la promesa del nuevo espacio. Así como el lanzamiento de una intrigante novedad el vallado del parque fue descubierto recién cuando el Parque guardo un parecido asombroso con los renders del proyecto previo, tal como lo podemos observar en el video *Los cordobeses y cordobesas ya están disfrutando del nuevo Parque las Heras-Elisa*<sup>12</sup>, donde incluso las tomas aéreas imitan los efectos de una imagen tridimensional digitalizada. Lo tecnológicos es, además, una referencia del discurso de inauguración de las nuevas obras, cuando dice que un los parques “..tienen que ser hermosos, tienen que ser hermoso, tienen que tener lo último de tecnología”<sup>13</sup>. La tecnología es parte, junto a lo bello, de lo espectacular. La mediación tecnológica se convierte en un modo de transitar el parque, desde su cierre y su conversión en imagen hasta su inauguración abigarrada de antenas de Wifi. El gemelo digital sigue presente

<sup>10</sup> Disponible en <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/ciudad-de-cordoba-asi-queda-el-parque-las-heras-luego-de-una-inversion-de-750-millones/>

<sup>11</sup> Ver el video titulado *Los cordobeses y cordobesas ya están disfrutando del nuevo Parque las Heras-Elisa* en [https://www.youtube.com/watch?v=NdmPiZPPjW0&ab\\_channel=MunicipalidaddeC%C3%B3rdoba](https://www.youtube.com/watch?v=NdmPiZPPjW0&ab_channel=MunicipalidaddeC%C3%B3rdoba) y el llamado simplemente Parque Las Hera, disponible en [https://www.youtube.com/watch?v=95BelnnERY&ab\\_channel=MunicipalidaddeC%C3%B3rdoba](https://www.youtube.com/watch?v=95BelnnERY&ab_channel=MunicipalidaddeC%C3%B3rdoba). Para la inauguración de las obras el municipio compartió el video titulado *Se inauguró las obras de puesta en valor del Parque Las Heras-Elisa*, disponible en

[https://www.youtube.com/watch?v=Tjbe9BV270E&ab\\_channel=MunicipalidaddeC%C3%B3rdoba](https://www.youtube.com/watch?v=Tjbe9BV270E&ab_channel=MunicipalidaddeC%C3%B3rdoba).

<sup>12</sup> Disponible en: [https://www.youtube.com/watch?v=NdmPiZPPjW0&ab\\_channel=MunicipalidaddeC%C3%B3rdoba](https://www.youtube.com/watch?v=NdmPiZPPjW0&ab_channel=MunicipalidaddeC%C3%B3rdoba)

<sup>13</sup> Disponible en [https://www.youtube.com/watch?v=Tjbe9BV270E&ab\\_channel=MunicipalidaddeC%C3%B3rdoba](https://www.youtube.com/watch?v=Tjbe9BV270E&ab_channel=MunicipalidaddeC%C3%B3rdoba).

como una duplicación de la vida del parque en las tecnologías de la información aún sentados en el mismo parque.

## Conclusiones

En definitiva, el desarrollo perfila los modos aceptables/deseables con los que se gestionan territorios, tanto públicos como privados. Con ello las ciudades actuales, de las cuales la capital de Córdoba no escapa, cuentan con un rango de acción acotado para escaparse de los preceptos del desarrollo urbano dominante, implica detener la velocidad con la que en los dispositivos de comunicación circulan imágenes a gobernados y a clientes. Los modos hiper dinámicos que estos dispositivos encarnan a través de imágenes adecuadas a los modelos de desarrollo, no resisten la disrupción de intervenciones urbanas no plausibles de ser imágenes coherentes con la estética que la publicidad propone.

En tanto que, para los gobiernos, la concreción de espacios estetizados y organizados a los fines de ser imágenes dispuestas para circular en dispositivos de publicidad es condición necesaria para legitimar sus actos de gobierno, para los DU fabricar espacios orientados a ser imágenes conlleva la posibilidad de maximizar la rentabilidad de los empresas que así lo ejecutan.

Más allá del fin que acabamos de mencionar, repetimos en este trabajo que los territorios de las ciudades se presentan *espectaculares* y con ellos nos referimos a que las variaciones intencionadas en los espacio se ajustan exclusivamente a la posibilidad de ser convertidas en imágenes que nutran al dispositivo comunicacional. La imagen se convierte en la mediación fundamental de las relaciones sociales, la consecuencia de esto es la proliferación de dispositivos que reemplazan al cuerpo o, cuanto menos, se adhieran al cuerpo. Esos mismos cuerpos que son rechazados en los espacios vacíos de los renders y de los espacios vaciados de la ciudad vallada intentan ser regulados, ajustados sus comportamientos por dispositivos de espectacularización. En ellos la tecnología ocupa un lugar fundamental, toda vez que brinda las capacidades técnicas de elaboración de estas interfaces de punta que se adhieren, o constituyen, nuestra apertura perceptiva al mundo. Como destacan Boito y Seveso (2015), la tecnología se convierte en un ideograma clave en el marco de ciudades fragmentadas como Córdoba.

## Bibliografía

- Arán, P. O. et al. (2016). La herencia de Bajtín: reflexiones y migraciones. Córdoba. Centro de Estudios Avanzados
- Bajtín, M. y Medvedev, P. (1993). La evaluación social, su papel, el enunciado concreto y la construcción poética. Criterios. La Habana-México DF. pp 9-18.
- Boito, M. E. y Espoz, M. B. (Comps.) (2014). Urbanismo Estratégico y Separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto; Rosario: Puño y Letra, Editorialismo de base.
- Boito, M. E. y Espoz, M. B. (2017) Regulación del disfrute en espacios urbanos socio segregados. El carnaval como entorno en Sentires (in)visibles: la construcción de entornos en espacios socio-segregados / María Belén Espoz Dalmaso ... [et al.]. – 1a ed. – Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CONICET – Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, 2017.
- Boito, M. E. y Mercadal, S. (2013). En la ciudad de la técnica: entorno sensitivo y paquete de experiencia. Una visita a Tecnópolis (2013). En: Lo popular en la experiencia contemporánea. E. Boito (Comp). Buenos Aires: El Colectivo.
- Boito, M. E. y Seveso, E. (2015). La tecnología como ideología en contextos de socio-segregación. Ciudades-barrios (Córdoba 2011-2014). Córdoba, Argentina: Rosario. Puño y Letra Editorialismo de Base.
- Capdevielle, J. (2013). "Cambios y continuidades de los grupos "desarrollistas" y su incidencia en la ciudad de Córdoba, Argentina. VII Jornadas de investigación en Antropología Social. Facultad de Filosofía y Humanidades, Buenos Aires.
- Cisterna, C. y Capdevielle, J. (2015). "Las estrategias del empresarialismo urbano en la producción de ciudad. El caso del "desarrollista" cordobés GAMA." I Congreso Latinoamericano de Teoría Social. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Castro, J. y Vaccaro, N. D. (2019). Dispositivo publicitario y Desarrollistas Urbanos.
- Debord, G. (1995). La sociedad del espectáculo. Buenos Aires: La Marca.
- Del Campo, M. L. y Salcedo, L. (2017). La autenticidad de la gastronomía cordobesa. Experiencia y estetización en

una feria gourmet en Sentires (in)visibles: la construcción de entornos en espacios socio-segregados / María Belén Espoz Dalmaso ... [et al.]. – 1a ed. – Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CONICET – Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, 2017.

Espez, M. B. (2017). Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural. En: Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N° 133, diciembre 2016 - marzo 2017. Pp. 317-334

Espez Dalmaso, M. B., & del Campo, M. L. (2018). Estrategias de comunicación política: sentidos del patrimonio y el turismo en Córdoba (2010-2018). Question/Cuestión, 1(60),e103. <https://doi.org/10.24215/16696581e103>

Lazzarato, M (2006). Por una política menor. Acontecimiento y política en las sociedades de control. Buenos Aires : Tinta Limón.

Mezzadra, S. (2007). “Vivir en transición. Hacia una teoría heterolingüe de la multitud”. Marcelo Expósito traductor en Transversal. Texto recuperado de: <https://transversal.at/transversal/1107/mezzadra/es>

Peixoto, P. (2013). A cidade performativa na era da economia das experiências. In Fortuna, C.; Bógus, L.; Corá, M. e Junior, J. (orgs.). Cidade e Espetáculo-A cena teatral luso-brasileira contemporânea (pp. 141-151). São Paulo: EDUC. (2009)

Williams, R. (2009). Marxismo y Literatura. Buenos Aires: Las Cuarenta.

Vaccaro, N., Cazzolli, A., Castro, J. (2021) El gobierno abierto en la ciudad de Córdoba, Argentina: Una política de regulación de la sensibilidad. Contratexto; Año: 2021 p. 43 - 70.

Voloshinov, V. (2009) El Marxismo y la filosofía del lenguaje. Buenos Aires: Ediciones Godot.

# La recuperación de lo político ante las lenguas del odio

María Marta Luján  
mariamartamar106@hotmail.com

UNT

*“Tengo odio a la barbarie popular... La chusma y el pueblo gaucho nos es hostil... Mientras haya un chiripá no habrá ciudadanos, ¿son acaso las masas la única fuente de poder y legitimidad? El poncho, el chiripá y el rancho son de origen salvaje y forman una división entre la ciudad culta y el pueblo, haciendo que los cristianos se degraden... Usted tendrá la gloria de establecer en toda la República el poder de la clase culta aniquilando el levantamiento de las masas”.*

*Carta de Sarmiento a Mitre, 1961*

## Resumen

El trabajo procura abordar los discursos del odio menos como categoría que como problemática; intenta realizar una genealogía de la palabra odiante a nivel geopolítico y en nuestro país reconstruyendo los momentos de su emergencia como así también los intentos de abordaje; se detiene en el análisis de las particularidades de la coyuntura actual: nuevos medios técnicos para su circulación y falta de respuestas de un sistema democrático en crisis frente a la descomposición y la incertidumbre; la pregnancia de la violencia simbólica y la complacencia social.

Se propone discutir las dicotomías amor/odio, amor/alegría y el desanclaje de dichos polos en configuraciones políticas e ideológicas; se intenta reponer la noción de antagonismo en tanto dispositivo que abra el juego democrático y la pluralidad de voces, que potencie la disputa por los significantes, y recupere el valor de lo político frente a las políticas de las *fakenews*, la posverdad, los *haters*, los trolls, los algoritmos y el linchamiento punitivista.

## La categoría discurso del odio como significante vacío

La definición básica, la cara visible del odio, consiste en la de una aversión hacia una persona o un grupo cuyo mal se desea; es decir, el deseo explícito de un mal, desaparición, exterminio, no existencia; va mucho más allá de la mera antipatía.

Si bien no existe una definición consensuada y taxativa sobre qué es el discurso de odio, pensamos que es necesario establecer una definición mínima, pero que no puede -ni es deseable- transformarlo en un concepto rígido, debido a la variedad de elementos y características que este contiene y que lo mantienen en constante movimiento y construcción; se trata de una noción instituida, contingente, al decir de Laclau<sup>1</sup>. Ahora bien, a pesar de esto, existen elementos que nos permiten caracterizarlo y entenderlo en un primer acercamiento.

Tomaremos como punto de partida la definición de la ONU que lo considera como “cualquier forma de comunicación de palabra, por escrito o a través del comportamiento, que sea un ataque o utilice lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con una persona o grupo sobre la base de quiénes son o, en otras palabras, en razón de su religión, origen étnico, nacionalidad, raza, color, ascendencia, género u otro factor de identidad” (ONU, 2019). El objetivo de estos discursos es “denigrar, intimidar, promover prejuicios, incitar a la discriminación e incluso a la violencia contra individuos por motivo de su pertenencia a un grupo específico” (Bazzaco et al, 2018).

<sup>1</sup> Laclau, Ernesto. *Hegemonía y Estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. 2012. pag.154.

Son narrativas sociales que circulan y se reproducen principalmente en el espacio público, ya sea en los medios de comunicación, redes sociales e internet.

Si bien pueden no materializarse en violencia física explícita, sí cargan un alto nivel de violencia simbólica con un gran costo para la sociedad y nuestra democracia.

El discurso del odio alude a variadas formas de expresión discursiva performativa que fomentan el ataque a la dignidad humana de grupos o sujetos, la negación de crímenes de lesa humanidad o acciones antijurídicas de ataques a minorías; pareciera haber un consenso en los organismos de derechos humanos sobre el impacto de los discursos de odio en las formas tangibles de la violencia. Se trata de discursos que “profundizan la desigualdad, lo cual a la larga obviamente impacta en los niveles de violencia” (Abramovich, 2015, p.6) y que pueden crear un ambiente propicio para la concreción efectiva de violencia física, ataques o exterminio de los cuerpos.

Recogemos la propuesta de Grimson y Guisardi (2021) en relación a la necesidad de abordar los discursos del odio como una configuración atravesada por múltiples configuraciones (lingüísticas, discursivas, nacionales, geopolíticas, sociales, jurídicas, éticas, etc.).

De los numerosos intentos de acercamiento podemos extraer los siguientes elementos, que parecieran ser constitutivos de los DDOO:

1- Se trata de lenguajes, palabras, discursos, o narrativas de violencia simbólica que pueden materializarse en violencias materiales o físicas; estamos frente a actos performativos. Judith Butler (2004) relanza, ya no frente a la ofuscación fascista sino ante la neoliberal, las preguntas sobre qué significa decir que el lenguaje pueda herir, que el lenguaje pueda ejercer, por sí mismo, violencia. Si las palabras pueden herirnos y movilizar la violencia, si podemos “hacer cosas con palabras”, es porque ellas actualizan rituales lingüísticos que se repiten en una palabra que condensa una historia de prácticas lingüísticas.

Entonces, “¿son opiniones o acciones? ¿Cómo pensar el lugar del lenguaje cuando deja de ser meramente “constatativo” y pasa a tener funciones que se suelen llamar “performativas”? (...) Vale decir, ¿cómo se solapan las funciones descriptivas de un lenguaje que busca hablar acerca de la realidad con las funciones prácticas de un lenguaje que busca intervenir activamente en ella, transformándola?” (García, Juan Ignacio, 2021, p.39).

Por otro lado, es importante señalar que la lengua del odio nunca está sola ni está aislada, sino que tiene una historia, es una cita, un significante que flota, sedimentado, en el imaginario y que re-flota en circunstancias que le son propicias; de lo contrario, no sería eficaz. Tampoco emergen abruptamente; es parte de un proceso –una estructura de sentimiento- que se viene gestando lentamente.

2- Los discursos del odio ocurren en público, en redes sociales o en medios de comunicación, porque en dichos ámbitos tienen una circulación y una difusión que los hace aún más dañinos. Las expresiones que ocurren en privado, la determinación sobre si son discursos de odio, así como su delimitación y sus efectos no son nuestro objeto. La palabra odiente acontece en medios masivos pero se potencia con internet y las redes sociales que operan como su caldo de cultivo; la novedad son los nuevos medios digitales, que propician, potencian y amplifican estas manifestaciones, con sus formas anónimas y fugaces. Se observa que estas herramientas han catalizado, visibilizado y, por lo mismo masificado, actitudes y comportamientos que ya existían fuera de la virtualidad; un conjunto de modificaciones en las tecnologías de la información que implican, a su vez, nuevos dilemas sociales, legales y éticos.

3- Estos discursos emergen en contextos de incertidumbre, vulnerabilidad y miedo; están íntimamente relacionados con la crisis agónica del neoliberalismo, posliberalismo, el surgimiento de los neofascismos o y por la debilitación de las democracias –o democracias de baja intensidad- que se han convertido en garante institucional de la acumulación flexible del capital; la realidad actual y global –con un claro giro a la derecha- ha generado una

percepción generalizada de desplazamientos, pérdidas de derechos, carencia, inseguridad, miedo, frustraciones; el sentimiento de intemperie y desamparo se condice con la época de la pospolítica (Baumann, 2016; Zizek (2008); Segato (2007).

3- Para que haya discurso del odio es necesaria la construcción de un OTRO odiado que funciona como chivo expiatorio;

Al decir de Grimson y Guizardi, el discurso del odio es una suerte de “fábrica de alteridades” que permite establecer fronteras entre sujetos y grupos sociales. La maquinaria del odio define su identidad en relación con lo odiado (personas, sujetos o grupos que son imaginados como diferentes). Se trata de la modulación contemporánea de la figura del chivo expiatorio. Remontándonos a las lecturas de Nietzsche podríamos decir que, ante el malestar desesperanzado del presente y ante la sensación de miedo generalizado, el OTRO opera como la bendición de anestesiar dolores torturantes al módico precio de proyectar sobre un culpable fantasmático la causa de mi mal.

El desasosiego es canalizado a un grupo o sujetos de fácil identificación, opera como una bálbula de escape; un mecanismo catártico de regulación de tensiones.

Las clases medias se autoperceben como superioridad amenazada por sectores populares advenedizos, profundizando a través de los discursos del odio- las distancias simbólicas.

4- Los acercamientos a este objeto discursos del odio identifican al sujeto de la enunciación con la derecha, las clases medias (o autopercebidas como tales) en consonancia con los conglomerados de medios de comunicación (Grimson y Guizardi, 2021, p. 12)

5- Los discursos del odio adquieren, en el presente, una inusitada legitimidad, aceptación y tolerancia, impensadas hace 20 años atrás.

Por otro lado, el enunciado Discursos del odio forma parte de un campo semántico, de una cadena de significantes que aparecen ligados a él tales como público, privado, libertad de expresión, cultura de la cancelación y burbujas ideológicas

A los fines de una posible delimitación de esta noción, resulta enriquecedor plantearse algunas preguntas imprescindibles: ¿cuáles son los límites entre lo público y lo privado? ¿Todo lo publicado en Internet y/o en las redes puede considerarse de uso libre? ¿Cuáles son los límites entre libertad de expresión y discursos de odio? ¿Y entre libertad de expresión y cultura de la cancelación? ¿Cómo aprovechar responsablemente Internet y redes como fuentes de información? (Viada, María Inés; Loyola, Mónica, y Massa, Jimena. 2022.p. 1)

## **Cultura de la cancelación**

Se llama cultura de la cancelación a la acción de quitar apoyo o bloquear en redes sociales a personas o empresas por comentarios o acciones reprochables o repudiables. Tiene tantos defensores como detractores. Los primeros la consideran como una muestra de resistencia frente a los poderes puesto que surgió para denunciar socialmente y visibilizar situaciones de discriminación, explotación y sometimiento de distintos colectivos. Los detractores entienden que se trata de un bullying colectivo, un sabotaje que solo contribuye a polarizar más a las sociedades, que no consigue el objetivo deseado y se convierte en una suerte de justicia virtual por mano propia con consecuencias físicas (como pérdida del trabajo).

Ahora bien: ¿Es la cultura de la cancelación la contracara de los discursos de odio? ¿Acaso ambos no procuran anular el pensamiento opuesto en lugar de promover el debate público? ¿No tienden, ambos, a imponer el pensamiento único si de lo que se trata no es de la cancelación de voces sino la apertura del debate público? Viada, María Inés; Loyola, Mónica, y Massa, Jimena. 2022.p. 2).

## Burbujas de filtro o cámaras de eco

Los filtros de internet “son máquinas de predicción cuyo objetivo es crear y perfeccionar constantemente una teoría acerca de quién eres, lo que harás y lo que desearás a continuación. Juntas elaboran un universo de información único para cada uno de nosotros (...) que, en esencia altera nuestra manera de encontrar ideas e información” (Pariser: 2017,10). Compartimos con el autor que, en realidad, desde siempre consumimos productos culturales o informativos afines: leemos el diario con el que nos identificamos, vemos los canales o escuchamos las emisoras o accedemos a sitios web afines. Lo que Pariser incorpora es que las burbujas implican “dinámicas” no vistas antes y que resume en tres aspectos: el usuario está solo, los mecanismos son invisibles y uno no elige estar en la burbuja, al contrario de lo que sucede cuando uno escoge ver tal o cual programa de televisión. A los efectos de un abordaje de la relación de los discursos del odio en circulación en las redes sociales, sería interesante analizar estas burbujas ideológicas a la luz de la atención selectiva, la activación en cascada y elementos de encuadre en los que intervienen diferentes sesgos cognitivos. Como afirman Calvo y Aruguete (2020) “A medida que seleccionamos a los usuarios que deseamos seguir y visitamos cuentas con cuyos contenidos estamos de acuerdo y nos interesan, la información que recibimos se vuelve localmente homogénea” (p. 16).

## Hacia una genealogía de las investigaciones sobre los discursos del odio

Si bien el odio, como afecto y la implicancia del mismo en las disputas políticas<sup>2</sup> no es un fenómeno nuevo, tal como lo hemos señalado, en el contexto actual los mismos emergen de manera exasperada, catalizados y potenciados en el entorno digital y con una llamativa tolerancia y legitimidad. Grimson y Guizardi (2021) han investigado en los estudios que centran su interés en este fenómeno señalando como punto de partida el caso de España, que estuvieron vinculados con la problemática de la migración en el contexto de la crisis económica global de 2009-2010. Los autores identifican que los primeros trabajos en América Latina recuperan esta agenda de investigación y la enraizan en el contexto político latinoamericano. Por ejemplo, en Colombia los estudios sobre discursos de odio emergen para esa época y se estructuran a partir del debate entre las fuerzas políticas sobre el proceso de negociación de paz del conflicto armado (2013). En Brasil, en cambio, los estudios sobre discursos de odio emergen para 2016, dando cuenta de la centralidad que adquiere en el debate público la disputa por la distribución de recursos materiales y simbólicos entre los sectores trabajadores y populares representados por el Partido de los Trabajadores (PT) y los sectores medios y altos. También aparecen, según Grimson y Guizardi diferentes estudios que analizan los discursos de odio como expresiones de violencia a diferentes colectivos históricamente discriminados como las mujeres, los pueblos indígenas, y las personas LGBTQI+. (p. 2).

## Desbaratando dicotomías

En el presente análisis, eludimos cualquier acercamiento que se inscriba en la teoría de los dos demonios y que entienda la profusión de discursos odiantes como enunciaciones de configuraciones ideológicas que confrontan en un escenario de equitativo.

Consideramos que los discursos del odio son actos de habla performativos que provienen de formaciones clara-

2 Luis Ignacio García marca como un antecedente interesante las investigaciones, en 1933, de Victor Klemperer, filólogo judío alemán, romanista, especialista en literatura francesa del Siglo de las Luces, quien comienza a redactar una suerte de diario lingüístico sobre la lengua del Tercer Reich. La hipótesis de dicha investigación es que el lenguaje de una época es una vía de acceso a su lógica más profunda. La crítica del lenguaje aparece como el estudio de las condiciones de posibilidad de la emergencia del fascismo, una suerte de historia de las mentalidades irreductible a la exploración de las ideologías políticas. (García, 2021.p. 101)  
En nuestro país, Grimson y Guizardi (2021), se remontan a los escritos de Monseñor Gustavo Franceschi sobre los discursos odiantes en nuestro país durante los sucesos de octubre de 1945 y aluden al texto de Arturo Jaureche *Los profetas del odio*, de 1957. Resaltan, asimismo, el año 2008 como un punto de inflexión en tanto divisoria de las aguas y emergencia de la “grieta”. en tal sentido, oponen dos configuraciones ideológicas: a- Posicionamientos políticos anti neoliberales y proderechos humanos, vinculados a movimientos populares y asociados al peronismo y la izquierda. b- Neoliberales y securitistas. Vinculados con las elites agrarias y financieras, las derechas y el antiperonismo.(p. 17).

mente situadas en posturas neofascistas, de derecha y ultraderecha con llamados a la exclusión, el borramiento y el exterminio de subalternidades. En sí, el odio no es de derecha ni de izquierda y aunque se encuentren algunos exabruptos de antagonismo en foros de reducidos portales de izquierda, la magnitud y radicalidad de sus diatribas es incomparable con las de los medios masivos conservadores.

No obstante, nos parece que un análisis más profundo del fenómeno, impone complejizar la relación entre palabra y política, entre discurso y proyecto político, desmontando las polarizaciones simplificadoras. La confrontación odio/amor, odio/alegría<sup>3</sup> obstruyen un abordaje del conflicto como constitutivo del campo social en tanto escenario de confrontación, de batalla cultural y de lucha por los significados:

*No hay nada menos político que presentar una pelea política como el enfrentamiento entre el odio y el amor. Nada menos político, nada más encubridor de la realidad, nada más violento. Tampoco se trata de hacer un llamado al odio de la misma manera que otros hacen un llamado al amor. La contracara de un amor abstracto que no distingue entre sujetos es el odiador que tampoco lo hace (...). No hay nada más neoliberal que pedir la abolición del odio, nada más hipócrita tampoco. (Calarco, Emiliano. 2022)*

En tal sentido, el concepto de antagonismo propuesto por Ernesto Laclau y Chantal Mouffe<sup>4</sup> resulta operativo para entender los discursos del odio como dispositivo de construcción de identidades en un marco de disputa por el orden social. El antagonismo representa la relación especular que permite establecer una identidad que en su precariedad se ve amenazada porque su existencia es tributaria de la presencia del otro.

Una sociedad de “amor”, sin fronteras antagónicas, sería posible en tanto una unidad sin fisuras, una totalidad coherentemente unificada, constituida por identidades plenas y entonces la posibilidad misma de lo social en cuanto relación hegemónica, apertura del juego democrático, quedaría eliminada. (Biglieri y Perelló 2011,p.41).

En sociedades matizadas en torno a circuitos múltiples de interpelación y consumo no puede seguir pensándose en términos de una “esfera pública” -como la quería Habermas- homogénea, estable, dada, de base letrada (modelada en culturas blancas y europeas), que concibe lo impreso como su núcleo y su esencia. La idea de un consenso amoroso y alegre, que expulse las palabras odiantes, un debate horizontal, transparente e igualitario invisibilizaría el enfrentamiento por legitimar determinados valores y, por lo tanto, la posibilidad misma de lo político.

La noción de antagonismo cierra la posibilidad de una reconciliación final, amorosa, de un consenso puramente inclusivo. Sin conflicto, sin división, una política pluralista y democrática sería imposible. Creer en la resolución fi-

3 Nos referimos a la cita clásica de Jaureche “Ignoran que la multitud no odia, odian las minorías, porque conquistar derechos provoca alegría, mientras que perder privilegios provoca rencor” en el textocitado, o a los discursos que circularon estos días referidos a el kirchnerismo como depositario de sentimientos de amor frente a la agresión. Jaureche, Arturo, (2020) *Los profetas del odio y la yapa*. Buenos Aires: Corregidor. (p. 34).

4 Según Laclau, los antagonismos son constitutivos de toda sociedad y no pueden ser reducidos a la determinación económica del marxismo; implica una relación entre fuerzas enemigas, cada fuerza niega la identidad de la otra. Por lo que, para tener un antagonismo, la primera condición es que haya una interrupción - o una impedimento- en la constitución de una identidad plena. En el plano de las identidades, el antagonismo remite críticamente a la difundida idea de que la presencia del otro me impide ser yo mismo. El antagonismo es inherente a la formación de identidades dado que una eventual derrota de ese otro enemigo llevaría a abolir el antagonismo, con lo cual esa identidad quedaría plenamente constituida y por lo tanto, estaríamos ante la presencia de un sujeto sustancial (Biglieri y Perelló, 2012: 41-44).

Laclau y Mouffe (1985) rechazan la idea de un sujeto pleno, sustancial y dado de antemano, sino que refieren a posiciones particulares de sujeto (feminista, ecologista, democrática) cuya significación no está fijada a priori: ellas cambian según el modo en que estén articuladas y están atravesadas por la lógica de la sobredeterminación.

Biglieri y Perelló señalan que el antagonismo es problematizado por Laclau y Mouffe en términos de imaginarios. Tiene que ver esencialmente con la imagen, con el intento de síntesis, de unificación, de cierre de sentido. Así, ante la imposibilidad de que una identidad se configure de manera cerrada, se da la necesaria identificación con otro que de manera especular hace saber de la propia presencia, pero a la vez la amenaza. Para las autoras, el antagonismo habla de una imposibilidad; en una relación antagónica se muestran los límites de toda objetividad, en tanto que lo que no se puede decir se puede mostrar. Aquí se plantea la noción de mostración o puesta en escena de la rivalidad con el otro, que remite al antagonismo como constitutivo de la identidad. (Biglieri y Perelló 2011, p.40).

nal de los conflictos pone en peligro al proyecto democrático, porque el antagonismo es la condición de posibilidad del juego democrático. El consenso en Laclau no es el de Habermas, una realización plena, sino el resultado de una articulación hegemónica, luchas discursivas por los sentidos políticos.

Jorge Aleman (2023) recupera la legitimidad de la batalla cultural entre formaciones políticas antagónicas. No se trata de una máquina de guerra, como la de la derecha, un modo específico de golpe de estado del siglo XXI: “en este aspecto, en la guerra simbólica, el insulto juega un rol central; el insulto es el límite del diálogo para luego producir su cancelación”. Aleman reivindica la batalla cultural entre adversarios como modo de resistir a estas nuevas hibridaciones fascistas y recuperar desde la democracia –aunque sea de baja intensidad- la centralidad de lo político y la disputa por los significados.

Los discursos del odio son armas gatilladas contra la democracia; sin embargo, empiezan a ser los modos en que se imagina, desde estas nuevas esferas públicas, la democracia misma; no son el opuesto de la democracia, las hablas expulsadas del pacto democrático: No sólo forman parte del intercambio de voces en el espacio público sino que reclaman los espacios de la democracia para trazar el horizonte de los iguales, sus límites y sus segregaciones: he ahí su transgresión y amenaza.

Ante las narrativas del odio las opciones no son el amor ni la cancelación: la palabra odiante no puede ser subestimada ni excluida; la batalla se ejerce no desde el recorte del odio sino en el campo de la lucha por los sentidos, de la reapropiación de los significantes confiscados<sup>5</sup> y de la desviación de los estereotipos<sup>6</sup>.

Nos permitimos preguntarnos: ¿es posible un odio legítimo<sup>7</sup>, que odie el odio neoliberal, fascista, de derecha y su propuesta de vida? Muchos autores han reivindicado el odio como afecto de subalternidades, un odio libre, “democrático, popular, un despegue, que habrá la posibilidad de ruptura con situaciones de explotación. “Reconocemos un entrenamiento emocional y muscular para esa atención propioceptiva del momento en el cual una insurgencia afectiva te atraviesa y te hace actuar, resistir y variar tu vida” (Georgi, Gabriel, 2021.p.205)

Hemos destacado la función clave de medios hegemónicos y redes sociales como marco propicio para la circulación de los discursos del odio, como afirma Jorge Aleman:

*Los medios llamados hegemónicos, no sólo producen sino que propician a través de todos sus recursos una presión de alta intensidad sobre el aparato psíquico estresado de la población. La evidente instigación al exterminio se desarrolla en forma sostenida y tiene una relación estructural con los episodios violentos que alcanzan su clímax en el intento de magnicidio. (Aleman, 2022)*

Pero caer en lo que Raymond Williams llama “determinismo tecnológico”, creer que el atentado a la vicepresidenta es solamente producto de un “discurso de odio” amplificado y exacerbado por los medios es desconocer o subestimar las condiciones materiales de su emergencia.

Buscar las causas de la circulación de los discursos del odio en los medios y las nuevas tecnologías pareciera conducir a una respuesta fácil (¿) donde hay una relación lineal entre televisión, celular, dispositivo, etc. y un consumidor pasivo, que recibe información y actúa en consecuencia.

*Detrás de esta respuesta fácil no solo se esconde la subestimación al pueblo en general, que sería una víctima permanente de la manipulación mediática, un eterno espectador de*

5 Pensamos en palabras expropiadas y apropiadas por la derecha, como el significante libertad.

6 Hay palabras cuyo significado negativo fue revertido a través de la desviación irónica y convertidas en positividad: grasitas en los discursos de Evita, locas para referirse a las madres de Plaza de Mayo o como autorreferencia de las trabajadoras sexuales. (García, Juan Ignacio. 2021, *La Babel del odio*, Buenos Aires: Cuadernos Lenguas Vivas.p.236. p. 47)

7 Georgi, Gabriel “La Literatura del odio” en: *La Babel del odio*. (2021) Buenos Aires: Cuadernos Lenguas Vivas. p. 236.

*la realidad. También demuestra la poca voluntad de ir “más allá”, de quienes pretenden, así lo dicen, transformar la realidad. Si se rompe la superficie de respuestas fáciles, rápidamente nos vamos a encontrar con las condiciones materiales en las que vivimos ¿no serán éstas las que más generan el odio, la violencia? ¿No será que el odio viene, no desde un noticiero o un trend, sino desde lo precario de nuestras vidas? (Calarco, Emiliano, 2022).*

## Bibliografía

- Abramovich F., et al. (2021). “Discursos de odio. Parte 1: condiciones para su reproducción”. Informe LEDA cualitativo #1. Laboratorio de estudios sobre democracia y autoritarismos (UNSAM) y Grupo de estudios críticos sobre ideología y democracia. Disponible en: [www.unsam.edu.ar/leda/docs/Informe-cualitativo-1.pdf](http://www.unsam.edu.ar/leda/docs/Informe-cualitativo-1.pdf)
- Abramovich F., et al. (2021). “Discursos de odio. Parte 2: condiciones para su producción”. Informe LEDA cualitativo #2. Laboratorio de estudios sobre democracia y autoritarismos (UNSAM) y Grupo de estudios críticos sobre ideología y democracia. Disponible en: <http://www.unsam.edu.ar/leda/docs/Informe-cualitativo-2.pdf>
- Abramovich F., et al. (2021). “Informe LEDA #1. Discurso de odio en Argentina. Laboratorio de estudios sobre democracia y autoritarismos (UNSAM) y Grupo de estudios críticos sobre ideología y democracia”. Disponible en: <http://www.unsam.edu.ar/leda/docs/Informe-LEDA-1-Discursos-de-odio-en-Argentina-b.pdf>
- Abramovich, V., Guembe, M. J., y Capurro Robles, M. (coord.). (2021). *El límite democrático de las expresiones de odio*. Editorial Teseo, Universidad de Lanús. Disponible en: <https://www.teseopress.com/ellimite-democratico-de-las-expresiones-de-odio/>
- Alcácer Guirao, Rafael 2012 “Discurso de odio y discurso político: en defensa de la libertad de los intolerantes” en Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología, N°14.
- Aleman, Jorge (2023) “De la batalla cultural a la guerra simbólica. En: <https://www.pagina12.com.ar/537715-de-la-batalla-cultural-a-la-guerra-simbolica>
- Baumann, Zigmunt. *Extraños llamando a la puerta*. Barcelona: Paidós.
- Bazzaco, E., Juanatey, A. G., Lejardi, J., Palacios, A. y Tarragona, L. (2018). “¿Es odio? Manual práctico para reconocer y actuar frente a discursos y delitos de odio”. Institut de Drets Humans de Catalunya, SOS Racisme Catalunya (IDHC), Barcelona. Disponible en: <https://www.idhc.org/es/investigacion/publicaciones/discriminacion-intolerancia-y-odio/es-odio-manual-practico-para-reconocer-y-actuar-frente-a-discursos-y-delitos-de-odio.php>
- Becerra, Martín (2021). “Diez tesis sobre desinformación, fake news y libertad de expresión en internet”, en el DiarioAR, publicado el 24 de junio de 2021. Disponible en <https://martinbecerra.wordpress.com/2021/08/09/diez-tesis-sobre-desinformacion-fake-news-y-libertad-de-expresion-en-internet/>
- Butler, Judith, *Lenguaje, poder e identidad*, traducción de Javier Sáez y Beatriz Preciado, Barcelona, Síntesis, 2004.
- Calarco, Emiliano. 2022. “No hay nada más liberal que abolir odio”. En <https://lobosuelto.com/nada-mas-neoliberal-que-abolir-el-odio-emiliano-calarco/>
- Calvo, Ernesto y Aruguete, Natalia (2020). *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Buenos Aires. Siglo XXI Editores.
- Grimson, A. y Guizardi, M. (2021). “Las configuraciones del odio. Apuntes para una historia argentina”. En: Mónica Arredondo y Atilio A. Boron (Comps.). *Clases medias argentinas: La política del odio y el temor*. Buenos Aires, Ediciones Luxemburg. En <https://es.scribd.com/document/525877695/Grimson-Guizardi-2021-Las-Configuraciones-Del-Odio#>
- INADI. (2020). “Haters, la cultura del odio que parece no tener límites”. Observatorio de la Discriminación en Internet.
- INADI. (2020). “Informe: discurso de odio”. Observatorio de la Discriminación en Internet. Disponible en: [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/12\\_01\\_2021\\_informe\\_discurso\\_de\\_odio.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/12_01_2021_informe_discurso_de_odio.pdf)
- INADI. (2020). “Trolling: Uno de los fenómenos del siglo XXI con mayor incidencia en la realidad”. Observatorio de la Discriminación en Internet. INADI. (2021). “Informe: Guía Empatiz.ar”. Observatorio de la Discriminación en Medios y Redes sociales. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/inadi/observatorios/internet/empatizar>
- Jaureche, Arturo. *Los profetas del odio y la yapa*. Buenos Aires: Corregidor, 2020.
- Keen, E. y Georgescu, M. (2019). “Guía Breve Orientaciones para combatir el discurso de odio en internet a través de la educación en derechos humanos. Instituto de la Juventud”. Disponible en <http://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2019/10/orientacionesnohate-folleto-junio2019artefinal1.pdf>
- La Babel del odio. Políticas de la lengua en el frente antifascista* (2021) Selección e introducción: Luis Ignacio García Colección: Buenos Aires: Cuadernos de Lenguas Vivas. Biblioteca Nacional Mariano Moreno.

En: [https://www.google.com/search?q=la+babel+del+odio+pdf&rlz=1C1UUXU\\_esAR996AR997&oq=La+Babel&gs\\_GCAMQRRg7MgclBBauGIAEMggIBRAAGBYHjllICAYQABgWGB4yBggHEEUYPNIBCDczNTJqMGo3qAIAAsAIA&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=la+babel+del+odio+pdf&rlz=1C1UUXU_esAR996AR997&oq=La+Babel&gs_GCAMQRRg7MgclBBauGIAEMggIBRAAGBYHjllICAYQABgWGB4yBggHEEUYPNIBCDczNTJqMGo3qAIAAsAIA&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

Laclau, Ernesto. *Hegemonía y Estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*.

2012.

Machado, Daiana Gabriela, Ferrandi, Lucía y Pfoh, Paula (2019). "Las redes sociales en la construcción de la otredad. Discursos de odio en torno al género y la diversidad cultural". I Jornadas de Investigadores y Estudiantes del ICSE: Producir conocimiento en el contexto de crisis. Instituto de Cultura, Sociedad y Estado. Universidad Nacional de Tierra del Fuego AelAS (ICSE-UNTDF), Ushuaia y Río Grande (Tierra del Fuego).

López Noriega, Saúl (2021). "La libertad de expresión en el nuevo feudalismo digital". En Revista Nexos, 1 de abril de 2021. Disponible en <https://www.nexos.com.mx/?p=54536>

Martínez Miró M Ángel, Rengifo Hidalgo M S. "Discursos de odio: una epidemia que se propaga en la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales". *Mediac. soc.* Disponible en: <https://doi.org/10.5209/meso.64527>

Mouffe, C. (2019). *La paradoja democrática: el peligro del consenso en la política contemporánea*. Buenos Aires: Editorial Gedisa.

ONU (2019). "La estrategia y plan de acción de las Naciones Unidas para la lucha contra el discurso de odio". Disponible en [https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action\\_plan\\_on\\_hate\\_speech\\_ES.pdf](https://www.un.org/en/genocideprevention/documents/advising-and-mobilizing/Action_plan_on_hate_speech_ES.pdf) Accedido el 29 de septiembre de 2021.

Pagliarone, María Florencia; Quiroga, María Virginia; "Discursos políticos de odio en Argentina y Ecuador: El inmigrante pobre como otredad"; Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla. Departamento de Investigaciones; Revista IUS; 15; 47; 1-2021; 103- 132.

Pariser, Eli (2017). *El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Madrid: Taurus.

Porcel, Alan (2021). "Moderación en redes sociales: ¿Quién decide lo que vemos?" En <https://www.lavoz.com.ar/numero-cero/moderacion-en-redes-sociales-quien-deci-398-de-lo-que-vemos/>

Ribadero, Martín y Marc Angenot, (2010) *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Sadin, E. (2018). *La siliconización del mundo*. Caja Negra, Buenos Aires.

Sánchez Ceci, P. (2021). "Un clamor en la zona liberada: Identificación melancólica, discurso de odio y regocijo necropolítico en las marchas anti-cuarentena". *Heterotopías*. Revista del área de estudios críticos del discurso. Volumen 4 (N.º 7), 1-21. Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Filosofía y Humanidades.

Secul Giusti, C. E. (2020). "La retórica de Alberto Fernández frente a los discursos de odio e indignación". *Hologramática*. Volumen 1 (N.º 35), 81-98. Disponible en: <https://www.cienciared.com.ar/ra/revista.php?wid=3&articulo=2262&tipo=A&sid=136&NombreSeccion=Articulos&Accion=Ver>

Segato, Rita. (2007) *La nación y sus otros. Raza, etnicidad y diversidad religiosa en tiempos de políticas de la identidad*. Buenos Aires: Prometeo.

Sztulwark Diego "¿Ajustando con Amor?" <https://lobosuelto.com/ajustando-con-amor-diego-sztulwark/>

UNSAM "Del discurso del odio al magnicidio: Claves para leer las violencias y los autoritarismos" Vidala, Mónica, Oyola Inés, Mazza Jimena "Formación de comunicadores en la convergencia: desinformación, discursos de odio y nuevos desafíos a la ética profesional" En: <https://www.fc.edu.uner.edu.ar/catalogo/wp-content/uploads/2022/04/02.17.-Viada-Loyola-y-Mazza.pdf>

Taricco, V. y Torres, N. (2019). "Los discursos de odio como amenaza". Universidad de Palermo. Disponible en: [https://www.palermo.edu/Archivos\\_content/2019/cele/Abril/Los-discursos-de-odio\\_Torres-y-Taricco.pdf](https://www.palermo.edu/Archivos_content/2019/cele/Abril/Los-discursos-de-odio_Torres-y-Taricco.pdf)

Zizek, Slavoj. (2008). *En defensa de la intolerancia*. Buenos Aires. Sequitur.

# Argentina, un país de mierda

Oscar Córdoba Mascali

Universidad Nacional de San Luis

## Resumen

La búsqueda que da inicio a este trabajo se originó con dos palabras clave en el buscador de Google: Argentina / inviable. Los primeros diez resultados que se obtuvieron son notas de prensa. La selección de estas palabras fue impulsada por los discursos que circulan frecuentemente en los medios de comunicación y que replican la idea de que Argentina es un país inviable. La frase, hecha y casi un lugar común, que resume lo inviable, lo perdido, lo robado es *Argentina, un país de mierda*. Situándonos desde los Estudios Culturales como perspectiva teórica y aprovechando el análisis del discurso, desde la semiótica, se busca/se propone, por un lado, un gesto desnaturalizador, y por otro, se explora la producción de sentido. Es tal vez arriesgado lo propuesto. Sin embargo, como diferencia Oscar Steimberg “la semiótica se predispone a focalizar efectos y dispositivos de producción de sentido, mientras que los estudios culturales intentan el desocultamiento de las relaciones sociales articuladas con esos sentidos producidos o son definidas por ellos”.

Como corpus de análisis del trabajo se seleccionaron dos artículos periodísticos “Un modelo (¿o un país?) inviable” publicado en el diario Clarín en el 2022 y el otro publicado en el diario La Nación “Una Argentina no creíble es un país inviable”, de 2022. Para el análisis se parte de una hipótesis de lectura: ¿el periodismo (o parte de él) crea o sigue reproduciendo la retórica y la lógica de la colonialidad? Así, se busca evidenciar algunas estrategias retóricas que construyen la imagen negativa de Argentina, negándole el estatus de Estado-Nación y marcándola como inviable mientras se indaga en las interacciones entre cultura y poder en un contexto de continuidad de la colonialidad (del poder) que marca tensiones y conflictos interculturales irresueltos, entre posiciones hegemónicas y subalternas.

## Lo inviable en la Argentina

Cuando el adjetivo viene al lenguaje de manera puramente estereotipada, abre de par en par la puerta a la ideología y estereotipo.

Roland Barthes, El grano de la voz

La idea de que Argentina sea un país inviable no es nueva. Antes era uno atrasado o subdesarrollado. Ahora, ciertos sectores dicen que es un país donde el 10 % paga para que viva el resto. Estos discursos circulan por diversos ámbitos. En este trabajo se pretende analizar dos artículos periodísticos utilizando herramientas aportadas por el curso de posgrado de Análisis del Discurso. Los textos seleccionados son uno de La Nación y otro de Clarín. Ambos contienen estrategias discursivas con las que se construye una imagen negativa de Argentina como país. La hipótesis de lectura se expresa en la pregunta ¿el periodismo (o parte de él) crea o sigue reproduciendo la retórica y la lógica de la colonialidad?

Los textos son “Un modelo (¿o un país?) inviable” publicado en el diario Clarín en enero de 2022 por Ricardo Arriazu -[https://www.clarin.com/opinion/modelo-pais-inviable\\_0\\_4i7LZk8iN.html](https://www.clarin.com/opinion/modelo-pais-inviable_0_4i7LZk8iN.html)- y el otro publicado en el diario La Nación “Una Argentina no creíble es un país inviable”, del 22 de febrero de 2022 sin firma. Ambas notas son de opinión.

## Sobre Clarín y La Nación

La Nación fue fundado por Bartolomé Mitre a finales del siglo XIX como vocero de la oligarquía agro-ganadera de la época y con la clara voluntad de escribir la historia argentina a medida o desde la mirada de la clase alta del país. Clarín aparece en 1945 con el lema un toque de atención para los argentinos y es parte del conglomerado de empresas de medios de comunicación, telefonía e internet más grande del país. Se ha caracterizado por demostrar su poder mediático, a tal punto que se llegó a decir que una tapa de Clarín podía terminar con un gobierno. Además, se caracteriza por su vanguardia tecnológica: fue la primera publicación on line de Argentina y de las primeras del mundo, y actualmente tiene a la fotografía y al video como parte preponderante de sus publicaciones periódicas.

El Home Page en ambas publicaciones está organizado en apartados. La página de La Nación presenta en la parte superior las notas más importantes del momento que conforman el apartado “Actualidad” y luego el denominado “Opinión” que está configurado por cuatro notas firmadas por sus autores y, justo debajo, “Editoriales” generalmente integrada por dos notas sin firma. Finalmente, está el apartado “Otras Noticias”. El Home Page de Clarín es casi igual en su distribución. Lo que cambia son las denominaciones; en lugar de “Opinión” dice “Las Firmas” y “Otras Noticias” está dividido en “El Mundo”, “Deportes” y “Fama”. En definitiva, ambas notas ocupan un lugar destacado, se puede pensar como segundas en el orden de importancia dado por los diarios, justo debajo de las notas destacadas del momento. La conformación del Home Page de ambos diarios evidencia una voluntad de ordenar y clasificar la información. El contrato de lectura (Verón, 1988) se manifiesta y corresponde al orden de la estrategia de un enunciador que intenta organizar “el universo” informativo, y así facilitarle a los lectores el acceso a las distintas partes del diario destacando lo que considera importante para el lector.

## El adjetivo y el estereotipo

La búsqueda que da inicio a este trabajo se originó con dos palabras claves en el buscador de Google: Argentina / inviable. Los primeros diez resultados son notas de prensa. La selección de estas palabras es impulsada por discursos que circulan frecuentemente por los medios de comunicación y que replican la idea de que Argentina es un país inviable. Su repetición está mediatizada. Inviabile es, en otras palabras, la imposibilidad de llevarse a cabo. En los textos abordados observamos estrategias retóricas que construyen la imagen negativa de Argentina, negándole el estatus como Estado-Nación marcándolo como inviable.

La nota de La Nación se caracteriza por el uso de metáforas y citas de autoridad, de economistas argentinos de extracto liberal y de diplomáticos extranjeros para indicar que el país vive en una minoría de edad y que por ello no está listo para ser. Por ejemplo, es por demás elocuente el texto cuando dice “Fuera nos ven como un jardín de infantes (...) hay chicos brillantes, pero hay un ruido impresionante. Los chicos se tiran con piedras (...) No tenemos una maestra que controle los problemas.” O este otro: “La Argentina es un hermoso autobús turístico al que las ruedas no le están funcionando correctamente, graficó no hace mucho el flamante embajador de los Estados Unidos en nuestro país, Marc Stanley”. Podría considerarse que la estrategia discursiva da cuenta de la noción de colonialidad y busca permear a los destinatarios que deben comprender que aún no estamos listos para ser un país o al menos un país independiente. En esa línea el dispositivo enunciativo se refuerza caracterizando a los y las argentinas también como menores de edad y por lo tanto como inviables: “Por culpa nuestra, de nuestra historia. No es que el mercado de capitales se ensaña con nosotros, que vienen, nos roban y se van, como les gusta decir a los populistas. Los que robamos somos nosotros, por eso salen corriendo”.

Es importante entender las dimensiones de esta estrategia. Por un lado, se ponen en funcionamiento un dispositivo enunciativo que eclipsa las ideas de independencia y por otro atribuye a la población, -en verdad a una parte de ella - el ser corrupto y por lo tanto culpables. Para José Martí hay dos independencias: una del orden político y otra del orden del pensamiento. Sobre la primera independencia, podría señalar brevemente que son las luchas para desvincularse del poder político español, el cual por casi cuatrocientos años detentó el poder en el territorio americano. Las ideas de independencia latinoamericana recorren todo el continente durante la primera parte del

siglo XIX. Estas ideas son distintas según los intereses de las clases sociales y también van mutando, cambiando, a medida que pasan los años. Pero en este periodo es cuando se ponen de manifiesto las intenciones para lograr la primera independencia en la que hay al menos una coincidencia, si bien no total en las formas, pero sí en general en cuanto al objetivo: para dar el primer paso se debía terminar con el gobierno español. Es decir, se iniciaba una lucha por el cambio de poder. Es en este sentido que la segunda independencia es un objetivo más difuso, ya que las luchas por el poder entre las distintas facciones sociales, los intereses de las clases dominantes en concordancia con los intereses de otras y nuevas potencias y, como lo expresa José Carlos Mariátegui, coincidentes con los de las oligarquías extranjeras (Mariátegui, 1995) son el sino de este periodo. Por lo mismo, las palabras de Alberdi citadas por Roig son iluminadoras “los pueblos quedan a merced de un puñado de sus hijos, que es el menos digno de serlo como sucede a menudo con la aristocracia. ¿Cuándo terminará esa oprobiosa situación de una clase social opresora sobre las otras? El día que el pueblo se haga ejército y gobierno. Será entonces, el fin de las guerras injustas, de la opresión interior y de la agresión exterior” (Roig, 1981, pág. 12). Entonces, se puede entrever como La Nación va a sus orígenes y es la voz de esa clase opresora, la misma que nunca estuvo del todo de acuerdo con la independencia en ninguna de sus acepciones. Hay un enunciador que reitera que Argentina es inviable, lo hace con distintos argumentos, pero la estrategia es la misma.

\*

\*

\*

La nota de Clarín comienza “Nuestro país es uno de los pocos países que muestra una larga decadencia en el último siglo”, (tal vez por un error dice el último siglo tratando de referirse al siglo XX o porque se refiere a los 20 años que del siglo XXI). La nota analiza aspectos económicos de Argentina a lo largo de varias décadas. Los datos económicos, y los índices de pobreza y crecimiento que postula siguen una línea argumental para demostrar la inviabilidad. “Estos ejemplos muestran con claridad la inviabilidad del modelo que estamos aplicando desde hace ya varias décadas: sin embargo, las encuestas muestran que la mayoría de los argentinos apoyan este modelo, por lo que es válido preguntarse si es el país el que es inviable”. Aquí observamos una estrategia retórica que muestra a los argentinos (sea la clase gobernante o la mayoría de los votantes) los que son responsables de la inviabilidad. Siguiendo a Eliseo Verón vemos que hay un enunciador pedagógico, es decir un enunciador que explica porque sabe, a un lector, que desconoce sobre el tema. Pero la estrategia discursiva parte también de instaurar un ellos y un nosotros. Ellos, los culpables, inútiles, corruptos y nosotros que ponemos la riqueza, honestos, trabajadores y víctimas.

## **Modernidad, poder y dominación**

En el contexto del análisis propuesto, se puede señalar, siguiendo a Mariátegui en “Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana” (1995), que la idea de un país inviable y la consiguiente construcción de una imagen negativa se deben a las dinámicas de poder y a la influencia de la clase dominante. Los discursos que circulan en los medios de comunicación y reproducen esta visión desfavorable de Argentina están enraizados en intereses económicos y políticos de las élites que buscan mantener su dominio en la sociedad. En este sentido se debe tener en cuenta al periodismo, no en tanto práctica sino como institución y empresa. El periodismo como institución se ha instaurado -así mismo- como parte fundamental de la democracia. Mientras que el periodismo como empresa tiene una profunda relación con los intereses de la burguesía, de la clase dominante, que promueven dinámicas de defensa del status de la burguesía y que determinan discursos favorables a la implementación de la modernidad la cual está atravesada por la colonialidad. Así, periodismo y modernidad – como partes de lo mismo - son instrumentales a la colonialidad en Argentina y en Latinoamérica.

## **Sistema mundo**

Europa se erigió en el principal receptor y proveedor de América Latina durante el periodo colonial y gran parte del periodo independentista. Pero no solo fue un intercambio económico desigual, sino que Europa ya no se presentaba (tan solo) como una región geográfica, sino que se establecería como una idea, un símbolo, una concepción del mundo. Como señala Eduardo Grüner, Europa es un “sistema mundo” o un “sistema imagen” (Grüner, 219:2010). De

esta manera la modernidad –y consecuentemente el capitalismo- fue implantada emulando o tratando de hacerlo a imagen del mundo dominante. Las consecuencias son y han sido varias, incontables. (Para Grüner la modernidad, en términos generales, es el periodo de expansión capitalista y fija como fecha simbólica del inicio de esta expansión y de la consiguiente globalización el 12 de octubre de 1492). Por ejemplo, la idea de raza a partir de la conquista de América, es decir el relato basado en la raza y en la superioridad blanca europea y, por lo tanto, en las desigualdades y el dominio, ha sido y es reforzado y reproducidos desde los medios de prensa y las publicidades y también en muchos ámbitos académicos.

## **Colonialidad y empresas periodísticas**

Desde el periodo de la colonia hasta nuestros días; Europa y posteriormente Estados Unidos son la imagen que se persigue, que se intenta, que se parodia, con todas las consecuencias que esto trae y trajo.

Las recientes repúblicas latinoamericanas fueron, en gran medida, el escenario de las luchas entre las burguesías inglesas y estadounidenses durante el siglo XIX y XX. Esa lucha finalmente significó que gran parte del capital sería controlado por la burguesía estadounidense; dejando un pequeño margen a los despojados burgueses locales que actuaban como intermediarios. Estos defendieron los intereses imperialistas del país del norte ya que así defendían sus mezquinos e individuales intereses. Es así, que a comienzos del siglo XX Latinoamérica, al pasar de una sociedad mercantil y terrateniente a una pequeña industrialización con la implantación de un capitalismo más avanzado conformó una burguesía arbitraria que respondería a las burguesías extranjeras y dominantes. De esta manera, las industrias locales, actuaban en sintonía con los intereses imperialistas, mientras que, además, llegaban desde los países centrales, primero de Inglaterra luego de Estados Unidos empresas (monopólicas en su gran mayoría) que tomaron el control de las principales actividades económicas. La prensa, en tanto empresa, al igual que cualquier otra industria, respondió a los intereses de las burguesías foráneas. De este modo se consolidó el colonialismo. Dice Aníbal Quijano “La nueva burguesía capitalista (local), -Quijano hace referencia a la peruana, pero es aplicable también al resto de América Latina, ya que los procesos fueron, sino idénticos, parecidos, y durante la misma época - no dejó de enriquecerse, pero sólo a condición de la pérdida de su hegemonía en el proceso capitalista, en el mismo momento en que éste ganaba el dominio en el conjunto de la estructura económica del país” (Quijano 2007). Las luchas entre la otrora clase dominante, señorial, terrateniente y cuasi feudal; que reclamaba desde una posición nacionalista la protección de los intereses nacionales en tanto industria, comercio, etc. y la nueva burguesía; concluyó con el triunfo de lo invocado en nombre de la modernidad y el progreso. La burguesía local tuvo el dominio político, social y económico (apoyados por los intereses hegemónicos estadounidenses) abriendo la puerta al imperialismo del país del norte. Finalmente, se complementan los intereses de la clase terrateniente y la burguesa: unos producían – generalmente monocultivos – lo que otros comercializan. Quijano, señala acertadamente “Sobre esa base material (combinación de capitalismo monopólico y pre capital bajo el dominio del primero) y social (articulación de intereses entre burguesía y terratenientes señoriales), definidas las relaciones de poder entre burguesía imperialista e interna, se fue consolidando un Estado, cuya base es conformada por esa asociación de intereses dominantes.” (Quijano, 2007)

El siglo XX, también y paralelamente es el origen de lo que se ha denominado como capitalismo informativo. Es decir, que la información es empleada ya no tan solo como una mercancía, sino que será usada para consolidar los vínculos de poder de los sectores político-administrativos y empresarios. De esta manera el periodismo exclusivamente informativo, es decir centrado en valores noticias que responden a las agendas gubernamentales o empresarias, hizo del modelo filosófico liberal su centro de gravedad (Miralles 2000). Entonces, la regla será que toda empresa periodística, se organiza para obtener ganancias. En definitiva “la actividad informativa no se diferencia sustancialmente de cualquier otra actividad industrial, comercial, o de servicios” (Soria 1987). La libertad de expresión en este sentido es corrompida o destituida por la libertad de empresa. Todo esto supone que si la información es un producto a la venta, el público es meramente un consumidor y ambos están sujetos a las leyes del mercado. Como lo explica Carlos Soria, “El propietario del capital es el titular absoluto del poder de informar.

Igual da que el propietario sea público o privado. El propietario del capital, en todo caso, determina lo que es información y la información que se difunde. "El director, editor responsable o la figura equivalente (...) no hace sino actuar como cabeza visible de un poder a veces críptico y asumir la responsabilidad de unas decisiones que no toma. Los redactores, o los periodistas, ni eso" (Soria 1987). Para concluir sobre estos aspectos determinantes para la libertad de prensa y la democracia exponemos una frase de William P. Hamilton, editor del Wall Street Journal durante 1908 "un diario es una empresa privada que no debe absolutamente nada a un público que no tiene sobre ella ningún derecho. Es propiedad exclusiva de su dueño, que vende un producto manufacturado por su cuenta y riesgo". Las empresas de medios periodísticos, han reforzado los relatos más convenientes y lo siguen haciendo, ya sea que dependan de burguesías nacionales o extranjeras porque de base son empresas, actúan como tales, y producen como tales. Sus productos, son los discursos, los relatos, las palabras que posibilitan la construcción de una realidad social. Como exponemos en lo que sigue, hay y habrá relatos convenientes a los intereses hegemónicos, que se han apropiado, al ponerle un precio, de la posibilidad de producir relatos sociales.

### **Colonialidad: la imposición de un relato**

Durante el siglo XX y finalizada la II Guerra Mundial, las partes del mundo son inscritas según su recorrido en el camino de la industrialización y consumo. De esta manera, al Sur simbólico le correspondió el subdesarrollo como categoría temporal, caracterizando a aquellas regiones que aportan materia prima; y el Norte conformado por las regiones desarrolladas, es decir las productoras de tecnología y bienes de consumo a escala industrial. Mientras que los países en vías de desarrollo se sitúan en el medio: su industrialización está avanzada pero no completa.

Las categorías desarrollo - subdesarrollo implican un mismo y gran relato para todos. Concibe que las diferencias estén dadas por la posición que ocupan los grupos sociales en la secuencia histórica, lo que conlleva que hay sectores que avanzan más rápido o más lentamente. Esto desemboca en que las diferentes culturas perseguirían los mismos objetivos: la completa industrialización y consiguiente (supuesto) bienestar por la capacidad de acumulación y consumo de bienes. Un macrorrelato que parece inocente pero que sin embargo ha constituido, y constituye, parte de la visión que se tiene, desde las ciencias sociales, sobre el mundo.

Latinoamérica ha sido definida por estas categorías. A mediados del siglo XX el pensamiento latinoamericano se vio a travasado por la corriente del desarrollismo. Principalmente los desarrollistas sostenían que para lograr una real independencia era necesario un mayor grado de industrialización. En sintonía con esto, los gobiernos latinoamericanos iniciaron políticas tendientes a lograr un mayor grado de industrialización y urbanización, tal como lo indicaban los parámetros impuestos por las regiones centrales. Como bien lo expresa Arturo Roig " En la década del 50, con el primer desarrollismo, se intentó hacer creer a nuestros pueblos de que estábamos en la misma línea, pero un poco más atrás en la marcha del progreso, nos sentimos entonces diferentes pero esperanzados; en la década del 60, la toma de conciencia del desarrollo en la dependencia, nos hizo sentir diferentes, desilusionados y a la vez iracundos; al promediar los 70 y durante los 80 mediante el terrorismo de Estado, se intentó borrar la idea de una diferencia con la que la desesperanza y la ira fueron reemplazadas por el miedo y el silencio" (Roig, 112 : 2008). En consonancia, Doreen Massey señala que, si nos ubicamos en esa época como nuestro presente, el futuro estaría escrito o al menos delineado. Es un futuro al que todos nos dirigimos, en el caso latinoamericano al estar un paso atrás vemos reflejado el futuro en los países del primer mundo. Tras estas apreciaciones queda claro de que las razones de un desarrollo o la falta de él, son otras: está condicionado por la expansión de otra economía, es decir, son condiciones impuestas.

### **A modo de cierre**

Tras este breve recorrido por las ideas de modernidad, colonialidad y empresa periodística, se puede establecer algunas cuestiones que dan cuenta o al menos vislumbran algunas consideraciones vinculadas a lo inviable de un país.

Para empezar, en los textos periodísticos de La Nación y Clarín se percibe el discurso de una clase social, dado por ese *ellos* y ese *nosotros*. Una clase alta opresora que asume el papel del colonizador, pero puertas adentro (También se manifiesta ese colonialismo ejercido por Buenos Aires, ciudad a la que responden ambos diarios); y la falta de un pensamiento propio o en todo caso, la falta de valoración del pensamiento propio. Como resalta José Martí al decir que “la colonia sigue viviendo en la República”.

Finalmente, las estrategias analizadas muestran por un lado la voz de la doxa (Barthes) que naturaliza y que sostiene un discurso de la modernidad impuesta, es decir del colonialismo, y -aquí sí-, un discurso de un *ellos*, los que aún se sienten hijos de europeos -de los conquistadores - que todavía sienten la necesidad de la madre patria (sublime oxímoron) y reniegan en ese sentido por el paraíso perdido o negado. Y un *nosotros* que se puede entender como el de los culpables, los inviábiles, los malditos.

## Bibliografía

- Arriazu, R. (enero de 2022). Un modelo (¿o un país?) inviable. Clarín.
- Barthes, R. (1980). Mitologías. México: Siglo XXI.
- Barbero, Jesús Martín. Cultura popular y comunicación de masas. Lima: Primer Foro Internacional sobre Comunicación y Poder, 1982.
- Dos Santos, Theotonio. La estructura de la dependencia, en Realidad nacional latinoamericana. Lima: Instituto Nacional de Investigación y desarrollo de la Educación, Ministerio de Educación, 1974.
- Grüner, Eduardo. La oscuridad y las luces. Capitalismo, cultura y revolución. Buenos Aires: Edhasa, 2010.
- Harvey, David. “El nuevo imperialismo: acumulación por desposesión” en Panitch, Leo, Leys, Colin Socialist Register El nuevo desafío imperial . Buenos Aires: CLACSO, 2004.
- La Nación. (enero de 2021). Una Argentina no creíble es un país inviable. Diario La Nación.
- Mariátegui, J. C. (1995). Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana. Lima: Amauta.
- Massey, Doreen. “La filosofía y la política de la especialidad”. En Arfuch, L. (comp.) Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias. . 2005.
- Miralles, Ana María. La construcción de lo público desde el periodismo cívico. Bogotá: Universidad Pontificia Bolivariana, 2000.
- Perus, Françoise. Literatura y sociedad en América Latina: el Modernismo. Mexico: Siglo Veintiuno Editores, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, 1980.
- Quijano, Aníbal. “Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina”, en Lander, Edgardo La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas. Buenos Aires: UNESCO-CLACSO, 2003.
- Ramaglia, D. (2009). La cuestión de la filosofía latinoamericana. En E. M. Enrique Dussel, El pensamiento filosófico latinoamericano, del Caribe y “latino” (1300-2000). Historia, corrientes, temas y filósofos, (págs. 377-398). México: CREFAL / Siglo XXI Editores.
- Roig, A. A. (1981). Teoría y crítica del pensamiento latinoamericano. México: Fondo de Cultura Económica.
- Soria, Carlos. La información pertenece al público. Más allá del capitalismo informativo. Pamplona: Lección inaugural del Curso 1987/1988, Universidad de Navarra, 1987.
- Stavenhagen, Rodolfo. Siete tesis equivocadas sobre América Latina, en América Latina, ensayos de interpretación sociológico-política. Santiago de Chile: Editorial Universitaria, 1965.
- Verón, E. (1988). La semiosis social, fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona: GEDISA.

# Discurso político, argumentación semántica

Laura Abratte

FFYH, UNC

[laura.abratte@unc.edu.ar](mailto:laura.abratte@unc.edu.ar)

Santiago Ruiz

FCC, UNC

[sruiz@unc.edu.ar](mailto:sruiz@unc.edu.ar)

## Introducción

Las posibilidades que nos brindan las construcciones discursivas en cuanto a la imposición de determinados significados son incontables. En este aspecto, la dimensión semántica se visualiza en llamativa proximidad con aquello que se sostiene o se intenta argumentar. Desde esta perspectiva, el presente trabajo propone el abordaje analítico de un corpus constituido por un conjunto de publicaciones realizadas en medios digitales, vinculadas a lo que se denomina el discurso libertario. Fundamentalmente, nos preguntamos: ¿qué noción de libertad se delimita?; ¿qué representaciones discursivas asume la figura del libertario?; ¿qué relaciones se proponen entre libertarios, libertad y democracia?

El análisis se centra en las estrategias que desarrolla el enunciador para delinear la estructura narrativa que se propone y los argumentos que se esgrimen en función de la imposición de determinados topoi. Sostenemos que estas configuraciones discursivas materializan las resemantizaciones que pugnan en la lucha por la imposición de sentidos; así, observamos de qué manera se ponen en circulación determinados significados a fin de reforzar una relación o concepto (Ruiz-Abratte, 2020). Para el abordaje metodológico, nos apoyamos en los aportes y herramientas provenientes de los estudios sobre argumentación y retórica (Perelman, 1989; Amossy, 2000; Marafioti, 2003, 2018), como también los desarrollos sobre la semántica realizados inicialmente por Halliday y la lingüística sistémico funcional (Halliday, 1975, 2001; Ghío y Fernández, 2008). En cuanto a los modos de argumentación, identificamos topoi y estrategias presentes en las falacias encontradas o en el uso de entimemas; en cuanto al nivel semántico, las opciones paradigmáticas que se ponen en juego nos permite la recopilación de una serie de semas que proponen en la lógica de cada texto relaciones de inclusión, semejanza, oposición, entre otras.

## Javier Milei: la figura y los argumentos

La figura de Javier Milei alcanzó una difusión importante en los medios de comunicación argentinos en los últimos años. Si bien ya tenía presencia mediática, alcanzó espacios inusitados en los distintos formatos, ya sea en los tradicionales (audiovisual, radiofónico, gráfico) como, y principalmente, en las redes de la web. Su ascenso coincidió fundamentalmente con las restricciones por la pandemia y el deterioro económico que afectó a Argentina a partir de la deuda con el FMI tomada en 2018/2019. Su figura adquirió notoriedad a partir de cierto pintoresquismo que llamaba la atención: sus modales desaforados, su atuendo siempre oscuro, su pelo abundante y desordenado lo diferenciaron de cierto atildamiento en la clase política argentina.

Si bien se referencia dentro de lo que se denomina el liberalismo en economía, como muchos otros de ese grupo, su pensamiento es conservador en los otros aspectos: en lo político, se referencia en la derecha conservadora argentina, apelando a apelativos como “comunistas” y “zurdos” usados como insultos, o negando los crímenes de la dictadura; en lo social se opone a lo que denomina “la ideología de género” y se manifiesta en contra del aborto y de las políticas igualitarias. Pero es desde su perspectiva económica que se permite apropiarse del lexema “liber-

tad” y revestirlo de un aura que se expandiría a todos los aspectos de la vida política y social. Más allá de su pinto-resquismo como cuerpo visible (su vestuario, su gestualidad, etc.) nos centramos en la manera en que configura un enunciador que en su discurso presenta una serie de argumentaciones a partir de la resemantización de la idea de *libertad* en función de sostener su espacio político.

Como dijimos, el núcleo de sus argumentos se relaciona fuerte y necesariamente con la doctrina liberal en economía. En este sentido, sus ataques principales se refieren a la existencia del Banco Central como entidad reguladora por parte del Estado: “Hay que cerrarlo. El Banco Central es un mecanismo de estafa que favorece a la casta política y está generando un problema enorme” (Realpolitik, 2023)

En este argumento separa la clase (“casta”) política de “la gente común”, por un lado, e identifica al Estado como una propiedad exclusiva de la casta, desechando la idea, por ejemplo, de “Estado benefactor”. Eliminar el Banco Central es, en palabras de Milei, liberar a la gente de una institución que solo sirve para favorecer a unos pocos, que roban gracias a ella:

*... eliminar el BCRA es un argumento moral porque robar está mal. La inflación es un delito que favorece a los políticos y perjudica al privado. Además impacta de modo negativo en el sistema de precios por lo que castiga a la inversión, la PMgL y al salario real (...) esto hace que la inflación le pegue con más fuerza a los que menos tienen (Ámbito, 2023)*

En este aspecto, la generación de billetes es concebida como una ilegalidad: “Cuando el Central emite dinero es un delito. Implica una falsificación y una estafa” (Cronista, 2022).

Sostener la “libertad” (en tanto ausencia de controles) en la economía, idea que está en el fundamento mismo de su doctrina económica defendida durante años desde que comenzó a aparecer en los medios como comentarista, le permite equiparar luego dicho significado con aquel que la asocia fuertemente con la individualidad: la libertad que el individuo tiene frente al Estado. A partir de allí parten sus denuestos contra la “injerencia” del Estado en la vida de los individuos, que le permiten argumentar en relación con la educación y con la salud de la sociedad. Respecto de la primera, su principal propuesta es dejar de financiar la educación pública, aduciendo que es una manera del Estado de restringir la libertad de los individuos:

*“Si vos querés estudiar, vas a tener la posibilidad de estudiar. La diferencia es que vas a dejar de ser rehén del sistema de adoctrinamiento del Estado (...) ¿Cómo hago para asegurarme de que el Estado sea lo más parecido posible a la provisión que me daría el mercado?” (La Nación, 2023).*

En cuanto a la cuestión de la salud, su propuesta más resonante fue la libre compra-venta de órganos para el trasplante. De nuevo, el eje argumentativo se centra en la antinomia planteada entre un “Estado opresor” y los “individuos libres”:

*“Mi primera propiedad es mi cuerpo. ¿Por qué no voy a poder disponer de mi cuerpo?” (...) “No hay peor solución que la garra del Estado. Lo mejor son los individuos actuando libremente. Cada vez que se produce una intervención el resultado posterior es peor que el que tenías” (Galligani, 2023)*

En su construcción de un enunciador defensor acérrimo de la idea de libertad, lo que resalta es la manera en que propone el significado del término “libertad”, asociado siempre al sema de lo individual; por contraposición, lo colectivo (la idea de Estado) significa cercenar las libertades individuales, por un lado, y por otro se asocia a lo político, que en la argumentación del precandidato implica la idea de casta, de unos pocos que se aprovechan del común de las personas.

En la misma línea argumenta su rechazo a la ley para ampliar el Programa de Cardiopatías Congénitas, proyecto por el que votó en contra en la cámara de Diputados: “Implica más presencia del Estado interfiriendo en la vida de

los individuos e implica más gastos. Eso no funciona así" (Perfil, 2022). Nuevamente, lo colectivo es desechado en función del valor del individuo que, se supone, no está de acuerdo con que el dinero que aporta al Estado bajo la forma de impuestos sea utilizado para prevenir determinadas enfermedades.

El desprecio por lo colectivo está presente también en el rechazo a la moratoria previsional aprobado el 28 de febrero de este año:

*"La votación de hoy es una estafa al pueblo argentino. No sólo es inmoral que regalen jubilaciones a quienes no aportaron nunca, sino que profundiza el déficit estructural del país, condenando a las generaciones futuras a la pobreza" (...) "Hace cien años que la casta política pretende 'arreglar' los problemas con estas soluciones mágicas regalando lo que no tienen" (...) "Cuando llega el momento de pagar la factura prenden la maquineta de la emisión monetaria y destruyen el bolsillo de todos los argentinos" (Perfil, 2023)*

Desde una perspectiva ultra monetarista, vuelve a atacar la idea de un Estado presente en favor de un colectivo conformado por quienes se han visto de alguna manera desfavorecidos, acusando por un lado a "la casta política" que estaría actuando demagógicamente, pero también planteando la idea de que no hay forma de que los problemas se solucionen justamente por ese Estado, sino solo de manera individual: cada uno debería haberse responsabilizado (sea como sea) de haber hecho los aportes correspondientes. Estos individuos que no "cumplieron" en su momento perjudicarán a los individuos futuros que deberán pagar los "caprichos" de la casta política.

## **Lo social: lo humano como capital**

Bajo la presentación de esta idea de Estado, el equipo libertario de campaña señala que trabajará en una estructura estatal que cuente con tan solo cuatro ministerios, que totalizarían y absorberían los dieciocho existentes. En este aspecto, a modo de ejemplo, se propondría la eliminación del ministerio de desarrollo social y en su lugar habría un ministerio de Capital humano que englobaría salud, educación, niñez, y que además se encargaría de eliminar los planes sociales. En este aspecto, se evidencia cómo se llevaría adelante un proceso para achicar el Estado; pero además se da cuenta de los problemas de conceptualización y alcance: "niñez" no es actualmente un ministerio, pero aparece en capital humano; los planes sociales no son exclusivamente dependientes de desarrollo social ni tienen todos objetivos similares, pero la tarea de este nuevo ministerio será directamente erradicarlos. ¿Cómo ingresa armoniosamente en este planteo una medida tan drástica? Nuevamente a partir de la estigmatización de toda la clase política y la identificación del gasto público con la corrupción. De esta manera, podemos presumir la crónica de un ajuste anunciado:

*"La casta política está llena de delincuentes. Nosotros peleamos contra el Frente de Chorros, Juntos por el Cargo, la Coalición Cínica y La Camporonga. Hay fuegos de artificio, pero abajo son socios y los verdaderos enemigos de los políticos somos nosotros, los que venimos a decir que este modelo de la casta no va más" (Galligani, 2023).*

En este caso, se renombra uno por uno a quienes se identifica como opositores: Frente de Chorros en lugar de Frente de Todos, la Coalición Cínica en alusión al partido Coalición Cívica cuya representante histórica es Elisa Carrió; Juntos por el Cargo para referenciar a Juntos por el Cambio, partido liderado por Mauricio Macri; y La Camporonga, para la agrupación La Cámpora. El recurso de renombrar las agrupaciones políticas está en función de generar un antagonismo nosotros ("los que venimos a decir que este modelo de la casta no va más") vs. ellos (los políticos de todos los otros partidos, que son socios y roban a la gente); en esa oposición, el "nosotros" se ubica del lado de la gente común, frente a quienes les roban sosteniendo privilegios de casta. Las denominaciones sarcásticas que deforman los nombres institucionales terminan siendo un guiño léxico al lenguaje cotidiano, reforzando la cercanía de los libertarios con "la gente" y la lejanía de la política.

## **Dicen que soy peligroso**

En sintonía con lo que venimos desarrollando, una expresión que se hizo presente en la gira que realizó Javier

Milei por la Patagonia Argentina durante el verano de 2023 fue “dicen que soy peligroso”. Quizás aquí apela a la resistencia a rever y aprender del pasado; o bien, a propósito de él, juega de forma perversa con el recordado spot publicitario de campaña de Fernando de La Rúa “Dicen que soy aburrido”. En comparación, pareciera que asistimos a una paráfrasis:

Fernando de la Rúa, spot de campaña presidencial, 1999	Milei, declaraciones en campaña presidencial, 2023
<p>Dicen que soy aburrido...aburrido...¡ja!... ¿Será que no manejo un Ferrari? ¿Será para quienes se divierten mientras hay pobreza?</p> <p>¿Será para quienes se divierten mientras hay desocupación? ¿Será para quienes se divierten con la impunidad?</p> <p>Aburrido...¿Es divertida la desigualdad de la justicia? ¿Es divertido que nos asalten y nos maten en las calles? ¿Es divertida la falta de educación?</p> <p>Yo voy a terminar con esta fiesta para unos pocos. Viene una Argentina distinta, la Argentina del respeto, la Argentina de las reglas claras, la de la dignidad, la del trabajo, que va a educar a nuestros hijos,</p> <p>que va a proteger a la familia, que va a encarcelar a los delincuentes y corruptos...</p> <p>Y al que le aburra, que se vaya. No quiero un pueblo sufriendo mientras algunos pocos se divierten, quiero un país alegre, quiero un pueblo feliz”.</p>	<p>Dicen que soy peligroso.</p> <p>Soy peligroso para los chorros del sistema, porque conmigo se acaba la joda de los políticos ricos y la gente pobre, y vamos a hacer un país que sea potencia. Estamos frente a un cambio de época. Se terminó la Argentina de los políticos que empobrecen a la gente de laburo.</p>

¿Cómo es posible que 24 años después asistamos a tal semejanza? En un primer punto, podemos señalar un recurso necesario y utilizado en ambos: resemantizar positivamente.

En Córdoba ocurrió con el candidato que desde 1983 perdía toda elección: José Manuel De la Sota. Este “perdedor” (entre otras estrategias) resemantizó su pasado en términos de perseverancia y se convirtió en gobernador electo de la provincia por dos períodos consecutivos, de 1999 a 2007, y posteriormente de 2011 a 2015.

En el caso de Fernando De la Rúa, resultó paradigmático cómo recuperó aquello que se consideraba debilidad en la imagen pública como candidato, para resemantizarlo en algo positivo. Argumentativamente, De la Rúa planteaba: no soy aburrido, soy serio; y el resto no es divertido, es corrupto, impune, responsable de todos los males del país.

En el caso de Milei, se reconoce el señalamiento rápidamente, y al igual que los otros candidatos mencionados al retomar lo dicho lo resignifica: es peligroso para los corruptos, para los pocos políticos ricos. En este paso, no solo se corre del lugar de verdugo y se asume justiciero, también borra del plano el capital privado: es la casta política la culpable de todo. Entonces, ¿en qué lugar se ubica?, ¿desde dónde habla? Si viene a acabar con la casta política, ¿sería un candidato a presidente en calidad de qué?: ¿un ciudadano preocupado?, ¿un economista salvador?

Retomando las distintas cuestiones que venimos analizando: ¿qué se supone que es la política en este modelo? ¿No son estas relaciones semánticas las que fundamentaron las expresiones ya conocidas, como en 2001 “que se vayan todos”? Paradójicamente, quienes más estigmatizan la política y sus prácticas son quienes más desean ocupar car-

gos políticos. Esa propuesta e incentivo a la enajenación de la gran mayoría ciudadana, escindida de la clase política, podría posibilitar que solo unos pocos elegidos formen parte de ese pequeño Estado que nos debería gobernar. En este aspecto, podríamos afirmar que se establece una relación que no apunta a la representación democrática, sino más bien a la subrogación de los derechos de los ciudadanos. De sociedad a una colección de individualidades que suponen capital humano, porque no se configuran como sujetos de derecho, son objetos de posesión, bienes comercializables, fuerza intercambiable o desechable en función de un balance monetario.

En este aspecto, tras este recorrido, la libertad no es una noción asociada ni a lo humano ni a lo social, ni con la educación o niñez. Es de uso y dominio exclusivo de lo económico. E incluso, ni siquiera lo económico en el sentido pleno del término, lo económico como hiperónimo para recortar en un solo hipónimo: lo monetario.

## **Libertad, política y democracia**

Desde este planteo autodenominado liberal, la política está constituida por unos pocos políticos ricos, una casta cuya oposición es el sector privado. La libertad es económica (monetaria).

Quizás uno de los extremos más evidentes es que se admira y reconoce a la usura como virtud: “Ese especulador, que la mierda de los políticos lo quieren demonizar, en realidad es un benefactor social que ha salvado vidas humanas a lo largo de la sociedad”. (Realpolitik, 2018)

Se consolidan un par de tesis centrales: desde un posicionamiento ajeno a los que llama “políticos”, el enunciador establece que lo único que se debe garantizar es el capital monetario y su incremento y se puede prescindir de instituciones del Estado porque solo sirven para enriquecer a una casta. En términos de organización social se plantea sustituir al Estado y sus instituciones por un modelo gerencial sin organigrama: gerente y empleados. Por ello, ingresan afirmaciones como

*La fuerza a mí me la va a dar la gente. Porque cuando yo lleve el proyecto para eliminar el Banco Central y la casta política no lo quiera entregar, porque saben que de ahí roban, yo llamo a consulta popular, ni siquiera les tengo que pedir permiso. (Realpolitik, 2023).*

Este tipo de declaraciones expresan su profundo desconocimiento sobre el funcionamiento institucional, en la medida en que una consulta popular requiere ser aprobada por el congreso; pero además da cuenta de que no lo reconoce como propio de una forma de gobierno. Supone una ausencia total de garantías constitucionales; es netamente un planteo que se opone a un modelo democrático de gobierno.

En términos económicos, sus argumentos se asimilan a algunos puntos más extremos de Donald Trump, el representante del republicanismo estadounidense. La idea del liberalismo económico se funda no en que se defienda el derecho a la ganancia comercial, a la rentabilidad; no es defender un sector de actividad o un principio de la economía capitalista; es ubicar la rentabilidad como primer fundamento y único para todo el orden social; por tanto, refuerza el beneficio en los que poseen el mayor capital económico en una sociedad sobre la ilusión que se favorece al conjunto de ciudadanos.

La democracia, que no es más que la representación del pueblo, sería la subrogación de los derechos de los ciudadanos en la figura de unos pocos con autoridad absoluta para decidir lo que la mayoría debería hacer; es como asistir a nuevas formas de legitimar tiranías.

## **Reflexiones finales**

A partir del recorrido realizado, intentamos responder a los interrogantes iniciales de nuestra investigación ¿qué noción de libertad se delimita?; ¿qué representaciones discursivas asume la figura del libertario?; ¿qué relaciones se proponen entre libertarios, libertad y democracia?

Estas relaciones que se proponen consolidan una delimitación de la noción de libertad/es, de política e incluso de la democracia subsumiendo la complejidad de la vida social de nuestro país a la lógica del mercado de capitales. En este marco, hasta los cuerpos ingresan como mercancía con valor de cambio; no sería raro en una matriz argumentativa con estas características, que en poco tiempo se avale y justifique el pago de una deuda monetaria con una libra de carne; pero, como en la obra de Cuzzani, es probable que ya no haya sangre en ese cuerpo.

En este aspecto, la libertad es sinónimo de ausencia de regulación del Estado, de nula injerencia de las instituciones que constituyen nuestro gobierno y por tanto, la negación de la necesidad de su funcionamiento y de sus roles sociales específicos en cada área.

En este marco, los libertarios serán este grupo que no pertenece a una casta política y que defenderán esta idea de libertad, que se apoya en la eliminación de instituciones: unos pocos a cargo, representantes del gran capital financiero decidiendo en función de la rentabilidad. Claramente, estas propuestas conciben la educación, la salud, la cultura como grandes gastos. En inglés existen dos palabras (como ya ha señalado Cassin, entre otros) para hablar de libertad: *freedom* y *liberty*. La primera solo refiere al hacer sin restricciones, la segunda a lo que concebimos como libertades civiles en tanto ciudadanos según una forma de gobierno. En este aspecto, la propuesta libertaria pugna por otras palabras, esta *freedom* es para unos pocos que requieren hacer sin control a costa de nuestra *liberty*.

## Bibliografía

- Amossy, Ruth (2000), *L'argumentation dans le discours. Discours politique, littérature d'idées, fiction*, Nathan.
- Ghío, E. y Fernández, D. (2008) *Lingüística Sistémico-Funcional*. UNL.
- Halliday, M. A. K. (2001) *El lenguaje como semiótica social*. Fondo de Cultura Económica.
- Halliday, M.A.K. (1975) "Estructura y función del lenguaje", en Lyons, J. (coord.) *Nuevos Horizontes de la lingüística*. Alianza.
- Halliday, M.A.K. (2017) "Sobre la arquitectura del lenguaje humano", en *Obras Esenciales de M.A.K. Halliday*. UNL. (pp. 183-214).
- Lyons, John (1980) *Semántica*. Teide.
- Marafioti, Roberto (2003) *Los patrones de la argumentación: la argumentación en los clásicos y en el siglo XX*. Biblos.
- Marafioti, Roberto (comp.) (1991) *Temas de argumentación*. Biblos, Buenos Aires.
- Marafioti, R. y Bonnin, J.E. (2018) *Voces en conflicto*. UNMoreno editorial, Moreno.
- Menéndez, S. (2017) "M.A.K. Halliday: de la opción al recurso, de la gramática al registro", en *Obras Esenciales de M.A.K. Halliday*. UNL, Santa Fe (pp. 17-34).
- Perelman, Ch. y Olbrechts-Tyteca, L. (1989) *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Gredos.
- Ruiz, S. y Abratte, L. (2020) *La dimensión de lo político en el lenguaje: semántica, argumentación y enunciación*. FCC, UNC. Subsidio Secyt. UNC Res. 411/18, 455/18, 472/18, 233/2020.
- Triquell, X. y Ruiz, S. (2014) "La dimensión política de los discursos sociales" en *De signos y sentidos*, número 15. Facultad de Humanidades y Ciencias, Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe, pp. 123-136.

### Artículos periodísticos:

Ámbito (07 de febrero de 2023) *Javier Milei cruzó a Larreta por calificar a la dolarización de "receta mágica"* <https://www.ambito.com/politica/javier-milei/cruzo-larreta-calificar-la-dolarizacion-receta-magica-n5646715>

Cronista (28 de diciembre de 2022). *Milei: "El dólar no tiene techo porque el peso no tiene piso"* <https://www.cronista.com/economia-politica/milei-el-dolar-no-tiene-techo-porque-el-peso-no-tiene-piso/>

Galligani, Federico (26 de febrero de 2023). *Javier Milei cerró su gira por la patagonia : insultos a la “casta” y la revelación de uno de sus eventuales ministerios*. <https://www.infobae.com/politica/2023/02/26/javier-milei-cerro-su-gira-por-la-patagonia-insultos-a-la-oposicion-y-la-revelacion-de-uno-de-sus-eventuales-ministerios/>

La Nación (25 de abril de 2023). *Javier Milei se expresó en contra de la obligatoriedad educativa y propuso un polémico sistema de “vouchers”*. <https://www.lanacion.com.ar/politica/javier-milei-se-expreso-en-contra-de-la-obligatoriedad-educativa-y-propuso-un-polemico-sistema-de-nid25042023/>

Perfil (30 de noviembre de 2022). *“Implica más gastos”: la insensibilidad de Javier Milei ante la ley para tratar cardiopatías congénitas en bebés*. <https://www.perfil.com/noticias/politica/implica-mas-gastos-la-insensibilidad-de-milei-ante-la-ley-para-tratar-cardiopatias-congenitas-en-recien-nacidos.phtml>

Perfil (01 de marzo de 2023). *Milei enfureció por la moratoria previsional y Maslatón salió al cruce: “Dio argumentos lamentables”* <https://www.perfil.com/noticias/politica/milei-enfurecio-por-la-moratoria-previsional-y-maslaton-salio-al-cruce-dio-argumentos-lamentables.phtml>

Realpolitik (25 de septiembre de 2018). *Javier Milei sobre la convertibilidad: “Yo propongo eliminar el banco central”*. <https://realpolitik.com.ar/nota/34985/javier-milei--sobre-la-convertibilidad--yo-propongo-eliminar-el-banco-central/>

Realpolitik (21 de febrero de 2023). *Javier Milei prometió eliminar el Banco Central a través de una medida inviable* <https://realpolitik.com.ar/nota/51650/javier-milei-prometio-eliminar-el-banco-central-a-traves-de-una-medida-inviable/>

# Salames, pero los mejores del mundo – Paladini

Alauie Juana Emilia  
juanitalauie01@gmail.com

UNT

## Introducción

En el marco del desarrollo del congreso Redcom, el cual tiene lugar en la provincia de La Rioja; voy a realizar un análisis publicitario de una de las marcas de fiambres y embutidos más conocidas nacionalmente, y ella es Paladini, con una campaña muy contundente y de alto impacto visual publicada este año.

## Desarrollo

### 1. Contextualización de la marca Paladini:

a. Breve historia de la empresa y su trayectoria en la industria alimentaria. En 1923 la empresa es fundada en la localidad de Villa Diego, provincia de Santa Fe por Don Juan Paladini emigrado desde Italia. Sus primeros productos eran chorizos, morcillas, salames y bondiolas. En 1958 comienza la producción de mortadela que le brinda un empuje notorio a la marca familiar al tener gran demanda en el mercado argentino. En 1962 se construye una planta alejada al casco urbano en el actual predio de José Piazza a orillas del río Paraná

Don Juan Paladini



Imagen sacada de la página oficial de paladini.

b. Posicionamiento de Paladini en el mercado y su relación con los productos cárnicos. En 1968 producen una mortadela de 300kg como estrategia de marketing con gran éxito.

En 1973 se incorpora el isologo actual con forma de rombo, en 1985 logran la certificación internacional para obtener parte de la cuota Hilton, incorporan planta de tratamiento de efluentes y adquieren el Frigorífico Embutidos La Arroyense.



Logotipo anterior de la empresa Paladini

Imagen sacada de la página oficial de paladini



Logotipo actual de la empresa argentina de fiambres Paladini.

Imagen sacada de la página oficial de paladini.

En 1992 amplían su negocio porcino en Villa Amelia con el primero de los tres centros de producción actuales. En el 2000 certifican procesos bajo ISO 9000.

En 2005 certifican la empresa con ISO 14000 en cuidado de medio ambiente.

En 2010 comienza la operación de la segunda granja porcina en La Toma (San Luis).

En 2013 comienza a operar la tercera planta de crianza en la misma localidad.

En 2014 fallece Juan Pablo Paladini en un accidente en la ruta Rosario-Córdoba.

En 2016 la empresa compra Esteban España S.A. en una operación de \$568 millones la cual era la filial local de la empresa española.

Actualmente produce 100 toneladas de productos anualmente y es la de mayor cuota de mercado en el mercado porcino de Argentina.

## 2. Análisis del eslogan "Salames, pero los mejores del mundo":

a. Descripción del mensaje transmitido por el eslogan "Salames, pero los mejores del mundo" busca transmitir la idea de que los productos de Paladini son superiores a los de cualquier otra marca en el mercado. La frase utiliza un tono humorístico y autocrítico para captar la atención del público. El spot está dirigido a los argentinos que no creyeron en la selección nacional de fútbol argentino haciéndoles saber que fueron unos tontos en ejercer tanto negativismo durante la clasificación para el mundial de fútbol 2022.

Publicidad "salames, pero los mejores del mundo" – Paladini.



Captura de fragmento de la publicidad de Paladini.

Publicidad "salames, pero los mejores del mundo" – Paladini.



Captura de fragmento de la publicidad de Paladini. Publicidad “salames, pero los mejores del mundo” – Paladini.



Captura de fragmento de la publicidad de Paladini.

b. Identificación de los elementos persuasivos utilizados en la propaganda. Utiliza elementos persuasivos como la exageración y la afirmación categórica para generar impacto en la audiencia y posicionar a Paladini como una marca de calidad superior

Publicidad “salames, pero los mejores del mundo” – Paladini.



Captura de fragmento de la publicidad de Paladini. Publicidad “salames, pero los mejores del mundo” – Paladini.



Captura de fragmento de la publicidad de Paladini. Publicidad “salames, pero los mejores del mundo”–Paladini.



Captura de fragmento de la publicidad de Paladini. Publicidad “salames, pero los mejores del mundo”–Paladini.



Captura de fragmento de la publicidad de Paladini.

c. Evaluación de la veracidad y objetividad de la afirmación. Es importante evaluar la veracidad y objetividad de la afirmación. ¿Realmente los salames de Paladini son los mejores del mundo? Esta es una afirmación subjetiva y difícil de comprobar de manera objetiva.

### **Estrategias publicitarias utilizadas por Paladini**

a. Análisis de los recursos visuales y auditivos empleados en la propaganda. La propaganda de Paladini utiliza recursos visuales atractivos, como imágenes de salames de aspecto apetitoso y de alta calidad. También se apoya en recursos auditivos, como música alegre y jingles pegadizos, para generar una asociación positiva con la marca. La publicidad muestra a personas rodeadas de salames dando testimonios de sus críticas, antes de que la selección sea consagrada campeón, acompañadas por un coro que canta “Salame”.

Publicidad “salames, pero los mejores del mundo”–Paladini.



Captura de fragmento de la publicidad de Paladini.

b. Estudio de los valores y emociones apelados para captar la atención del público. La estrategia publicitaria apela a valores como la tradición, la confianza y la excelencia, buscando generar una conexión emocional con el público. Se enfoca en transmitir la idea de que consumir los productos de Paladini es una elección segura y de calidad.

c. Evaluación de la efectividad de la estrategia publicitaria en términos de ventas y percepción de la marca. La efectividad de la estrategia publicitaria se puede evaluar a través de indicadores como el aumento de ventas, la percepción positiva de la marca por parte de los consumidores y el impacto en la preferencia de los clientes

4. Impacto social y cultural de la propaganda de Paladini:

a. Reflexión sobre el papel de la publicidad en la construcción de la identidad y los gustos del consumidor. La publicidad tiene un papel importante en la construcción de la identidad y los gustos del consumidor. La propaganda de Paladini puede influir en la percepción de calidad y preferencias alimentarias de las personas, generando una asociación positiva con la marca.

b. Análisis de la influencia de la propaganda en la percepción de calidad y preferencias alimentarias. Es necesario ser conscientes de los posibles efectos negativos de la exageración publicitaria. La publicidad excesiva puede generar expectativas poco realistas en los consumidores y llevar a la decepción si no se cumplen. Además, puede contribuir a la homogeneización de los gustos y limitar la diversidad en la elección de productos alimentarios.

c. Consideración de posibles consecuencias negativas de la exageración publicitaria en la industria alimentaria. Es importante fomentar un consumo crítico y responsable, donde los consumidores evalúen la calidad de los productos más allá de las afirmaciones publicitarias y consideren otras variables como la procedencia, los ingredientes y las prácticas de producción.

## Conclusiones

En conclusión, la propaganda de Paladini con su eslogan "Salames, pero los mejores del mundo" es un ejemplo de estrategia publicitaria que busca captar la atención del público y posicionar la marca en el mercado. Sin embargo, es importante analizar críticamente este tipo de afirmaciones y considerar el impacto que pueden tener

## Bibliografía

<https://www.paladini.com.ar/es/historia/>

## MESA 18

# Comunicación, Memoria y DDHH

# El pasado, la inteligencia artificial y las redes sociales

Pérez, Lucas Enzo  
lucasenzoperez@gmail.com

Universidad Nacional de Córdoba

## Introducción

Con la necesidad de compartir el conocimiento obtenido en los temas de investigación es que se realiza la siguiente propuesta: pensar sobre la posibilidad de conocer el pasado mediante las tecnologías sociales, como las redes y, más recientemente, la inteligencia artificial. Las preguntas que guían este ejercicio se plantean con algunos temores de no ser cuidadosos con el tema, pero se busca que sean consecuente la una de la otra. ¿de qué manera los sujetos conocen, y se vinculan, con el pasado mediante las redes sociales? ¿Cómo la inteligencia artificial es disruptiva en este proceso y cómo lo complementa?

Las redes sociales son las unidades de análisis que se toman para la reflexión concreta sobre la temática mientras que las opciones de inteligencia artificial son más bien por ahora algo que se sigue de reojo por el poco conocimiento técnico que se tiene hoy dentro de las ciencias sociales y humanidades sobre ellas. La ponencia busca hacer una reflexión teórica desde algunas ideas de Hector Schmucler, Marshall McLuhan, Eric Sadin y Rafael Capurro. Por un lado, se verá a Schmucler como un intelectual que postula la *relación inquietante* entre la comunicación y la memoria y, por otro lado, a Capurro como el momento de reflexión sobre la ontología digital y la imposibilidad de *estar* fuera de la red.

Metodológicamente se hará una revisión bibliográfica a fin de hacer consideraciones críticas sobre el efecto de las tecnologías de plataformas y de la inteligencia artificial sobre el conocimiento del pasado,

Las Tesis de la Filosofía de la Historia de Benjamín se caracterizan por abrir múltiples caminos hacia la reflexión. A partir de una de ellas es que comenzó la inquietud que llega hasta aquí. “La verdadera imagen del pasado transcurre rápidamente. El pasado sólo puede retenerse en cuanto imagen que relampaguea, para nunca más ser vista, en el instante de su cognoscibilidad” (1994: p. 180). Estas palabras son de alguna manera una sentencia sobre la condición que se tiene para conocer el pasado. De ella surge la imaginación sobre ciertos elementos históricos que pueden ser contenidos o retenidos por las pantallas, los dispositivos, el espacio digital, los datos informáticos, las tecnologías inteligentes.

El pasado, sostuvo David Lowenthal (1985), está en todas partes. Este autor sostenía que la conciencia de las cosas pasadas proviene menos de la búsqueda de hechos que de sentir el impacto del tiempo en los rasgos y huellas, palabras y hechos tanto de nuestros precursores como de nosotros mismos. Es por ello que existe la tendencia natural de querer retenerle antes de que desaparezca.

La relación entre quienes buscan realizar la tarea de retener el pasado bajo diferentes maneras se caracteriza por la empatía, o en términos de Henri-Irénéé Marrou (1968), debe una amistad vinculadora, cuyo origen está “en la desidia del corazón, en la acedia que desespera adueñarse de la auténtica imagen histórica que relumbra fugazmente” (p. 181).

La mediatización del pasado o de la historia tiene una ardua investigación previa, entonces, es este quizá un inten-

to de actualizar la operación cognitiva de pensar en esto en base a nuevos medios. Las preguntas que se hacen, buscan de alguna manera hacer algo nuevo: ¿de qué manera los sujetos conocen, y se vinculan, con el pasado mediante las redes sociales? ¿Cómo la inteligencia artificial es disruptiva en este proceso y cómo lo complementa?

Decía Schmucler que entre la comunicación y la memoria existía algo así como una inquietante relación. Esto tiene que ver entre otras cosas con la variable temporal bajo las cuales se rigen tanto la comunicación como la memoria. El autor observaba que los tiempos de la comunicación propia de las señales electrónicas se daba bajo el yugo de lo simultáneo y lo instantáneo, e incluso más, en una especie de no tiempo, mientras que la memoria se disponía en un tiempo contrario, mucho más lento cuya predominancia estaba en la persistencia para la retención de los hechos pasados.

A problemas de esta índole se enfrenta la investigación sobre el tema. Se trata de dar cuenta de los intentos de aproximación que se hacen hacia la temática y de expresar aquellos problemas que van surgiendo sobre la investigación. Para ello, se buscará dejar bien en claro con cuál de las diferentes maneras de conocer al pasado es propicio trabajar desde el estudio de las redes sociales y la inteligencia artificial. También se considerarán los elementos que deben de ser tenidos en cuenta a la hora de tomar a las redes sociales como unidades de análisis. A medida que se hace esto se buscará ir conceptualizando sobre las redes sociales y la inteligencia artificial.

## **El pasado: sus formas de conocerlo**

Para tomar una cabal dimensión sobre el pasado, es posible volver a David Lowenthal. Sostenía que el pasado está en todas partes, “a nuestro alrededor yacen características con antecedentes más o menos familiares. Reliquias, historias, recuerdos inundan la experiencia humana. La mayoría de las huellas del pasado finalmente perecen y todo lo que queda está alterado. Pero son colectivamente perdurables, notado o ignorado, apreciado o depreciado, el pasado es omnipresente” (p. 1). Esta vitalidad que tiene el pasado para estar en el presente y en el futuro se debe a que quienes lo interrogan son las personas. El pasado, como producto discursivo y cultural, es producto de los seres humanos y particularmente de la sociedad. Estas han buscado infinidades de manera de no perder el pasado entre el correr del tiempo. Sobre esas maneras, Lowenthal (1985) reconoce tres:

*“memory is inescapable and essential to existence, even when fallacious; history is contingent and accretive, but not a vital personal necessity. Unlike memory and history, relics are not processes but residues of processes, natural or cultural” (p. 292).*

De estas tres maneras de acercarse al pasado, la historia, en tanto que ciencia, y la memoria fueron las maneras más evidentes. El caso de las reliquias, ha sido y es algo más particular, tanto por cómo son resguardadas hasta por cómo se las estudia.

La Historia, como disciplina científica ha sacado gran provecho de las tecnologías de la comunicación y de la información, sin embargo, ella queda limitada cuando se tratan de tecnologías sociales donde las lógicas de producción, circulación y consumo de contenido no se corresponden con el ejercicio del estudio histórico. La Historia es una ciencia de lectura, densa y lenta, llena de tecnicismos y de la necesidad de hacer corresponder las elaboraciones con criterios de verdad. Las plataformas digitales de alguna manera se alejan de ella. Cabe mirar el caso de Twitter, que permitía hace no poco tiempo solo 140 caracteres por tweet. La ciencia histórica se hace posible en esos márgenes de manera más efectiva a los modos de la divulgación y la movilización del interés social. En su lugar, la memoria es diferente. Analizarla es posible gracias a su esencial plasticidad para abordarla.

La memoria también puede ser definida de varias maneras. Le Goff (2008) sostuvo en algún momento que la memoria es la materia prima de la historia. Una definición que es clara y diferenciadora de la historia es la que hace Pierre Nora (2008), famoso referente de la *nueva historia*. El autor busca romper con la confusión generada por un débil reconocimiento de los límites entre la Historia y la memoria:

*Memoria, historia: lejos de ser sinónimos, tomamos conciencia de que todo los opone. La memoria es la vida, siempre encarnada por grupos vivientes y, en ese sentido, está en evolución permanente, abierta a la dialéctica del recuerdo y de la amnesia, inconsciente de sus deformaciones sucesivas, vulnerable a todas las utilizaciones y manipulaciones, capaz de largas latencias y repentinas revitalizaciones. La historia es la reconstrucción siempre problemática e incompleta de lo que ya no es. La memoria es un fenómeno siempre actual, un lazo vivido en el presente eterno; la historia, una representación del pasado. Por ser afectiva y mágica, la memoria solo se ajusta a detalles que la reafirman; se nutre de recuerdos borrosos, empalmados, globales o flotantes, particulares o simbólicos; es sensible a todas las transferencias, pantallas, censuras o proyecciones. (p. 20-21)*

La memoria, como dice Nora, es la vida. A ella es posible verla y seguirla en cualquier espacio donde el sujeto esté presente. No se somete a una refinera de saberes para que pueda ocurrir sino más bien ocurre. Esta característica es la que la hace propicia a ser analizada bajo el mantra digital. Las redes sociales, vistas como espacio social, o tecnologías sociales, ponen al sujeto a habitar dentro de ellas y a concretar la cotidianeidad que antes se vivía a fuera.

La preocupación que Nora hacía notar es muy parecida a la que tenían Benjamin y Schmucler. Nora lo piensa como la aceleración de la historia, al expresar que esto se debe por “un vuelco cada vez más rápido hacia un pasado definitivamente muerto, la percepción global de todas las cosas como desaparecidas, una ruptura del equilibrio [...] El acceso a la conciencia de sí bajo el signo de lo ya acabado, la culminación de algo iniciado desde siempre. Se habla tanto de memoria porque ya no hay memoria” (p. 19). Bajo ese punto de vista que se deja sentado sobre la memoria, se da lugar a las ideas que sostienen la cuestión de las redes sociales.

## Redes sociales

Para definir a las redes sociales, tal como se las quiere definir aquí, no basta con un solo concepto sino algunos más. La famosa definición de Danah Boyd y Nicole Ellison queda ya muy reducida a lo que hoy se conciben de las plataformas. Sin embargo, no deja de tener verdades que no deben perderse y que a la reflexión que se pretende aquí ayudan. Ellos dicen que las redes son “servicios basados en la web” que les permite a los usuarios la creación de un perfil, la conexión con otros y el manejo de sus interacciones. Se dice que es menester no perder de vista esta idea porque las plataformas siguen siendo un servicio, una posibilidad que hacen concreta instituciones o empresas, que se interesan en brindar ese servicio comunicativo, informacional y, hoy sobre todo, de socialización.

Javier Celaya (2008) creía ya hace unos años que las redes sociales eran lugares donde las personas “las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (p. 123). Que las redes sociales hoy puedan considerarse lugares de encuentro se debe a que estas favorecen algo que como decía Van Dijck (2016) al respecto que “las plataformas influyen en la interacción humana tanto en el nivel individual como en el comunitario, así como en el nivel mayor de la sociedad, al tiempo que los mundos online y offline se muestran cada vez más interpenetrados” (p. 11).

Por su parte Van Dijck piensa que las redes sociales son medios que conforman la estructura organizacional de la cotidianeidad basada en internet. La autora echa mano a las palabras de Kaplan y Haenlein, que tan citadas son al día de hoy, para hacer su definición de los medios sociales como ella las llama:

*Los medios sociales, definidos en términos generales como “un grupo de aplicaciones de internet construidas sobre los cimientos ideológicos y tecnológicos de la web 2.0 para permitir la creación e intercambio de contenido generado por los usuarios” (Kaplan y Haenlein, 2010: 60), conforman un nuevo estrato de organización de la vida cotidiana en internet.*

Esta última autora nos brinda el método para proceder a un análisis recabado de las redes sociales. Van Dijck pone a dialogar dos perspectivas, por un lado, lo que ella llama como estructuras socioeconómicas basada en el Teoría de la era de la información de Manuel Castells, cuyo eje paso por una economía política de las redes; y, por otro

lado, lo que la autora denomina como el modelo de los constructos tecnoculturales en base a la Teoría del Actor-Red de Bruno Latour. En el análisis que se quiere hacer aquí, se prefiere primero arrancar por esta última ya que ella posibilita un amigable encuentro teórico con los conocimientos provenientes de la ciencia de la comunicación y la ciencia humana antes que entrometerse directo con los saberes económicos y políticos los cuales no suelen ser propicios a tomar con liviano conocimiento sobre la actualidad.

El estudio crítico de las redes sociales propuesto por Van Dijck encuentra dos referencias que permiten ampliarlo aún más. Uno es Nick Srnicek (2019), con su emergente obra sobre el *Capitalismo de Plataformas*, cuya perspectiva es la nueva economía digital y la reestructuración capitalista a partir de las plataformas. El otro es Christian Fuchs (2014), uno de los críticos de los *social media* más citados al día de hoy. Su análisis parte de la teoría social y toma muchos elementos del marxismo en la crítica al modelo capitalista de las redes sociales. Se pregunta por la cultura, el poder, las políticas económicas, las ideologías, la privacidad, lo público, la democracia y participación ciudadana, como así también las formas de enfrentarlas.

Para Srnicek (2019) las plataformas son “infraestructuras digitales que permiten que dos o más grupos interactúen” (p. 45) y algunas características particulares tienen que ver con el hecho de ser intermediarias entre los usuarios; ser proveedoras de herramientas para desarrollar una gran variedad de actividades con la finalidad del lucro; ser sumamente tácticas en el despliegue de las ofertas de sus servicios en red y ser estratégicas respecto a su participación en el mercado de los datos y el control del espacio de disputa de intereses, para ello deben ser sumamente atractivas en la experiencia del usuario que garantizan. Srnicek termina diciendo que las plataformas son “un nuevo tipo de empresa [...] modelos de negocios para extraer y controlar datos” (p. 49).

El aporte que Christian Fuchs hace a la comprensión de las redes sociales se puede agrupar a la manera que el lo hace al responder la pregunta sobre *¿Qué son las redes sociales?:*

- Primero, una comprensión sobre la sociedad. Esta operación debe ser apoyada, sin dudas, por las teorías sociales. Fuchs insiste en volver a Durkheim, Weber, Marx o Tonnies.
- No perder de vista que las plataformas son una constante novedad, al punto de ser entendida como una ideología. Toda la dinámica social, cultural, económica o política esta revestida del impulso de la novedad.
- Las redes, como empresas, deben garantizar la innovación y ofrecer nuevas experiencias a los usuarios a fin de mover su pulsión de consumo. El negocio de los datos se facilita a partir de experiencia sobretudo estéticas.
- En cuanto a los conceptos y a los modos de investigación de las plataformas, es necesario no caer en lo relacionado al determinismo tecnológico, el tecno centrismo o el pesimismo tecnológico. Esto puede ser fatal para un tipo de investigación cuyos objetivos sea la obtención de nuevo conocimiento social.

Las redes son sistemas tecno-sociales que van a estar siempre en una constante interacción con las relaciones y las actividades de los seres sociales. Por ello, se debe asumir que estas tecnologías están atravesadas por el poder y las relaciones sociales. .

El trabajo de Van Dijck (2014), no fue ajena a esto y también se ocupó de esto. Llamó a las redes sociales, estructuras socioeconómicas y constructor tecnoculturales. En base a la teoría económica política de Manuel Castells, quien fue uno de los primeros en teorizar profundamente sobre la reestructuración capitalista con fundamentos en las TIC, Van Dijck considera a las plataformas como *estructuras socioeconómicas* en los que analiza los regímenes de propiedad, las estructuras de gobierno establecidas por los medios digitales y los modelos de negocios. Sobre esto último, “la autora dirá que ofician de mediadores en la producción de cultura y vida cotidiana” (p. 42).

A todo este análisis político económico Van Dijck lo complementa con una perspectiva social y cultural de la tec-

nología de la mano de la Teoría del Actor Red de Bruno Latour. Considera tres elementos que conforman lo que ella llama la *sociabilidad online*, una suerte de vínculo social similar al mundo offline pero que ocurre dentro de la red, y que son: 1) la tecnología, 2) el usuario, su capacidad de acción y hábitos, y 3) el contenido. Los tres permiten llegar al punto de que juntos hacen que las plataformas se consideren *constructos tecnoculturales*. Propias de un proceso en el que la cotidianidad de los sujetos las vea en la frecuencia del día a día.

Sin embargo, esto parecería aún superficial si no se considera bien la cuestión de la tecnología. Van Dijck sostiene que “además de su capacidad de recolectar (meta)datos, el poder computacional de las plataformas de medios sociales reside en su capacidad de incluir algoritmos para el procesamiento de datos [...] los algoritmos infiltran una (trans)acción social por medio del análisis de datos computacionales, a partir del cual el resultado se traduce en una táctica sociocomercial” (p. 35). Esto podría abrir incluso mayor curiosidad, cuando no preocupación, si hablásemos de los modelos de aprendizaje automático (supervisado, no supervisado o por refuerzo) y sus tipos de aplicación en redes sociales para comprender el condicionamiento tecnológico económico en las que se ve el usuario.

Hay algo que Van Dijck identifica que nos sirve para ir respondiendo nuestra inquietud: “los protocolos de Facebook guían a los usuarios por los senderos que la red prefiere, imponen una lógica hegemónica sobre una práctica socialmente mediada” (p. 35). La red ofrece una experiencia al usuario a partir de su base tecnológica nutrida de datos y de operaciones algorítmica para configurar el consumo digital de estos.

## Inteligencia Artificial

Eric Sadin es tal vez uno de los críticos más referenciados sobre la inteligencia artificial. Para el autor ocurre algo que en términos humanos es novedoso si se lo piensa a la humanidad a lo largo de su extensa historia. Dice el autor:

*“Se viene produciendo una mutación, a la vez discreta y decisiva, del estatuto concedido a la técnica: mientras que su vocación ancestral consistió en colmar las insuficiencias del cuerpo de acuerdo con una dimensión prioritariamente protésica, de modo progresivo, fue asumiendo la carga inédita de gobernar de forma más masiva, rápida y “racional” a los seres humanos y a las cosas” (2018: p. 22-23).*

Según Sadin, la vida empezó de manera concreta a ser administrada por la tecnología. Franco “Bifo” Berardi (2020) identificó que está ocurriendo cambio en la cognición, propio de las alteraciones en la sensibilidad, la relación de los sujetos con su cuerpo y la subjetivación que ellos tienen y que considera “que la transición de la infoesfera alfabética hacia la infoesfera digital refleja un desplazamiento del modelo cognitivo de concatenación conjuntiva hacia un modelo de concatenación conectiva” (p. 17).

La memoria y las consideraciones subjetivas de los sujetos con su experiencia terrenal y virtual se ven afectadas por un tsunami tecnológico. La inteligencia artificial, dice Sadin, es un dispositivo técnico-antropológico responsable de asegurar nuestras acciones, optimizar nuestros actos e, incluso, anticipar nuestras aprehensiones, siguiendo un ritmo sofisticado que parece no tener fin.” (p. 26).

Técnicamente, ella se define como sistemas que piensan, que actúan como humanos, pero no solo eso, sino que lo hacen racionalmente. Russell y Norving (2004), lo plantean de esa manera en lo que quizá es el principal manual sobre Inteligencia Artificial (*Inteligencia Artificial: un enfoque moderno*) con el que cuenta la literatura sobre la cuestión. Los autores introducen sus ideas partiendo del ser humano.

*Los hombres se han denominado a sí mismos como Homo sapiens (hombre sabio) porque nuestras capacidades mentales son muy importantes para nosotros. Durante miles de años, hemos tratado de entender cómo pensamos; es decir, entender cómo un simple puñado de materia puede percibir, entender, predecir y manipular un mundo mucho más grande y complicado que ella misma. El campo de la inteligencia artificial, o IA, va más allá: no sólo intenta*

*comprender, sino que también se esfuerza en construir entidades inteligentes. (2004: p.1).*

Sadin es proveedor infranqueable sobre esta realidad. Llega a decir algo que ayuda a finalizar el apartado y continuar con la reflexión propuesta. Asegura que “se instaura una administración robotizada de las existencias garantizada por “agentes clariveidentes y empáticos” que actúan de manera *soft* y “sin ruido”, y que orientan a encargarse de manera eficaz y armoniosa de los seres humanos y las situaciones” (p. 27).

Ahora bien, las tecnologías de este tipo, sociales, humanas, culturales, políticas y económicas van caminos a ser, y esto se dice siendo muy McLuhaniano, nuevas extensiones del ser humano. Así como el *profeta de la era digital* había considerado que “La imprenta brindó una extensa y nueva memoria a los escritos antiguos y convirtió en inadecuada a la memoria individual” (McLuhan, 1996: p. 187), la memoria del sujeto social, individual y colectiva, se ve cada vez más apoyada en las tecnologías de este tipo.

## Consideraciones sobre el conocimiento del pasado

El pasado en cuanto imagen no puede retenerse sino es mediante un relampagueo. Ese relampagueo acosa constantemente a la memoria de las personas y de las colectividades. Ahora, bien es cierto que ella requiere de soportes. Los medios siempre fueron su ayuda. Pero ellos pueden ser su condena.

Las consideraciones críticas que se hicieron tienen la intención de que se despoje desde ya de una ingenuidad a la hora de investigar a las redes sociales. Esto implica un conocimiento profundo de la sociedad y del ser humano, de las estructuras económicas, de la cultura y, sobre todo, de la tecnología.

La inteligencia artificial hoy puede poner a los sujetos en relación con un pasado diseñado de manera estrafalaria y errada. Las redes sociales pueden crear historia o acondicionar el tiempo mediante sus configuraciones algorítmica. A la vez, el usuario puede hacer uso de ella para acondicionar su presente y su futuro de manera menos trágica de lo que puede llegar a ser.

Hoy, se disputa el pasado, las creencias y sobre todo el conocimiento. Este último es cada vez más asistido por la máquina es por ello que surge la pregunta ¿será el ser humano digital capaz de enfrentar su pasado tal cual fue o buscará también la ficción digital?

## Referencia bibliográfica

- Bauman, Zygmunt. (2007). *Vida de Consumo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Benjamin, W., Aguirre, J., & de Alba, D. (1973). *Discursos interrumpidos (Vol. 1)*. Madrid: Taurus.
- Capurro, R. (2009). Contribución a una ontología digital. *Colóquio Internacional de Metafísica*, 3, 321-337.
- Franco “Bifo” Berardi (2017). *Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Marrou, H. I. (1968). *El conocimiento histórico*.
- Nora, P. (2008). Los lugares de la memoria. *Montevideo: Trilce*.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2004). *Inteligencia Artificial: un enfoque moderno (No. 04; Q335, R8y 2004.)*.
- Sadin, E. (2017). *La humanidad aumentada: La administración digital del mundo*. Caja negra.
- Schmucler, H. (1997). *Memoria de la comunicación (Vol. 1)*. Editorial Biblos.
- Srnicek, Nick. *Capitalismo de plataformas*. 1ª. ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires. *Caja Negra*, 2018.
- Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI editores.

# Derecho a la comunicación y violencia institucional en Radio Muni 88.5 de San Salvador de Jujuy

Romina Verónica Argote  
rominargote@gmail.com

**Universidad Nacional de Jujuy.**

En la provincia de Jujuy son algo escasos los estudios académicos empíricos que permitan acceder a un panorama de la producción de contenidos en las emisoras estatales y quizás menos los referidos a sus discursos radiofónicos. El presente artículo tiene la intención de contribuir al debate sobre la comprensión del Derecho a la Comunicación, centrando la mirada en los medios públicos del ámbito local, en su ejercicio como constructores de sentidos y en su propuesta político comunicacional en el abordaje periodístico sobre temáticas de políticas de seguridad y violencia estatal.

El interés por los discursos de los medios de comunicación en general no es nuevo, aunque sí es relativamente reciente la creación, en América Latina, de dispositivos de observación, seguimiento y análisis de esos discursos. Compartimos algunos avances del proyecto de investigación “La comunicación como derecho y la construcción de sentidos en radios públicas en San Salvador de Jujuy durante 2019. Análisis del discurso radiofónico desde la interseccionalidad”, propuesta que analiza el archivo sonoro generado por el Proyecto de Extensión “AltaVoz. Escuchatorio radiofónico por la comunicación como derecho”. Ambos proyectos reúnen alrededor de 200 audios de producciones radiofónicas emitidas durante 2019 en Radio Muni 88.5 Mhz (emisora de gestión Municipal) y Radio Universidad 92.9 Mhz (emisora de la Universidad Nacional de Jujuy) ambas ubicadas en San Salvador de Jujuy.

El objetivo de la investigación es analizar -desde una perspectiva de la comunicación como derecho e interseccionalidad- el discurso informativo de medios públicos como construcciones de sentidos, en torno a las temáticas específicas de salud mental, mujeres, derechos humanos, disidencias y colectivo LGBTIQ, infancia, niñez, y juventudes. A casi siete años de los DNU que modificaron la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522 (LSCA), consideramos que el análisis de estos registros permitirá dar cuenta de la forma en que aquel momento político contribuyó a la configuración de un discurso de época en el que resurgieron y se agudizaron creencias conservadoras que pusieron en jaque derechos adquiridos.

Revisar las prácticas comunicacionales en los medios públicos resulta significativo como instancia analítica de la aplicación de lo que quedó de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual tras los DNU de la administración macrista, pero también como evaluadora de la política de comunicación del gobierno nacional y de los medios que analizamos en particular, en este caso de Radio Muni, y de aquellos sentidos y creencias circulantes en San Salvador de Jujuy durante 2019.

## **Construcción de sentidos y la mirada social que se propone. “Ahora Turco, cada vez se le está quitando más autoridad a la policía”.**

El audio que presentamos es parte de la producción noticiosa de Radio Muni 88.5 Mhz. El fragmento pertenece al programa *Una Mañana Genial*, el cual contaba en 2019 con salida al aire de lunes a viernes de 10 a 12.30hs. Conducido por un periodista principal, completaban el equipo dos columnistas varones encargados de temáticas deportivas y humorísticas, y una columnista mujer con escasa participación durante las horas de programa. La producción

se presentaba como un programa informativo estilo magazine. El segmento al que hacemos referencia fue emitido durante el mes de mayo de 2019 y tiene una duración de 4 minutos 6 segundos. Concretamente, la pieza a analizar hace referencia al uso de armas en dos jóvenes, una joven salteña de 19 años y un joven de 15 años de la provincia de Buenos Aires. Posteriormente la conversación deviene en el uso de armas por parte de las fuerzas policiales, específicamente el uso de las pistolas taser habilitado por la entonces Ministra de Seguridad de la Nación Patricia Bullrich<sup>1</sup>. Para graficar con mayor claridad los discursos expresados, se detalla la desgrabación de lo emitido en vivo.

Conductor 1: 10 de la mañana 42 minutos, bueno últimamente hemos notado... en Salta... esto fue quizás un caso detonante, unaaa señora o señorita, no sé en qué nivel estará de... pero es una joven... salteña haciendo disparos, al aire, ¿no?

Conductor 2: 19 años...

Conductor 1: 19 años, una joven entonces, y ahora sale, se viraliza, la imagen de un chico de 15 años que se filmó disparando con un arma, al aire, por eso hablábamos hace rato no? qué tema este el del uso de las armas, dicen que es el arma del padre...

Conductor 3. El RENAR controla eso...

Conductor 4 (director de Radio Muni): En realidad dicen que este fue un video que se filmó el año pasado, donde el chico amenazaba que iba a hacer una masacre en la escuela, y bueno, ayer se comenzó a conocer, los padres no mandaron al chico a la escuela, era en provincia de Buenos Aires...

Conductor 1: Exigen ahora que expulsen a ese chico...

Conductor 4: Exigen que lo expulsen... Fue la policía y constataron que en realidad el arma era de juguete. Pero bueno... el tema es...

Conductor 1: ¡Es el mensaje que se manda!

Conductor 2: Pero con este tema de la chica, fuera que se viralice, fomentando de que vos podés hacer unos tiros al aire, ella tira desde un edificio, la trayectoria de la bala es como si hubiera salido del caño que puede matar a cualquiera.

Conductor 1: Además está detenida la mujer de Salta, se negó a declarar en la jornada de ayer, así que me imagino que seguirán actuando. Che, pero ahora... vos que andas en el rubro Juan...

Conductor 3: ¡Epa!

Conductor 1: ¿qué es la pistola taser?

Conductor 2: La taser es la pistola queee inhibe, que larga unas descargas de tantos voltios para paralizar al, al...

Conductor 3: No te mata...

Conductor 1: A mí me parece bárbaro...

Conductor 2: Pero bueno, hay cada legislador que se pone con que eso es violento, claro, como el delincuente no tiene, no no, no da gesto de violencia...

Conductor 1: Pero ya lo hizo...

---

1 | <https://www.aa.com.tr/es/mundo/argentina-autoriz%C3%B3-el-uso-de-pistolas-taser-para-fuerzas-de-seguridad/1472742>

Conductor 2: Por eso te digo, y esto lo detiene, son descargas eléctricas que atonta a la persona, la deja paralizada.

Conductor 3: Es verdad lo que dice Juan y es para el solo efecto de que las fuerzas armadas no hagan uso de las armas de fuego, es decir, porque interpretan que esto armaría un gatillo fácil entonces con estas pistolas, las cuales están haciendo referencia ustedes, y que Patricia Bullrich lo ha dicho en un sinfín de oportunidades es simplemente para evitar un mal mayor.

Conductor 2: Ahora Turco, cada vez se le está quitando más autoridad a la policía, al final para qué está la policía, para qué cumplen su... tienen cursos...

Conductor 1: Tienen que actuar, no pueden esperar ordenes permanentemente...

Conductor 2: Vos sabés que la caída de los policías, la caída en los procedimientos en la policía se produce cuando el policía anuncia que está presente, por ejemplo, hay algún tiroteo, ¡Alto policía! Ya cuando dijo alto policía te tiraron 44 tiros los delincuentes...

Conductor 3: Además, la la creciente que tuvo la violencia en nuestro país en el uso de armas ha sido exponencial, es decir, en todo el mundo a veces aumenta, pero aumenta porcentajes eh, chicos, que suben o bajan, pero acá ha sido exponencial el tema, acá ha subido en una forma increíble los hechos de violencia que se generan y en todo tipo de circunstancias ¿no? Estabas hablando del caso de la chiquita esta de... de Salta... estás hablando de esta chica, que fue golpeada... eeh.

Conductor 1: No, la violencia...

Conductor 3: Ya no te quieren robar, sino te quieren robar y golpear ...

Conductor 1: No... es patente lo que está pasando como sociedad.

Partimos de considerar a los medios como constructores de sentidos. El análisis de las piezas radiofónicas que aquí proponemos se enmarca en la comprensión que todo discurso puede ser leído en términos de tres preguntas, ¿de qué habla? (los temas de los que se elige comunicar), ¿quién o quiénes hablan? (las voces de quienes interpretan y sugieren miradas de la realidad social) y ¿cómo se habla o representan esos temas? (producciones y construcciones de sentidos enmarcados en una ideología). Es así que, a través de un análisis de los discursos como constructores de sentidos -y en este caso desde la interseccionalidad- podremos reconocer un sistema de valores y ciertos modelos de mundo puestos en juego en un discurso radiofónico. A su vez, se podrá advertir la reproducción de imaginarios que podrán contribuir -o no- a la consolidación y naturalización de una mirada hegemónica (status quo) de las temáticas abordadas.

El audio en cuestión inicia expresando que las mujeres tenemos "niveles" que cumplir en relación a nuestra edad y vinculo de pareja.

*"10 de la mañana 42 minutos, bueno últimamente hemos notado... en Salta... esto fue quizás un caso detonante, **unaaa señora o señorita, no sé en qué nivel estará de...** pero es una joven... salteña haciendo disparos, al aire, ¿no? 19 años...19 años, una joven entonces..."*

El conductor del programa presenta el hecho noticiable asumiendo como relevante señalar si la mujer protagonista era "señora o señorita" y a esta situación la define como un "nivel". Podemos advertir en esta construcción discursiva que la idea de mujer aparece asociada con el deber de cumplir ciertos escalafones (niveles), y que presentar un estado civil u otro, coloca a las mujeres en "lugares" diferentes. Si bien estas ideas resultan en la actualidad desfasadas, es necesario puntualizar cómo aparece naturalizada la creencia de obediencia femenina hacia otro que cuida y/o controla. Las mujeres aparecemos nombradas como parte del patrimonio de alguien. Continúa el audio haciendo referencia al uso de armas y se menciona la utilización de las pistolas taser por parte de las fuerzas

policiales expresando cierta validación por parte del Ministerio de Seguridad de la Nación.

La conversación se da entre tres de los conductores y por las expresiones “*unas descargas de tantos voltios para paralizar al al...*”, “*no te mata...*”, “*son descargas eléctricas que atonta a la persona*” se puede interpretar que los protagonistas no cuentan con información precisa sobre el funcionamiento específico de este tipo de armas. Por otro lado, en el último apartado de este fragmento, se da inicio a una serie de expresiones que justifican y avalan la violencia institucional. La frase (...) “*Es para el solo efecto de que las fuerzas armadas no hagan uso de las armas de fuego, es decir, porque interpretan que esto armaría un gatillo fácil*” (...) naturaliza la práctica del disparo por parte de las fuerzas de seguridad, construyendo con ello la idea de un enemigo interno, de un otro que debe ser reprimido. (...) “*Patricia Bullrich lo ha dicho en un sinfín de oportunidades es simplemente para evitar un mal mayor*” (...) refuerza nuevamente la idea de una violencia necesaria, asumiendo como válida la posibilidad de asesinato por parte de agentes del estado en la expresión “*para evitar un mal mayor*”. Para colocar estos discursos en un contexto más amplio, cabe recordar que dos años antes, Patricia Bullrich, Ministra de Seguridad de la Nación durante los años 2015-2019, al referirse a la desaparición de Santiago Maldonado el 1 de agosto de 2017 expresó, “el beneficio de la duda siempre tiene que estar del lado de las fuerzas de seguridad”, habilitando con estos dichos una política represiva (aplicación de violencia física en nombre de estado) hacia lo que se representaba como enemigo nacional, política de seguridad identificada como Doctrina Chocobar<sup>2</sup>.

(...) “Ahora Turco, cada vez se le está quitando más autoridad a la policía, al final para qué está la policía, para qué cumplen su... tienen cursos... Tienen que actuar, no pueden esperar ordenes permanentemente... Vos sabés que la caída de los policías, la caída en los procedimientos en la policía se produce cuando el policía anuncia que está presente, por ejemplo, hay algún tiroteo, ¡Alto policía! Ya cuando dijo alto policía te tiraron 44 tiros los delincuentes”.

Por tercera vez se refuerza y justifica desde distintas voces la violencia institucional. Durante el recorrido no aparece una voz disonante que ponga en discusión los sentidos propuestos en torno a la acción de las fuerzas de seguridad y el uso de armas. Durante la salida al aire se encuentra presente en el estudio el director de la radio quien, por su silencio u omisión, habilita y legitima estos discursos. Uno de los columnistas relata una situación imaginaria del accionar policial, quizás habitual en producciones audiovisuales ficcionales (...) *por ejemplo, hay algún tiroteo, ¡Alto policía! Ya cuando dijo alto policía te tiraron 44 tiros los delincuentes* (...). Sin datos precisos hace referencia a “*la caída de los policías*” en procedimientos policiales. Hablar de “*caída de policías*” instala la idea de enfrentamiento y de disociación entre un “ellos” los delincuentes y un “nosotros” en sintonía con los agentes policiales que, “nos cuidan” aplicando prácticas de crueldad física y tortura.

La construcción de sentidos referentes a un peligro inminente genera y reproduce la sensación de inseguridad habilitando con ella prácticas de violencia policial fuera de los marcos de derechos humanos. Como expresa Ezequiel Adamovsky (2019) en su artículo para revista Anfibia ¿Qué hacer con el microfascismo?:

*El liberalismo argentino –la ideología que moldeó nuestro sentido común– ha sido desde siempre propenso a apuntar a supuestos enemigos internos que es preciso erradicar para alcanzar la felicidad colectiva. La barbarie, el extremismo, la subversión, el populismo: nunca ha faltado un mal adjudicado a una porción de la población ni llamados a suprimirlo. Tampoco, la ansiedad por resguardar la nación de alguna supuesta amenaza indígena o extranjera.*

Este tipo de tratamiento noticioso se enmarca en una construcción subjetiva más amplia. La configuración de la idea de un enemigo interno que justificara el llamado a un orden disciplinador lo hacían periodistas como Alfredo Leuco quien expuso desde un canal de televisión de alcance nacional, que quienes preguntaran por el paradero de Santiago Maldonado “nos han declarado la guerra”, y por lo tanto “tenemos que estar preparados para defender

la democracia con nuestras mejores armas”<sup>3</sup>. Las expresiones de los conductores de Radio Muni no aparecen en solitario, resultan parte de un proceso de construcción de subjetividad, fundados en el neoliberalismo y la negación de derechos como ideología.

En palabras de Saúl Feldman (2019) el modelo neoliberal ejecutado desde el gobierno macrista procuró como objetivo final, rediseñar una nueva sociedad en la instalación de un necesario “cambio cultural”. No se trata simplemente de cambios económicos, políticos y sociales. Se trata de conseguir que el sistema de valores de las personas, su forma de procesar la realidad, de concebir su propia subjetividad, se conviertan en el verdadero sostén del proyecto. El neoliberalismo, lejos de ser una visión y una práctica económica, es una cosmovisión, es decir, una forma de ver el mundo. Lo comunicacional no es un elemento más, es aquello que permite darle coherencia ideológica-cultural, generando fuertes consensos que atraviesan diversos grupos sociales (Feldman; 2019). La aplicación de políticas neoliberales, deben leerse no sólo desde las consecuencias económicas en la población sino también como la instalación de tecnologías de poder que naturalizan la idea de “sacrificio” con la justificación de un “ordenamiento social” en vistas a la idea de progreso. Discursos en esta línea fueron visibles durante 2019 en medios de alcance nacional y replicadas en las radios públicas jujeñas, naturalizando a su vez, el uso de términos empresariales para referirse a temáticas sociales. El audio culmina sin la precisión de datos que refieran al tema, por lo que se puede concluir que las expresiones se fundan en el sistema de creencias y valores (ideología) de los comunicadores protagonistas.

Discursos contruidos desde una lógica meritócrata y de exacerbación individualista fueron expuestos desde las altas esferas gubernamentales, replicados a través de medios de comunicación masivos (canales de aire y redes sociales) y reproducidos en este caso en medios públicos locales, cimentados en un supuesto “sentido común” que aportaba veracidad y validaba esas expresiones. Se trata de ideas simples, simplísimas expresa Feldman (2019), precisamente en su simpleza - que el sentido común exige - está la posibilidad de persuadir. Sobre todo, cuando esas ideas tienen su origen en deseos y miedos claramente identificados (...) [se trata de] instalar con fuerza una idea de orden lógico en el que cada uno tiene asignado un lugar determinado y una función, en el que debe reinar una disciplina que dé seguridad a todos, un orden y una idea de progreso (p.52).

El discurso finaliza con la recurrente imprecisión en el abordaje del tema. Se menciona un incremento de la violencia en Argentina sin hacer mención a datos que den cuenta de esa afirmación. Cierran las intervenciones haciendo referencia al hecho de la joven salteña de manera errónea.

(...) “Además, la la la creciente que tuvo la violencia en nuestro país en el uso de armas ha sido exponencial, es decir, en todo el mundo a veces aumenta, pero aumenta porcentajes eh, chicos, que suben o bajan, pero acá ha sido exponencial el tema, ¿acá ha subido en una forma increíble los hechos de violencia que se generan y en todo tipo de circunstancias no? Estabas hablando del caso de la chiquita esta de... de Salta... estás hablando de esta chica, que fue golpeada... eeeh”.

Alejandra Cebrelli y María Rodríguez (2013) nos proponen en el análisis discursivo un desplazamiento teórico hacia las cuestiones del poder y la ideología, esto nos posibilita comprender -en la producción de representaciones mediáticas- el proceso de naturalización y comprensión de un orden social por parte del equipo productor. Es así que podemos observar a partir de una escucha atenta, cómo mediante la propuesta informativa de una emisora estatal, se reproducen lógicas violentas y disciplinantes por parte del Estado basadas en una moral que diferencia entre “buenos” y “malos”.

Analizar discursos mediáticos nos posibilita comprenderlos como mecanismos de construcción de sentidos que a su vez co-producen los marcos de comprensión cognitivos y culturales respecto del ordenamiento de las desigualdades y las jerarquías de una sociedad (Cebrelli y Rodríguez; 2013). Se debe advertir entonces la responsabilidad

que le cabe a comunicadores, en este caso de una emisora pública, en la construcción de sus discursos y los entramados sociales que se naturalizan. Para ello es necesario dejar de pensar a los medios de comunicación como simples canales de emisión de discursos, para complejizar su accionar y comprenderlos como “operadores de visibilidad y traducibilidad, y responsables junto con otros sistemas simbólicos de trazar mapas, organizar y engarzar el ordenamiento social histórico en la dimensión de la cultura” (Cebrelli y Rodríguez; 2013). Resulta válido entonces considerar la importancia del análisis de los discursos en los medios públicos con el fin de desarticular una pretendida “objetividad” que se funda en una ilusión de realidad de la práctica periodística.

## Bibliografía

- Adamovsky, E. ¿Qué hacer con el microfascismo? En: <http://revistaanfibia.com/ensayo/que-hacer-con-microfascismo/>
- Camardon Lucía y Queipo Anandí (2020) Aportes para el análisis de la cuestión del uso de armas taser en Argentina. En: <https://www.ilsed.org/aportes-para-el-analisis-de-la-cuestion-del-uso-de-armas-taser-en-argentina/>
- Cebrelli Alejandra. y Rodríguez María. (2013) ¿Puede (in)visibilizarse el subalterno? Algunas reflexiones sobre representaciones y medios. Revista Tram(p)as de la Comunicación y la cultura N76. En: [https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrecepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/cebrelli\\_y\\_rodriguez.\\_algunas\\_reflexiones\\_sobre\\_representaciones\\_y\\_medios.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrecepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/cebrelli_y_rodriguez._algunas_reflexiones_sobre_representaciones_y_medios.pdf)
- Díaz, Cecilia (2016) La restauración concentradora de cambios. La disputa simbólica en contra de la democratización de la comunicación. En <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/76938>
- Fidman, S. (2019). La Conquista del sentido común. Cómo planificó el macrismo el “cambio cultural”. Buenos Aires. Argentina. Ed. Continente.
- Saintout, Florencia (2013) “Los Medios y la disputa por la construcción de Sentido” en Revista Praxis en las encrucijadas de la civilización, N° 1, La Plata.
- Zegada Sonia (2020) Proyecto de Investigación “La comunicación como derecho y la construcción de sentidos en radios públicas en San Salvador de Jujuy durante 2019. Análisis del discurso radiofónico desde la interseccionalidad”. Sector C/B 042.

# Revistas contraculturales en transición: el reclamo del fin de la dictadura y los imaginarios alrededor de la democracia

Evangelina Margiolakis

UBA

## Introducción

Nos proponemos indagar en los principales tópicos presentes en algunas revistas subterráneas o contraculturales en los últimos años de la dictadura militar argentina y los primeros años de la postdictadura. A partir de la derrota en Malvinas, estas publicaciones denunciaron el ocaso del régimen militar y exigieron un proceso de apertura a la democracia. Las discusiones gestadas en este período que se denominó transición democrática<sup>1</sup> no solo se centraron en el agotamiento del régimen militar, sino en la necesidad de proponer, frente a tal panorama, una “salida” hacia la democracia, que implicara poner fin a la violencia del terrorismo de Estado. Con diferencias en cuanto a proyectos editoriales, surgía como elemento común la necesidad de conformar frentes de “resistencia” que, a pesar de incluir prácticas diversas, llevaron adelante una lucha que se propuso poner fin a la última dictadura cívico-militar argentina.

Cabe aclarar que la prensa cultural subterránea incluyó un conjunto de experiencias producidas en contextos de opresión cultural, en particular, en el período de la última dictadura argentina (1976-1983). El territorio de lo subterráneo permitió, de esta forma, nombrar aquellas experiencias que recuperaron diversas tradiciones vinculadas con la contracultura y la comunicación alternativa y que desafiaron, en algunos aspectos, la lógica del poder militar. En América Latina, las revistas subterráneas surgieron en la década de 1960, en el marco de procesos dictatoriales, guiadas por la necesidad de expresión y cuestionamiento de lo establecido. En Argentina, estas revistas rescataron tradiciones diferentes y recuperaron otros modos de decir, tendientes a cuestionar la censura, el autoritarismo y la política del régimen militar.

Partimos de un marco conceptual que permite comprender a las revistas culturales como documentos de la historia (Beigel, 2003) y asimismo, como objetos de memoria que permiten reponer sentidos sociales, modos de comprender la realidad circundante, formas de escritura y procesos de subjetivación. A su vez, ellas configuran espacios de articulación de experiencias y formas de socialización vinculadas a formaciones (Williams, 2010), movimientos gestados por grupos de jóvenes con diferentes inquietudes vinculadas al rock, el periodismo cultural, la literatura, el surrealismo y diversas producciones artísticas y simbólicas. En los últimos años, las revistas culturales han sido revalorizadas como objeto de análisis tanto en sus materialidades como en sus aspectos programáticos (Tarcus, 2020).

---

<sup>1</sup> La expresión transición democrática –o transición a la democracia– surgió en el marco de un proceso de profesionalización del campo de los estudios políticos, cuya agenda priorizó, en el debate latinoamericano, la discusión sobre los posibles rumbos que deberían tomar los autoritarismos políticos. Cecilia Lesgart (2002) aborda el concepto, caracterizándolo como metáfora espacio temporal que da idea de “movimiento”.

## La Guerra de Malvinas como punto de inflexión

La contienda en Malvinas significó un punto de inflexión para la sociedad argentina y así quedó expresado en las revistas subterráneas. En particular, estas publicaciones asumieron una postura crítica, en consonancia con otros sectores de la intelectualidad, a diferencia de la actitud belicista asumida por los medios de carácter masivo tanto oficiales como comerciales.

La revista Kosmos se definió como una experiencia de periodismo alternativo. Editada por primera vez en 1979 y conformada mayoritariamente por estudiantes de Periodismo, fue reconocida como una revista que otorgó relevancia al análisis sociológico y al periodismo en profundidad e interpretativo. En referencia a la Guerra en Malvinas, Kosmos transcribió diferentes posiciones que expresaron la diversidad de su grupo editor. Como parte de ese espíritu que atravesó la publicación, un grupo de notas en las primeras páginas de su número 13 de mediados de 1982, retomó diferentes tópicos: el rescate de una mirada latinoamericana en oposición al imperialismo (Marcelo Schapces, 1982), el análisis del impacto internacional de la guerra y en las relaciones con otros países así como la preocupación por la manipulación de las masas (Sardi, 1982a), el vínculo entre soberanía nacional y soberanía popular, el problema de la deuda externa y el rumbo de la política económica (Varela, 1982), entre otros temas. A partir de su número 14 (agosto-setiembre de 1982), Kosmos adoptó una posición que cuestionó en muchos aspectos la política de la dictadura. Julio Canessa publicó la nota: “La posguerra: sin olvido y con moraleja”. En ella propuso que, para ser un país soberano, había recorrer un camino inverso al iniciado en 1976. También cuestionó el rol de los medios masivos en la contienda:

*El 15 de junio en Plaza de Mayo un grupito de miles de muchachos enardecidos pedían la cabeza de Gómez Fuentes, y no les faltaban razones para hacerlo. Esta requisitoria no sería solamente por las características de este obsecuente periodista sino también por la de todos aquellos que sostuvieron el falaz sistema que bombardeó a la población durante dos largos meses, con mentiras inauditas y con estúpidas e inflamantes consignas de victoria. Y en este juego entraron, junto con los medios audiovisuales manejados por la dictadura y con la prensa amarilla, la mayoría de los periódicos “serios” (Canessa, 1982, p. 4).*

Durante la Guerra en Malvinas, varios periodistas de la prensa masiva habían llevado adelante una campaña de desinformación que se sostuvo en una imagen heroica y triunfante de los militares en la contienda. En paralelo, en el mencionado número de Kosmos de 1982, Roberto Sardi planteaba sobre el periodismo masivo que: “En su desesperada búsqueda de prestigio y parcialidades de poder, estos profesionales de la obsecuencia y el arribismo son utilizados por el Estado” (Sardi, 1982b, p. 13). En ese contexto, el régimen militar implementaba una política económica que acrecentaba la desigualdad social, cuestión que la revista también dejaba en evidencia:

*Mientras los soldados compatriotas regaban con su sangre las islas del sur, el ministro de Economía Roberto Alemann, solo el exponente de una clase social tan cara a nuestras tradiciones, continuaba con carta blanca la implementación de su programa económico antinacional. Deuda externa, créditos al Banco de Londres, y denuncias de otros turbios negocios concretados impunemente, signaron esta etapa (Canessa, 1982, p. 4).*

La guerra de Malvinas implicó un quiebre y, como consecuencia, se inició el reclamo de nueva etapa que significara el retorno a la institucionalidad democrática. Kosmos también lo exigió en su editorial del número 15, de fines de 1982. La revista describía la situación como un “surrealismo patético” y convocaba a las revistas “subte” y a los jóvenes a iniciar una nueva etapa:

*Los militares en el poder continúan automarginándose con los actos que realizan, fomentando la apatía popular contra ellos mismos. [...] Mientras, el rol de las publicaciones alternativas sigue siendo, a través del juicio fundado y crítico, ayudar desde la juventud a la reconstrucción del país buscando a cada paso los nuevos caminos para la nueva conciencia (Daniel Schapces, 1982, p. 5).*

Para la revista, el punto de ruptura que había significado Malvinas implicaba la incorporación de nuevos temas, tales como la preocupación por una cultura integrada latinoamericana, sustentada en la existencia de vivencias comunes –como el colonialismo, la opresión, la resistencia y el exilio, entre otros elementos–. Este planteo fue realizado en un contexto en el que el régimen empezaba a mostrar señales de su agotamiento, al agudizarse las contradicciones internas entre distintas fracciones de las fuerzas armadas (Canelo, 2016).

En sintonía con estos argumentos, también encontramos miradas críticas a la contienda en Malvinas y al régimen en revistas disidentes o de resistencia como Nueva Presencia – semanario que dio espacio a temáticas de Derechos Humanos– y la revista feminista Persona. Desde Nueva Presencia, su colaborador Carlos Brocato denunciaba lo que había significado la guerra de Malvinas y planteaba las tres falacias sobre las que se había montado el régimen para propiciar la contienda, las que habían generado un proceso de mistificación: la falacia de la soberanía nacional, la falacia del colonialismo, y la falacia de que al régimen se le había “agotado la paciencia”<sup>2</sup>. Para Brocato, estas eran “patrañas” de los militares para perpetrarse en el poder (Bellucci, 2021).

Por su parte, la revista feminista Persona, surgida en 1973 y dirigida por María Elena Oddone, una de las fundadoras del Movimiento de Liberación Feminista (MLF), editó en su número 12 una sección especial dedicada a Malvinas. En ella, el escritor y activista Néstor Perlongher (1982) publicó el artículo “Todo el poder a Lady Dy. Militarismo y anticolonialismo en la cuestión de las Malvinas”, en el que realizó una fuerte crítica al régimen y a quienes se habían sumado a su pretendido discurso nacionalista y “antiimperialista”, incluyendo sectores de la izquierda<sup>3</sup>.

La derrota bélica significó la profundización de un clima antimilitar en la sociedad. Sus consecuencias permiten constatar, por un lado, la pérdida de legitimidad del régimen castrense y por el otro, la consolidación de espacios más visibles de articulación de experiencias disidentes –entre las que se encontraron colectivos y asociaciones de revistas– que confluyeron con el objetivo de reclamar el fin del régimen dictatorial. Una imagen emblemática que condensa el reclamo del fin de la dictadura –exigido tanto en las revistas contraculturales como desde otros espacios– fue una de las tapas de la revista Kosmos de agosto-setiembre de 1982. La imagen de una mano abierta con un cuchillo que la atravesaba tenía el lema: “Las manos abiertas: el futuro apuñala”, en clara referencia a una realidad amenazante y a un futuro incierto del que se contaba con la certeza de que había que cambiar su rumbo. El fin de la dictadura fue un reclamo creciente en las revistas y semanarios disidentes y con él, el retorno a la institucionalidad democrática.

---

2 El texto denominado “¿La verdad o la mística nacional?” fue publicado en forma anónima en abril de 1982.

3 Planteaba Perlongher con ironía: “En medio de tanta insensatez, la salida más elegante es el humor. Si Borges recomendó ceder las islas a Bolivia y dotarla así de una salida al mar, podría también proclamarse: todo el poder de Lady Di o El Vaticano a las Malvinas para que la ridiculez del poder que un coro de suicidas legitima, quede al descubierto. Como propuso alguien con sensatez, antes que defender la ocupación de las Malvinas, habría que postular la desocupación de la Argentina por parte del autodenominado Ejército Argentino” (Perlongher, 1982).



Kosmos 14 (1982)

### Los Derechos Humanos y las denuncias de las desapariciones forzadas

Durante todo el período dictatorial, la problemática de los Derechos Humanos fue rescatada en estas publicaciones desde diversos editoriales y desde la voz de sus propios miembros. La revista literaria *El Ornitorrinco* se editó por primera vez en 1977. Su director, Abelardo Castillo, incorporó tempranamente la temática de las desapariciones forzadas. Ya en 1981, *El Ornitorrinco* publicó la solicitada de los organismos de Derechos Humanos exigiendo que se publiquen las listas de desaparecidos.



El Ornitorrinco 9 (1981)

Sin embargo, fue después de la Guerra en Malvinas –durante la transición a la democracia– que el fenómeno intentó ser comprendido desde nuevas claves de interpretación que aportaron otras perspectivas, tales como la consigna de la aparición con vida y la denuncia del terrorismo de Estado y de un plan sistemático de torturas, persecuciones y desapariciones, saliendo al cruce y desterrando aquellas lecturas que desde el régimen planteaban la idea de “guerra contra la subversión”. A mediados de 1983, la revista Kosmos hizo un relevamiento de los ocho organismos de Derechos Humanos del País<sup>4</sup>, describiendo sus actividades y funciones. La nota planteaba que los Derechos Humanos y las desapariciones eran una cuestión del pueblo entero, quien debía comprender y apoyar a estas entidades. Por esta razón, se difundieron estos reclamos y declaraciones así como también se instaba a no olvidar la historia de los pueblos. En este sentido, se reprodujo un destacado fragmento del cuaderno Los Derechos Humanos en la Perspectiva de Construcción de un Orden Democrático, elaborado desde el SERPAJ (Servicio Paz y Justicia) por Adolfo Pérez Esquivel (1983). En el documento se planteaba centralmente que el problema de los Derechos Humanos no podía pasarse por alto en las salidas democráticas del Cono Sur.

El número siguiente de Kosmos, de julio de 1983, reprodujo la declaración de Abuelas de Plaza de Mayo, en la que se reclamaba que el régimen asumiera la desaparición de niños, sosteniendo que las abuelas seguirían buscando a sus nietos. La revista analizó también el secuestro como método de control y disciplinamiento, haciendo eje sobre una temática poco visible hasta el momento: el reclamo de búsqueda de niños secuestrados por el régimen, la mayoría nacidos en condiciones de cautiverio.



Kosmos 18 (1983)

Kosmos no fue la única publicación que incluyó el reclamo de los organismos de Derechos Humanos, sino que el pedido se repitió en muchas revistas subterráneas. También lo hizo una revista contracultural como Nudos, surgida en 1978 y dirigida por Manuel Amigo y Jorge Brega. Ya en los primeros meses del gobierno de Alfonsín, Nudos (número 13 de 1984) publicó fragmentos de la poesía de Jorge Brega, “Poemas de Ausencia”, en los que se mencionaban las desapariciones y se reivindicaba el derecho a la vida como inalienable. También en ese número, Nudos dedicó una extensa nota que afirmaba el reclamo de Madres de Plaza de Mayo. Reconociendo el rol del movimiento en el marco de resistencia a la dictadura, la revista explicaba el trabajo de las Madres con un equipo de trabajadores de salud mental que brindaba asistencia a quienes formaban parte de la asociación.

De esta forma, se fortalecía la exigencia de la aparición con vida, en un momento en el que comenzaba a conocerse el destino fatal de los desaparecidos. Cabe aclarar que dicha consigna había sido proclamada por Madres de Plaza

<sup>4</sup> Los ocho organismos descriptos fueron: Abuelas de Plaza de Mayo, la Asamblea Permanente por los Derechos Humanos (APDH), el Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS), Familiares de Desaparecidos y Detenidos por razones políticas y gremiales, la Liga Argentina por los Derechos del Hombre, Madres de Plaza de Mayo, el Movimiento Ecueménico por los Derechos Humanos y el Servicio de Paz y Justicia (SERPAJ).

de Mayo ya desde 1980 –el cántico “con vida los llevaron, con vida los queremos” se replicaba en las marchas–, y respondía a rumores sobre la existencia de detenidos con vida en campos clandestinos, lo que se constituyó como argumento para que el Estado reconociera su responsabilidad en el genocidio.



Nudos 13. 1984

“Se va a acabar”: el reclamo del fin de la dictadura y la exigencia de un proceso de democratización de las instituciones

La transición –profundizada después de la derrota en Malvinas– implicó poner en escena un reclamo impostergable: la exigencia del retorno a la institucionalidad democrática en el contexto de un debate heterogéneo acerca de qué alcances y programas implicaba. Esta exhortación se profundizó en los meses anteriores a la asunción del gobierno de Raúl Alfonsín. En ese período, varias revistas subterráneas analizaron el momento histórico y sus controversias. En 1983, Kosmos propuso el “destierro” de los golpistas: “Los personajes y logias golpistas, militares y civiles, deben ser desterrados de la vida de este país; es necesario separarlos del presente proceso histórico” (Daniel Schapces, 1983a, p. 3). Desde el editorial, se indicaba que se trataba de una dictadura que había contado con el apoyo de sectores del poder. El número siguiente de la revista exigía la vuelta a la democracia. Por eso, planteaba:

*Venimos hablando, desde hace años, de Democracia, palabra tan ensuciada hoy por innumerales adjetivos. No creemos que sea “lindo” vivir en democracia, si esta no propone la justicia social, la reivindicación de los derechos humanos, el aniquilamiento de las leyes y aparatos represivos, la permisión de opinar con pluralidad, y la tendencia a equilibrar las posibilidades de crecer y desarrollarse con dignidad para todos los sectores sociales (Daniel Schapces, 1983b, p.3).*

En abierta confrontación con los planteos militares respecto de una transición hacia lo que el régimen denominó la “convergencia cívico-militar”, para las revistas subterráneas, la idea de democracia se encontraba en las antípodas de esta concepción. Para Kosmos, no solo los condicionamientos a la democracia provenían de la existencia de diversos mecanismos emanados del poder, sino también de un tipo de relación que el pueblo entablaba con los grupos dominantes, la cual reproducía las condiciones de subordinación, lejos de quebrantarlas. El problema de la dominación del pueblo fue parte del modo en que se cuestionó la lógica del poder militar. En ese mismo sentido, el editorial de Abelardo Castillo en El Ornitorrinco, planteaba en 1983:

*Desde 1810, los militares y políticos que en nuestro país defienden los mismos intereses – los suyos, lo de su clase– están perfectamente de acuerdo sobre cómo se embrutece un pueblo y se mata o se silencia a los que quieren hablar por él (Castillo, 1983, p. 23).*

Un tiempo después, se denunciaba el atentado a la redacción de la revista *El Porteño*<sup>5</sup>. A propósito de la bomba, hecho ocurrido en agosto de 1983, la revista *Kosmos* planteaba una relación entre la temática central de ese número de la revista –dedicado a poner en la agenda el tema de los niños desaparecidos– y la intención del régimen de lograr la autoamnistía. Por ello, *Kosmos* ironizaba sobre la “vocación democrática” de las Fuerzas Armadas, “tan mentada últimamente por diarios, radio y televisión” y advertía que “los implicados directamente en las acciones represivas todavía siguen en sus puestos” (Warley, 1983, p. 22).

En esos últimos años de dictadura, se ponían al descubierto desde estas publicaciones los mecanismos de silenciamiento y represión que habían estado presentes en un régimen que había instaurado el terror.

## **La conformación de frentes de resistencia**

Un hecho significativo de la transición fue la conformación de frentes culturales que articularon diversas experiencias y reclamaron el fin de la dictadura. Si bien se multiplicaron diversos frentes de resistencia a la dictadura –asociaciones de revistas, el movimiento de Derechos Humanos y diversas prácticas culturales que construyeron redes– la experiencia del Movimiento por la Reconstrucción y Desarrollo de la Cultura, gestado en 1981, permite comprender la importancia que se asignó al hecho de articular experiencias en los últimos años de dictadura y observar sus desplazamientos en postdictadura.

Sobre este movimiento, la revista *Nudos del verano* de 1983 editó varias notas dedicadas a este frente cultural antidictatorial, que reclamaba el pasaje a las instituciones democráticas: “Bajo el lema ‘La juventud en el Movimiento por la Reconstrucción y Desarrollo de la Cultura Nacional’, se realizó el 28 de octubre una reunión convocada por dicho movimiento” (1983, p.3). La nota transcribía las intervenciones de sus expositores y el documento final del espacio. En él se enumeraba una serie de pedidos que sintetizaron los tópicos de la transición, partiendo de la necesidad de iniciar la democratización de la sociedad. Entre los puntos más destacados, el texto, firmado por varios artistas, intelectuales y representantes de la cultura –León Gieco y Leda Valladares, entre otros–, solicitaba la supresión de la censura, la libertad de acción de las organizaciones culturales, el cese de todo tipo de discriminación –política, ideológica o religiosa–, el levantamiento del estado de sitio, el retorno del estado de derecho acompañado por un gobierno fundado en la soberanía del pueblo, la defensa de la soberanía y la inmediata solución del problema de los presos políticos y desaparecidos.

En el caso de las revistas subterráneas, también ellas conformaron espacios de articulación de publicaciones, como ARCA (Asociación de Revistas Culturales Argentinas), surgida en 1979 y ARA (Agrupación de Revistas Alternativas), surgida en 1981. Cada revista de un colectivo, publicaba notas y difundía las actividades de otras publicaciones de la red. Estos agrupamientos permitieron generar espacios de cuidado y contención y denunciar la censura. En sus encuentros intercambiaron sobre criterios de edición, leyeron declaraciones conjuntas y organizaron recitales de música y literatura.

En cuanto a los temas que habían surgido muy tempranamente en las revistas subterráneas –censura, desapariciones y persecuciones–, en estos años de transición, ellos adquirieron mayor despliegue y fueron abordados desde nuevos espacios de articulación –de los cuales las revistas subterráneas se hicieron eco– que reclamaban el retorno a democracia como exigencia para enfrentar estos problemas. Unos años después, hacia fines de la década de 1980, estas redes fueron experimentando cambios y el frentismo cultural se fue rompiendo como consecuencia, entre otros factores, de la explicitación de diferencias políticas.

---

<sup>5</sup> La revista *El Porteño* (1982-1983) fue una publicación contracultural masiva de la transición que asumió una mirada crítica del régimen. Fue creada por Gabriel Levinas, Miguel Briante y Jorge Di Paola.

## La vuelta a la democracia y los nuevos temas

Durante los primeros meses del gobierno de Raúl Alfonsín, algunos reclamos se fueron profundizando a la vez que se fueron incorporando nuevos ejes de discusión. Por un lado, las revistas subterráneas recuperaron temas que estuvieron presentes desde sus inicios, como la desaparición forzada de personas y otros tópicos señalados, aunque nuevas claves interpretativas se sumaron en este momento. La denuncia de las torturas y desapariciones fue interpretada en el marco de la lucha por la defensa de los Derechos Humanos y, a causa de esta inclusión y lectura, se comenzaba a caracterizar el fenómeno como genocidio, en abierta oposición a considerarlo como “error” o como “exceso”, términos provenientes de los argumentos del régimen militar.

. A partir de mediados de los 80, se fueron multiplicando otros canales de expresión en forma paulatina y por lo tanto, las revistas culturales subterráneas experimentaron transformaciones. En el marco de la disolución de varios proyectos editoriales, algunos integrantes de estas revistas optaron por volcarse a otras nuevas publicaciones que abarcaron mayor público. En otros casos, participaron en diversos proyectos de la esfera pública. Esto indicaba que las revistas subte perdían su potencia vital de transformación y desafío del poder imperante, sino que –en las nuevas circunstancias– otros espacios de la vida pública comenzaban a abrir debates, visibilizar lo ausente hasta ese momento y reordenar la esfera cultural a partir de extensas, diversas y múltiples convocatorias y proyectos.

Por un lado, se producía la participación de sus actores en nuevos proyectos vinculados a medios de mayor alcance, lo que les permitió la profesionalización de su tarea y su inserción en el periodismo como un medio de subsistencia. Por el otro, algunos protagonistas se incorporaban en nuevos proyectos políticos y culturales. Asimismo, aquellos integrantes que habían concebido su rol desde la idea de intervención “militante” asumieron compromisos desde otros espacios de intervención como organismos de Derechos Humanos y movimientos feministas.

Además, un nuevo fenómeno en el campo cultural se produjo a partir de los años 80: una reapropiación del concepto de lo subterráneo o underground, a partir de la irrupción de fanzines y revistas de historieta y cómics, algunas partícipes del movimiento punk. Como consecuencia de esto, el público juvenil se volcó a la lectura de estas revistas realizadas por aficionados a este género específico, dibujantes e historietistas. Este universo de fanzines presentó rasgos particulares e indicó que lo “subte” asumía nuevas características, tales como la primacía del cómic, el interés por la contracultura en clave punk, la jerarquización del género de la ciencia ficción y la visibilización de temáticas vinculadas con la sexualidad y el cuerpo.

Este proceso revelaba que lo subterráneo o contracultural ocupó un nuevo lugar unos años después del retorno a la democracia, basado en la existencia de este tipo de publicaciones que nacieron y se multiplicaron a mediados de los 80 y en la década siguiente.

Por lo tanto, en el escenario postdictatorial salieron a la luz las diferencias políticas y se gestaron otros espacios de intervención que albergaron nuevos tópicos de discusión, tales como la problemática de género y nuevos reclamos en el terreno de los Derechos Humanos. En 1986, Abelardo Castillo, miembro en ese momento de la Asamblea Permanente por los Derechos Humanos (APDH), advertía en el último editorial de *El Ornitorrinco* (1986) sobre lo que significaba llevar adelante la Ley de Obediencia Debida<sup>6</sup>. A partir de replicar los principales puntos de un documento firmado por la APDH, las Madres de Plaza de Mayo, el Centro de Estudios Legales y Sociales, los Familiares de Desaparecidos, la Liga por los Derechos del Hombre, las Abuelas de Plaza de Mayo, el Servicio de Paz y Justicia, Movimientos (Judío y Ecuménico) por los Derechos Humanos, planteaba cuestionamientos a la Ley de Obediencia

---

<sup>6</sup> Finalmente, la Ley de Obediencia Debida fue promulgada en 1987 (un año antes, se había promulgado La Ley de Punto Final). Ella establecía distinguir la responsabilidad en tres niveles: los que habían dado las órdenes, los que las habían ejecutado y los que se habían excedido en la ejecución, amparados en el principio de obediencia, cediendo así a las presiones del aparato militar.

Debida y exigía su anulación: “Nadie puede ampararse en esta miserable figura castrense para eludir su responsabilidad por el secuestro, la tortura, el robo de niños, la vejación y el asesinato” (Castillo, 1986, p. 2). En ese mismo año, 1986, dejó de editarse *El Ornitorrinco*. En 1992 dejó de editarse la revista *Nudos*, año en el que falleció Manuel Amigo, quien había sido uno de sus directores en los inicios

La efervescencia de los primeros años del gobierno democrático, que significó que afloraran discusiones y pertenencias políticas, experimentó transformaciones hacia fines de la década dadas por la ruptura de las experiencias de articulación, al proyectos diferencias entre proyectos, en el marco de un proceso de “desencantamiento” y ausencia de debates profundos.

## Conclusiones

Tanto en los últimos años de la dictadura como en los primeros de la democracia, la temática de los Derechos Humanos se multiplicó desde las voces de los miembros de los organismos así como desde las revistas subterráneas. Desde editoriales, entrevistas, notas de investigación y poemas, el pedido estuvo acompañado por una consigna que había ido adquiriendo relevancia como clave interpretativa de ese momento: la necesidad de “no olvidar” y de convocar a la memoria como ejercicio contra la impunidad.

Por otro lado, las experiencias editoriales surgidas como parte de un frente antidictatorial asumieron otros fines a partir de la “apertura” democrática. El advenimiento de la democracia significó nuevas reconfiguraciones entre lo simbólico y lo político en estas publicaciones que fueron denominadas contraculturales o subterráneas. Aquello que había sido la conformación de un frente común durante el terrorismo de Estado y los primeros años de postdictadura, experimentó paulatinamente cambios, signados por confrontaciones basadas en diferencias políticas que se fueron haciendo más abiertas. En el caso específico de las revistas subterráneas, en ese momento de fines de la dictadura y primeros años de la democracia, la prioridad consistió en crear un frente común basado en la articulación de experiencias, hecho que quedó demostrado en la formación de colectivos de publicaciones que, aun siendo disímiles y heterogéneas, antepusieron los puntos de acuerdo entre ellas. Por supuesto que todos reconocían las diferencias en cuanto a corrientes estéticas y a modelos de intervención intelectual y política. Pero en tiempos de dictadura, el debate fue implícito y nunca asumió la forma de confrontaciones abiertas. Ese debate se fue tornando explícito en los primeros años de democracia, en un clima de efervescencia que, en esos años, significó debates y confrontaciones fuertes y abiertas.

Sin embargo, a fines de los 80, como producto de las “promesas incumplidas” de la democracia –las leyes de Punto Final y Obediencia Debida aceleraron este proceso–, la efervescencia y discusiones del período de la transición fueron perdiendo fuerza y las experiencias de conformación de frentes culturales de resistencia se fueron desintegrando como producto del nuevo contexto, signado, entre otros elementos, por la imposibilidad de poner límites a las presiones de los poderes corporativos.

## Bibliografía

- Beigel, F. (2003). Las revistas culturales como documentos de la historia latinoamericana. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, (8), 105-115.
- Bellucci, M. (2021). El semanario Nueva Presencia. Páginas para los derechos humanos, el judaísmo, las minorías sexuales y el feminismo. *Moléculas Malucas*. <https://www.moleculasmalucas.com/post/el-semanario-nueva-presencia>
- Canessa, J. (1982). La posguerra: sin olvido y con moraleja. *Kosmos*, (14), 4. Canelo, P. (2016). La política secreta de la última dictadura. Edhasa.
- Castillo, A. (1983). Editorial: Veinte años después. *El Ornitorrinco*, (11), 3, 23.
- Castillo, A. (1986). Editorial. *El Ornitorrinco*, (14), 2.
- Lesgart, C. (2002). Ciencia política y producción de la idea de transición a la democracia. La reorganización de un

campo del conocimiento. En Fernández, Arturo (comp.). La ciencia política en la Argentina. Dos siglos de historia. Biebel.

Pérez Esquivel, A. (1983). Construcción de un orden Democrático. Kosmos, (17), 7-9.

Persona, (12).

Perlongher, N. (1982). Todo el poder a Lady Dy. Militarismo y anticolonialismo en la cuestión de las Malvinas.

(13), 10-11.

Por la recuperación de nuestra cultura (1983). Nudos, (12), 3-5. Sardi, R. (1982a). La información mutilada. Kosmos,

Sardi, R. (1982b). Los buzones del poder. Kosmos, (14), 13. Schapces, D. (1982). Editorial. Kosmos, (15), 5.

Schapces, D. (1983a). Editorial. Kosmos, (18), 3. Schapces, D. (1983b). Editorial. Kosmos, (19), 3.

Schapces, M. (1982). Canción por la unidad latinoamericana. Kosmos, (13), 6-7.

Tren en movimiento Ediciones.  
Tarcus, H. (2020). Las revistas culturales latinoamericanas: Giro material, tramas intelectuales y redes revisteriles.

Kosmos (18), 22.

Varela, C. (1982). Visión alternativa del conflicto. Kosmos, (13), 8-9. Warley, J. (1983). El error de 'El Porteño'.

Williams, R. (2010). Marxismo y literatura. Las Cuarenta.

# Periodismo y Derechos Humanos: el Derecho de Rectificación en noticias sobre las víctimas de la última dictadura cívico-militar (1976-1983)

María Belén Dávila Belzunce  
davilabelzunce@gmail.com

**Universidad Nacional de San Luis**

## Resumen

El presente trabajo se realiza en el marco del proyecto de investigación “La comunicación en las sociedades mediaticizadas: discurso, cultura y poder” y propone exponer los resultados del Trabajo Final de la carrera Licenciatura en Periodismo, de la Universidad Nacional de San Luis, denominado: “*Memorias de prensa: rectificación de noticias publicadas durante la última dictadura cívico-militar en San Luis, desde la perspectiva en derechos humanos*”.

El trabajo final adoptó la modalidad de Objeto de Creación, a partir de la elaboración de la revista periodística *Memorias de Prensa*. La misma, pretende hacer un aporte desde el periodismo a la construcción de la memoria colectiva local sobre acontecimientos violentos y víctimas, ocurridos en San Luis durante el terrorismo de Estado de la última dictadura cívico-militar (1976-1983). Asimismo, la publicación propicia el acceso simbólico al Derecho de rectificación o respuesta (Art. 14 de la Convención Americana sobre los Derechos Humanos, 1969).

Durante la última dictadura, la mayoría de los medios de comunicación construyeron un relato de la realidad sesgado, con tergiversación y ocultamiento de los hechos, como lo demuestran algunas investigaciones que retomamos.

En la revista se muestra el contraste entre las noticias publicadas originalmente en los medios locales y las nuevas versiones rectificatorias elaboradas a partir de los datos reunidos en la fuente de información documental y pública, que representan los Fundamentos de la Sentencia 478 del Tribunal Oral Federal en lo Criminal N° 1 de San Luis, producida en el segundo juicio por delitos de lesa humanidad (2013-2015).

Los medios gráficos locales analizados fueron El Diario de San Luis, La Opinión y La Voz del Sud, que circulaban en el período abordado.

La metodología utilizada combina aportes de las ciencias sociales, con estrategias y técnicas que provienen del campo periodístico. A partir de la técnica del análisis documental de la Sentencia reconocimos la totalidad de los hechos ocurridos y relevamos en archivos las noticias publicadas. Finalmente analizamos y comparamos la información con lo relevado en la Sentencia y reconocimos coincidencias, discrepancias, contradicciones y omisiones que nos permitieron redactar las versiones rectificatorias. Mediante este análisis se identificó la información divergente de las noticias respecto de la que contiene la Sentencia, las omisiones y otros aspectos.

Además, retomamos los antecedentes de estudios sobre la temática proveniente de investigaciones relacionadas con el posicionamiento que asumieron los grandes medios gráficos de Argentina frente a la dictadura cívico-militar, desarrolladas por Martín Malharro y Diana López Gijsberts (2003), Mirta Varela (2005), Lucrecia Escudero Chauvel (2002), Jorge Saborido y Marcelo Borrelli (2011). En el ámbito local recuperamos las investigaciones de Marcela Na-

varrete, Cintia Martínez y Belén Dávila (2022). En tanto, en relación a comunicar desde la perspectiva en Derechos Humanos adherimos a lo propuesto por Gisela Cardozo (2019).

## Ponencia

### Aspectos centrales del Trabajo Final

Como indicamos en el resumen, nos interesa presentar los resultados vertidos en el Trabajo Final para alcanzar el título de grado de la carrera Licenciatura en Periodismo de la UNSL, titulado: “*Memorias de prensa: rectificación de noticias publicadas durante la última dictadura cívico-militar en San Luis, desde la perspectiva en derechos humanos*”.

El mismo, propuso la reescritura de un conjunto de noticias sobre los acontecimientos ocurridos en San Luis durante la última dictadura cívico-militar, con la finalidad de promover la reparación simbólica a las víctimas y sus familiares.<sup>1</sup>

El recorte: “acontecimientos ocurridos en San Luis durante la última dictadura cívico-militar”, hace explícita referencia a los hechos de violencia cometidos en el marco del terrorismo de Estado en la Provincia. Es decir, los homicidios, desapariciones forzadas y detenciones ilegales.

Para ello, realizamos un proceso que comenzó con el análisis documental de los Fundamentos de la Sentencia N° 478 del Tribunal Oral Federal en lo Criminal de San Luis (TOCFSL)<sup>2</sup>, producida en el segundo juicio por delitos de lesa humanidad desarrollado entre el 5 de noviembre de 2013 y el 10 de abril de 2015.<sup>3</sup> Este documento público constituyó la principal fuente de información en la etapa de producción de los textos periodísticos del Objeto de Creación, la revista (en papel): *Memorias de Prensa*.

El proceso de trabajo continuó con el relevamiento de las noticias publicadas durante el primer año de la última dictadura cívico-militar, en los tres diarios que circulaban en la provincia de San Luis: La Opinión (LO), El Diario de San Luis (EDSL) en la Capital, y La Voz del Sud (LVS) en la ciudad de Villa Mercedes.

---

1 La última dictadura cívico-militar en Argentina, que comenzó el 24 de marzo de 1976 y se extendió hasta diciembre de 1983, fue el período donde representantes de las tres fuerzas armadas (Aérea, Ejército y Marina) usurparon el poder del país. Para ello, derrocaron al gobierno constitucional, a cargo de María Estela Martínez de Perón. Si bien el país había sido objeto con anterioridad de cinco gobiernos dictatoriales, el de 1976 tuvo la particularidad de implementar un plan sistemático y clandestino de represión y exterminio del/la enemigo/a político/a. Dicho plan desplegó sobre argentinas y argentinos las más crueles técnicas de tortura y eliminación, que los miembros de las tres fuerzas adoptaron principalmente en la Escuela de las Américas, dirigida por el Ejército de Estados Unidos.

2 De fecha 9 de junio de 2015, la misma se dictó en los autos caratulados: “Menéndez, Luciano Benjamín y Otros s/Av. Inf. Arts. 144 bis inc. 1º agravado por el art. 142 inc. 1º, 2º y 5º del C.P. conf. Ley 21.338; 144 ter 1º y 2º párr. del C.P. (Ley 14.616) y art. 80 inc. 2º (según redacción ley 11.221) y 4º del C.P. (según redacción ley 20.642), en concurso real (art. 55 del C.P.)”, Expte. n° 2460-“M”-12-TOCFSL. La causa, que en nuestro trabajo y con intención de simplificar, mencionamos como segundo juicio por delitos de lesa humanidad, tramitó ante el Tribunal Oral en lo Criminal Federal de San Luis, integrado por los jueces Héctor Fabián Cortés, Marcelo Roberto Álvero y Oscar Alberto Hergott. Durante la primera etapa del juicio, la presidencia del Tribunal fue ejercida por José María Pérez Villalobos; luego, lo reemplazó el juez Hergott. La Secretaría estuvo a cargo de la abogada Marisa Aragnón en una primera etapa y luego, Alejandra Suárez. Como fiscal federal general subrogante actuó Mónica del Carmen Spagnuolo y el fiscal federal subrogante Cristian Rachid; como querellantes los abogados Norberto Hugo Foresti y Carlos Jorge Pereyra Malatini en representación de la Asamblea Permanente por los Derechos Humanos (APDH) delegación San Luis y del Movimiento Ecueménico por los Derechos Humanos (MEDH de Mendoza).

3 Resulta de particular interés el segundo proceso judicial y no el primero o el tercero, dado que abarcó la totalidad de las violaciones a los derechos humanos, y sus responsables, cometidas durante la última dictadura en San Luis y denunciadas ante la APDHSL desde su conformación en 1984 hasta el momento de producirse el juicio. En dicho proceso, se investigó lo ocurrido en perjuicio de 46 víctimas (asesinadas, desaparecidas, privadas ilegalmente de su libertad y torturadas), y se logró condenar a 28 miembros de las fuerzas de seguridad que actuaron en San Luis. En tanto, uno de los imputados fue absuelto. El primer juicio, sólo incluyó a 4 víctimas (una por apremios ilegales, tres por desapariciones forzadas y un homicidio). El tercer proceso enjuició a dos integrantes de la Justicia Federal de San Luis, a un médico de la Policía provincial y a un integrante del Ejército; las víctimas en este tercer juicio alcanzaron las 46 personas.

Esto nos permitió registrar las noticias que referían a hechos locales de violencia ocurridos durante el terrorismo de Estado, en el marco del plan sistemático de represión clandestina, para elaborar la reescritura y reinserción en un nuevo soporte periodístico, la revista: *Memorias de prensa*.

La delimitación para relevar las noticias del primer año de dictadura surgió del análisis documental de la Sentencia, puesto que los hechos de nuestro interés, sucedieron entre abril de 1976 y junio de 1977.

En nuestro trabajo, adherimos a la noción que sostiene que durante la última dictadura la mayoría de los medios de comunicación, tanto a nivel nacional como local, construyeron una realidad sesgada valiéndose de estrategias de tergiversación y ocultamiento de los hechos.

Esta actitud de complicidad asumida por los medios ha sido explicitada y demostrada en investigaciones científicas de diversas universidades nacionales que constituyeron puntos de partida para nuestro trabajo. Entre ellas, los estudios de Martín Malharro-Diana López Gijberts y Marcelo Borrelli de la Universidad Nacional de La Plata; Mirta Varela de la Universidad de Buenos Aires; Marcela Navarrete y Cintia Martínez de la Universidad Nacional de San Luis.

De acuerdo con los resultados de tales investigaciones, pudimos concluir que, en contraposición al relato de los medios locales, los Fundamentos de la sentencia dan cuenta de una multiplicidad de factores y hechos que fueron negados, omitidos y/o tergiversados.

Por ello, en nuestro trabajo problematizamos la *divergencia y distancia entre la narración mediática y la que surge de los juicios, lo que tiene consecuencias profundas en la construcción de la memoria colectiva de los acontecimientos y las víctimas a nivel local*.

Es justamente a este problema al que nuestro trabajo final pretendió aportar desde el campo del periodismo, mediante la versión rectificatoria de las noticias publicadas por la prensa sanluiseña durante la última dictadura cívico-militar.

En ese sentido, entendimos que nuestra propuesta adquiriría pertinencia y relevancia al convertirse en una posibilidad concreta de ofrecer a las víctimas -de San Luis- del terrorismo de Estado y sus familiares, el acceso simbólico al Derecho a rectificación o respuesta, contenido en el artículo 14 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos (1969).<sup>4</sup>

Vale mencionar que esta normativa ha dado sustento en varios juicios por delitos de lesa humanidad, al reclamo de familiares de víctimas, que solicitaron a la Justicia el acceso al Derecho de rectificación, con el propósito de conseguir que los medios publiquen una nueva versión sobre los hechos ocurridos durante la dictadura, basados en las sentencias.

En San Luis, si bien se realizaron tres de estos juicios (2009; 2013-2015; 2019), el reclamo por el Derecho de rectificación no formó parte de los pedidos de quienes llevaron adelante los procesos en representación de las víctimas. Por esta razón, los medios gráficos locales no fueron investigados ni juzgados por las informaciones que publicaron sobre los hechos de terrorismo de Estado ocurridos en la provincia durante la última dictadura.

Atendiendo a esto, la revista *Memorias de Prensa* propicia el rescate de la información del juicio y la reparación mediante una producción periodística.

---

<sup>4</sup> Artículo 14: 1) Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley. 2) En ningún caso la rectificación o la respuesta eximirá de las otras responsabilidades legales en que se hubiese incurrido. 3) Para la efectiva protección de la honra y la reputación, toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio o televisión tendrá una persona responsable que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial.

## El papel de la prensa durante la última dictadura

Resulta ineludible referirnos al comportamiento de la prensa nacional y local durante el terrorismo de Estado, en tanto la propuesta de nuestro trabajo se centró en la reescritura de las noticias sobre acontecimientos de violencia estatal ocurridos en San Luis, en dicho período.

En ese sentido, retomamos los aportes de Martín Malharro y Diana López Gijsberts (2003), plasmados en su investigación sobre el desempeño de los grandes medios gráficos nacionales frente al golpe de Estado de 1976, sobre el que aseguran, hubo una complicidad explícita que no se advirtió en Golpes anteriores.

Además, descartan la posibilidad de “hablar de inocencias y equivocaciones”, en tanto entienden que la prensa argentina “jugó un rol fundamental no sólo en el derrumbe de un sistema político sino también en la erección de uno nuevo y en su sostenimiento posterior” (p. 20).

Si bien existieron normativas y protocolos de procedimientos emitidos por la Junta Militar que incidieron en el comportamiento de las empresas periodísticas y de los/as profesionales de prensa, tales como el Comunicado N° 19;<sup>5</sup> la oficina de Servicio Gratuito de Lectura Previa, que funcionaba en la Casa Rosada, y la Secretaría de Prensa y Difusión, los/as autores consultados son determinantes al indicar que existió una alianza de complicidad prevalente a los elementos de censura impuestos por el régimen.

Por otro lado, la investigadora de la Universidad de Buenos Aires, Mirta Varela (2005) plantea la necesidad de distinguir la manera en que la censura operó en los diferentes medios de comunicación y espacios culturales. En relación con los primeros indica que se configuró “un discurso donde cada prohibición aislada queda incluida en el sentido de la prohibición general” y que si bien la dictadura operó a través de sus leyes lo hizo también “desde intelectuales, periodistas, artistas, que apoyaron o llevaron adelante sus prácticas” (p. 1).

Para los investigadores Jorge Saborido y Marcelo Borrelli (2011), los medios de comunicación no sólo fueron cómplices sino que desde el inicio del Golpe manifestaron un “favoritismo” hacia los militares y una voluntad de no confrontación con el régimen que sustentaron en razones “no siempre explicitadas”, tales como la restauración del “orden”, la necesidad de solucionar “el problema subversivo”, reencauzar la economía del país y “la pertenencia de los dueños de los medios de prensa a un sector del empresariado que se sentía asediado por la violencia de los “extremismos”... (p. 8).

Además, Borrelli (2010) indica que las empresas editoras de los diarios argentinos más importantes priorizaron sus intereses económicos frente al régimen militar y “se amoldaron a las demandas del poder político excusándose en la situación *excepcional de guerra contra la subversión*”. Este argumento fue la excusa de la prensa para ocultar y desinformar sobre los hechos de represión clandestina.

En sentido similar, pero situándonos en el ámbito local, las investigadoras Marcela Navarrete y Cintia Martínez (2020) en su trabajo de aproximación a los relatos de periodistas y locutores/as de San Luis que trabajaron en distintos medios durante la última dictadura, destacan de los testimonios que no hubo cambios en la vida cotidiana de los medios ni en las rutinas del trabajo periodístico.

Sin embargo, las autoras advierten que los acontecimientos violentos, las tensiones y presiones de la época son

---

<sup>5</sup> El Comunicado N° 19 difundido por los medios de comunicación apenas asumido el poder de facto establecía: “Se comunica a la población que la Junta de Comandantes Generales ha resuelto que sea reprimido con la pena de reclusión por tiempo indeterminado el que por cualquier medio difundiere, divulgare o propagare comunicados o imágenes provenientes o atribuidas a asociaciones ilícitas o personas o grupos notoriamente dedicados a actividades subversivas o al terrorismo. Será reprimido con reclusión de hasta diez años, el que por cualquier medio difundiere, divulgare o propagare noticias, comunicados o imágenes, con el propósito de perturbar, perjudicar o desprestigiar las actividades de las Fuerzas Armadas, de Seguridad o Policiales” (Consultado en <https://www.educ.ar/recursos/129056/comunicado-n-19-de-la-junta-de-comandantes-en-jefe-de-las-fu/download/inline>)

situados por los/as trabajadores/as de prensa en otras provincias o ciudades: “Hay una mirada de San Luis como un lugar tranquilo, a salvo de los hechos convulsivos y violentos” (p. 112). Lo que las investigadoras interpretan como formas tácitas de aceptación del orden dado y de negación del régimen autoritario y violento que se impuso en San Luis al igual que en el resto del país.

Como puede apreciarse, a partir de los aportes de los/as autores/as citados/as, la prensa gráfica nacional y local, asumieron ante el régimen dictatorial una actitud de complicidad, sumisión y ocultamiento, que allanó el camino para el despliegue del plan sistemático de represión ilegal, cuyo resultado fue la desaparición y/o asesinato de 30 mil personas; torturas y vejámenes a presos/as políticos, el exilio forzado, las cesantías laborales y los más de 400 bebés apropiados ilegalmente.

## **Periodismo desde una perspectiva en derechos humanos**

En este apartado nos interesa enfatizar que como productores de la realidad social desarrollamos nuestra profesionalidad desde una perspectiva teórica que la sustenta y un posicionamiento ideológico asumido.

Es en este sentido que adherimos a la perspectiva de comunicar desde los derechos humanos en relación con el proceso de Memoria, Verdad y Justicia, que implica en primera instancia comprender la responsabilidad preponderante del Estado argentino durante la última dictadura cívico-militar.

Al respecto, el trabajo coordinado por Gisela Cardozo (2019) que reúne las herramientas indispensables para una comunicación desde los derechos humanos, plantea la necesidad de asumir que “el Estado argentino con la colaboración necesaria de una parte del sector empresario, mediático, judicial y eclesial, violó los derechos humanos sistemáticamente; por eso hablamos de terrorismo de Estado” (Cardozo, *et al.*, p. 23).

En relación a la actividad periodística el trabajo citado sostiene que la prensa no es ajena al proceso de Memoria, Verdad y Justicia en tanto “la interpretación de los hechos históricos a través de las narrativas periodísticas forman parte de la garantía de no repetición y de la lucha contra la impunidad...” (p. 24).

El mismo trabajo indica que los juicios por delitos de lesa humanidad se constituyen como “productores de verdad”, por lo tanto son una instancia fiable de producción de información para el periodismo” (p. 33).

En virtud de ello, nuestro trabajo revalorizó como fuente documental para la elaboración del producto periodístico la Sentencia del segundo juicio, en tanto representa el resultado de la investigación judicial sobre los delitos de lesa humanidad cometidos en San Luis.

## **Sobre el Derecho de Rectificación y Respuesta**

Entendemos oportuno reunir en este apartado las principales consideraciones relacionadas al Derecho de Rectificación y Respuesta, contenido en la Convención Americana sobre Derechos Humanos,<sup>6</sup> a la que Argentina suscribió oportunamente.<sup>7</sup>

En tal sentido, nos interesa incorporar el análisis de Damián Loreti (1995) quien sostiene que el Derecho de Rectificación “cabe para informaciones inexactas y agraviantes relativas a una determinada persona y no para contradecir opiniones vertidas que afecten directamente la honra de las personas” (p. 134).

6 Entró en vigencia el 18 de junio de 1978 y se celebró el 22 de noviembre de 1969 en San José de Costa Rica (por lo que suele nombrarse también como Pacto de San José de Costa Rica).

7 Artículo 14: 1) Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley. 2) En ningún caso la rectificación o la respuesta eximirá de las otras responsabilidades legales en que se hubiese incurrido. 3) Para la efectiva protección de la honra y la reputación, toda publicación o empresa periodística, cinematográfica, de radio o televisión tendrá una persona responsable que no esté protegida por inmunidades ni disponga de fuero especial.

Además, el abogado y especialista en Derecho de la Comunicación, aporta una aclaración sustancial en el sentido de que el beneficiario siempre es el sujeto universal del derecho a la información, aunque la persona damnificada sea un particular.

Al respecto explica que “la función de la respuesta está orientada tanto a la preservación de la figura del damnificado cuanto a la satisfacción del público por conocer la realidad respecto de informaciones supuestamente falsas o inexactas” (p. 128).

A partir de estas expresiones, entendemos que cobra sentido la intención de propiciar una reparación simbólica a las víctimas y sus familiares, cuyas historias fueron tergiversadas u omitidas por la prensa de la época.

## Los casos

El análisis documental de los Fundamentos de la Sentencia antes mencionada permitió registrar que en la provincia de San Luis hubo veintiséis víctimas de privación ilegal de la libertad, que sufrieron todos los tipos de torturas utilizadas en la época.<sup>8</sup>

También que los responsables de esos apremios fueron miembros de Ejército, Aeronáutica, Policía provincial, Policía federal y se comprobó la participación de integrantes de la Justicia federal de la época y de por lo menos tres médicos.

Además de las veintiséis víctimas mencionadas en el primer párrafo, tomamos registro de un segundo grupo integrado por once personas que comparten con el primero haber sido privadas ilegalmente de la libertad, torturadas y alojadas en los Centros Clandestinos de Detención y Tortura (CCDyT) de San Luis. Empero, lo que hace que las distingamos de las anteriores, es el destino final que tuvieron. De este segundo grupo detectado: cinco personas fueron víctimas de homicidio y seis víctimas de desaparición forzada.

Para no excedernos en la extensión de la ponencia indicaremos datos mínimos que permitan dar cuenta de lo ocurrido con cada una de las once víctimas.

**Raimundo Dante Bodo**, fue asesinado en la vereda de su domicilio en la ciudad de Villa Mercedes, el 10 de abril de 1976.

**Luis María Früm**, fue secuestrado en su vivienda el 19 de junio de 1976. Su cuerpo acribillado (por la espalda) fue encontrado al día siguiente en la laguna Las Encadenadas, Villa Mercedes.

**Rafael Roberto García**, secuestrado en la vía pública el 5 de julio de 1976. Continúa desaparecido.

**Nolasco Leyes**, secuestrado en la puerta de su vivienda el 20 de octubre de 1976. Continúa desaparecido.

**Domingo Hildeyardo Chacón**, secuestrado en su vivienda en la localidad de Luján, el 6 de septiembre de 1976. Continúa desaparecido.

**Raúl Sebastián Cobos**, asesinado en la vía pública, en un fraguado enfrentamiento, el 20 de septiembre de 1976.

---

<sup>8</sup> El interés de trabajar sobre el segundo proceso judicial y no el primero o el tercero, radica en que abarcó la totalidad de las violaciones a los derechos humanos denunciadas hasta el momento que se cometieron durante la última dictadura en San Luis. Es dicho juicio se investigó lo ocurrido en perjuicio de 46 víctimas (asesinadas, desaparecidas, privadas ilegalmente de su libertad y torturadas), y se logró condenar a 28 miembros de las fuerzas de seguridad que actuaron en San Luis. Uno de los imputados fue absuelto. El primer juicio, incluyó a 4 víctimas (una por apremios ilegales, tres por desapariciones forzadas y un homicidio). El tercer proceso enjuició a dos integrantes de la Justicia Federal de San Luis, a un médico de la Policía provincial y a un integrante del Ejército; las víctimas en este tercer juicio fueron 30; algunas formaron parte del segundo y se agregaron 9 víctimas nuevas.

**Pedro Valentín Ledesma**, secuestrado en el operativo donde Cobos fue asesinado, el 20 de septiembre de 1976. El 22, el subjefe de Policía le otorgó la libertad en presencia de su padre y a dos cuadras de la Comisaría Cuarta de San Luis, fue secuestrado nuevamente. Continúa desaparecido.

**Graciela Fiochetti**, secuestrada de su domicilio en la localidad de La Toma el 21 de septiembre de 1976, asesinada y enterrada junto a otro cuerpo en Salinas del Bebedero. Sus restos fueron recuperados en el año 1986.

**Santana Alcaraz**, secuestrado de un aula de la UNSL la mañana del 22 de septiembre de 1976. Continúa desaparecido.

**Adolfo Enrique Pérez**, secuestrado en Villa Mercedes, en la vía pública, la noche del 28 de octubre de 1976. Continúa desaparecido.

**Vicente Rodríguez**, secuestrado en su lugar de trabajo el 30 de mayo de 1977 y hallado sin vida en un calabozo del Departamento de Investigaciones de la Policía provincial (CCDyT) el 4 de junio del mismo año.

Como indicamos, nuestro trabajo se focalizó en las víctimas individualizadas en este segundo grupo. Es decir, las once personas asesinadas y/o desaparecidas en territorio sanluisense durante la última dictadura cívico-militar.

## Relevamiento de noticias y análisis

La indagación en los tres medios de prensa de circulación provincial (EDSL, LO y LVS), nos permitió relevar el conjunto de noticias publicadas sobre los once hechos contenidos en la sentencia.

Para el análisis de contenido del grupo de noticias relevadas tuvimos en cuenta: medio de prensa, fecha, ubicación, página, titulación, fuentes de información, categorización del hecho, fotografías, datos divergentes y datos omitidos de hechos, lugares y personas participantes respecto de la sentencia.

El resultado del relevamiento arrojó que la prensa sanluisense publicó información sobre lo ocurrido a cinco víctimas: Raimundo Dante Bodo, Luis María Früm, Raúl Sebastián Cobos, Graciela Fiochetti y Santana Alcaraz.

Sobre las tres primeras víctimas mencionadas las informaciones respondieron a los cánones de la época, donde el ejercicio periodístico se desfiguró en la gran mayoría de los medios -y sus trabajadores- y cumplió un papel complaciente para con el régimen dictatorial, publicando datos imprecisos, ocultando información u omitiéndola, para evitar la vinculación de las fuerzas represivas con los ilícitos.

En cuanto a las víctimas Fiochetti y Alcaraz, y desde una mirada periodística, la cobertura es sugerente, en tanto el hecho es noticia únicamente en EDSL, con un texto breve en la portada del 30 de septiembre de 1976, con el título “Macabro hallazgo en Salinas del Bebedero”. El cuerpo de la información presenta el hecho noticioso del “hallazgo” de “dos cadáveres pertenecientes presumiblemente a un hombre y a una mujer”. La fecha, el lugar y el dato de los dos cuerpos, nos permite inferir que se trata del enterramiento clandestino por parte de las fuerzas represivas, de las víctimas Fiochetti y Alcaraz, cuya versión rectificatoria desarrollamos en la publicación.

Como puede advertirse, la cobertura periodística por parte de los medios de prensa locales ocultó la mayoría de los hechos de represión clandestina. Mientras que sobre los casos abordados omitió información y se limitó a utilizar fuentes castrenses u oficiales.

Para cumplimentar con los límites de extensión establecidos para este trabajo, adjuntamos el código QR que permite el acceso a la versión digital de *Memorias de Prensa*, y desarrollamos a continuación el caso del homicidio del militante Raúl Sebastián Cobos, que tuvo mayor presencia en la prensa de San Luis.

## Caso Cobos: la cobertura periodística de 1976

Los medios de prensa que circulaban en la provincia en el año 1976 informaron sobre el acontecimiento del homicidio de Raúl Sebastián Cobos ocurrido la noche del 20 de septiembre en el barrio Nacional de la ciudad de San Luis, como un enfrentamiento en el que resultó muerto un “subversivo”.

El primer medio en publicar la noticia en su portada fue el vespertino **LO** el 21 de septiembre. Al día siguiente, **EDSL** publicó la información en la tapa y le dio continuidad en la página 16, última del ejemplar. El 23 del mismo mes, hizo lo propio **LVS**, ubicando la primera parte de la noticia en la portada y el cierre en página 8.

En diferentes fechas, cada medio de prensa publicó datos coincidentes sobre el hecho. El relato que realizaron puede leerse hasta hoy en los titulares: “Delincuente subversivo muerto en enfrentamiento”, “Subversivo abatido y dos detenidos” y “Es abatido en San Luis un subversivo”.

Además, el jueves 22 y viernes 23, **LO** y **EDSL** respectivamente, reprodujeron en sus portadas comunicados emitidos por la Guarnición Militar San Luis con informaciones varias, entre las que daban cuenta del buen estado de salud de los dos soldados conscriptos heridos durante el “enfrentamiento contra elementos subversivos”.

En contraposición a las referencias utilizadas para las víctimas Bodo “un reconocido abogado” y Früm “un profesor”; Cobos tuvo una existencia simbólica en los medios como un “subversivo”. Estaba borrado su carácter de estudiante y todo rastro de un sujeto que tiene una identidad, un proyecto, un rol social.

El asesinato del militante de la Juventud Universitaria Peronista y la agrupación Montoneros, Raúl Sebastián Cobos, consumado por fuerzas conjuntas de Ejército y Policía provincial fue en el único acontecimiento que los medios de prensa de San Luis presentaron a la víctima con el epíteto de “subversivo”.

Hasta este hecho los calificativos “sediciosos”, “subversivos”, “guerrilleros” o “terroristas” habían sido utilizados por la prensa local para informaciones provenientes de otras provincias o para noticias locales que referían a secuestros de armas y detenciones de militantes. En ambas situaciones la información provenía de fuentes castrenses u oficiales.

El uso de titulares tales como “Delincuente subversivo muerto” o “Subversivo abatido” arrojan claridad respecto a la actitud asumida por los medios de prensa de San Luis. No sólo el falseamiento de los hechos indicando en sus páginas que lo ocurrido fue un enfrentamiento, cuando lo que sucedió fue una emboscada, sino también utilizando otra de las estrategias que los medios ejecutaron para beneficiar a la dictadura: el ocultamiento de los hechos.

El desarrollo del segundo juicio por delitos de lesa humanidad (2013-2015) y los fundamentos producidos al finalizar el debate, nos permitió construir una versión rectificatoria a la producida en los diarios y periódicos durante la última dictadura.

## Caso Cobos: la sentencia judicial y sus aportes para la versión rectificatoria

El análisis del “Caso Cobos” por parte del Tribunal destacó varias circunstancias tergiversadas y eludidas por la prensa local. En primer lugar, determinó que no se trató de un “enfrentamiento” sino de un operativo de importantes dimensiones del que participó personal del Ejército y la Policía provincial.<sup>9</sup>

Además la sentencia, tiene en cuenta la presencia de las cuatro víctimas: Andrónico Agüero, Juan Cruz Sarmiento, Pedro Ledesma y Raúl Sebastián Cobos. La prensa mencionó a Cobos y “dos personas” o “dos acompañantes”.

Sobre lo ocurrido a la víctima Cobos, da por probado que fue herido en un falso enfrentamiento, que murió en el

---

9 Agüero y Sarmiento padecieron años de prisión en varias instituciones carcelarias del país y recuperaron la libertad. Ledesma permanece desaparecido.

Policlínico Regional San Luis horas después y que el allanamiento a la vivienda de la familia Agüero se realizó con extrema violencia e ilegalidad.

Además, los jueces especificaron que Cobos no recibió atención médica inmediata sino que permaneció herido, tendido sobre la calle, y luego colocado en la parte trasera de un camión del Ejército para trasladarlo al Policlínico de San Luis.

En cuanto a la causa de la muerte, el acta de defunción indica “hemorragia”. Sin embargo, durante el juicio y a partir de la exhumación de los restos de la víctima que realizaron especialistas del Equipo Argentino de Antropología Forense (EAAF), se comprobó que el fallecimiento lo provocó un golpe en la frente con un elemento contuso de similares dimensiones a la culata del arma Fal.

En el texto resolutorio los jueces condenaron a Miguel Ángel Fernández Gez, Raúl Benjamín López, Carlos Esteban Pla y Enrique Manuel Ortuvia Salinas por la privación ilegítima de la libertad, los tormentos agravados por la condición de perseguido político y el homicidio doblemente agravado en perjuicio de Raúl Cobos.

## **Conclusiones**

Al confrontar las informaciones de ambas etapas de trabajo, advertimos que las informaciones que publicaron los medios de prensa locales respondieron a los cánones de la época, donde el ejercicio periodístico se desfiguró en la gran mayoría de los medios e incluso abarcó a trabajadoras/es y cumplió un papel complaciente para con el régimen dictatorial, publicando datos imprecisos, ocultando información u omitiéndola, para evitar la vinculación de las fuerzas represivas con los ilícitos.

Tanto a nivel provincial como nacional existen importantes trabajos y análisis que sitúan la actitud de los medios de comunicación dentro de un pacto implícito de complicidad ante las estrategias de censura, ocultamiento, persuasión, difamación y engaño diseñadas e impartidas por el régimen dictatorial.

*Memorias de Prensa* surgió como un soporte periodístico para cumplimentar la última etapa de la Licenciatura en Periodismo y también como una reparación simbólica para las víctimas y familiares del terrorismo de Estado, en relación con la actitud que asumieron los medios de prensa de San Luis al construir relatos tergiversados de lo ocurrido con sus seres queridos.

Las versiones rectificatorias que ofrecemos anhelan contribuir al proceso de Memoria, Verdad y Justicia. En ese sentido, entendemos el ejercicio profesional del periodismo como una responsabilidad para desvestir los mecanismos de ocultamiento y tergiversación de la información que usaron los medios de prensa, antes y durante la última dictadura.

La omisión, manipulación y la persuasión a la opinión pública de hace 47 años atrás, persiste en la actualidad en cada una de las víctimas que permanece desaparecido/a, en cada bebé robado que desconoce su identidad, en cada archivo que demoran en desclasificar, en cada acción u omisión que deja fluir discursos negacionistas sobre uno de los períodos más sangrientos de la historia argentina.

Este trabajo propone humildemente construir un relato que tome el desafío de reponer a las víctimas como personas que son violentadas no solamente en el plano físico, sino también a nivel simbólico, restituirles sus identidades, sus historias y la dimensión humana que les fue arrebatada.



Acceso a la versión digital de la revista Memorias de Prensa

## Referencias bibliográficas

Borrelli, M. (2011) *Voces y silencios: la prensa argentina durante la dictadura militar (1976-1983)*. En *Perspectivas de la Comunicación*, Vol. 4, Número 1, pp. 24-41. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3750384>

Cardozo, G. [et al.] (2019) *Memoria, Verdad y Justicia: herramientas para la comunicación desde los derechos humanos* (2019) 1ª edición especial. Asamblea Permanente por los Derechos Humanos. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <http://apdh.org.ar/sites/default/files/u62/MVJ-Herramientas-Comunicar-DDHH.pdf?fbclid=IwAR2UUdWt2I8qzKAmXLnrW-t6pw>

Loreti, D. M. (1995) *El derecho a la información. Relación entre medios, público y periodistas*. Barcelona, España: Paidós.

Malharro, M. y López Gijssberts, D. (2003) *La tipografía de plomo. Los grandes medios gráficos en la Argentina y su política editorial durante 1976-1983*. La Plata, provincia de Buenos Aires, Argentina: EPC Medios Ediciones de Periodismo y Comunicación.

Saborido, J. y Borrelli, M. (Coords.). (2011) *Voces y silencios. La prensa argentina y la dictadura militar (1976-1983)*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

Varela, M. (2005) *Los medios de comunicación durante la dictadura: entre la banalidad y la censura*. Recuperado de editorial <https://studylib.es/doc/5600320/los-medios-de-comunicaci%C3%B3n-durante-la-dictadura>

### Documentos consultados

Convención Americana sobre Derechos Humanos, 22 de noviembre de 1969, Recuperado de [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/derechoshumanos\\_publicaciones\\_colecciondebolsillo\\_10\\_convencion\\_americana\\_ddhh.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/derechoshumanos_publicaciones_colecciondebolsillo_10_convencion_americana_ddhh.pdf)

Fundamentos de la sentencia. Causa Menéndez, Luciano Benjamín y Otros s/Av. Inf. Arts. 144 bis inc. 1º agravado por el art. 142 inc. 1º, 2º y 5º del C.P. conf. Ley 21.338; 144 ter 1º y 2º párr. del C.P. (Ley 14.616) y art. 80 inc. 2º (según redacción ley 11.221) y 4º del C.P. (según redacción ley 20.642), en concurso real (art. 55 del C.P.). Expediente N°2460-M-12. Fecha 9 de junio de 2015. Tribunal Oral en lo Criminal Federal de San Luis. Recuperado de

<http://untref.edu.ar/crimenesdeestado/sentencia/218>

# La universidad en la cárcel: una mirada entre el encierro y la libertad en Colonia Abierta Monte Cristo, Córdoba

Bellavia, Natalia Trinidad.

trinidad.bellavia@unc.edu.ar

Natta, Pablo.

pablonatta@unc.edu.ar

**Universidad Nacional de Córdoba**

En 2023 y luego de un largo receso de dos años (2020- 2021) impuesto por el Gobierno de la Provincia de Córdoba a causa del Covid y del endurecimiento de las políticas penitenciarias por parte del ejecutivo provincial, la Facultad de Ciencias de la Comunicación volvió a ingresar a la cárcel para dictar sus talleres de Comunicación.

En este primer semestre trabajamos en dos espacios de encierro: la escuela Mariano Moreno del Módulo I del Complejo Padre Lucchese en Bouwer y en la escuela Manuel Belgrano del Establecimiento Penitenciario N°4 Colonia Abierta Monte Cristo. Un equipo conformado por cuatro docentes y una graduada, llevamos adelante 12 encuentros en cada espacio educativo.

El equipo conformado por Natalia Trinidad Bellavia, Julián Castro, Daniel Koci, Pablo Natta y Carolina Testa, desarrolló los encuentros con un grupo de 40 presos del MDI de Bouwer, por un lado, y con otro grupo de 20 hombres y mujeres de la Colonia de Monte Cristo. El motivo de la presente ponencia será reflexionar sobre ésta última experiencia en la cárcel de Monte Cristo.

# Producciones comunicacionales para una pedagogía de la memoria

Agostina Micaela Giarrosso  
agosgiarrosso@gmail.com

## Universidad Nacional de Entre Ríos

La comunicación/educación de los casos de lesa humanidad de la provincia de Entre Ríos que dispone el Registro Único de la Verdad.

La propuesta «Producciones comunicacionales para una pedagogía de la memoria» llevada a cabo en el Registro Único de la Verdad (RUV) del Gobierno de Entre Ríos propone construir una pedagogía de la memoria sin apelar a la espectacularización del morbo, con el fin de desarrollar mensajes para las generaciones más jóvenes a través de la recuperación de las historias de vida de los detenidos, detenidas, desaparecidos y desaparecidas de Entre Ríos.

En ese sentido, se busca concientizar sobre las consecuencias del terrorismo de Estado en la última dictadura cívico militar. La sistematicidad de la violación de derechos humanos no involucra solo al daño de derechos individuales, sino que refiere a una agresión social, ya que “se lesiona, en cada caso individual, el principio constitutivo de la colectividad – la comunidad de hombres libres e iguales”. (Lechner, 1983, p. 12) La propuesta de comunicación junto al Registro propone construir una pedagogía de la memoria sin apelar a la espectacularización del morbo.

Asimismo, este ensayo esboza el trabajo desarrollado, con el fin de generar mensajes para las generaciones más jóvenes a través de la recuperación de las historias de vida de los detenidos, detenidas, desaparecidos y desaparecidas, narrando los lugares que transitaron como la escuela, el club, la facultad, el gremio, lugares de militancia, y entre otras cosas que permitan generar un acercamiento.

Entre los objetivos establecidos se pretendía concientizar sobre las consecuencias del terrorismo de Estado durante la última dictadura cívico militar en Argentina, específicamente sobre los detenidos-desaparecidos de la provincia de Entre Ríos; producir material educativo en la plataforma de edición libre Wikipedia, que reconstruya la vigilancia y persecución de detenidos desaparecidos de la provincia por parte de las fuerzas represivas estatales durante el periodo de 1976 - 1983, para llegar a la mayor población posible; explicitar y reivindicar la militancia de entrerrianos detenidos/desaparecidos, como forma de difundir en la ciudadanía la importancia de la construcción de Memoria, Verdad y Justicia, en contraposición a discursos negacionistas; diseñar materiales gráficos y compartirlos con cátedras de las carreras de la Universidad Nacional de Entre Ríos y otras áreas del Gobierno de Entre Ríos; e incentivar a los destinatarios a hacer circular la información con el objetivo de construir memoria colectiva.

Estos objetivos dieron lugar a la producción de 8 relatos a incorporar en la plataforma Wikipedia y 8 tarjetas impresas y adaptadas en formato digital con remisión a aquellas.

## Selección de historias de vida

La primera parte de las prácticas curriculares consistió en determinar qué historias de vida serán contadas. En un primer momento, junto a autoridades del RUV, se seleccionaron historias de vida de detenidas desaparecidas entrerrianas, que contaron con la condición de haber transitado un embarazo al momento de su detención. El fin era vincular aquellas historias a la búsqueda de nietos que llevan adelante Abuelas y Madres de Plazas de Mayo.

Se alcanzaron a editar los artículos de Blanca Estela Angerosa Ingold y Marta Elsa Bugnone Cepeda de Ayastuy, y se localizaron fotos de las mismas. La bibliografía y las fotos utilizadas fueron provistas por el RUV, medios locales, archivos nacionales y libros, pero seguidamente se decidió cambiar el criterio de selección, ya que las personas seleccionadas no habían vivido su último periodo en la provincia y tampoco se alcanzó a encontrar 8 historias con dicho criterio. Es así que nuevamente, de manera conjunta con el RUV, se seleccionaron 8 historias de vida de detenidos- desaparecidos que llevaron su militancia en Entre Ríos, y que fueron perseguidos en dictadura en la provincia. Las historias a recuperar fueron: Oscar Alfredo “El Ruso Pablo” Dezorzi; Claudio Marcelo “Francis” Fink; Norma Beatriz “Noni” González; Juan Alberto “Beto/Lucho/Pacho” Osuna; Jorge Emilio “Fausto” Papetti; Ramón Héctor “Pichón” Sánchez; Julio Alberto Solaga; y Sixto Francisco Zalarar.

## Plataforma Wikipedia

El sitio elegido para difundir las producciones es Wikimedia, específicamente en la sección de Wikipedia, a raíz del recorrido que tiene la plataforma en temáticas de Derechos Humanos.

En 2018 surge el proyecto WikiDerechos impulsado por Wikimedia Argentina y con apoyo de Open Society Foundations. En 2018 se realiza en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos la primer “Editation”, dirigida a integrantes de colectivos y organizaciones de Derechos Humanos de Paraná y Santa Fe, estudiantes, docentes y comunidad graduada interesada en la edición y liberación de contenidos en la plataforma Wikipedia.

Por su parte, el proyecto realizó actividades en la Universidad del Claustro de Sor Juana en Ciudad de México (México), Museo de la Memoria y Derechos Humanos de Santiago de Chile (Chile), Instituto Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo de Montevideo (Uruguay), Parque de la Memoria de la Ciudad de Buenos Aires y Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata (Argentina) y en Caracas (Venezuela).

Además, consideramos que Wikipedia al ser una plataforma de uso libre contiene una dimensión política que permite construir memoria colectiva. El soporte donde publicamos las producciones de vida no solo buscan ser accesibles, sino que apuntan a generar experiencias de aprendizaje y de circulación del contenido. De ese modo, la plataforma habilita la construcción colectiva de contenidos a través de la edición libre y gratuita, ya que al ser un recurso universal, permite el acceso a más cantidad de personas.

Por otro lado, la experiencia de usuario es importante a la hora de diseñar piezas comunicacionales, por lo que consideramos pertinente elaborar soportes tangibles como analógicos. En este caso, para construir memoria colectiva, “la producción de materiales educativos para que valgan la pena requieren de un proceso sumamente riguroso pero altamente creativo” (Kaplun, 2002, p.1).

## Nuevo artículo: período de dictadura

Este cambio de criterio permitió que se relacionarán las historias con la creación de centros clandestinos de detención en la provincia, lo que lleva también al estado actual de las causas en los juzgados federales. De tal modo, a pesar que no estaba propuesto en el cronograma del proyecto, creamos una nueva entrada al artículo “Provincia de Entre Ríos” en la plataforma Wikipedia, en el subtítulo “Historia”, con una sección llamada “Periodo de Dictadura”

([https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Entre\\_R%C3%ADos#Periodo\\_de\\_Dictadura](https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Entre_R%C3%ADos#Periodo_de_Dictadura)) con información actualizada hasta la fecha de enterrados/as desaparecidos/as, la cantidad de centros clandestinos en la provincia, y el estado actual de los condenados y las causas. Para eso se utilizó el Informe causas de Lesa Humanidad Entre Ríos actualizado en marzo 2022, elaborado por el Registro Único de la Verdad.

## **Redacción, edición y supervisión de artículos sobre historias de vida**

Se recopiló información para las historias de vida proveniente de los legajos que dispone el Registro Único de la Verdad; noticias de medios locales y nacionales de aquella época y de la actualidad; páginas de gobiernos; entre otras. También se obtuvieron fotos de los detenidos-desaparecidos por medio del Registro Único de la Verdad y los Municipios de Concordia y Gualaguaychú.

Para redactar los artículos se tuvo en cuenta para cada uno/a: lugar y fecha de nacimiento, lugar donde realizaron sus estudios, vínculos familiares y afectivos, profesión que ejercían, carrera universitaria que estudiaban, la historia de militancia de cada uno/a y pertenencias políticas e ideológicas, actividades que realizaban como hobbies, el suceso de su desaparición y el estado actual de cada causa en la justicia. También el RUV aportó su mirada sobre el impacto de las piezas en los familiares de los detenidos desaparecidos.

Finalmente los artículos de cada historia de vida fueron subidos a la plataforma Wikipedia bajo el subtítulo “Desaparecidos entrerrianos”, ([https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Entre\\_R%C3%ADos#Desaparecidos\\_enterrerrianos](https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Entre_R%C3%ADos#Desaparecidos_enterrerrianos)), generando diversos hiperenlaces, con cita correspondiente de cada información y con las respectivas fotos de cada detenido desaparecido.

## **Producción de las postales**

Para la elaboración de las postales se trabajó en el análisis y rastreo de producciones ya existentes, provenientes de museos, como la ex Esma, El Centro

Cultural Haroldo Conti, el Museo de la Memoria de Rosario; organismos estatales nacionales, provinciales, municipales, como la Secretaría de Derechos Humanos de la Nación; y de Universidades.<sup>1</sup>

Esto nos permitió generar un análisis sobre los estilos de identidad visual relacionados a la temática. De tal modo, nuestro desafío fue pensar una nueva narrativa estética dentro de la línea de Memoria, Verdad y Justicia. Lo que se buscó fue dotar de características a las historias de vida para devolver la dimensión humana a los/as detenidos/as desaparecidos/as: cada uno/a era ante todo una persona. Es por eso que las postales estuvieron acompañadas de frases para cada historia de vida, avaladas desde la dirección de la práctica curricular, y supervisadas por el Registro Único de la Verdad, apelando a una poética, a una familiaridad, y que al mismo tiempo genere intriga sin apelar al morbo o al terror, sino más bien, devolviendo humanidad a las historias. En ese sentido, las frases rescataban el lado humano, cotidiano y solidario de cada uno.

## **Propuesta gráfica <sup>1</sup>**

Una vez elaboradas las frases hubo un camino y un proceso recorrido para llegar a la propuesta final. En la primera instancia se utilizó la técnica collage, creada a través de fotos de los detenidos desaparecidos, junto con la incorporación de otros elementos, tales como noticias provenientes de periódicos de aquella época, cuadros de

---

<sup>1</sup> (Links: <https://espaciomemoria.ar/memoriaencasa/vida-y-militancia/>; <http://conti.derhuman.jus.gov.ar/2020/10/b/21-mala-memoria.pdf>; [http://www.museositoiesma.gob.ar/wp-content/uploads/2022/08/CELS\\_mujeres-en-la-esma\\_WEB.pdf](http://www.museositoiesma.gob.ar/wp-content/uploads/2022/08/CELS_mujeres-en-la-esma_WEB.pdf); <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL005388.pdf>; <http://conti.derhuman.jus.gov.ar/2020/10/b/40-Espacios-memoria.pdf>; [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/06/historia\\_de\\_vida\\_daniel\\_noemi\\_jorge\\_marta\\_1.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/06/historia_de_vida_daniel_noemi_jorge_marta_1.pdf))

equipos de fútbol, autos preferidos, cartas escritas por ellos, etc.

Para trabajar en la técnica se necesitó un intenso rastreo de fotografías, que luego fueron impresas y recortadas manualmente, dejando a la vista el rasgo de rotura de las fotos.



Finalmente en esta primer propuesta se encontraron dificultades a la hora de crear un sistema visual, ya que:

- Existía una disparidad en la cantidad de fotos por cada detenido desaparecido. Por ejemplo, en el caso de Claudio Fink, era de quien teníamos más fotos para realizar el collage, ya que su madre había sido activista y fundadora de Madres de Plaza de Mayo en Entre Ríos, por lo que el repertorio de fotos fue más accesible. Pero en cambio, de Ramón Sánchez, no se contaba con material fotográfico disponible, ya que sus fotos y pertenencias fueron quemadas durante la dictadura por parte de los represores. A pesar de las diferencias de material, se intentó rastrear fotos que el RUV no disponía, y a través del RUV se contactó a los municipios de Gualguaychú y Concordia, ya que había 4 detenidos desaparecidos provenientes de estas localidades.
- La estética propuesta seguía siendo muy similar a otras producciones ya existentes vinculadas a la dictadura cívico militar, y no respondía al objetivo de dirigirse a la población más joven. La cromática seguía mostrando un estilo “viejo y setentista” vinculado a la época.

## Propuesta 2

Para la segunda parte se optó por priorizar el texto y se incorporaron diversos colores. También se decidió usar una sola fotografía por cada historia de vida, y no en gran cantidad como estaba planteado en un principio. También el nombre de cada detenido/a desaparecido/a se jerarquiza. Luego, esta propuesta fue descartada por otra técnica.



### Propuesta 3

Para esta opción se optó por utilizar la técnica de letras recortadas, donde se recrearon los nombres y apodos de las 8 personas seleccionadas. Se realizó:

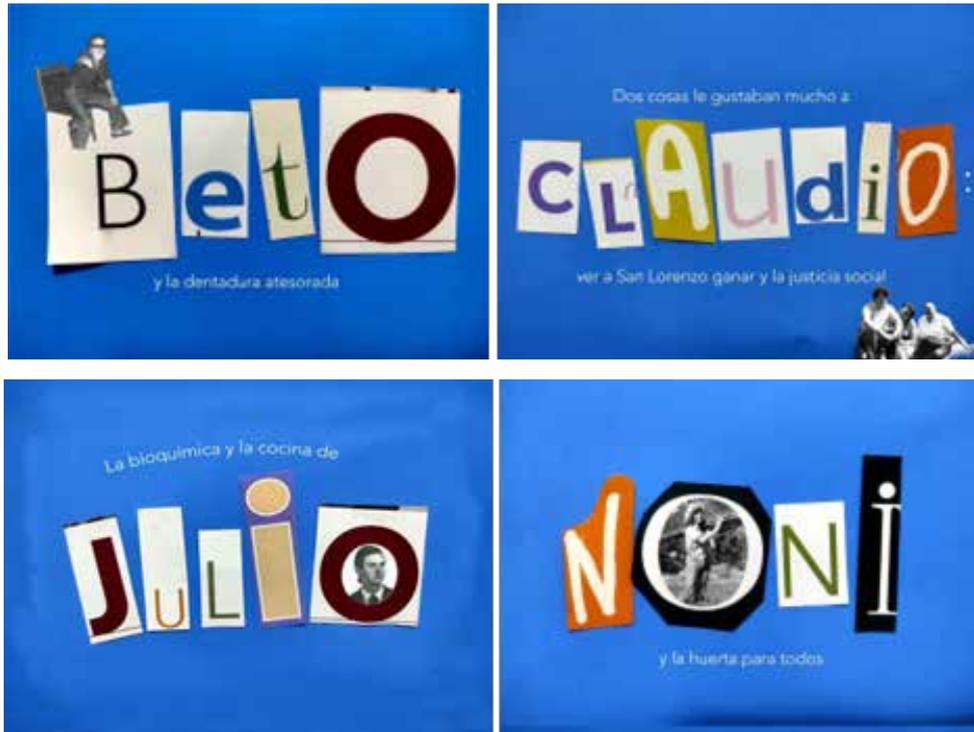
- Una prueba digital con letras que simulaban ser recortes de revistas.
- Búsqueda de revistas. Recorte de letras y armado de los nombres.
- Prueba de fotos tomadas con el celular con un fondo de color celeste.
- La incorporación de una foto por cada detenido desaparecido se mantuvo, pero la jerarquía de la misma fue menor. Esta vez se añadió como elemento articulado a la forma tipográfica, y no como elemento central en la postal.
- Producción de fotografías en el Área Gráfica de la facultad, donde se realizaron nuevamente varias pruebas con distintas letras recortadas. Se seleccionaron las que mejor funcionaban.
- Limpieza de las fotos. Se tomaron decisiones respecto a la cromática del fondo de las imágenes.

Una vez terminado el frente de las postales se diseñó el dorso de las mismas. También se adaptaron los materiales para redes sociales, generando piezas en carrusel (3 flyers por historias de vida) y en formato historias para la red instagram, y otra adaptación del tamaño de flyer para facebook, ya que son las redes sociales utilizadas por el RUV.

Prueba 1



Prueba 2



Ejemplos de postales finales



Memoria



Te invitamos a conocer la historia

Oscar «El Ruso» Alfredo Dezorzi

Durante el Golpe de Estado de 1976 transcurrido en Argentina despidieron a Oscar de su lugar de trabajo, el Plan Avícola del Ministerio de Agricultura de la provincia. También lo bajaron del padrón de estudiantes de la Facultad de Ingeniería de la UTN de Paraná. En ese entonces regresó a Gualeguaychú, su ciudad de origen.



«Producciones comunicacionales para una pedagogía de la Memoria» Práctica Curricular de la Licenciatura en Comunicación Social (PCCedu - UNER)



**Adaptaciones web**

Carrusel Instagram

Flyer 1

Flyer 2

Flyer 3





La bioquímica y la cocina: dos pasiones

**Julio Alberto Solaga**

A Julio le gustaba la cocina, la música, la poesía, el fútbol y la lectura. Al terminar el secundario ingresó a la carrera de Bioquímica en la Facultad de Ingeniería Química de la Universidad Nacional del Litoral. Luego continuó sus proyectos en Concordia, su ciudad natal, donde trabajó, militó en política y estudió en la Facultad de Ciencias de la Alimentación en la Universidad Nacional de Entre Ríos.

Producciones comunicacionales para una pedagogía de la






Y su andar por La Pasarela

**Ramón Héctor «Pichón» Sánchez**

Pichón nació en 1953 en el barrio La Pasarela de la ciudad de Paraná, donde luego fue un militante benévolo y presidente de la comisión vecinal a sus 18 años. Junto a Estela, su hermana, organizaba actividades para juntar fondos, con el fin de mejorar la vida de la comunidad.

Producciones comunicacionales para una pedagogía de la






Su interés por nuestra tierra: para estudiarla y también para luchar por un mundo mejor

**Jorge Emilio «Fausto» Papetti**

Jorge, a quien apodaban Fausto por el saxofón, participó en los grupos de una parroquia e hizo un programa de radio juvenil con sus compañeros de secundaria. Luego inició la carrera de geología en la Facultad de Ciencias Naturales y Museo de La Plata, una pasión que se complementaba con la militancia política.

Producciones comunicacionales para una pedagogía de la






Y la dentadura atesorada

**Juan Alberto «Beto» Osuna**

En 1961, aún en plena dictadura, su familia introdujo los restos de Beto en la misma urna -que la de su padre, y la sepultó en otro cementerio, donde fueron enterrados en el mismo lugar. Muchos años después su madre Sara entregó la prótesis dental de platino que durante años guardó como un tesoro. Finalmente se confirmó su identidad.

Producciones comunicacionales para una pedagogía de la






Su misión: que a nadie le falte el trabajo y la vivienda

**Sixto Francisco Salazar**

El amor por su familia y a militancia gremial fueron cosas muy importantes en la vida de Sixto. También realizaba tareas sociales junto a una parroquia de la ciudad de Concordia. Entre otras tareas militantes, construía viviendas para los más necesitados.

Producciones comunicacionales para una pedagogía de la





## Ejemplos historias Instagram



## Bibliografía

Bergomás, Gabriela (2000). Entrevista a Mario Kaplún. Constelaciones de la Comunicación. Buenos Aires. Fundación Walter Benjamin.

Huergo, Jorge (2001). Comunicación y Educación: aproximaciones, en Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas. La Plata. Ed. de Periodismo y Comunicación), Ed. Renovada.

Kaplún, M. (1992). A la educación por la comunicación, Santiago de Chile, UNESCO/OREALC.

Kaplún, M. (2002) Producción de materiales educativos:

¿educadores, comunicadores o poetas? Intersecciones en Comunicación. N.2 Olavarría, Buenos Aires, Argentina

Lechner; Norbert. (1983). Derechos humanos como categoría política. Santiago de Chile, Programa FLACSO.

Registro Único de la Verdad, Gobierno de Entre Ríos. Información tomada de: <https://www.entrerios.gov.ar/ruv/>

# Violencia, negacionismo y discursos de odio en los medios

Alexis Oliva

alexisoliva@unc.edu.ar

FCC-UNC

## Resumen

Esta ponencia se propone como objetivos presentar algunos elementos de análisis en torno a la representación de las violencias –materiales y simbólicas– en los medios de comunicación definidos como *hegemónicos*, y reconocer a ciertos medios como productores de discursos de odio, basados en prejuicios de clase, género, etnia e ideología. Además, procura aportar algunas líneas de trabajo en torno a la construcción de una comunicación periodística contrahegemónica y democrática.

La representación de las violencias en los medios de comunicación masivos, empresariales y hegemónicos responde a estrategias discursivas que con el recurso de la descontextualización escamotean las causas estructurales y las condiciones políticas y sociales de esos actos definidos como *anomalías*, que desde esa perspectiva sólo pueden afrontarse y resolverse con una respuesta del Estado represiva y punitivista.

Lo que Eugenio Zaffaroni define como “criminología mediática” se emparenta con la ideología de la meritocracia, que naturaliza y normaliza las desigualdades sociales, y es en esencia negadora de la política y la historia. Una plataforma de normalidad ficticia desde la cual se demoniza al *delincuente* productor de *inseguridad*, se criminaliza la protesta, se naturaliza la violencia represiva, se reciclan discursos negacionistas o justificadores del terrorismo de Estado y se actualiza la teoría de los “dos demonios” como marco interpretativo de conflictos de índole política y social.

Desde esa matriz, estos medios no sólo *representan* las violencias, sino que *producen* discursos de odio con intención performativa, discursos que –amplificados y retroalimentados por las redes sociales– contribuyen a reducir la brecha entre la violencia discursiva y la violencia material.

A 40 años de la recuperación democrática, los medios y periodistas alternativos, contrahegemónicos y/o comunitarios –y con ellos la universidad pública– tienen el desafío de desnaturalizar las violencias y desigualdades y anteponer a los discursos antidemocráticos del poder mediático una comunicación social ética, rigurosa, pluralista y con perspectiva de derechos humanos.

## Palabras clave

medios – violencia – punitivismo – criminalización – discursos de odio

Para abordar la relación entre violencia y medios de comunicación resulta necesario hacer una primera distinción: cómo los medios representan las violencias que existen en la sociedad y cómo los medios pueden convertirse en productores de violencias. Y antes de adentrarnos en estos dos planos, reconocer distintos tipos de violencia: la violencia material (la agresión física y también la violencia económica); la violencia simbólica (el estigma, el prejuicio, la

cosificación, la demonización, la revictimización, el negacionismo, la justificación o la apología de otras violencias).

Además, las violencias existen en un determinado contexto social e histórico, en el que debemos pensarlas como actos ejercidos por determinados sujetos o grupos sociales. Entonces, podemos distinguir: violencias del poder o funcionales al poder; violencias que son efectos de la violencia del poder o respuestas a la violencia del poder (con la aclaración de que también pueden existir violencias no determinadas por factores políticos o sociales, aunque son excepcionales).

Por otra parte, existen distintos tipos de medios de comunicación: medios empresariales, hegemónicos, tradicionales, concentrados, con poder de instalar agenda pública y con influencia social; medios alternativos, contrahegemónicos, comunitarios, independientes, críticos; medios públicos (que en nuestro país suelen estar sujetos a vaivenes políticos gubernamentales).

En estos distintos tipos de medios existe un mayor o menor grado de tensión o disputa interna, existen contradicciones y transformaciones, existen temáticas prioritarias, subalternas y vedadas. En un artículo titulado *La línea editorial como estrategia de demarcación de zonas periodísticas*, el investigador César Arrueta (2013), define a la línea editorial como “el lugar desde donde el medio de comunicación (y los periodistas sin prescindir de sus propias tensiones) construye realidad social. Son aquellas coordenadas espacio-temporales e ideológicas-profesionales desde donde se intenta dar sentido a los mecanismos de inclusión, exclusión, jerarquización y tematización” (p. 200). Esas coordenadas expresan la ideología del medio y “qué entiende por correcto o incorrecto y por qué juzga o enarbola determinadas actitudes y/o comportamientos de agentes sociales” (p. 201).

A su vez, el proceso de tematización opera en torno a la distinción de zonas rojas, que –señala Arrueta– “constituyen ámbitos de ‘preferencia’ y ‘prioridad’ para el medio. Sea porque es preciso entablar una agenda interesada sobre una cuestión de interés o bien, porque el abordaje de temáticas específicas puede afectar los propios beneficios de la empresa. Se trata, entonces, de zonas críticas de conflicto y tensión, donde se procura especial cuidado y atención. Los comportamientos extremos de las zonas periodísticas son la censura editorial y la distorsión interesada de la realidad” (p. 201). En cambio, las zonas verdes “remiten a temas tangenciales, que no entran en conflicto con los intereses del medio y sobre los cuales es posible un ejercicio periodístico más amplio” (p. 202).

La línea editorial de un medio es dinámica y suele experimentar cambios coyunturales o de largo plazo; por otra parte, hay también nichos o grietas que puede ocupar un comunicador en conflicto con la línea editorial. En nuestro país y nuestra provincia, esas disputas internas, transformaciones y/o contradicciones son mayores en los medios públicos, menores en los medios contrahegemónicos y casi nulas en los medios empresariales.

Vamos a referirnos en primer lugar a los medios empresariales y hegemónicos.

## **Violencia representada en los medios**

-Se presenta la violencia delictiva como una anomalía y desde una mirada exclusivamente penalista, a veces moralista y siempre punitivista. No se reconocen causas estructurales, no hay explicaciones económicas o sociales. Es el mal, sin historia ni contexto. Como alguna vez escribió Horacio González, en el punitivismo mediático hay incluso un “coqueteo con la pena de muerte como forma última del inconsciente colectivo, por citar a Charly García y a Jung, con su corte de cultivadores de la venganza como forma práctica del orden social”.

Es lo que Eugenio Zaffaroni define como la “criminología mediática”, totalmente desconectada de la científica, basada en prejuicios y funcional al poder. En *La cuestión criminal* (2012) el jurista explica: “La criminología mediática crea la realidad de un mundo de *personas decentes* frente a una masa de *criminales* identificada a través de estereotipos, que configuran un *ellos* separado del resto de la sociedad, por ser un conjunto de *diferentes y malos*. Los *ellos* de la criminología mediática molestan, impiden dormir con puertas y ventanas abiertas, perturban las vacaciones, amenazan a los niños, ensucian en todos lados y por eso deben ser separados de la sociedad, para dejarnos vivir

tranquilos, sin miedos, para *resolver todos nuestros problemas*. Para eso es necesario que la policía nos proteja de sus acechanzas perversas sin ningún obstáculo ni límite, porque *nosotros* somos limpios, puros, inmaculados” (p. 218-219). Esto se construye con “una creación de la realidad a

través de información, subinformación y desinformación en convergencia con prejuicios y creencias, basada en una etiología criminal simplista asentada en *causalidad mágica*” y orientada contra “chivos expiatorios” (p. 216).

-Hay una demonización de la “violencia” ejercida por actores colectivos en conflicto: sindicatos, movimientos sociales, organizaciones de trabajadores desocupados, el movimiento feminista, colectivos en lucha por derechos o por justicia, etc. De esto deriva una apología de la criminalización de la protesta y en muchos casos una exhortación directa a la represión estatal.

-Justamente, su contracara es la naturalización de la violencia represiva del Estado, que en muchos casos llega a la justificación del gatillo fácil policial. Cuánto tienen que ver los medios en esta pregunta que plantea el abogado especialista en violencia institucional Lucas Crisafulli, en su artículo ¿Por qué dispara un policía?, publicado en el portal *La Tinta*: “¿Es viable plantear un Nunca Más a la violencia institucional si hay vecinos que proponen el aniquilamiento del otro como mecanismo para controlar la inseguridad? ¿Es posible evitar que se repitan los casos de gatillo fácil cuando, en los grupos de WhatsApp, los vecinos piden que la policía intervenga con brutalidad? Si la defensa de la propiedad de algunos justifica la disminución del derecho a la vida de otros, parece difícil que el Nunca Más sea una meta a corto o mediano plazo”.

-A propósito del Nunca Más, en algunos casos se llega a la reivindicación del terrorismo de Estado. Aunque esto último en 40 años de democracia ha sido superado, cada tanto reaparece. En los medios o en personajes de la clase política, como la diputada Patricia de Ferraris y su Falcon verde para Juan Grabois, más celebrado que repudiado en las redes sociales.

-Aquí vale la pena detenernos en una representación, durante muchos años hegemónica, de la violencia política en la Argentina, que es la llamada teoría de los dos demonios: aquella idea de que en los años 70 fue tan violenta y criminal la izquierda revolucionaria como la derecha represora, un mito asociado a la idea de “guerra sucia” entre dos ejércitos desconectados de la sociedad civil. Ya sabemos: en el mismo prólogo del informe *Nunca Más* de la Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas (1984) se decía: “Durante la década del 70 la Argentina fue convulsionada por un terror que provenía tanto desde la extrema derecha como de la extrema izquierda” (p. 7).

Es una teoría tan falaz como eficaz, porque descontextualiza, personaliza, circunscribe la violencia sólo a las armas y reduce el conflicto político a una cuestión de contendientes presentes malos y sociedad excluida buena. Además, permite explicar con facilidad, porque da una versión simplista de un fenómeno de inmensa complejidad y múltiples determinaciones como es la violencia política.

Por eso tiene tanto anclaje en los medios hegemónicos, y también porque es hermana de una teoría fundacional para ese periodismo que se presenta como *objetivo* y *neutral*: la teoría de “las dos campanas”. La traigo a colación no sólo porque cada tanto vuelve, incluso como teoría oficial, a pesar de que Néstor Kirchner la derogó aquella tarde del 24 de marzo de 2004 en la Esma recuperada, sino sobre todo porque los medios hegemónicos suelen aplicar la matriz “dos demonios” a cualquier acontecimiento violento del que se pretenda ocultar su génesis social y política.

En esa lógica se inscribió el tratamiento mediático del motín de febrero de 2005 en la cárcel de Córdoba, resuelto de la peor forma por el Gobierno provincial, con el resultado de ocho muertos: cinco presos, dos empleados penitenciarios y un policía. En una entrevista con radio *Cadena 3*, el gobernador José Manuel De la Sota dijo entonces que los condenados a cadena perpetua sólo podían salir del penal “con los pies para adelante, cuando Dios se los lleve de este mundo” y que los derechos humanos eran “sólo para la gente honesta”. Recordemos también el

acuartelamiento policial que derivó en saqueos en diciembre de 2013, durante otra gestión delosotista. El combo se exportó a otras provincias y en todo el país hubo 18 muertos. ¿Quién se acuerda? ¿Quién pagó los costos? No hubo responsabilidades políticas. Para los medios más influyentes, fue cosa de “demonios”, en ambos casos.

-Incluso, para la “criminología mediática” ni siquiera son dos, sino un solo demonio: el marginado que delinque. Y peor si ya está preso. En ese tiempo, incluso durante lo de diciembre de 2013, ocurrieron intentos de linchamientos, que después serían consumados: el 11 de junio de 2015, José Luis Díaz, un chico de 23 años, intentó robar un celular en el barrio Quebrada de las Rosas. Un grupo de vecinos lo redujo y lo ató con alambres a un poste. Entre quince o veinte lo golpearon en la cabeza hasta dejarlo inerte. Murió en el hospital el 24 de junio. Me pregunto, ¿cuánto tiene que ver la representación mediática de hechos similares con la expresión “justicia por mano propia”?

25 años antes, el 16 de junio de 1990, el ingeniero Horacio Santos persiguió en auto a dos ladrones que le habían robado su pasacasete, les disparó y los mató. Los principales medios televisivos lo presentaron como “un justiciero”. Fue condenado a tres años de prisión en suspenso por “homicidio con exceso en la defensa”. Lo convirtieron en un ejemplo a seguir, incluso en manada. Insisto: ¿No estamos asistiendo a academias mediáticas de Salieris del Ingeniero Santos?

-Esa naturalización justificatoria de la violencia estatal –incluso de esa violencia digamos parapolicial espontánea– va de la mano de otra más acentuada y en última instancia más grave: la naturalización de la desigualdad social, que la invisibiliza y por supuesto también la justifica y defiende. Los medios son defensores de un estatus quo de injusticia al que presentan como “normal”.

-Un elemento clave ligado a esa construcción de normalidad es la ideología de la *meritocracia*, esa exaltación del esfuerzo, talento y en última instancia mérito individual vinculado al progreso, que funciona como piedra angular sustentadora de la justificación de la desigualdad, y con ella del punitivismo y la criminalización de la protesta. Por definición, la meritocracia es negadora de la política y de la historia.

## Medios productores de violencia

Todo lo anterior puede hacerse sin opinar, con la impostura de la presunta objetividad –en realidad, la ideología del objetivismo– que rige al discurso meramente informativo, lo que llamamos noticias.

Informativa, interpretativa y de opinión, son las tres modalidades discursivas del periodismo. En 1993, Horacio Verbitsky publicó *Hacer la Corte*, su investigación sobre las maniobras del Gobierno menemista para armar su Corte Suprema de “mayoría automática”. En el prólogo, Verbitsky planteaba: “Al Poder Ejecutivo no le molestan las opiniones políticas de la prensa sino la información que publica” (p. 14). Justamente, la opinión no valía nada porque el discurso único del neoliberalismo impedía, demonizaba o ridiculizaba cualquier intento de debatir modelos de sociedad. Sólo quedaba la investigación, con la que al menos se podía impedir que el daño cese y –ya mucho pedir– que algún funcionario corrupto o abusivo fuera preso. Entonces, en el mejor de los casos el debate público se abocaba al tema de la corrupción.

Era en muchas cuestiones una década parecida al tiempo que vivimos, pero mientras tanto transcurrió un tiempo de resurrección de la política, de una política conectada con la historia, con los derechos humanos y sociales, con la integración y emancipación latinoamericana. Al interior del periodismo, ese retorno de la política revitalizó los géneros de la opinión, y en definitiva el ejercicio de la crítica y el debate ideológico. La repolitización de la sociedad repolitizó también el discurso periodístico, como discurso social.

El problema es que hoy, en el viraje a la derecha de una parte importante de la sociedad, viraje que los propios medios de comunicación y sus periodistas estrella alientan día a día, esos géneros de la opinión no están orientados a la crítica del poder real, sino que están siendo utilizados como plataforma, luego ampliada por las redes sociales, para los discursos del odio, reaccionario, elitista, racista, misógino, homofóbico y transodiante, etcétera. Un discurs-

so de odio que es el umbral de la violencia física, pura y dura.

Creo que el punto de inflexión en ese viraje a la derecha fue 2008, con esa doble crisis bursátil internacional y el conflicto de la mesa de enlace agropatronal con el gobierno de Cristina Fernández a nivel nacional. En esa mesa, la pata no visible pero coordinadora y militante fueron los medios de comunicación hegemónicos, con atávica identidad ideológica con “el campo” e intereses económicos concretos como la organización de la ExpoAgro (y no tengo dudas que unos cuantos *pooles* de siembra). En ese contexto ya vimos manifestaciones de odio inéditas, reproducidas y viralizadas –como aquella pancarta: “No te vayas con Chávez. Andate, conchuda”– o directamente producidas por los medios.

En el libro titulado *La Babel del odio*, los sociólogos y artistas Roberto Jacoby y Syd Krochmalny (2021) relatan su proyecto *Diarios de odio*: “A partir de la habilitación de los foros en las versiones digitales de ambos medios (Clarín y La Nación), rastreamos (entre 2008 y 2015) discursos que demonizan a vastos sectores de la población como las mujeres, los partidos políticos mayoritarios, las clases populares en general y también a las minorías y miembros de una etnia, nación, religión, identidad de género, orientación sexual o cualquier otro sector designado de la sociedad, siempre caracterizados con adjetivos infamantes. Metáforas que tienen que ver con los excrementos, con insectos, con enfermedades mortales, con la erradicación, con la limpieza, con el gaseo, el ametrallamiento, el incendio, el blanqueo, como si del otro lado hubiera algo oscuro. Una discursividad política destinada a convertir personas en detritus; un lenguaje que se torna él mismo en basura” (p. 116 y 117).

Un estómago envidiable el de estos investigadores, que más adelante explican: “Diarios de odio fue el título obvio, el que describe exactamente el fenómeno de complementación entre las empresas periodísticas y los sentimientos más desorbitados y primitivos, difusos en la sociedad. En efecto, los discursos de odio se producen con la complicidad de los medios. Por una parte, los titulares de las noticias que publican suelen invitar tácitamente al comentario ignominioso en los foros. Los medios provocan deliberadamente una respuesta odiadora” (p. 118 y 119). “Por otra parte, los medios aparentan monitorear y moderar los foros”, y de ese modo justifican su “patrocinio legitimador de los discursos de odio” (p. 119).

De 2015 para esta parte hay que sumar una situación de crisis económica y social, derivada del macrismo, la pandemia, la especulación, la inflación y la falta de rumbo económico actual, que se convierte en caldo de cultivo para prejuicios y violencias cada día más explícitas. Como plantea Luis Ignacio García en el prólogo de ese libro, hoy los voceros de la reacción ni siquiera intentan sostener “una apariencia civilizada”, porque “ya no pueden ocultar su activa aceptación de formas de desigualdad radical y de violencia estructural” (p. 21). Y más adelante afirma: “La apología política de la violencia parapolicial (...) es un acto que no describe nada, sino que interviene en las condiciones de acción de nuestro presente, transformándolas de manera violenta. No es libertad de expresión, es incitación al delito” (p. 41 y 42). Y por lo tanto son enunciados performativos, violencia en acto.

En *La construcción del enano fascista – Los usos del odio como estrategia política en la Argentina*, el sociólogo Daniel Feierstein (2023) describe una serie de “prácticas que podrían categorizarse como iniciativas fascistas en la Argentina de hoy” (p. 65), entre ellas la “instigación a las microviolencias” (p. 78). “Uno de los elementos fundamentales de todo proyecto fascista se vincula con la instigación y la legitimación del ejercicio de la violencia por parte de importantes grupos de población, característica que diferencia al fascismo de otras experiencias autoritarias, en especial las dictaduras desmovilizadoras –sostiene el investigador–. En este sentido, puede identificarse un crecimiento de la instigación tanto mediático como incluso por parte de numerosos representantes políticos, en relación con el ejercicio de la justicia por mano propia, el uso de armas por parte de la población, los linchamientos populares o el gatillo fácil policial. El intento de asesinato de la vicepresidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, fue el punto de eclosión de un crescendo que había comenzado años antes con la utilización de horcas, bolsas mortuorias, guillotinas o llamados al fusilamiento o asesinato de los adversarios políticos, tanto en movilizaciones como en algunos medios de comunicación” (p. 78).

Más adelante, explica que esto se fue construyendo desde la década del 90, a través del procedimiento de la estigmatización, por entonces de los inmigrantes de países limítrofes y el movimiento de trabajadores desocupados. Y ya en la primera década de este siglo derivó en “el insulto abierto y denigratorio frente al adversario político, contra las políticas de género, los grupos caracterizados por su identidad sexual, las movilizaciones en distintos puntos del país, el movimiento piquetero, las organizaciones de desocupados, los grupos sindicales combativos, los inmigrantes limítrofes, los pueblos originarios, los estudiantes que tomaban escuelas o universidades, entre muchas otras fracciones”, que “se articulaba con un nacionalismo patrioter de consignas y banderas” (p. 96). “Se plantea ante todos los grupos estigmatizados la posibilidad del ejercicio de la violencia, por lo general justificada desde el combate a la corrupción, en peroratas que buscan una y otra vez movilizar a la denuncia, conminarla a actuar en vez de ayudarla a pensar, y que son sin duda relevantes a la hora de explicar la aparición de prácticas que eran casi inexistentes en la sociedad argentina, como los linchamientos públicos o la profusión de actos de venganza ‘en banda’ o por mano propia o los atentados y agresiones a figuras políticas” (p. 96 y 97), concluye Feierstein.

A modo de insalubre trabajo de campo, escuchemos un rato una columna de Alfredo Leuco, en *Radio Mitre*. Son verdaderas arengas con un nivel de violencia simbólica que clama por convertirse en violencia material. Su principal blanco ya sabemos quién es. El otro día se la agarró con Francisco, el papa, porque había denunciado eso mismo que denuncia Cristina Fernández, el *lawfare*, y para colmo a él se lo había explicado su amigo Eugenio Zaffaroni. Una diatriba furibunda que también incluía un reproche por no haber venido a la Argentina. Y yo pensaba: “No, que no venga. Lo van a estar esperando los copitos”.

Es más trágico que cómico. Lo terrible es que se ha reducido la brecha entre violencia discursiva y violencia material. En las usinas mediáticas del odio lo saben y militan para que se reduzca cada día más.

### **Cómo confrontar desde otros medios y otro periodismo**

Creo que volviendo a las fuentes, combinando compromiso político con rigor profesional, con honestidad intelectual, con información debidamente chequeada y significativa para la sociedad –sobre todo “aquello que alguien quiere que no se sepa” como escribió el mismo Verbitsky en otro prólogo–, con un mayor esfuerzo argumental y pedagógico, con asumir la dimensión ideológica sin complejos pero con ética y con mucho trabajo de búsqueda y diversidad de fuentes. Incluso las fuentes del poder, no para legitimarlas, sino para desenmascararlas. Y creo que en nuestro tiempo todo eso debe acompañarse de una indispensable tarea de desnaturalizar las violencias y desigualdades. Es difícil encontrar medios donde hacerlo, pero los hay. Incluso, se pueden escribir libros. Yo hace poco publiqué uno que se titula: *La violencia nació conmigo. Crónicas de vidas en conflicto* (2022). “La violencia nació conmigo”, es una frase del líder montonero Sabino Navarro, que aludía a lo que en aquellos años 70 los teóricos revolucionarios definían como “violencia estructural del sistema”, y que sigue existiendo aunque no se la nombre: injusticia social, miseria planificada, explotación y represión (p. 16).

A veces digo que he sido abducido por estas historias, como por un plato volador, pero más en serio digo que los periodistas deberíamos mirar a ciertas cuestiones como de cero, con una mirada *extraterrestre*, despojada de prenociones y del cepto de la normalidad establecida, una mirada que nos permita desnaturalizar esas cuestiones y también deconstruirnos a nosotros mismos, en lo individual y lo colectivo.

En una perspectiva más amplia, resulta interesante la propuesta del sociólogo Manuel Castells (2012) en el subcapítulo *Reprogramar las redes, recablear las mentes, cambiar el mundo*, de su libro *Comunicación y poder*, donde postula la necesidad de crear y fortalecer redes globales y locales de comunicadores sociales identificados con los movimientos que en distintos lugares del planeta apuestan al cambio social y la democracia: “Actuando sobre los códigos culturales que enmarcan la mente, los movimientos sociales ofrecen la posibilidad de crear otro mundo diferente, distinto de la reproducción de normas y disciplinas incorporadas en las instituciones de la sociedad. Aportando nueva información, nuevas prácticas y nuevos actores al sistema político, los insurgentes desafían la inevitabilidad de la política de siempre y regeneran las raíces de nuestra democracia en ciernes” (p. 530). “Todos

estos procesos de cambio social, en valores y en política, han encontrado una importante palanca en los medios que ofrecen las redes de autocomunicación de masas” (p. 532), destaca Castells.

En ese escenario, es posible recuperar un periodismo comprometido con los derechos humanos, la ética y la verdad. En 1986 –todavía en vigencia de la llamada *guerra fría*–, Mario Benedetti escribió un artículo titulado *Maniobras y mecanismos de desinformación*, un inventario de gran claridad y vigencia para detectar las manipulaciones informativas del poder mediático, que vale la pena revisitar. Pero quiero rescatar lo que al final nos recomienda a los comunicadores sociales y periodistas identificados con las luchas populares: “Si verdaderamente existe alguna fórmula para combatir las maniobras y los mecanismos de la derecha desinformadora, es convencer a la opinión pública nacional e internacional de que nuestra información es verídica y que la ética que proclamamos como requisito esencial para la implantación de la justicia social, también incluye a nuestros informadores. Esa historia que desfiguran y esconden los dueños del poder informativo, debe ser contada por nosotros con toda su expuesta verdad, con toda la fuerza de lo real, con las luces y las sombras que forman parte de la vida de los pueblos”.

Este texto tiene casi la edad de nuestra democracia. A cuatro décadas de su recuperación, los medios y periodistas alternativos, contrahegemónicos y/o comunitarios –y con ellos la universidad pública, en su doble rol de formadora de comunicadores sociales y gestora de investigaciones y debates en torno al tema– deben (debemos) asumir el renovado desafío de desnaturalizar las violencias y desigualdades y anteponer, a los discursos antidemocráticos del poder y sus socios y voceros mediáticos, una comunicación social ética, rigurosa, pluralista y con perspectiva de derechos humanos.

## Bibliografía

Arrueta, C. (2013), *La línea editorial como estrategia de demarcación de zonas periodísticas. El caso de un diario conservador de Jujuy (Argentina)*, Revista Brasileira de História da Mídia. Vol. 2. N° 2. Disponible en: <http://www.ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/4120/2437>.

Benedetti, M. (1986), *Maniobras y mecanismos de desinformación*, Mendoza y Córdoba, Argentina, Alternativa Latinoamericana (N° 4).

Castells, M. (2012), *Comunicación y poder*, México, Siglo XXI.

Crisafulli, L. (10 de abril de 2023), *¿Por qué dispara un policía?*, Córdoba, La Tinta. Disponible en: <https://latinta.com.ar/2023/04/por-que-dispara-policia/>

Feierstein, D. (2023), *La construcción del enano fascista. Los usos del odio como estrategia política en la Argentina*, Buenos Aires, Siglo XXI – Clave Intelectual.

García, L. (2021), *Políticas de la lengua en el frente antifascista*, en *La Babel del odio*, Buenos Aires, Biblioteca Nacional.

González, H. (11 de marzo de 2014), *Premios y castigos*, Buenos Aires, Página 12. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-241558-2014-03-11.html>

Jacoby, R. y Krochmalny, S. (2021), *La hoguera digital. De los discursos del odio a la hostilidad global abierta*, en *La Babel del odio*, Buenos Aires, Biblioteca Nacional.

Oliva, A. (2022), *La violencia nació conmigo. Crónicas de vidas en conflicto*, Córdoba, Ediciones Recovecos.

Verbitsky, H. (1993), *Hacer la Corte. La construcción de un poder absoluto sin justicia ni control*, Buenos Aires, Planeta.

Zaffaroni, E. (2012), *La Cuestión Criminal*, Buenos Aires, Planeta.

# Documental Bosque de la Memoria: la comunicación audiovisual como herramienta para la memoria colectiva

Tomas, Luis Alejandro

luisalejandrotomas@gmail.com

Godoy, Oriana Aylén

oriayleng@gmail.com

García Baca, Paloma Rocío

palogarcia2@gmail.com

**Universidad Nacional de San Juan**

## Resumen

El presente trabajo describe el proceso técnico, político, histórico y comunicacional de la realización del primer largometraje de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNSJ sobre el espacio denominado: Bosque de la Memoria. Pretendemos aquí profundizar sobre la historia detrás de este espacio de memoria y qué desembocó en la necesidad de producir la pieza audiovisual.

Este trabajo está guiado conceptualmente por la Comunicación como Derecho Humano y el propósito es analizar la dimensión comunicacional de este proyecto, entendiendo a la comunicación audiovisual como herramienta clave para la memoria colectiva.

El Bosque de la Memoria fue creado el 30 de agosto de 1995 y el objetivo fue plantar un árbol por cada uno de los desaparecidos durante el Proceso Cívico Militar en San Juan. Actualmente, este espacio se encuentra en estado crítico y la esta situación llevó a las nuevas autoridades de la institución a elevar un proyecto de “puesta en valor” para potenciar el lugar desde lo Histórico/político, Arquitectónico/Paisajístico y Educativo/interactivo.

En este contexto, esta propuesta tiene por objetivo analizar la dimensión comunicacional del proyecto macro y concretamente la iniciativa del documental. Creemos pertinente poner en común el desafío de narrar una pieza con la historia del bosque, su coyuntura histórico-política, el rol del neoliberalismo y su misión de invisibilizar sistemáticamente estos relatos en plena democracia argentina.

Ver documental

## Introducción

El proyecto integral del Bosque de la Memoria y la ejecución del documental, tienen sede en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Juan (en adelante UNSJ).

La Universidad fue creada en 1973 a partir de la sanción de la Ley 20.367 y actualmente cuenta con cinco facultades, una escuela universitaria de la salud y tres institutos preuniversitarios. El rectorado de la universidad está ubicado en la capital provincial, mientras que la Facultad de Ciencias Sociales se ubica en el departamento de Rivadavia, que integra el llamado “Gran San Juan” compuesto por los cinco departamentos más poblados de la provincia. Los antecedentes de nuestra facultad se remontan a 1956, cuando comenzó a funcionar la Escuela de

Periodismo. Unos años después, ésta se convirtió en el Instituto Superior de Ciencias de la Comunicación y, junto con el Instituto Superior del Magisterio Domingo Faustino Sarmiento, pasó a formar parte de la Facultad de Humanidades, en el seno de la Universidad Provincial Domingo Faustino Sarmiento. Luego de la creación de la UNSJ, entre 1974 y 1976 se sumó y adaptó a esta universidad la Facultad de Humanidades, que pasó a ser Facultad de Ciencias Sociales. Algunos años más tarde, a través del trabajo de recuperación histórica, se instituyó oficialmente el 11 de agosto de 1964 como fecha de creación de la Facultad de Ciencias Sociales (Resolución 0063/CD-2019.-).

El documental sobre el “Bosque de la Memoria”, es un cortometraje guionado, producido, filmado y editado en diciembre del 2022 por realizadores/as sanjuaninos/as y financiado por la Secretaría de Extensión y la Dirección de Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNSJ.

La pieza narra la historia de cinco personas, ex empleados/as de la institución, que en 1995, bajo su propia iniciativa y voluntad, crearon en las inmediaciones de la Facultad un bosque para la memoria de las personas detenidas-desaparecidas en la última dictadura cívico militar en San Juan. Allí se colocó un árbol y una placa para cada compañero/a desaparecido/a. Quienes impulsaron la idea de realizar este homenaje fueron Margarita Camus, Alicia Russo, Carlos Rodríguez, Cristina De Sanctis; gestores/as de la propuesta inicial y protagonistas del documental.

En el año 2021, la UNSJ atravesó un proceso eleccionario que cambió la gestión de toda la universidad, como sucede periódicamente. Por su parte, en Sociales, asumió como decano el Dr. Marcelo Lucero junto con la vicedecana CPN. María del Carmen Zorrilla. Con el cambio en la administración también se transformó la estructura orgánica de la Facultad y se creó una Dirección de Comunicación. Fue desde esta área que se propuso la realización del documental como una herramienta capaz de reconstruir la memoria colectiva de la Facultad. La creación de este nuevo espacio dedicado específicamente a lo comunicacional fue una apuesta institucional y política que permitió poner en valor la comunicación como dimensión clave en los procesos políticos.

En primera instancia, la Dirección se planteó como objetivo general establecer procesos comunicacionales que permitan: el acceso a la información; instancias de diálogo y participación; y acciones que garanticen la pertenencia y apropiación por parte de todos los/as miembros de la comunidad de la Facultad de Ciencias Sociales. Tal y como plantea Diego Rossi (2006), la idea de acceso y participación son claves para garantizar la democratización de la comunicación. Este aspecto se profundiza aún más si consideramos que se trata de un órgano que se desempeña al interior de un estamento de la universidad pública.

Desde su puesta en funcionamiento, la Dirección busca habilitar procesos comunicacionales que fortalezcan la identidad de todos los integrantes de la comunidad educativa. En este mismo sentido se orienta el documental puesto que, parte fundamental de la consolidación de la identidad, es la recuperación de la memoria histórica. Por eso, ésta repartición busca implementar el ejercicio de la comunicación más allá de la llamada “prensa”; se propone no sólo informar sino generar las condiciones para la participación, el diálogo y el acceso, que son, en fin, elementos cruciales para pensar la comunicación como un derecho humano.

## **Marco teórico**

Esta ponencia se posiciona epistémica y teóricamente en la noción de Comunicación como derecho humano; el acceso y participación como instrumentos bases para garantizar tal derecho, como también en el estudio de las Políticas Nacionales y Regionales de Comunicación. Esta postura conceptual nos permite mirar el proceso histórico, político y comunicacional del documental, como una herramienta clave de memoria y no como una mera pieza audiovisual con sus propias instancias de circulación, producción y sus rutinas productivas.

Luego de que el derecho a la comunicación y a la información atravesara diferentes etapas a lo largo de los años, es en 1948 que en la Declaración Universal de los Derechos Humanos queda asentado en su artículo 19 la idea de Derecho a la información. De esta manera,

*“se llega a un estadio novedoso para las sociedades modernas en el cual la información deja de ser potestad del Estado, de los empresarios periodísticos o, inclusive, de los propios periodistas, para convertirse en un derecho humano, cuyo titular es el público” (De Charras, Lozano y Rossi, 2013, p.21)*

En este sentido, el derecho a la comunicación queda estrechamente vinculado con otros principios “considerados como inherentes a la personalidad del hombre” (De Charras, Lozano y Rossi, 2013, p.21). Pero la importancia de concebir a la comunicación como un derecho no queda ahí. Entenderla como derecho humano implica mirar los procesos comunicacionales también como habilitadores de otros derechos. En una sociedad hipermediatizada la información es poder y el acceso a ella garantiza el camino a otros derechos universales tales como la vivienda, el trabajo o la educación.

Aquí radica la importancia de que los estados garanticen espacios que promuevan y legislen un ecosistema de medios plural y diverso, ya que nos referimos directamente a garantizar el sistema democrático.

Esta nueva mirada de la comunicación también resalta el rol de los medios públicos estatales, como es el caso de los canales y plataformas universitarias, quienes cumplen una función irremplazable “a la hora de asegurar principios como el pluralismo, la alta calidad y la producción de contenidos articulados con las necesidades educativas, culturales y sociales de la población (De Charras, Lozano y Rossi, 2013, p.22).

La sistematización de D. Rossi en 2006 sobre los conceptos de acceso y participación son claves para este trabajo. El autor entiende estas nociones como instancias necesarias para garantizar dicha democratización de la comunicación y, por ende, del sistema democrático. En este marco el acceso cuenta con dos niveles: el de la elección del material y el de la retroacción, mientras que la participación, puede analizarse según la intervención de la población en la producción de los mensajes, la intervención en la toma de decisiones, y por último, la contribución para la formulación de planes y políticas de comunicación masiva (Rossi, 2006, p.3).

Esta idea de acceso y participación como indicadores que garantizan el grado de democratización en la comunicación, brindan una guía clara para analizar procesos sobre cómo gestionar políticas públicas comunicacionales que pretenden afirmar las democracias.

Es en esta línea de garantías y regulación, comprender la noción de Políticas Nacionales y Regionales de la Comunicación es fundamental para este trabajo. Antes de adentrarnos en el campo específico de la comunicación y la cultura, es importante comprender de qué hablamos cuando nos referimos a “políticas”.

Siguiendo a O. Oszlak y G. O'Donnell (1995), entendemos las políticas públicas como el conjunto de acciones u omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado en relación a una cuestión, que concita el interés, la atención y movilización de otros actores del tejido social. Constituye un importante aporte a partir de la concepción de las políticas públicas como “proceso” porque implica pensar al Estado y a los agentes “en movimiento” y no descontextualizados.

En el plano del campo de la comunicación, el autor español Enrique Bustamante (2003), define a las políticas culturales y de comunicación como “las acciones u omisiones de las instancias estatales de todo tipo que, de acuerdo a las concepciones, y legitimaciones de cada sociedad y cada tiempo histórico, determinan u orientan los destinos de la creación, producción, difusión y consumo de productos culturales y comunicativos” (Bustamante, 2003, 34).

Este concepto es fundamental para analizar el documental en cuestión como parte de un conjunto de acciones (u omisiones), en este caso, de una institución universitaria. Pensar políticas comunicacionales en contextos universitarios nos permite comprender el grado de pluralidad que se pretende en contextos de educación pública.

Estos tres ejes conceptuales nos brindarán las herramientas necesarias para describir una política comunicacional universitaria en contextos de hipermediatización y en medio del auge del fortalecimiento de las áreas de comuni-

cación y prensa en este tipo de instituciones, como es el caso de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNSJ.

## Aspectos metodológicos

Este trabajo responde a un breve diseño descriptivo ya que tiene el propósito de presentar una serie de lineamientos sobre el proyecto del Bosque de la Memoria y su relación con la perspectiva de comunicación como derecho humano.

Los objetivos que nos proponemos son:

- Describir el proyecto Bosque de la Memoria y la creación de su documental.
- Analizar la dimensión comunicacional del proyecto como una política universitaria de comunicación.
- Analizar el Proyecto Bosque de la Memoria en el marco de la comunicación como derecho humano y sus grados de acceso y participación.

Objetivo 1: Para describir el proyecto Bosque de la Memoria y la creación de su documental trabajaremos con documentación oficial, tales como resoluciones y artículos periodísticos e institucionales.

Objetivo 2: Para analizar la dimensión comunicacional del proyecto como una política universitaria de comunicación, pondremos en relación los conceptos de Políticas Nacionales y Regionales de Comunicación con la propuesta del plan de trabajo de la Dirección de Comunicación

Objetivo 3: Para analizar el Proyecto Bosque de la Memoria en el marco de la comunicación como derecho humano y sus grados de acceso y participación, por un lado pondremos en relación los conceptos claves del marco teórico con los documentos oficiales que configuran el espacio de memoria como tal, como por el otro, el documental y su propósito de dar voz a personajes históricamente invisibilizados.

## Análisis

### a. Bosque de la Memoria: una mirada en perspectiva

El llamado Proceso de Reorganización Nacional se estableció en nuestro país desde 1976 hasta 1983. Sin embargo, el retorno a la democracia se dio de manera paulatina en una sociedad que, de a poco, encaraba una nueva etapa de su historia con los resabios de las políticas de la dictadura y el terrorismo de Estado.

Durante el gobierno de facto, la Universidad Nacional de San Juan fue “intervenida” militarmente como muchas universidades a lo largo y ancho de Argentina. Nuestra facultad fue un blanco particular ya que, como es de público conocimiento, las Ciencias Sociales eran consideradas particularmente subversivas y peligrosas. La Biblioteca Central de la Facultad de Ciencias Sociales fue centro de uno de los sucesos de aquel período inconstitucional cuando se llevaron libros para quemarlos. También, fue clausurada durante dos años la inscripción a la Licenciatura en Sociología, que ya contaba con una extensa trayectoria.

Luego de ese contexto, y con la progresiva reconstrucción del pacto democrático, es que un grupo de trabajadores nodocentes de la Facultad de Ciencias Sociales puso en marcha el proyecto del Bosque de la Memoria. La idea surgió de la agrupación llamada 26 de noviembre, nombre otorgado en honor al día del trabajador nodocente. Cuentan los testimonios que Carlos Rodríguez fue el primero en proponer la idea. A él se le sumaron Margarita Camus, Alicia Russo y Cristina De Sanctis, entre otros compañeros que emprendieron la tarea de llevar a cabo el Bosque. Todas sus voces recoge el documental.

En aquel momento, el grupo comenzó una investigación de los/as desaparecidos/as y posteriormente la agrupaci-

ón presentó el proyecto al Consejo Directivo donde fue aprobado con apoyo del entonces decano, Carlos Yanzón. Una vez garantizado el apoyo institucional, procedieron con el proyecto. Cristina de Sanctis, de profesión arquitecta, fue quién bosquejó el diseño arquitectónico. Luego, entre todos/as y de manera rudimentaria, buscaron los árboles, eligieron las especies, se encargaron de su plantación y mantenimiento. Así, sábado tras sábado, con la creación del bosque se fue congregando un grupo que conformó una pequeña comunidad vinculada política y afectivamente.

La necesidad del Bosque también surgió debido a que muchas personas no contaban con un lugar donde recordar a sus familiares desaparecidos/as. Por eso, para sus fundadores/as, el árbol buscaba significar y reivindicar la vida y trayectoria de aquellos/as que ya no estaban. El acto inaugural fue en 1995. Con el tiempo, los familiares fueron apropiándose del espacio y concurrían los fines de semana a visitar a sus desaparecidos/as. El bosque constituyó el primer bosque de la memoria de todo el país.

Cuando cambiaron las autoridades de la Facultad de Sociales, quienes habían construido ese espacio de memoria comenzaron a ver consecuencias. Incluso, algunos/as fueron trasladados a puestos en otras disposiciones de la universidad (como por ejemplo al Departamento de Asistencia Médico Social Universitario o la Facultad de Ingeniería) para evitar más manifestaciones de este tipo. La Facultad fue enrejada y cerrada al paso de los transeúntes, lo que, además, creó una barrera para cualquiera que quisiera visitar el Bosque que antes era de acceso público.

Fue así que se abrieron paso el olvido, la falta de comunicación, el silenciamiento y el abandono que persistieron durante años. Desde entonces, se sucedieron gestiones que, por omisión, no actuaron por el mantenimiento del bosque, dejaron que los árboles fueran descuidados, las placas se arruinaran y, con el pasar de los años, los y las estudiantes desconocieron el valor histórico y político del lugar. Al día de hoy, el alumnado desconoce que se trata de un homenaje a desaparecidos de la dictadura.

La acción e intervención de la nueva gestión de la Facultad de Ciencias Sociales en relación al Bosque de la Memoria no solamente quedó en la realización del documental. El estado crítico en el que se encontraba el Bosque llevó a las autoridades de la Facultad a elevar un proyecto de revalorización del mismo. Actualmente, la “puesta en valor” del Bosque ya está en marcha.

## **b. Puesta en valor del Bosque de la memoria**

Frente a la “omisión” (en términos de Oszlak y O’Donnell) de intervención política en el Bosque de la memoria, tanto en su dimensión simbólica como estructural, en el año 2021 asumieron nuevas autoridades en la Facultad de Ciencias Sociales quienes sí ponderan la puesta en valor de éste lugar como “acción” prioritaria de gestión. En este marco, se recupera la ordenanza de creación (Res. 075/CD-95) y después de 28 años de su creación y más de 20 años de olvido y deterioro, la institución propone financiar una propuesta de recuperación del bosque (Res. 129/CD-21). Asimismo, comienza a gestarse la idea de contar en primera persona la génesis de este espacio tan importante para San Juan con un largometraje.

El nuevo proyecto comenzó su ejecución desde una mirada integral e interdisciplinaria. Lo primero, porque se contempló tanto la dimensión simbólica como la estructural, ambas como partes de un todo. Y en segundo término, porque se compone de tres etapas en las que intervienen agentes e instituciones de diferentes sectores tales como:

- Docentes, investigadores, nodocentes y ex personal de la Universidad Nacional de San Juan y de la Facultad de Ciencias Sociales
- Las Secretarías de Extensión de la Universidad Nacional de San Juan y de la Facultad de Ciencias Sociales.

- La Secretaría de Estado de Ciencia, Tecnología e Innovación, la Secretaría de Estado de Ambiente y Desarrollo Sustentable, y la Dirección de Promoción y Protección de Derechos Humanos, todas pertenecientes al Gobierno de la Provincia de San Juan.
- La Municipalidad de Rivadavia a través del Área de Medio Ambiente.
- La Secretaría de Derechos Humanos del Ministerio de Justicia de la Nación.
- Vecinos y organizaciones aledañas al predio de la Facultad de Ciencias Sociales.

El proyecto se configuró a través de 3 ejes:

### **1. Histórico/político.**

Se conformó un equipo ad hoc que trabajó en conjunto con los gestores de aquel proyecto de 1995 en las que se:

- Recuperó y reconstruyó el Estado de Situación del proyecto del “Bosque de la Memoria - FACSO (Res. 075/CD-95)”.
- Recopiló material bibliográfico y documentos oficiales.
- Recopiló archivos fotográficos y audiovisuales.
- Reconfiguró el listado definitivo de desaparecidos/as con datos biográficos certeros.
- Realizaron entrevistas y encuentros informales con creadores del proyecto anterior.
- Realizó el primer cortometraje de la institución con las voces de dichos protagonistas.

### **2.Arquitectónico/paisajístico**

Esta etapa consiste en la remodelación estructural del Bosque, la que implica trabajos de erradicación de árboles, movimientos de suelo, diseño y planificación de un nuevo proyecto arquitectónico que contempla iluminación, sistema de riego, nuevas placas identificatorias y propuestas pedagógicas e históricas.

A través de un concurso público que se realizó en conjunto con la Secretaría de Estado de Ciencias, Tecnología e Innovación, esta fase actualmente se encuentra en estado de ejecución por un grupo interdisciplinario compuesto de artistas, diseñadores, ingenieros agrónomos, músicos y comunicadores.

### **3. Educativo/interactivo: narrativas digitales e interactivas.**

A través de la propuesta del grupo interdisciplinario ganador y con el financiamiento de la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Sociales, comenzará esta etapa en el año 2024 en la que se propone mantener viva la memoria a través de narrativas transmedia y experiencias educativas interactivas.

#### **c. El documental “Bosque de la Memoria” (2023)**

En diciembre de 2022 comienza a rodarse lo que sería el primer largometraje producido y financiado por la Facultad de Ciencias Sociales. Este hecho se convierte en histórico no solo por la apuesta de realizar una pieza audiovisual, sino porque con este film se reivindica a los/as creadores/as del Bosque de la Memoria frente a una política de omisión durante más de 25 años.

El documental se estrenó el 24 de marzo de 2023 por el canal Universitario Xama, perteneciente a la UNSJ y al mes por el canal oficial de YouTube de la facultad. Además fue promocionado por Radio Universidad 93.1, los canales

oficiales de la institución y se proyectó con estudiantes de todas las carreras de Sociales.

Uno de los hitos más importantes de este recorrido de memoria, fue la selección del documental para participar del III Foro Mundial de los Derechos Humanos que se realizó del 20 al 23 de marzo de 2023 en la Ciudad de Buenos Aires. En ese marco, el largometraje tuvo un preestreno histórico en uno de los lugares más simbólicos de la Argentina, como lo es la sala del Archivo Nacional de la Memoria de la Ex ESMA.

Otro de los aspectos a destacar, fue que los protagonistas participaron no sólo del guión, sino también en la configuración del concurso de revalorización del bosque.

Luego de meses de producción y conversaciones previas, el audiovisual logró sintetizar tres grandes momentos:

- - Por un lado, recuperar la historia de los/as desaparecidos/as en San Juan, descentralizando el relato porteño centrista.
- - Reconocer a los/as gestores/as a través de un espacio en el que pudieron narrar sus vivencias a lo largo de años de invisibilización.
- - Conectar a las nuevas generaciones con lo que sucedió en la provincia y poner en escena nuevamente el bosque ya que, tras el abandono y con escasa información, los/as estudiantes perdieron el rastro de la relevancia de ese espacio.

#### **d. La comunicación audiovisual como clave para la memoria**

El proyecto integral de “Puesta en valor” del Bosque de la Memoria consiste en una acción política institucional que tiene un doble valor simbólico. En primer lugar, porque como gestión macro la propuesta toma cartas en el asunto directamente sobre los derechos humanos, en el caso particular del trabajo colectivo de memoria en relación con los crímenes de lesa humanidad.

Y en segundo lugar, porque a través de una de sus acciones; como lo es el audiovisual, se vincula estrechamente con la acción de garantizar la comunicación como derecho humano. Esto último en relación con la intención de generar las condiciones para dar voz y pluralidad en una institución.

Como venimos mencionando, frente a la omisión e inacción de los procesos administrativos anteriores (con sus intereses histórico-políticos bien definidos), tanto la creación y el financiamiento de la Dirección de Comunicación (DIRCOM), como la producción del largometraje responden a lo que Bustamante (2003) define como aquella instancia en la que se orientan creaciones de productos culturales y comunicativos. En este sentido y en línea con Oszlak y O'Donnell (1995), la facultad interviene en relación a una cuestión que considera de interés social, a los fines de brindar respuesta a los agentes sociales, gestionando recursos para concretar una política pública, en este caso de comunicación y cultura.

Otro de los aspectos más importantes del análisis de esta política, es su vinculación teórica con la sistematización de Rossi (2006) sobre acceso y participación como instancias claves para garantizar la democratización de la comunicación.

En este marco, inferimos que estos indicadores se pueden observar a lo largo de toda la planificación. No sólo en relación con los objetivos de la DIRCOM, los cuales propician estas instancias como ejes constitutivos de su plan estratégico, sino en las acciones concretas de ponderar y dar voz a agentes que estuvieron históricamente invisibilizados.

Además de garantizar el acceso, en cuanto a la creación y sistematización de los canales y vías de comunicación de toda la facultad, podemos observar que la institución da lugar a la participación de otros sujetos por fuera de

la administración.

Es la comunidad universitaria la que interviene en la producción de mensajes y son los/as protagonistas quienes inciden directamente en el guión de la pieza audiovisual. Además, como mencionamos en el apartado anterior, los/as agentes sociales participaron en la configuración de las bases y condiciones de la puesta en valor simbólica y estructural del Bosque.

Aquí podemos observar que los/as gestores/as del proyecto tomaron decisiones, tal cual propone Rossi (2006), como también contribuyeron en “la formulación de planes y políticas de comunicación masiva” (Rossi, 2006, p.3).

## **Conclusiones y reflexiones**

Luego del recorrido histórico-político por el proyecto de revalorización del Bosque de la Memoria y su parte audiovisual, consideramos reflexionar sobre seis aspectos claves que nos permiten sintetizar el trabajo y pensar a futuro nuevas estrategias en el marco de las políticas comunicacionales en instituciones universitarias:

En primer lugar, la importancia de la creación y financiamiento de una Dirección de Comunicación para la garantía de políticas comunicacionales plurales, como es el caso de la revalorización de los Derechos Humanos en la provincia y en el país.

En segundo lugar, la mirada de la comunicación como derecho humano para pensar planes estratégicos institucionales más allá de áreas de prensa operativas a la administración político-partidario.

En tercer lugar, la aplicación de los conceptos de acceso y participación como ejes constitutivos para garantizar prácticas reales de comunicación con perspectivas de derechos humanos.

En cuarto lugar, comprender el audiovisual como una herramienta clave para los procesos de memoria colectiva. En un contexto de convergencia tecnológica y cultural, afirmamos que el uso de recursos de divulgación no académicas, cumplen un rol fundamental en materia de alcance a las juventudes y a los sectores por fuera de los márgenes universitarios.

En quinto lugar, este trabajo nos invita a reflexionar sobre la importancia de generar condiciones que garanticen los sistemas democráticos más allá de los 41 años que Argentina lleva en democracia. Quedó en evidencia que el neoliberalismo y su radicación en la universidad, puede ejercer poder en detrimento de los derechos humanos en plena democracia.

En sexto lugar y como última reflexión, creemos pertinente sostener que estos trabajos sobre derechos humanos y políticas comunicacionales que intentan fomentar los mismos, son el comienzo de un gran paso que debemos dar como universidad. Las áreas de comunicación en instituciones académicas son aún incipientes y en el caso particular de la DIRCOM se encuentra en una etapa de formación con más errores que aciertos.

De todas maneras, consideramos que este caso específico puede funcionar como herramienta de fomento para otras instituciones, aún cuando quedan muchos debates por dar y mucho camino por andar.

## **Bibliografía**

Bustamante, Enrique. (Coord) 2003. Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital. Gedisa, Barcelona.

Bolcatto, A. (2007). Documental social y Reflexividad: notas sobre sus vínculos en la producción documental argentina contemporánea. XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Guadalajara

Canales, R. & Herrera, C. (2020). Acceso, democracia y comunidades virtuales. Apropiación de tecnologías digitales desde el Cono Sur. Universidad de los Lagos, Chile.

De Charras, D. (2012). Democratizar la Comunicación Audiovisual en Argentina: una carrera de obstáculos. Revista Sociedad.

De Charras, D; Lozano, L; Rossi, D. (2013) Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación. La Crujía Editorial.

Loreti, D. y Lozano L. (2014). El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas. Buenos Aires: Ed. Siglo XXI.

Loreti, D. y Lozano L. (2012). El rol del estado como garante del derecho humano a la comunicación. Revista Derecho Público. Año I N°1. Ediciones Infojus, p 29. Id SAIJ: DACF120060

Monje, D. (2013). Tesis Doctoral "Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007". Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/26307/Documento\\_completo.pdf?se quence=6](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/26307/Documento_completo.pdf?se quence=6)

Oszlak, O.; O'Donnell, G. (1995). Estado y políticas estatales en América Latina hacia una estrategia de investigación. Redes, vol. 2, núm. 4, 1995, pp.

99-128, Universidad Nacional de Quilmes. Documento disponible en pdf en <http://politicayplanificacionsocial.sociales.uba.ar/files/2012/04/04.05.-DossierEstado-y-politicas-estatales-en-America-Latina1.pdf>. Consultado febrero 2014.

Rossi, D., (2016). Acceso y participación; el desafío digital entre la garantía de derechos y la restauración desreguladora. Universidad Nacional de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.

Rossi, D. (2006). Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política, condicionamientos de los conglomerados. Facultad de Ciencias Sociales U.B.A., marzo de 2006. En <http://catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos.html>

**MESA 19**

# Políticas Públicas acceso a la información derecho y comunicación

# Panorama comparativo de las perspectivas de estudio de los reguladores de la comunicación

Iván Gustavo Lello  
iglello@gmail.com

UNJU

## Resumen

Los reguladores de la comunicación como objeto de estudio en el campo comunicacional han tenido escasos cultores. Esto se evidencia en la literatura académica sobre el tema. Este trabajo se propone revisar los enfoques disciplinares, teóricos y metodológicos a partir de los cuáles se abordó a los entes reguladores de la comunicación en estudios recientes, tanto en América Latina como en Europa.

La convergencia y el despliegue de las plataformas globales han reabierto viejos debates e introducido nuevos tópicos, que están siendo considerados -especialmente- desde el derecho y la ingeniería.

El repaso de artículos publicados en revistas y documentos producidos por o para organismos internacionales, muestra la diversidad de perspectivas y enfoques, como así también trasluce las posiciones adoptadas en torno a dimensiones como el Estado, el mercado, los derechos humanos, y la misma función de la regulación.

Con la intención de tener un estado de la cuestión, este trabajo también muestra la necesidad de ampliar el estudio sobre una cuestión que tiene indudable centralidad en el campo político, la vida diaria de la ciudadanía y la comunicología.

## Introducción

¿Cómo se ha problematizado la cuestión de los reguladores de la comunicación en los últimos diez años en América Latina y Europa? ¿Cuáles fueron las principales directrices de esa reflexión en el campo comunicacional.

El proceso de convergencia inauguró una etapa de cambios en el sector de las comunicaciones, profundizando viejos problemas -concentración empresarial y los derechos culturales, entre otros- al tiempo que se abrieron nuevos desafíos para las políticas de comunicación.

Encuadrados en el paradigma de los derechos humanos internacionalmente reconocidos y/o en los compromisos comerciales supranacionales adoptados por los Estados -OCDE, Tratados de Libre Comercio de las Américas, Organización Internacional de Telecomunicaciones- los debates muestran la complejidad del tema y una variedad de perspectivas de análisis.

En este trabajo presentamos diferentes perspectivas de estudio de los reguladores de la comunicación predominantes en los análisis contemporáneos de habla hispana a partir de un estudio bibliográfico y documental. En la ponencia se utiliza de forma indistinta los términos entes reguladores, reguladores o agencias reguladoras, para aludir a la misma institución.

## Método

El trabajo se realizó a partir de fuentes documentales. Recurriendo a los buscadores académicos Redalyc, SciELO y Academia.edu, se recopilaron trabajos publicados en revistas científicas y documentos de organismos internacionales de relevancia publicados entre 2011 y 2021. Este recorte temporal apuntó a obtener resultados de búsqueda actualizados, que reflejaran los abordajes contemporáneos.

La muestra está constituida por nueve artículos publicados en revistas especializadas y cinco documentos elaborados por encargo de organismos internacionales. El material se obtuvo de buscadores académicos como resultado de palabras claves: reguladores de la comunicación y variantes. Un dato interesante es la escasa literatura que, sobre esta problemática, existe en Argentina.

El criterio de análisis del corpus fue identificar las principales perspectivas adoptadas para abordar la cuestión, y sus principales principios. Se realizó una síntesis de cada texto tamizando los datos pertinentes para el presente estudio.

## Resultados

El primer resultado es la dispersión de perspectivas teóricas y metodológicas aplicadas al estudio de los reguladores de la comunicación. Sobresalen los análisis normativos, los encuadrados en políticas nacionales de comunicación, los jurídicos-administrativos, los estructural-organizacional, los funcional-institucionalistas. Pero hay estudios sincrónicos y diacrónicos; macropolíticos y los circunscritos al regulador; los enfocados en el diseño institucional y los que reflexionan sobre la naturaleza de estos organismos en la estructura del Estado. En cuanto a la metodología, la estrategia comparativa es predominante.

Los estudios también tienen anclaje en categorías centrales diferentes: la convergencia es tal vez una transversal en los estudios más recientes; el mercado para los que se basan en los acuerdos comerciales supranacionales suscritos por diferentes países; los tratados de derechos humanos y las políticas nacionales de comunicación como condición para garantizar ciertos valores de la vida democrática.

La regulación de la comunicación interpela la reflexión sobre el rol del Estado y de la regulación misma; e invita a pensar el vínculo entre comunicación y mercado, entre las instancias supranacionales y el derecho interno; a identificar la relación entre lógica empresarial, competencia y derecho a la comunicación.

Para algunos autores, la regulación debe servir exclusivamente para garantizar ciertas condiciones que no pueden alcanzarse (aún) por el solo juego de los actores en el mercado, con lo cual se introduce una concepción del Estado (Bustillo, 2011; Baptista, 2012; entre ellos). Para otros, debe evitarse la concentración, fomentar la competencia y garantizar el derecho a la comunicación, por lo tanto, el Estado debe hacer uso de su capacidad para fijar políticas regulatorias (Califano, 2018, 2017; Becerra y Mastrini, 2019).

La dinámica de la convergencia es otro anclaje de la discusión. Abrió debates acerca de la conveniencia de unificar entes reguladores sectoriales como así también de los marcos jurídicos. Para autores que promueven la desregulación, la tendencia de los actores preponderantes los inclina a fomentar reguladores unificados recomendando una transición en tres etapas sucesivas despojadas de cualquier consideración de las condiciones políticas, regulatorias y culturales internas de cada país. Incluso proponen discernir entre el tipo de marco jurídico (sectorial, multisectorial o convergente) y la naturaleza del regulador (sectorial, regulador único con distintos marcos jurídicos sectoriales, o regulador único con marcos jurídicos convergentes).

A esta concepción se opone la que sostiene que aún no hay evidencias concluyentes a favor de la unificación del regulador. Una advertencia fuerte es la contenida en el artículo de Segovia Alonso (2009) en el que analiza las complejas relaciones que mantiene la Comisión Federal de Comunicaciones norteamericana (FCC) con las empresas

bajo su control, como así también los vínculos con otras instancias estatales de las que depende y con organizaciones de la sociedad civil. La investigadora esboza algunas teorías que intentan explicar el por qué de la ineficacia de las agencias reguladoras independientes.

## Revisión del corpus

López Amaris (2021) adopta un enfoque institucionalista al analizar el regulador de las comunicaciones colombiano. Resalta las características que debe reunir para ser eficaz: autonomía e independencia. Además, apela al método comparativo revisando las instituciones regulatorias de Francia e Inglaterra.

Califano y Bizberge (2019) indagan desde una perspectiva histórica en la conformación y en las lógicas de funcionamiento de los organismos reguladores del audiovisual y las telecomunicaciones en Argentina, desde 1990 hasta 2018. Hacen foco en el grado de independencia y autonomía de los reguladores respecto de los gobiernos y el modo en que el proceso de convergencia incidió en su diseño institucional. También examinan los argumentos asociados a los beneficios de un regulador unificado en reemplazo de los organismos sectoriales y su articulación en el contexto argentino.

Desde el enfoque de las políticas de comunicación, Califano (2018) realiza una evaluación sincrónica de los cambios institucionales introducidos por el gobierno de Mauricio Macri en el mercado comunicacional argentino tras las reformas de las leyes de Servicios de Comunicación Audiovisual y Argentina Digital. Evalúa la creación del Ministerio de Comunicación y la fusión de los reguladores: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y la Comunicación (AFTIC) en el ENACOM. También analiza los cambios normativos promovidos en función del criterio de convergencia y de qué modo reconfiguraron la competencia y las inversiones en la estructura del mercado.

En otro artículo, Califano (2017) analiza, desde la perspectiva de las políticas de comunicación y con un enfoque histórico y normativo, la emergencia de la Ley Argentina Digital (LAD: 2014) en el marco de las características del mercado de los servicios TIC en el país, con el telón de fondo de la convergencia de los sectores telecomunicaciones y audiovisual pretendida por el gobierno de Macri en 2015. A partir de un repaso histórico-político, describe las instancias de creación de la AFSCA y la AFTIC hasta su fusión en el ENACOM.

Becerra y Mastrini (2019), en un trabajo para la UNESCO sobre los desafíos regulatorios y económicos de la convergencia, adoptan la perspectiva de la economía política de la comunicación y los conceptos de concentración y competencia como vectores del análisis. Como complemento señalan los retos que la convergencia plantea a los reguladores, tanto en lo político como en lo técnico, más aún cuando los principales actores operan a nivel global y desafían a las autoridades nacionales, lo que requiere colaboración y articulación entre reguladores a escala regional.

En 2015, Pacheco realizó una crítica al nivel de independencia respecto del poder ejecutivo colombiano de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) y a las garantías institucionales para el ejercicio de sus funciones. Revisó el diseño institucional inspirado en la reforma de la Constitución de Colombia de 1991 que suprimió el carácter constitucional que ostentaban tanto el servicio público de televisión como el órgano encargado de su regulación, como así también las normas derivadas de la reforma constitucional de 2011.

En el marco de las transformaciones estatales, el gobierno creó varias *agencias*, entre ellas la ANTV, una entidad pública con naturaleza jurídica de “agencia estatal”. Entre las razones expuestas por los impulsores de estas reformas estuvieron la necesidad de adaptar el sector del servicio público de televisión a los cambios tecnológicos y, en segundo lugar, basándose en las experiencias de países como Estados Unidos y Reino Unido, la idoneidad que mostraban las “agencias estatales” para cumplir con esta necesidad de adaptación; idoneidad que se reputaba por el carácter técnico de estas agencias y por su independencia del ejecutivo.

Mendel, García Castillejo y Gómez (2017) estudian cómo la concentración afecta el derecho a la comunicación, adoptando la perspectiva del derecho internacional y, en ese marco, afirman que los estados para resguardar esos derechos deben crear autoridades regulatorias independientes del poder gubernamental y de los actores privados. Agrega que también deben realizar un “monitoreo activo” del mercado para evitar su concentración.

La situación de la autoridad audiovisual en España, ejercida por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, fue abordada por López Olano (2016), quién centró la mirada en el caso particular de Valencia donde las condiciones políticas retrasaron el avance regulatorio. El autor repasa las experiencias de las autoridades regulatorias de países europeos y de EEUU. Adopta una metodología histórico-organizacional, comparativa entre diferentes tipos de organismos de control; estudio cualitativo del marco legal y de las circunstancias sociales y políticas. Es una metodología descriptiva basada en el estudio de casos análogos. Los organismos que estudió surgieron de un muestreo no probabilístico de conveniencia. Aborda los marcos normativos y su aplicación, para asumir un estudio de caso local.

El académico español realiza una crítica a la política regulatoria de su país, que implicó la creación de la Comisión Nacional de Mercados y de la Competencia (CNMC) que aglutinó varios entes reguladores de la comunicación, entre ellos el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA). En el seno de la CNMC se creó la Dirección de Instrucción de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual. A esta última corresponde, a través de la Subdirección del Audiovisual, las tareas de supervisión y control de los mercados de comunicación audiovisual. López Olano menciona que, para algunos especialistas, este esquema hace que España se aleje nuevamente de los postulados de la UE.

Las previsiones del Título V de la LGCA, donde se creaba un Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, nunca llegaron a cumplirse. La falta de compromiso de los distintos gobiernos para cumplir con la ley, la presión ejercida por los propios medios para evitar a toda costa su puesta en marcha y la crisis económica que se traduce en recortes en todas las administraciones, han hecho imposible la creación del CEMA como órgano clave para la organización de sectores radiotelevisivos cuya regulación implica la conexión de distintos ámbitos jurídicos con dimensiones técnicas que pese a su gran complejidad, son necesarias para asegurar una comunicación audiovisual que no esté emancipada de las sociedades donde se desarrolla.

McQuail (2014) repasa la génesis y evolución de la regulación. Hace hincapié en la tensión entre libertad y regulación afirmando que las razones para regular deben ser claras y convincentes. Propone seis razones para regular y reconoce tres niveles jerárquicos para concebir las regulaciones de medios: teorías, políticas y regulación. Los asuntos que se regulan son: la estructura de los medios; conducta y contenidos; y varias cuestiones técnicas y organizacionales.

Identifica cinco variantes relevantes de la *teoría normativa* de los medios: a) teoría autoritaria; b) teoría de la libertad de prensa; c) teoría de la responsabilidad social; d) teoría desarrollista; e) teoría alternativa. Respecto de los principios, observa que hay acuerdo respecto de ellos, pero no en los mecanismos para materializarlos: independencia, diversidad, pluralismo, calidad informativa, orden social y cultural.

Por otra parte, McQuail identifica seis áreas de regulación en materia de radiodifusión y telecomunicaciones. Arguye que la regulación debe revisarse a la luz de la convergencia, ya que debido a su avance la separación regulatoria es cada vez más artificial y arbitraria.

Santander (2014) estudia los cambios regulatorios que gobiernos latinoamericanos adoptaron entre 2000 y 2015 en el marco del Informe McBride considerando el cambio de las tendencias ideológicas predominantes, las relaciones entre medios y gobiernos, y las tensiones en torno al capitalismo. Con críticas al neoliberalismo, los gobiernos surgidos a partir de 2000 en América Latina promovieron leyes antimonopólicas, la desmercantilización del ecosistema mediático, el reconocimiento de distintos tipos de operadores (privados, públicos y comunitarios), la minimización de las barreras de entrada, introdujeron cuotas de pantalla, participación ciudadana en la formulación

de políticas de comunicación. Para el autor, las legislaciones de la región tienen un factor común: crean Consejos de Regulación integrados por representantes de los tres sectores que, entre otras atribuciones, fiscalizan y regulan la asignación y renovación de las licencias.

Culebro y González Laporte (2013) optan por una perspectiva funcional e institucionalista con enfoque comparativo de estudio de casos, construyendo datos a partir de técnicas como la revisión documental, los marcos normativos y entrevistas. Analizan las formas de aproximación a la cuestión de la regulación, señalando que implica concepciones del Estado, del mercado, de la sociedad y del derecho.

Desde una perspectiva jurídico-administrativa, la regulación se enfoca en el diseño normativo y de las instancias reguladoras de los servicios públicos en redes, rescatando la importancia de las variables económicas y del papel del mercado como vector de distribución. La dimensión institucional de la regulación es parte estructural de esta visión. Para esta perspectiva, la regulación “es un conjunto de técnicas articuladas entre sí para organizar o mantener los equilibrios económicos en sectores que no disponen por el momento, o por su naturaleza, de la capacidad y los recursos para producirlos ellos mismos” (Frison-Roche, 2000, 49; Culebro y González Laporte, 2013: 51-52).

Esta definición de la regulación retoma elementos propuestos por teóricos anglosajones: supone que en el mediano plazo estos mecanismos permitirán el equilibrio de mercado y que una vez asegurada la madurez del mercado liberado, el órgano diseñado para ese fin, encargado de implantar la competencia, podría desaparecer, dejando su lugar y función a una regulación por el mercado y el derecho de la competencia. Es una posición contraria a la lógica administrativa clásica.

Los investigadores destacan el paso de un Estado intervencionista a un Estado regulador; este último, centrado en compensar las fallas del mercado. Al especializar las actividades de regulación, se crean autoridades autónomas e independientes en las que el Estado delega facultades de carácter tecnocrático específicas.

Plantean una hipótesis: existe una relación causal entre los elementos que componen la política regulatoria (noción de regulación) y los instrumentos organizacionales que se establecen para ejecutarla. Para la OCDE, estas organizaciones “representan una característica dominante del gobierno regulador moderno. Son parte de la construcción de un Estado regulador donde está claramente diferenciada la función reguladora de la función de la propiedad y de la formulación de normas” (Culebro y González Laporte, 2013: 54-55).

Definen las telecomunicaciones como “servicios públicos en redes”, concibiendo a las mismas como una “actividad de interés general llevada a cabo por uno o varios actores económicos que permiten la interconexión y el acceso a un servicio determinado” (Stoffaës, Matheu, citado por Culebro y González Laporte, 2013: 55). Intervienen los poderes públicos en el control de los servicios prestados y organismos regidos por normas específicas propias del sector y del servicio, cuya intervención procura instaurar la competencia allí donde no existe, restringiendo las elecciones del sector privado.

Resulta interesante el planteo respecto del Estado en calidad de regulador de un mercado y, a su vez, la función de prestador de un servicio público mediante organismos especializados con el fin de influir en el comportamiento de actores en un mercado específico. En este caso, el Estado interviene generando normas, aplicando a través de algún regulador y como competidor en el mercado.

Los investigadores proponen dos enfoques teóricos para el estudio de los organismos reguladores en México y Francia. Por un lado, el estructural-organizacional y, por otro, el organizacional-cultural.

El primero enfatiza las instituciones formales de la organización, en las que prima la racionalidad instrumental en tanto los funcionarios son capaces de establecer objetivos y disponer los recursos para lograrlos. Se enfoca además, en cómo se relacionan las agencias con el sector regulado y con el contexto institucional en el que se desenvuelven. Esto implica poner especial atención a la estructura formal de decisión de estos organismos.

En tanto, el enfoque organizacional-cultural pone atención en el contexto institucional y el sistema político en el cual operan los organismos reguladores. Se enfoca en los procesos por los que ciertas normas y valores dominantes crean expectativas sobre lo *deseable* y en la existencia de *conceptos comunes* que aportan significados a las relaciones sociales mediante la socialización o el uso de símbolos y mitos. Este enfoque sostiene que la cultura nacional influye en la forma que adoptan las relaciones y la conducta de las organizaciones y entre sus miembros a lo largo del tiempo.

Finalmente, Culebro y González Laporte (2013) afirman que las presiones de carácter internacional tienden a incrementar la homogeneidad de las organizaciones gubernamentales, por lo cual pueden adoptar estructuras organizacionales y procedimientos similares. Concluyen que:

*“Organismos reguladores como la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) [de México] tienden a desarrollar normas e instituciones como resultado de presiones internas y externas no sólo como producto de su evolución histórica, sino también mediante la interacción con su ambiente institucional y de valores y expectativas compartidas, y todas estas variables influyen en su desarrollo y desempeño” (p. 61).*

Clovis Baptista (2012) ex secretario ejecutivo de la Comisión Interamericana de Telecomunicaciones (CITEL), en *Políticas, legislación y reglamentación de las telecomunicaciones en la era de hiperconectividad*, informe elaborado para la OEA, analiza el avance de la sociedad de la información con una evaluación positiva de sus consecuencias. Tras recordar que las naciones asumieron compromisos supranacionales -como el acuerdo de la OMC sobre telecomunicaciones básicas (1997) y el tratado de Libre Comercio de América Central- resalta que la convergencia “ha favorecido la competencia” pero las regulaciones están pensadas por servicios. Por ello postula que “es preciso que evolucione la regulación considerando el fenómeno de la convergencia”.

Cita el estudio *Situación actual de la regulación de comunicaciones en Europa, Estados Unidos, Asia Pacífico y América Latina en un ambiente de convergencia tecnológica*, de REGULATEL-AHCIET-CEPAL-Unión Europea (2009), donde se destacan como necesarias tres etapas en la regulación de la convergencia:

- Reforma legislativa que promueva la inversión;
- Establecimiento de un organismo regulador independiente, orientado a la supervisión y que actúe con transparencia, flexibilidad y habilite la participación en las decisiones reglamentarias;
- Convergencia institucional, alude a una organización consistente de las instituciones regulatorias, para lo que plantea tres alternativas: 1) la incorporación de las funciones convergentes al regulador de telecomunicaciones; 2) la creación de nuevos reguladores convergentes o 3) la cooperación entre los reguladores existentes en las áreas que se superponen.

Baptista también cita el documento de la UIT *Trends in Telecommunication Reform 2009*, donde se concibe el “rol tradicional de los reguladores”: regular el acceso a los mercados de telecomunicaciones mediante normativas de licenciamiento, interconexión, asignación de espectro y otros recursos escasos, contribuyendo además al apoyo de programas de acceso universal. Actualmente el foco cambió hacia la creación de “condiciones favorables para la inversión, fomentando el crecimiento del mercado y asegurando la efectiva inclusión digital de todos”. La convergencia de tecnologías y redes enfrentan a los reguladores a nuevas áreas de acción que tradicionalmente eran competencia de otros organismos o no estaban sujetas a dominio alguno (p. 17-18).

La convergencia en redes y servicios, en equipos de recepción y consumo, entre servicios fijos y móviles, como la convergencia regulatoria, es el punto de partida del análisis de Bustillo (2011). Frente a ello propone una revisión regulatoria en los términos que la ha propuesto la UIT, y que sigue Baptista:

- a. Reforma legislativa de las leyes de telecomunicaciones para hacer el sector atractivo para los inversio-

nistas.

b. Establecimiento del ente regulador con una nueva filosofía, que reúna las siguientes características:

- Independencia del gobierno e industria para la toma de decisiones.
- Amplia capacidad técnica.
- Formulación de regulación soportada en la participación activa de todos los actores del sector de la infocomunicación.
- Un estilo de intervención reglamentaria orientado a la supervisión.
- Transparencia, flexibilidad y participación en la toma de decisiones reglamentarias.

c. Convergencia institucional: La convergencia de servicios y mercados requiere de la convergencia de distintas leyes, lo que implica que se deben tomar medidas a nivel de los organismos reguladores; dichas medidas pueden ser:

- Incorporación de las funciones convergentes en el organismo regulador de las telecomunicaciones: incluso aquellas que eran jurisdicción de otros reguladores.
- Creación de nuevos reguladores convergentes: implica eliminar los antiguos entes de regulación y sustituirlos por uno nuevo que concentre todas las funciones afines en el marco del proceso de convergencia.
- Cooperación entre reguladores: en el caso de mantener los reguladores existentes, se debe garantizar la cooperación entre los mismos, a fin de garantizar que todas las áreas de interés sean cubiertas y no existan vacíos legales. Asimismo, debe garantizarse la cooperación necesaria entre áreas que se solapan, a fin de complementarse tanto en los aspectos regulatorios como de supervisión.

Bustillo -con un enfoque formal, comparativo y sincrónico-contemporáneo- observaba en 2011 que el avance en esas etapas regulatorias entre países era desigual y, en algunos, ni siquiera se habían realizado las reformas legislativas necesarias (p. 22). Tras señalar las innovaciones tecnológicas que propician la convergencia, analiza el estado de la regulación en EEUU, la Unión Europea y en países de Asia Pacífico. El autor distingue entre el tipo de marco jurídico (por sectores; multisectorial o convergente) y la naturaleza del regulador (sectorial, regulador único con marcos jurídicos sectoriales y regulador único con marcos jurídicos convergentes).

Al estudiar el caso de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) de Estados Unidos, Segovia Alonso (2009) recorre su genealogía y adopta un enfoque sistémico para dar cuenta de las limitaciones de este regulador, tomado como modelo por otros países. Analiza el contexto en que fue creada y su adaptación a los cambios de la industria y detalla las coacciones que ejercen las industrias de la comunicación, las presiones surgidas de posibles revisiones judiciales de sus decisiones, del control ciudadano del público, como así también la asechanza de las imposiciones del Congreso y del Poder Ejecutivo de quienes depende su presupuesto y legitimidad política. Advierte que no todos tienen los mismos intereses ni la misma fuerza de presión sobre la FCC. Si bien Segovia Alonso se refiere al caso concreto de la agencia reguladora norteamericana, la identificación de los factores de presión y condicionamiento resultan útiles para pensar la cuestión de los reguladores de una manera más general.

A nivel local, se destaca el aporte de Saltor y Luna (2019) que, en el marco de un panorama jurídico de las telecomunicaciones en Argentina, recapitulan la evolución institucional de los organismos de control y regulación desde 1990 en adelante. Especial atención merece la estructura surgida de la Ley 26522 y su posterior modificación por decreto en 2015. Los autores de la Universidad Nacional de Jujuy adoptan una perspectiva histórica con enfoque en la evolución jurídico-normativa.

## Discusión

La cuestión de los reguladores de la comunicación no se ha constituido como un tópico específico de relevante atención en los estudios comunicacionales, aunque en la última década se abrió espacio. El fenómeno de la convergencia contribuyó a renovar la reflexión sobre quién y cómo debe regularse el sector comunicacional que, al mismo tiempo, adquiere una mayor centralidad en la vida social.

Si agrupamos los artículos por la procedencia del autor, obtenemos tres tipologías: europeos, Americanos y los elaborados para instancias supranacionales. Se observan allí rasgos comunes en el grupo y diferencias con los de otras latitudes.

Los artículos de autores europeos analizados aquí dan cuenta de las reflexiones en España, Inglaterra y Francia. Abordan la situación nacional en el contexto de la Unión Europea, considerando la experiencia norteamericana de la FCC. Despliegan una metodología histórico-organizacional, un enfoque sistémico y el análisis contextual. Abordan el objeto desde el análisis de casos y con enfoques comparativos. Una cuestión que aparece clara -aunque más o menos explicitada- es la concepción de un Estado liberal y la regulación como limitante de la libertad. Los reguladores se conciben como instrumentos técnicos cuyo campo de actuación son las infraestructuras de funcionamiento de las redes de comunicación, cuyos objetivos políticos son definidos por los gobiernos. En este marco aparece la problematización de la independencia y la autonomía del regulador respecto de otras autoridades estatales y de actores privados del campo comunicacional.

La pertenencia a la Comunidad Europea incluye en los debates el problema de congeniar en la regulación y en los agentes de control los niveles transnacional, nacional y el local o regional. La centralidad del mercado organiza los fundamentos de la regulación y qué dimensiones están sujetas a la misma, tal como las explicita el británico McQuail. La concentración de la propiedad no aparece como un tópico estructurador del análisis de las políticas de comunicación de los países europeos, aunque se rescatan principios como la independencia del ente regulador, la apuesta por la diversidad y el pluralismo, la calidad informativa y la garantía del orden social y cultural.

Por otra parte, los abordajes Latinoamericanos resaltan el análisis contextual en que surgen las políticas de comunicación de cada nación, la mirada jurídico-formal acompañada de un marco contextual de las tensiones políticas, sociales y de los principales actores de la industria. El análisis de la naturaleza del regulador, su status jurídico respecto de la estructura estatal, su diseño institucional y las condiciones para garantizar su independencia respecto del poder ejecutivo son vectores comunes.

En Colombia, desde un enfoque institucionalista, el epicentro está puesto en la jerarquía legal y el problema de la autonomía e independencia del regulador.

En Argentina, el hito normativo se dio en 2009 con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y luego la Ley Argentina Digital. Todo cambió en 2015 con la elección de un presidente de otro signo y orientación política, que disolvió los reguladores sectoriales y creó un regulador convergente sin armonizar la legislación. La mirada de políticas de comunicación, la preocupación por la concentración del mercado y la comunicación como derecho humano son centrales.

México tiene un conjunto de reflexiones más parecidas a la europea. Se concibe un estado regulador, y a la regulación como articulación entre el gobierno, el mercado, la sociedad y el derecho. La regulación debe organizar los equilibrios económicos en sectores que no lo han logrado por sí mismos y alentar la competencia.

El chileno Santander con una perspectiva histórico-política analiza las tendencias ideológicas preponderantes en Sudamérica entre 2010 y 2015, como se han plantado los gobiernos del continente durante ese período frente a las premisas del neoliberalismo y el capitalismo en los medios de comunicación. En ese cruce de tensiones surge la regulación y se conciben los reguladores con el trasfondo de las tradiciones de las culturas políticas nacionales.

Los trabajos para organismos supranacionales se pueden dividir en dos: aquellos basados en tratados internacionales de derechos humanos, que consideran un rasgo negativo la concentración de la propiedad, y entienden que la convergencia incitó desafíos políticos y técnicos para concebir las regulaciones y los reguladores. Además, se preguntan por la necesidad de incentivar una cooperación regional en la materia. Con una impronta diferente están los documentos surgidos en el seno de la CITELE y la CEPAL, que parten del fenómeno de la convergencia y resaltan sus consecuencias supuestamente positivas reclamando abandonar la regulación por servicios y la creación de reguladores convergentes únicos. Los reguladores son vistos como agentes técnicos que intervienen para estimular el despliegue de las redes de nueva generación (NGN) y crear condiciones favorables a la inversión, el crecimiento del mercado y la inclusión digital. Los derechos humanos no figuran como criterio de análisis, y se proponen etapas para la revisión regulatoria y migración a reguladores unificados.

## Conclusiones

Los resultados obtenidos muestran que el estudio de los reguladores ha sido abordado desde las disciplinas del derecho y las ingenierías, en tanto que la mirada comunicológica se ha constituido más interdisciplinariamente. Esto contribuye a explicar la diversidad de abordajes tanto teóricos como metodológicos. A esto se suma que la problematización de los reguladores de la comunicación se ha estudiado menos que la regulación de la comunicación. Esta última tiene mayor tradición en el campo comunicacional centrado en las políticas de comunicación. Tal vez por esto, la reflexión sobre los reguladores se ha dado con mayor intensidad en el campo del derecho y de la ingeniería.

El fenómeno de la convergencia, con sus expresiones en lo empresarial, comercial, tecnológico, profesional y de las audiencias, introdujo la noción de convergencia normativa y su discusión académica y política. El interés político fue acompañado por un renovado debate académico sobre la naturaleza y características que deben reunir los reguladores para ajustarse a los estándares recomendados por organismos internacionales y a las dinámicas del mercado.

El bloque Europeo evidenció una reacción más temprana en su consideración mientras que América Latina -que tuvo una actividad marcada en cuanto a legislación de la comunicación en el inicio de este siglo- mostró distintos niveles de intensidad normativa respecto de la convergencia y una diáspora de posiciones. Es útil recordar que el régimen comunitario europeo constituye un ámbito que define orientaciones y principios a los que deben adecuarse las naciones miembro, armonizando las políticas y los marcos regulatorios. No ocurre lo mismo en el contexto latinoamericano.

En otro trabajo (Lello, 2021) dejamos sentado que la participación de las naciones latinoamericanas en organismos internacionales en los que asumen compromisos los Estados -como la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) de las Naciones Unidas o la Comisión Interamericana de Telecomunicaciones (Citel) que opera en el ámbito de la Organización de los Estados Americanos (OEA)-, y en otras donde participan las agencias reguladoras sin que impliquen obligaciones para los Estados, como el Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones (Regulatel), ha dado escasos resultados en cuanto a la construcción y coordinación de una política regional sobre reguladores de la comunicación.

Respecto de los abordajes de autores vinculados a entidades supranacionales, se observan posiciones enmarcadas en los derechos humanos que sostienen valores y principios respecto a la comunicación que estructuran lo que se espera de los reguladores, y aquellos que conciben el mercado como la base sobre la que debe organizarse la acción normativa del Estado y a la que debe responder el ente de control.

Una crítica a estos estudios es que descontextualizan las políticas de comunicación, omiten cualquier referencia a la composición del ecosistema mediático de cada nación y desatienden las tensiones políticas internas y las tradiciones normativas de cada país. Así el análisis de las políticas de comunicación está desvinculado de las orientacio-

nes que en otros ámbitos adoptan los gobiernos.

Implícitamente, este tipo de enfoques sobreentiende que el funcionamiento del mercado es independiente de otras dimensiones de la vida social, cuando autores como Becerra y Mastrini demostraron que las políticas de comunicación nacionales se inscriben en el contexto de las orientaciones políticas generales adoptadas por un gobierno y que las desigualdades presentes en otras esferas de la vida social tienden a reproducirse en el campo comunicativo.

Por otro lado, se identifican pilares comunes sobre los que deben reposar las agencias reguladoras: independencia respecto del gobierno y los actores privados, y autonomía en la toma de decisiones. No se registra consenso sobre la forma de llevarlos a la práctica. Tampoco hay unanimidad respecto de la conveniencia de instituir reguladores únicos que reemplacen a las agencias sectoriales.

Por último, se destaca la mirada que pone en perspectiva histórica el nacimiento y despliegue de los órganos reguladores de la comunicación, como así también las diferencias en los enfoques: estrictamente jurídico-normativos, institucionalistas, organizacionales, políticos, etc. Estimamos que esto muestra la complejidad de la cuestión aquí planteada y la riqueza y diversidad de miradas. Y al mismo tiempo, la necesidad de promover trabajos que procuren sintetizar, armonizar y unificar estos abordajes con la intención de construir un conocimiento sistemático e integral sobre el tema.

Este trabajo no se propuso agotar el tema. Se debe profundizar la reflexión ampliando la procedencia de la base documental y procurar construir un enfoque holístico sobre los reguladores formulando un marco teórico integrador y con una metodología coherente y con valor heurístico.

## Referencias

Baptista, C. (2012): Políticas, legislación y reglamentación de las telecomunicaciones en la era de la hiperconectividad. *Documento elaborado para la Organización de los Estados Americanos*. Recuperado de [https://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/publicaciones\\_digital\\_xxxix\\_curso\\_derecho\\_internacional\\_2012\\_clovis\\_baptista.pdf](https://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/publicaciones_digital_xxxix_curso_derecho_internacional_2012_clovis_baptista.pdf)

Bustillo, R. (2011). Un modelo institucional para la regulación en materia de convergencia tecnológica en América Latina. CEPAL – ONU. Santiago de Chile. <http://www.cepal.org/Socinfo>.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2019). La convergencia de medios, telecomunicaciones e internet en la perspectiva de la competencia: Hacia un enfoque multicompreensivo. *Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información N° 13*. Uruguay. UNESCO.

Califano, B., (2018). La regulación de la comunicación durante el primer año de gobierno de Mauricio Macri en la Argentina, *Intersecciones en Comunicación* 12, pp. 49-74.

Califano, B. (2017): En nombre de la convergencia: cambios en la política de regulación de las TIC en Argentina, *Revista Estudos em Comunicação* N° 24, pp. 1-25.

Califano, B., y Bizberge, A. (2019). Reguladores de medios en la Argentina (1990-2018). De las agencias sectoriales a la autoridad convergente. *Question/Cuestión*, 1(64). <https://doi.org/10.24215/16696581e212>

Culebro M, J. E. y González Laporte, Ch. (2013): Regulación y evolución de organismos reguladores en telecomunicaciones. El caso de México y Francia, *Revista Gestión y Política Pública*, Volumen XXII. Número 1, I Semestre de 2013. Pág. 45-83. México.

Lello, I. G. (2021). *Reguladores de la comunicación en Sudamérica: escenario actual*. Ponencia presentada en Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación - FCPyS UNCuyo.

López Amaris, E. A. (2021). *Régimen jurídico de la Unidad Administrativa Especial dentro de la organización del Estado y su incidencia en el regulador de las comunicaciones*. (Tesis de Maestría). Universidad Externado de Colombia. Colombia.

López Olano, C. (2016): Las autoridades de regulación audiovisual en España. Panorámica y perspectivas del control de la pluralidad, en Miguel Hernández *Communication Journal*, N°7, pp. 87-112. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). [https://www.researchgate.net/publication/303389319\\_Las\\_autoridades\\_de\\_regulacion\\_audiovisual\\_en\\_Espana\\_Panoramica\\_y\\_perspectivas\\_del\\_control\\_de\\_la\\_pluralidadg](https://www.researchgate.net/publication/303389319_Las_autoridades_de_regulacion_audiovisual_en_Espana_Panoramica_y_perspectivas_del_control_de_la_pluralidadg)

Mcquail, D. (2014): La regulación de los medios. (Material de uso interno de la cátedra *Políticas y Planificación de la Comunicación*).

Mendel, T., García Castillejo, A. y Gómez, G. (2017): *Concentración de medios y libertad de expresión: Normas globales y consecuencias para las Américas*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y la Oficina Regional de Ciencias de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Montevideo.

Pacheco, R. (2015). La Autoridad Nacional de Televisión, ¿una agencia estatal independiente? *Revista Digital de Derecho Administrativo* N° 13, Universidad Externado de Colombia, pp. 63-98.

Saltor, C. y Luna, F. (2019): Telecomunicaciones y radiodifusión. En Carlos Eduardo Saltor. (Comp.), *Ética y legislación de la información - Derecho a la información* (pp. 163-242). San Salvador de Jujuy, Argentina. Ed. EDIUNJU.

Santander, P. (2014): Nuevas leyes de medios en Sudamérica: enfrentando políticamente la concentración mediática. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, vol. 21, núm. 66, septiembre-diciembre, pp. 13-37. Universidad Autónoma del Estado de México

Segovia Alonso, A.I. (2009): Organismos de regulación y control de las comunicaciones: el caso de la FCC, en *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 64. [http://www.revistalatinacs.org/09/art/43\\_842\\_ULEPICC\\_15/RLCS\\_art842.pdf](http://www.revistalatinacs.org/09/art/43_842_ULEPICC_15/RLCS_art842.pdf)

# Derecho a comunicar en la Constitución de San Juan: democratización, acceso y participación

María Fernanda Borcosque  
borcosq@gmail.com

**Universidad Nacional de San Juan**

## Resumen

Con el gobierno de Raúl Alfonsín y la vuelta a la democracia, comenzó un ciclo reformista en el cual varias Constituciones de las provincias argentinas fueron modificadas. La de San Juan, una de las primeras en reformarse y que fue sancionada en abril de 1986, contiene principios expresados en libertades, derechos y garantías que establecen una mayor participación en la vida social y política. Entre esos principios, aparece la democratización también en la comunicación. Integrada por una mayoría perteneciente a la Unión Cívica Radical, que a su interior respondía a la corriente alfonsinista, la Convención Constituyente para la Reforma de la Constitución de la Provincia de San Juan aprobó un grupo nada despreciable de Artículos que se sustenta en el derecho a comunicar.

Este concepto, superador de la idea de libertad de opinión y expresión, fue definiéndose durante los ,70 y principios de los ,80 a partir de los estudios y reuniones de expertos promovidos por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y que, como Paradigma integró el debate por un Nuevo Orden Mundial de Información y de la Comunicación. El objetivo de este trabajo es exponer acerca de cómo ese conjunto de Artículos hace referencia a la democratización de la comunicación como superación del concepto de libertad de expresión propio del constitucionalismo de fines del siglo XIX y hasta mediados del XX.

Los Artículos de referencia, debatidos y votados en las sesiones del 19 y 21 de marzo y del 8 de abril de 1986, son los siguientes: el 12 se refiere a la ratificación de los derechos y libertades incluidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos; el 22 se refiere a la defensa de los derechos humanos, entre ellos se enumera el derecho a una información veraz; el 25 trata sobre libertad de expresión, en el que se incluye el derecho a réplica o respuesta, el derecho a la libertad de prensa y se prohíbe la censura; el 27 defiende el derecho a la información y al acceso a las fuentes de información; el 28 prohíbe el monopolio de los medios de comunicación; y el 29 prohíbe los delitos que se puedan cometer a través de la prensa.

La metodología recupera conceptos extraídos de los documentos de trabajo y las declaraciones de UNESCO sobre el “derecho a comunicar” y los pone en diálogo con los Artículos antes referidos. Combinamos fuentes secundarias, los documentos oficiales del tipo declarativo e informes de la UNESCO, con las argumentaciones que señalan las intenciones de los constituyentes para la legitimación o rechazo hacia los Artículos tratados, que pertenecen al Diario de Sesiones de la Honorable Convención Constituyente.

## Introducción

En este trabajo nos proponemos exponer acerca de cómo un conjunto de Artículos incluidos en la reforma de 1986 de la Constitución de San Juan hace referencia a la democratización de la comunicación como superación del concepto de libertad de expresión propio del constitucionalismo que se dio entre fines del siglo XIX y mediados

del XX. Interpretamos que hay una relación entre esos Artículos y el Paradigma de la comunicación como derecho que considera la comunicación como un derecho humano fundamental que el Estado debe proteger, promover y garantizar.

Los Artículos de referencia pertenecen a la Sección Primera, Declaraciones, Derechos y Garantías, Capítulo I y Capítulo II, Libertades individuales. El debate y votación de estos Artículos aparecen en el Diario de Sesiones de la Honorable Convención Constituyente, en las reuniones celebradas el 19 y 21 de marzo de 1986 además de la sesión del 8 de abril, en la que se hace una reconsideración del Artículo 25. Todo el proceso de reforma se llevó a cabo desde el 1 de febrero hasta su sanción, el 23 de abril de 1986. La Constitución Provincial está vigente desde el 1 de mayo de ese año.

Desde un paradigma constructivista, este trabajo aborda la realidad social a partir de conceptos y categorías que emergen a lo largo de la indagación (Sautu et al, 2005). La metodología de trabajo consistió en la recuperación de conceptos extraídos de los informes de reuniones, documentos de trabajo y declaraciones de UNESCO sobre el derecho a comunicar, elaborados durante los ,70 y principios de los ,80, que explican el Paradigma de la comunicación como derecho. Luego, a partir de las argumentaciones de los constituyentes sobre el articulado en cuestión, vinculamos aquellos conceptos con sus fundamentaciones para confirmar que todo ese articulado respondía al Paradigma mencionado.

El corpus de trabajo combina fuentes secundarias como los documentos oficiales del tipo declarativo e informes de la UNESCO con las argumentaciones que señalan las intenciones de los constituyentes para la legitimación o rechazo hacia los Artículos tratados, extraídas del Diario de Sesiones de la Convención (Diario de Sesiones, 1986).

### **De la libertad de expresión al derecho a la comunicación**

La temática de los derechos humanos se introdujo en muchas Constituciones luego de que, a mediados del siglo XX, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) proclamó la Declaración Universal de los Derechos del Hombre -DUDH-, un conjunto de principios que promueven y defienden los derechos y libertades. Los países miembros de esta Organización se comprometieron a garantizar los derechos a todas las personas sin consideración de raza, sexo, ideología, religión, fronteras. La libertad de expresión, reconocida en un instrumento internacional como la DUDH y concebida como la facultad que tienen los individuos para expresarse, publicar ideas e intercambiar opiniones (Artículo 19), pasó por diferentes etapas a lo largo del tiempo en las que el sujeto de derecho fue “mutando”.

La primera etapa, empresarista o centrada en el sujeto empresario (Loreti, 1995; Loreti y Lozano, 2014), se ubica hacia fines del siglo XVIII. En esta etapa, la información o la publicación de ideas y opiniones era potestad de los que tenían acceso a los medios gráficos (la prensa); es decir que la libertad de expresión era libertad de prensa o de empresa. Este concepto es el que aparece modelado en el constitucionalismo propio del siglo XIX y principios del XX. En la segunda etapa, profesionalista o centrada en el sujeto profesional, se reconoce la actividad informativa como actividad de mediación pública y se percibe el valor político y social de los profesionales de la información, los periodistas. Este reconocimiento se consolida en estatutos y códigos de ética periodística.

Pero es a partir de la DUDH que la información deja de ser potestad de los sujetos empresarios, los periodistas o los Estados para ser un derecho humano, es decir, a ser potestad de las personas. Esta es la etapa universalista o la del sujeto universal (Loreti, 1995, p. 17) que produjo diversos compromisos y mandatos plasmados en instrumentos internacionales propiciados por un desarrollo político y jurídico reconocidos por los Estados (Loreti y Lozano, 2014, p. 57).

La evolución política y jurídica de la libertad de expresión, opinión y prensa, da paso a un derecho más amplio que es el derecho universal a la información: el resultado de un devenir histórico centrado primeramente en los sujetos productores o emisores de la información (propietarios y quienes trabajan dependiendo de ellos) y que termina

reconociendo con pleno derecho a la información a todos los seres humanos en su condición de tales (Loreti, 1995, p. 17).

En 1969 la Comisión Interamericana de Derechos Humanos promovió la Convención Americana de Derechos Humanos -CADH- (OEA, 1969). El Pacto de San José de Costa Rica, como se llama a este compromiso, establece como parte de los derechos civiles y políticos la libertad de pensamiento y de expresión con un enfoque más amplio que el Artículo 19 de la DUDH, que incluye buscar, recibir y difundir informaciones e ideas pero establece además, la responsabilidad ulterior en el ejercicio de esa libertad de expresión, la prohibición de la censura (Artículo 13) y el derecho de rectificación o respuesta (Artículo 14).

Sin embargo, estas expresiones conjuntas en cuanto a libertades, derechos y restricciones respecto de la información y la comunicación, no eran suficientes. A principios de los '70, con el reclamo ante la ONU de los países no centrales (los que integraron el Movimiento de los Países No Alineados<sup>1</sup>) acerca de la doctrina del free flow information impuesta por EEUU durante la gestación de la Organización, ésta debió incluir en la agenda de la UNESCO la discusión de un Nuevo Orden Internacional de la Información. La crítica al desequilibrio existente respecto de la circulación internacional de la información es que ésta se concentraba en tres o cuatro agencias de noticias, por lo tanto los medios de comunicación más poderosos ejercían influencia sobre las naciones menos favorecidas en materia de tecnología y comunicación.

En 1974 la UNESCO decide fomentar la investigación sobre políticas de comunicación (otro de los reclamos del MPNA) y en ese marco, estudiar y analizar el “derecho a comunicar” por considerarlo un concepto más amplio que el de libertad de información y de libre circulación de la información (UNESCO, 1974, pp. 65-66).

Dos años más tarde, en la 19° Conferencia de la UNESCO se analizó el Informe sobre las modalidades y posibilidades de una activa participación en el proceso de la comunicación y análisis del derecho a la comunicación. Este informe establece que el derecho a la comunicación es un concepto nuevo que refleja una evolución de las ideas en tres etapas: la primera, el derecho a la comunicación como derecho a la libertad de opinión y de expresión; la segunda, ese derecho ampliado para abarcar la libertad de informar a los demás y de ser informado, producto de las posibilidades de los grandes medios de comunicación; y la tercera etapa considera el derecho a la comunicación como facultad para el diálogo, el acceso y la participación en la comunicación, con deberes y responsabilidades (UNESCO, 1976, párr. 3 a 9).

El aporte más relevante de este documento es que definió el derecho a comunicar como un concepto “global” que expresa un conjunto de derechos y libertades que pueden concentrarse en tres grupos: derechos del individuo, derechos de las instituciones y derechos de las comunidades locales, nacionales e internacionales (Fisher, 1984, pp. 19-20; UNESCO, 1976, párr. 20-21). En el informe se determinó también que hay derechos humanos incorporados en la Declaración Universal que están ligados a la comunicación: un conjunto de derechos conexos cuyo disfrute y goce se ve menoscabado sin un pleno ejercicio de la comunicación.

Este texto constituyó un documento base para otras reuniones de expertos, coloquios y grupos de trabajo de la UNESCO en los que se examinaron los problemas e implicancias del derecho a comunicar (como la Reunión de Estocolmo en 1978; Manila, en 1979; Londres, en 1980; Ottawa, en 1980, entre otras), con el objeto de poder formularlo en un instrumento normativo internacional que pudiera ser ratificado por los países.

Pese a todas esas reuniones para acordar una definición, para la 23° reunión de la Conferencia General de la

---

1 El grupo de los No Alineados estuvo formado originariamente por países africanos y asiáticos que dejaron de ser colonia después de la Segunda Guerra Mundial, y que no respondían ni al bloque soviético, del Este, ni al bloque norteamericano-europeo, del Oeste; luego se incorporó Latinoamérica. El MPNA buscaba independencia tanto política como económica e ideológica.

UNESCO aún no se tenían resultados concluyentes. En esa reunión se sostuvo que la importancia del derecho a la comunicación radica en que no hay un sólo derecho humano que pueda ser ejercido y disfrutado plenamente sin la comunicación (UNESCO, 1985, párr. 18).

## Un Paradigma destinado a democratizar

Estos aportes fueron reunidos en este trabajo para comprender el Paradigma de la comunicación como derecho y establecer una relación con los Artículos 12, 22, 25, 27, 28 y 29 de la Constitución sanjuanina.

Como formulación del derecho a la comunicación adoptamos la definición establecida en la

Reunión del Grupo de Trabajo sobre el Derecho a Comunicar de Ottawa:

*Todo individuo tiene derecho a comunicar. La comunicación es un proceso social fundamental, que permite a los individuos y a las comunidades proceder a un intercambio de información y de opiniones. Es una necesidad humana básica y fundamento mismo de toda organización social. Los sujetos del derecho a comunicar son los individuos y las comunidades que componen. (Fisher, 1984, p. 54)*

El derecho a comunicar se estructura como un concepto global que incluye facultades y libertades en materia de comunicación, agrupadas en (UNESCO, 1976, pp. 3-4):

- Derechos del individuo: libertad de opinión y de expresión; derecho a ser informado; derecho a informar; la protección de la vida privada; la libertad de movimiento; el derecho de reunión; el acceso a las fuentes de información; el derecho de respuesta; el acceso a la producción de los medios de comunicación; el acceso del público al material documental de los medios; a la protección de la reputación; la protección de la propiedad intelectual; el acceso a las obras protegidas por el derecho del autor; el derecho a rehusar dar información; el derecho de acceso a la radiodifusión; el derecho a participar en la gestión editorial de los medios de comunicación.
- Derechos de las instituciones: el acceso a las fuentes de información; la libertad de opinión y expresión; el derecho a informar y a publicar; la libertad de movimiento; el derecho al secreto profesional.
- Derechos de las comunidades locales, nacionales e internacionales: derecho a difundir información; a una corriente equilibrada de la información; a la conservación de la integridad cultural; el intercambio cultural; la libertad de expresión y de opinión; el derecho a recibir información; el derecho de rectificación; el derecho de réplica; el derecho de acceso a la radiodifusión; a participar en la gestión editorial de los medios de comunicación.

Hay un conjunto de derechos cuyo ejercicio se ve menoscabado sin una comunicación adecuada. Estos derechos conexos son: a participar en la vida cultural; a la educación; a la salud; de asociación; de participación en los asuntos públicos; de libertad de conciencia y religión; a gozar de los beneficios del progreso científico y de sus aplicaciones; al trabajo (UNESCO, 1976, párr. 24).

Las limitaciones al derecho a la comunicación emanan de los mismos instrumentos internacionales, tanto de la DUDH y el Pacto de San José como del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (ONU, 1976) y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (ONU, 1976b). Las restricciones y prohibiciones en el ejercicio de este derecho se refieren a la protección de la vida privada, la honra y la reputación; la prohibición de la propaganda en favor de la guerra y la apología al odio racial, nacional o religioso que incite a la discriminación, la hostilidad o la violencia; la protección de la seguridad, el orden

público o la salud o la moral pública; la prohibición de las injerencias arbitrarias o ilegales en la vida privada, la familia, el hogar o la correspondencia (UNESCO, 1985, párr. 20 a 22).

En cuanto al alcance, el derecho a comunicar es individual y social porque es indispensable para el desarrollo completo del ser humano y de la colectividad (Reunión de Manila como se cita en Fisher, 1984, p. 49). Este derecho alcanza tanto a la población mayoritaria como a las minorías nacionales, étnicas, religiosas y lingüísticas (Reunión de Estocolmo como se cita en Fisher, 1984, p. 43).

Al tratarse de un derecho humano fundamental, el rol del Estado es proteger, promover y garantizar; es decir, que está obligado tanto a reconocer el derecho global a comunicar, como a garantizar su ejercicio en la práctica a través de las libertades y facultades que involucra (Fisher, 1984, p. 29).

En tanto, el Informe Final de la Comisión Internacional sobre los Problemas de Comunicación, publicado en 1980 como *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo* y conocido como Informe MacBride, considera que el derecho a la comunicación es la continuación lógica del progreso hacia la libertad y la democracia y un derecho fundamental cuya formulación incluye diversos elementos: a) el derecho de reunión, de discusión, de participación y otros derechos de asociación; b) el derecho de hacer preguntas, a ser informado, a informar y a otros derechos de información; y c) el derecho a la cultura, el derecho a escoger, el derecho a la protección a la vida privada y otros derechos relativos al desarrollo del individuo (UNESCO, 1980, pp. 300-302).

Por último, la democratización de la comunicación es la intervención de las personas en la diversidad del conjunto de medios de comunicación, en cuanto a uso, acceso y participación ejerciendo un papel activo en la política de gestión, programación y decisión de los medios. Estas nociones también formaron parte de los estudios propiciados por UNESCO (1977).

En el Informe McBride se establece que la democratización de la comunicación es el proceso mediante el cual el individuo es un elemento activo en la comunicación. El marco jurídico, señala ese Informe, debe proteger y fomentar el pluralismo a través de la sanción de leyes nacionales y provinciales y de acuerdos regionales. Este pluralismo se representa en la diversidad de opciones tanto en la estructura de propiedad como en la de contenidos lingüísticos, políticos y culturales (UNESCO, 1980, p. 289). Los obstáculos que impiden o restringen esa democratización, son: la concentración de la propiedad que produce prácticas monopólicas o abusos de posición dominante (Loreti y Lozano, 2014); y la censura directa e indirecta. Al momento de la reforma de la Constitución sanjuanina no existía un acuerdo normativo a nivel nacional e internacional sobre el derecho a comunicar.

Este recorrido sobre la evolución del concepto de la libertad de expresión al de derecho a la comunicación fue necesario para comprender que este enfoque es el que sirvió de base para superar los valores de libertad de pensamiento, de opinión y de prensa propios del constitucionalismo del siglo XX.

## **Contexto político de la reforma de la Constitución**

La Constitución provincial formó parte del ciclo reformista de las Constituciones argentinas iniciado entre 1985 y 1986, que se inscribe en lo que se llama “constitucionalismo social” cuyo rasgo particular del conjunto fue la anticipación en normas y principios enmarcados en los valores de democracia y derechos humanos, frente a la Constitución Nacional que recién se reformará en 1994 (Bazán, 2016). Luego del último gobierno de facto, durante la democracia alfonsinista “el referente colectivo fue ‘la vuelta a la Constitución’”, el texto en el que se acuerdan los derechos individuales y garantías para todos los habitantes de la Nación, con “funciones simbólicas e imaginarias de peso en una sociedad que soportaba una larga crisis política” (Landi, 1987, p. 96).

En los primeros años de su gobierno, Raúl Alfonsín (Unión Cívica Radical) produjo acciones que iban en consonancia con la defensa de los derechos humanos y con lo que fue su ideal político: una democracia participativa como propuesta de transformación social destinada a ampliar las bases de intervención ciudadana en las decisiones

políticas y las estructuras de participación fijadas por la misma Constitución (Alfonsín, 1985).

En este sentido, promovió políticas destinadas a otorgar mayores derechos individuales y sociales y garantías, especialmente al incorporar a la legislación vigente el Pacto de San José de Costa Rica, en 1984; y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos a la legislación nacional, en 1986.

En cuanto a lo referido a la comunicación, que es el campo de interés para este trabajo, el gobierno de Alfonsín puso énfasis en la libertad de expresión y la eliminación de la censura en cualquiera de sus formas. Además, instaló el debate público y académico sobre una nueva ley de radiodifusión y propició algunas iniciativas con la intención de reemplazar el decreto ley 22.285, creado por la dictadura en 1980 (Com, 2009; Segura, 2011). Pero aunque colocó el tema en la agenda pública y de los partidos políticos, en toda su gestión no pudo implementar ninguna legislación nacional de fondo dirigida a regular los medios de comunicación (Com, 2009).

Mientras tanto, las Constituciones provinciales que comenzaron a reformarse en ese periodo incluyeron artículos que ampliaron la noción de la libertad de expresión, pensamiento y opinión al incorporar cláusulas antimonopólicas, el amparo hacia las redacciones periodísticas, el derecho de réplica, el derecho de acceso a la información, el derecho al secreto profesional, la prohibición de la censura, entre otras (Loreti, 1995).

Al comienzo del período democrático, la necesidad de una reforma constitucional también se manifestó como “cuestión” en la sociedad sanjuanina. En 1985, distintas fuerzas políticas partidarias, entidades de profesionales y otros sectores de la sociedad formaron una “Comisión Pro Reforma de la Constitución” con la intención de impulsarla. Ante el reclamo, el Ejecutivo local no pudo negarse (Romero et al, 1989). La Constitución Provincial se reformó durante el mandato del gobernador Leopoldo Bravo, presidente del Partido Bloquista. Esta fuerza política local ya había ejercido la gobernación durante la dictadura con funcionarios puestos por la Junta Militar. En 1983, el bloquismo ganó las elecciones y ofreció su apoyo al gobierno radical nacional, lo que le valió duras críticas (Ceretti et al, 2014). Sin embargo, dos años después, en la votación en la que se eligieron los 30 candidatos para integrar la Convención Constituyente de la Reforma, el bloquismo obtuvo 4 representantes frente a una mayoría de la Unión Cívica Radical (UCR), que obtuvo 20. Las restantes 6 bancas fueron ocupadas por el Frente Justicialista de Liberación (Frejuli).

## **Libertad de pensamiento y de imprenta en los proyectos de las minorías**

Hasta ese momento, la única normativa relacionada con la libertad de expresión con la que se contaba en la Provincia estaba fijada en su Constitución, sancionada en 1927. Establecía la libertad de pensamiento para los individuos, sin tener responsabilidad alguna por sus ideas a menos que incluyeran injurias personales o fueran contrarias a la moral o al orden público (Artículo 5); y también, un “jurado especial” que decidía en casos de abusos de la “libertad de imprenta” (Artículo 6).

Los anteproyectos de reforma presentados por las dos minorías constituyentes (bloquismo y Frejuli) no se ocuparon de establecer derechos y libertades relacionados con la comunicación: el bloquismo “remozó” los artículos 5° y 6° de la Constitución de 1927 y el sector del Frejuli reconoció como derecho la libertad de información, de opinión y de expresión del pensamiento siempre que se “respete la moral y las buenas costumbres”. Ambos anteproyectos penaban los abusos en el ejercicio de la libertad de imprenta o de prensa.

En tanto que todo el proyecto de reforma constitucional presentado por los constituyentes de la UCR, que fue el que se puso a consideración y debate de la Convención, fue redactado teniendo “como eje central la libertad” (Russo, DS, 1986, p. 166)<sup>2</sup> basada en una “ética de la solidaridad” y en el “respeto por los derechos humanos y la

---

2

Las citas a los argumentos de los constituyentes que constan en el Diario de Sesiones de la Honorable Convención

igualdad” (pp. 170, 172).

En la fundamentación en general de su proyecto, el radicalismo local expresó la intención de convocar a una democracia basada en la participación política, social, económica y cultural; y proponer la democratización como ejercicio de ciudadanía (p. 182) y la pluralidad como parte de ese sistema participativo (p. 180).

## Los Artículos en debate y aprobados

*DERECHOS IMPLÍCITOS. ARTÍCULO 12°. La enumeración de libertades, derechos y garantías establecidos en esta Constitución, no deben entenderse como la negación de otros derechos, libertades y garantías no enumeradas, siempre que fluyan del espíritu de ésta, de la Constitución Nacional y de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. (Constitución de la Provincia de San Juan, 1986)*

El Proyecto constitucional establece que este instrumento es el paraguas jurídico de definición de los derechos humanos, cuyo Artículo 19 instituye la libertad de opinión y expresión y de investigar y recibir información. La Convención para la Reforma ratifica también el Pacto de San José, por lo que consideramos que le otorga mayor importancia que a la DUDH porque decide emitir una declaración que incorpora el Pacto como anexo a la Constitución Provincial (Russo, DS, 1986, p. 288). El sector bloquista se opone a la inclusión del Pacto. Los constituyentes radicales adoptan los artículos 13 y 14 del Pacto de San José como base de fundamentación para los argumentos referidos a la comunicación.

*DEFENSA DE LOS DERECHOS. ARTÍCULO 22°. Todos los habitantes de la Provincia tienen derecho a defender su vida, libertad, reputación, seguridad, propiedad, intimidad, culto, como así también a enseñar y aprender, a una información veraz y a los demás consagrados en esta Constitución. El Estado protege el goce de estos derechos de los que nadie puede ser privado, sino por vía de penalidad con arreglo a la ley, anterior al hecho del proceso y previa sentencia de juez competente. En el caso de incorporación de la pena de muerte en la legislación nacional, para su aplicación en la Provincia se requiere pronunciamiento unánime de los miembros de la Corte de Justicia. (Constitución de la Provincia de San Juan, 1986)*

Este artículo enumera un conjunto de derechos bajo protección del Estado, entre ellos, el derecho a una información veraz. Esta visión del Estado en el rol de protector, promotor y garante de derechos va a ser argumentada reiteradamente por el sector radical durante el debate y es una de las condiciones para la democratización de la comunicación.

El derecho a una información que no es “mendaz, engañosa, deformada o parcial” también estaba incluido en el Informe MacBride (UNESCO, 1980, p. 275). No estaba establecido en la Constitución Nacional vigente al momento de la reforma (la de 1853 y sus modificaciones) pero sí estaba incluido en las disposiciones del decreto-ley de Radiodifusión N° 22.285 (Artículo 18), como una característica del tipo de información destinada al público. Aunque la interpretación que se hacía en el marco de la dictadura militar es que la información no podía atentar contra la Doctrina de Seguridad Nacional impuesta en ese periodo.

*LIBERTAD DE EXPRESIÓN. ARTÍCULO 25°. Todos tienen derecho a expresar y divulgar libremente su pensamiento por la palabra, la imagen o cualquier otro medio, así como el derecho de informarse sin impedimentos ni discriminación. No puede ser impedido ni limitado el ejercicio de estos derechos por ninguna forma de censura. La infracción que se cometa en el ejercicio de estos derechos está sometida al régimen punitivo establecido por ley y su apreciación corresponde a la justicia ordinaria sin perjuicio de lo dispuesto por las leyes nacionales. Toda persona que se considere afectada por informaciones inexactas o agraviantes, emitidas en su perjuicio, a través de medios de difusión, tiene derecho a efectuar por el mismo medio su rectificación o respuesta, gratuitamente y con la extensión máxima de la información cuestionada; en caso de negativa, el afectado podrá recurrir a la justicia dentro de los quince días posteriores a la fecha de la publicación o emisión, transcurridos los cuales caducará su derecho. El trámite ante la justicia será el del procedimiento sumarísimo. La crítica política, deportiva, literaria*

---

Constituyente las referenciamos del siguiente modo: apellido del constituyente, DS, 1986, número de página.

*y artística en general, no está sujeta al derecho de réplica. En ningún caso puede disponerse la clausura o cierre de los talleres, emisoras u oficinas donde se desenvuelven las empresas periodísticas. El secuestro de las ediciones o materiales de prensa puede ser dispuesto por juez competente en causa judicial abierta al efecto. (Constitución de la Provincia de San Juan, 1986)*

Este Artículo fue el más cuestionado por lo que sufre distintas modificaciones durante el debate e incluso es reconsiderado, una vez aprobado por la Convención, en otra sesión. Los cambios sobre el Artículo 25 respondieron principalmente a la presión ejercida desde distintos editoriales de Diario de Cuyo (el único medio impreso de la provincia durante muchos años) en los que se cuestionaba el derecho de réplica al considerarlo una transgresión a la libertad de prensa y de expresión (de los medios), un derecho anticonstitucional al avanzar sobre la propiedad ajena (las empresas periodísticas) y porque pretendía reglamentar la prensa, en una interpretación beneficiosa del Artículo 32 de la Constitución Nacional (Acosta, DS, 1986, pp. 302-303; Rizo, DS, 1986, pp. 309-310). Cabe destacar que la opinión de los medios (principalmente los editoriales del único matutino local) era replicada en las sesiones de la Convención a través de las fundamentaciones del sector bloquista.

El derecho de réplica y la abolición de la censura (Seguí, DS, 1986, p. 316; Ramh , DS, 1986, p. 306) están ampliamente respaldados por los instrumentos jurídicos internacionales como el Pacto de San José y por las declaraciones e informes de trabajo de las reuniones organizadas por UNESCO, como argumentaron los radicales (Seguí, DS, 1986, pp. 304, 647).

La fundamentación de este Artículo tuvo como fuente principal el texto Consideraciones sobre el derecho a réplica o rectificación elaborado por docentes e investigadores de la Universidad Nacional de San Juan, Víctor Guzzo, José Barchil n y Rosa María Galiana (1985). Este informe se basó en las formulaciones de la UNESCO respecto del derecho a comunicar y en los conceptos vertidos en la Reunión del Grupo de Trabajo sobre el Derecho a Comunicar (Guzzo et al, 1985, p. 10). Además incluyó otros como acceso, participación, comunicación horizontal y flujo de información libre pero equilibrado (p. 11).

*DERECHO A LA INFORMACIÓN. ARTÍCULO 27. Todos los habitantes tienen derecho a que se les informe veraz y auténticamente sin distorsiones de ningún tipo, teniendo también el derecho al libre acceso a las fuentes de información, salvo en asuntos vitales para la seguridad del Estado. El tiempo de la reserva se fijará por Ley. Los registros de antecedentes personales harán figurar en las certificaciones que emitan solamente las causas con condenas no cumplidas contra el interesado, salvo solicitud de autoridad judicial o del mismo interesado. No hay restricción alguna para introducir publicaciones, distribuirlas en el interior de la Provincia, programar, organizar y asistir a congresos de carácter provincial, nacional o internacional. La información en todos sus aspectos es considerada como de interés público. (Constitución de la Provincia de San Juan, 1986)*

Este Artículo considera el derecho a la información como derecho humano y universal que incluye la posibilidad de contar con los instrumentos necesarios para la búsqueda, recepción y difusión de la información y la garantía de acceso a las fuentes de información (Loreti, 1995). La información en todos sus aspectos es de interés público, por lo que el Estado reconoce y promueve la función social que tiene la información para el conjunto de la ciudadanía (Loreti, 1995, p. 138).

En el mismo sentido, los argumentos de la mayoría constituyente expresaron que el derecho a informar e informarse y a acceder a las fuentes de información eran necesarios para el ejercicio de la ciudadanía y, por lo tanto, vital para lograr la democracia participativa. Asimismo, sostenemos que el derecho a la información del también se relaciona con un conjunto de otros Artículos<sup>3</sup>, a los que consideramos como derechos conexos al derecho a comunicar.

---

3 Estos Artículos, 9, 47, 212 y 255, se refieren al derecho a la participación política; a la necesidad de estar informado acerca de los actos de gobierno (publicidad de los actos de gobierno) y de los usos, distribución e inversión de los recursos del Estado; y al derecho a conocer que emana de la obligación de dar a publicidad las causas judiciales que pasan a estado de sentencia (Const. Provincia de San Juan, 1986).

*MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ARTÍCULO 28. Queda prohibido el monopolio y oligopolio de medios de comunicación por parte de entes públicos o privados de cualquier naturaleza. (Constitución de la Provincia de San Juan, 1986)*

Este artículo es aprobado sin argumentos en contra, pero sí fue debatida la concentración mediática que existía en la provincia durante el debate constituyente. El sector radical de la Convención, sin apoyo en los medios más importantes de la Provincia, argumentaba que no había debate público en los órganos de difusión para poner en discusión la Constitución, porque no había espacio para expresar voces disidentes a su línea editorial (Pontoriero, DS, p. 314). La ausencia del debate público en los medios sobre cuestiones que hacían a la vida política, social, económica de la población es un obstáculo para la democratización. El derecho de réplica, sostenía el sector mayoritario, garantizará la protección del ciudadano frente a los conglomerados mediáticos (Figueroa, DS, p. 315).

MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ARTÍCULO 29. Se aplican las normas del Código Penal a los delitos que se cometieren a través de la prensa o por cualquier otro medio de comunicación social. (Constitución de la Provincia de San Juan, 1986)

Este artículo se encuentra en casi todos los instrumentos de la época que pretendían reglamentar la actividad de los medios de comunicación en cuanto a las transgresiones que pueden realizarse a través de ellos, consideradas abusos de imprenta. El Pacto de San José señala que la actividad informativa debe abstenerse de afectar la honra, la reputación, la intimidad y la vida privada. El bloqueismo se opone a la sanción de este Artículo por considerar que ya hay jurisprudencia nacional suficiente al respecto. Y el sector del Frejuli considera que sí es necesaria su inclusión, ya que la Provincia debía ratificar este tipo de jurisprudencia.

## Reflexión final

De una lectura de los argumentos de los constituyentes radicales para justificar su proyecto de Reforma de la Constitución de la Provincia de San Juan con la inclusión de los Artículos 12, 22, 25, 27, 28 y 29, surge que la intención fue lograr la participación de la ciudadanía en todos los aspectos del funcionamiento social y la democratización, y que ese propósito también se extendió a la comunicación. En la aprobación de principios referidos a la libertad de expresión, al derecho a la información, al derecho de réplica, a la abolición de la censura y a la prohibición de monopolios en los medios (a grandes rasgos) podemos sostener que los constituyentes decidieron democratizar la comunicación de acuerdo con el enfoque de la comunicación como derecho.

Consideramos que los sectores de la Convención Constituyente que respondían a la primera y segunda minoría, el Frejuli y el bloqueismo, no fueron más allá de la visión de libertad de expresión propia de principios de siglo XX en sus anteproyectos, en la que se confirma una visión más bien empresarista de la libertad de expresión. Esto se justifica en que pese al conjunto de reuniones para estudiar el derecho a la comunicación, los aspectos que involucra, sus alcances y limitaciones llevados a cabo por la UNESCO, hasta mediados de los '80 no se había llegado a una definición jurídica de ese derecho plasmada en un instrumento normativo. En tanto que, la libertad de expresión y de prensa, conceptos más antiguos, sí están definidos en instrumentos internacionales como el Pacto de San José, la Declaración Universal de los Derechos del Hombre y el Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos, y también están expresados en leyes o declaraciones constitucionales de países y provincias.

El proyecto presentado por los constituyentes radicales otorgó al ejercicio de la comunicación un conjunto de libertades, derechos y garantías que eran prácticamente inexistentes en las Constituciones argentinas sancionadas hasta esa época. Pese a la falta de instrumentación jurídica del derecho a la comunicación, la aprobación de los Artículos 12, 22, 25, 27, 28 y 29 incorporó a la Constitución de San Juan el enfoque de la comunicación como derecho humano fundamental.

## Referencias

Alfonsín, R. (1985). Discurso de Parque Norte del 1 de diciembre de 1985: Convocatoria para una convergencia

democrática. <https://www.educ.ar/recursos/fullscreen/show/22865>

Partidario. UNSJ  
 Ceretti, G., Navarro, M., Bocelli, N. y Veramendi, M. (2014). El voto sanjuanino: Del Pluralismo al Predominio

Com, S. (2009). Alfonsinismo, contexto sociopolítico y medios de comunicación. En Mastrini, G. (Ed.), Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina 1920- 2007 (2 ed). La Crujía

Fisher, D. (1984). El derecho a comunicar, hoy. Estudios y Documentos de Comunicación Social, (94). UNESCO. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000050335\\_spa?posInSet=2&queryId=ccefe842-711b-43d8-9589-817e646458c7](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000050335_spa?posInSet=2&queryId=ccefe842-711b-43d8-9589-817e646458c7)

Guzzo, V., Barchilón, J. y Galiana, R. M. (1985). Consideraciones sobre el derecho a réplica o rectificación. Departamento de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UNSJ (Publicación no impresa aportada por los autores)

Landi, O. (1987). Medios, procesos culturales y sistema político en Ford, A., Fox, E. y Landi, O. (comp.), Medios, transformación cultural y política. Legasa

Loreti, D. (1995). El derecho a la información. Relación entre medios, público y periodistas. Paidós

Loreti, D. y Lozano, L. (2014). Derecho a comunicar: Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas. Siglo Veintiuno Editores

Romero, I., Chirino, M. y Riveros, O. (1989). Constitución de la provincia de San Juan 1927-1986. Gabinete de Estudios e Investigaciones en Ciencias Políticas, Departamento de Ciencias Políticas, Facultad de Ciencias Sociales, UNSJ. Imprenta Universitaria

Sautu, R.; Boniolo, P; Dalle, P. y Elbert, R. (2005). Manual de metodología.

Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología.

CLACSO

Segura, S. (2011). La reforma comunicacional: La construcción de sus argumentos y condiciones de posibilidad a partir de 2001. Estudios - Centro de Estudios Avanzados, (26), 125-142.

Documentos

Constitución de la Provincia de San Juan, Argentina, 1927.

Constitución de la Provincia de San Juan, Argentina, 1986.

Diario de Sesiones de la Honorable Convención Constituyente de la Provincia de San Juan, Argentina, 1986.

OEA (1969). Convención Americana de Derechos Humanos, Pacto de San José. [https://www.oas.org/dil/esp/1969\\_Convención\\_Americana\\_sobre\\_Derechos\\_Humanos.pdf](https://www.oas.org/dil/esp/1969_Convención_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf)

ONU (1976) Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights>

ONU (1976b) Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-economic-social-and-cultural-rights>

ONU (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos (Resolución 217 A III). <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

UNESCO (1974). Actas de la Conferencia General. 18ª reunión. Vol.1. París, 17 de octubre al 23 de noviembre de 1974

(1976). Informe sobre las modalidades y posibilidades de una activa participación en el proceso de la comunicación y análisis del derecho a la comunicación (Documento 19 C/93), Conferencia General. Nairobi, 19ª reunión. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000022222\\_spa?posInSet=1&queryId=c2665bc6-4d00-46b5-bdb2-148591c43bb0](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000022222_spa?posInSet=1&queryId=c2665bc6-4d00-46b5-bdb2-148591c43bb0)

(1977). Informe final de la Reunión sobre la autogestión, el acceso y la participación en la comunicación, Belgrado, 18 a 21 de octubre de 1977.

Económica  
 (1980). Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. Fondo de Cultura

(1985). El derecho a la comunicación: Informe del Director General (Documento 23 C/13), Conferencia General, 23ª reunión, Sofía. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000065817\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000065817_spa)

Artículo periodístico

# Experiencia extensionista en el Departamento Senguer, “Personas Mayores en pandemia-pospandemia: estrategias y prácticas en la docencia, salud comunitaria, comunicación y gestión local”

Agustina Fernández Pérez  
agtinafp@gmail.com

Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco

## Resumen

En el marco de la implementación del Proyecto de Investigación *Territorio, sociodemografía y políticas públicas y comunicación. Los adultos mayores en el sur de la provincia de Chubut. Argentina*, se realizaron distintas actividades de relevamiento, difusión y capacitación en las localidades del Departamento Senguer. A partir de las mismas se generó la demanda de articulación de espacios de trabajo en los que puedan interactuar estudiantes y docentes de los niveles medio y universitario, tendientes a articular estrategias conjuntas de abordaje de la temática de la vejez, el proceso de envejecimiento, las representaciones sociales, imaginarios, prejuicios, configuración/ reconfiguración de la vejez; tendientes a la sensibilización, visibilización y elaboración de producciones en las que se recupere el proceso de construcción social de la vejez.

Este trabajo recupera la metodología de trabajo utilizada en esa actividad en el mes de Mayo de 2022 en la localidad de Río Senguer.

La universidad es un espacio de cambios. Es un portal que al abrirse nos propone un panorama amplio, diverso y versátil sobre el rol social y su relación con la construcción de futuros profesionales. Mi paso por la universidad cambió mi concepción del mundo. La universidad es una organización educativa que alberga procesos en los cuales la prueba y el error, son elementos presentes ¿Para qué son los espacios educativos, si no es para equivocarse?

## Introducción

Es ineludible no pensar y contemplar la historia del territorio patagónico y sus pobladores. Siendo un territorio fundado a partir del sometimiento y exterminio de pueblos originarios, y marcado por lo que posteriormente significó la división de esas tierras entre sectores de poder, los cuales emplearían a integrantes de los mismos pueblos sometidos (y también a inmigrantes) como mano de obra asegurada. Teniendo en cuenta lo mencionado, entendemos el contexto socio histórico y el modo en el que influyó en las historias de las familias.

Poder conocer el territorio a través de las historias que lo habitan y construyen determina un aspecto primordial para los objetivos de esa experiencia. Pero ¿Qué sucede cuando “no las hay”? La invisibilización/ausencia de narrativas personales por parte de los jóvenes estudiantes de nivel medio, propone una perspectiva que no sólo parte de la institución educación, sino que interpela fibras humanas, involucrándose desde un lugar emocional.

Es por eso que en las realidades de la mayoría de los y las jóvenes, hablar de adultos mayores equivale a un desconocimiento sobre sus historias, producto de un silenciamiento social y familiar. Las organizaciones educativas (y sus acciones sobre el territorio, como lo es este proyecto) tienen la urgente obligación de incitar diálogos entre las personas que la conforman para poder saber a mayor certeza cómo son nuestros adultos mayores. De ser así, las futuras generaciones se verán libres de mitos y prejuicios sobre las vejeces, propiciando que a futuro (cuando ellos/as ocupen ese rol social) se encuentren emancipados de problemáticas y flagelos heredados, pero sobre todo con herramientas y capacidades que les permitan erradicar la marginalidad que sufren hoy en día los y las adultos/as mayores.

En el común denominador de los/as habitantes del sur de la provincia del Chubut, ir a la universidad es casi tan lejano como viajar al Polo Norte. Hay un imaginario colectivo que le “prohíbe” (a excepción de algunos casos) a gente que compone estos pueblos acceder a un edificio tan prestigioso como lo es la universidad. ¿Cuál es el rol de las universidades? En una conferencia dada en la Feria del Libro 2022 en Comodoro Rivadavia, y luego de haber recibido un honoris causa, Dora Barrancos decía:

*“¿Cuál es el destino de las universidades?...se volvió a resituar la cuestión de universidad profesionalista vs. la universidad que queremos tener, la que hace críticas hacia la ciudadanía. La que crea ciudadanos críticos frente al conocimiento que han obtenido y a los desafíos de su propia profesionalidad... Yo estoy mucho más interesada en el porte de creación crítica de universidad. En ese punto, una universidad cumple, más allá de lo que dicen los tontos estándares de ranqueo de universidades, aún si recibe por poco tiempo alumnos en la universidad. El desempeño de la universidad se mide por el número de egresados, generalmente, pero nunca se mide por el número de oportunidades que le dió a muchas personas que no completan la universidad, pero que hacen un significativo cambio en sus subjetividades, en sus posiciones, inclusive, en el aprendizaje profundo que tiene el saber más de lo colectivo, de lo social...”*

El desafío para quienes componemos esta organización está justamente en correr esas barreras imaginarias existentes y empaparnos de ese territorio que, de una forma u otra, nos compone y modela.

Este proyecto extensionista, que depende del Proyecto de Investigación *Territorio, sociodemografía y políticas públicas y comunicación. Los adultos mayores en el sur de la provincia de Chubut. Argentina*, se propone eso. Por un lado, la recuperación de historias de los pobladores del interior de la provincia, y por el otro, promover prácticas pedagógicas y didácticas horizontales, en donde los principales protagonistas sean los estudiantes de nivel medio. Utilizando herramientas de relevamiento, difusión y capacitación, pudimos concretar proyectos colectivos que, con el tiempo, se fueron concretando en diferentes encuentros posteriores.

Como estudiante avanzada de la Licenciatura en Comunicación Social entiendo como fundamental la apertura de espacios de intercambio como el mencionado en este artículo. La participación activa de los estudiantes en propuestas extensionistas despliega una gran apertura en las posibilidades y alcances que tenemos a futuro. Los estudiantes no somos sólo receptores de información.

La presencia de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, adquiere relevancia como actor social de referencia en relación a la necesidad de asesoramiento manifestado por las instituciones locales participantes. Como consecuencia se establecen acuerdos a fin de dar continuidad a este tipo de encuentros organizados por la Universidad, adquiere el compromiso por parte de los Directores del presente proyecto de organizar un evento de similares características en otras localidades del sur de la provincia del Chubut.

## Desarrollo

¿Qué es la comunicación sino una herramienta para cambiar el mundo? o por lo menos, una que nos muestra una salida de emergencia cuando no sabemos para donde arrancar. Y si pensamos la fusión de esta, con su gran colega “la educación”, conoceremos un mundo bello y poco investigado.

La necesidad de encontrar nuevas formas de aprender no es una novedad. Ya desde el siglo pasado el maestro y pedagogo francés Célestin Freinet<sup>1</sup> consideraba que todos/as los/as niños/as debían vincularse con procesos de investigación desde edades tempranas. Adaptados a sus capacidades e intereses, se generarían aprendizajes significativos que incluirían la reflexión como parte del proceso de enseñanza y aprendizaje. La educomunicación, en este contexto, es un nuevo modo de pensar la educación. Más aún luego de una pandemia por covid-19 nos obligó a cambiar los entornos educativos hacia la virtualidad. Nos encontramos en un “entre”, como diría la Dra. Mariana Maggio (2022):

*“... algo se está moviendo. Es una suerte de portal que, inesperadamente, se abrió. Pasa en la ciencia ficción, pasa en la enseñanza universitaria. Se están generando condiciones para preguntar y preguntarnos a qué universidad volvemos. La pregunta es si vamos a atravesar el portal pegando un salto hacia adelante que nos permita, ahora sí, entrar en un tiempo de invención y construir colectivamente prácticas de la enseñanza contemporáneas e inclusivas, o si, en cambio, vamos a quedarnos merodeando bajo el marco, lugar al que consideramos seguro pero que, notoriamente, nos deja del lado del pasado.*

*Tengamos en cuenta que los portales no suelen quedar abiertos para siempre y este es uno que se puede cerrar pronto: se pasa el entusiasmo, los estudiantes se dejan de quejar, las inversiones se vuelven a parar, las nuevas normativas limitan las exploraciones, los docentes nos volvemos a frustrar o las circunstancias vuelven a apabullarnos. Lo mismo da, el punto es que el portal puede cerrarse, y pronto.”*

En este sentido, la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, a través del proyecto de investigación *Territorio, sociodemografía y políticas públicas y comunicación. Los adultos mayores en el sur de la provincia de Chubut. Argentina*, se propone eso. Aprovechar ese portal y entender otros modos de aprender.

Una excusa perfecta fue la planificación de este proyecto extensionista en el Departamento de Senguer, el cual se propuso trabajar con adultos mayores como contenido transversal, a través del trabajo social, la geografía y la comunicación como ejes de aplicación. En este caso, se trató de una actividad de extensión que congregó una participación masiva de estudiantes, docentes y directivos; en los talleres participaron docentes de Alto Río Senguer, José de San Martín y de Facundo. Los productos obtenidos de los talleres que se desarrollarán a continuación sentaron las bases para un flujo de intercambio virtual permanente entre la universidad y las organizaciones involucradas. La formación de espacios de trabajo interactivos entre estudiantes y docentes de los niveles medios y universitarios articularon estrategias conjuntas de abordaje de la vejez, el proceso de envejecimiento, las representaciones sociales, imaginarios, prejuicios, configuración/ reconfiguración de la vejez; tendientes a la sensibilización, visibilización y elaboración de producciones comunicacionales en las que se recupere el proceso de construcción social de la vejez.

Uno de nuestros objetivos como equipo de trabajo es la implementación de políticas públicas relacionadas con la temática “personas mayores”. Para ello, es necesaria la articulación de las instituciones del Estado, la sociedad civil, los usuarios y, en este caso las instituciones educativas que pueden colaborar con el círculo virtuoso de generación de políticas públicas. La universidad aporta profesionales que a través de sus equipos de cátedra y estudiantes abordan contenidos específicos relacionados con los adultos mayores y su rol en el seno de la comunidad, la geografía de la vejez, geodemografía, movilidad cotidiana, representaciones sociales, mitos y prejuicios del adulto mayor, procesos comunicacionales, representaciones cartográficas, entre otros.

Conectar con otros estudiantes de nivel medio significa para nosotros, también estudiantes, un valioso espacio de encuentro, reflexión y producción de conocimientos. Como así también la interacción entre docentes investigadores universitarios con distintos actores sociales que han desempeñado una valiosa labor en el territorio del

---

<sup>1</sup> (1896-1966) Pedagogo francés que realizó muchos cambios en el sistema educativo de la época, buscando principalmente la autonomía de los niños y niñas, generando procesos educativos basados en la libertad de expresión y el diálogo.

Departamento Senguer en contexto de pandemia con los adultos mayores.

Todas las acciones implementadas constituyen un valioso insumo para nuestro proceso de investigación, permitiendo abordar y profundizar las líneas investigativas previstas para la Fase II del proyecto.

Este proyecto extensionista le da respuesta a la demanda surgida a partir de los primeros talleres implementados en Río Mayo en 2019, en que las instituciones educativas solicitan espacios de asesoría y seguimiento en temáticas de adultos mayores, para consolidarla como contenido transversal en la currícula escolar.

Algunos de objetivos materializados en esta propuesta fueron:

- Promover y acompañar instancias académico educativas y de investigación que favorezcan la generación de espacios formativos institucionales en torno a la temática del adulto mayor.
- Contribuir a la vinculación de la FHCS con referentes e instituciones locales relacionados con las Personas Mayores
- Problematizar la temática de la vejez y el rol de las personas mayores en el contexto de pandemia y pos pandemia
- Recuperar la memoria colectiva de los adultos mayores a partir de distintas estrategias y dispositivos comunicacionales
- Promover la generación de espacios de retroalimentación entre docentes y estudiantes tendientes a instituir la temática del adulto mayor

En relación a la propuesta de extensión llevada adelante en Alto Río Senguer, se diseñaron tres ejes de trabajo que fueron abordados en modalidad de taller:

**TALLER I** - “Configuración de la vejez – vejeces. Un análisis desde el enfoque de derechos.” Destinado a equipos docentes y directivos de nivel medio.

Se abordaron distintas perspectivas respecto a la temática de vejez/vejeces. La vejez como construcción sociocultural. Mitos y prejuicios. Las personas mayores como actores sociales de nuestra época. El envejecimiento activo. Políticas Públicas que tienen como protagonistas a las personas Mayores: relato de distintas experiencias.

*Coordinación a cargo de: Amelia Carrizo, Adrian Ñancufil, Tania Hernández, Zahira Politano, Jennifer Bezmalinovich.*

El Taller se organizó en dos momentos

Momento I: Encuadre y Marco teórico

Momento II: Trabajo Grupal en torno a dos consignas:

1. ¿Cómo ven a las personas mayores en cada una de las localidades?
2. Pensar una propuesta áulica intercátedra que tenga como eje las personas mayores.

**GRUPO 1:** este grupo queda conformado por docentes de Facundo, San Martín, Lago Blanco, Río Senguer

Consideran que la soledad es el factor que atraviesa a las personas mayores en las distintas localidades, grandes distancias con familiares de origen, viven en la ruralidad.

Los hombres llegan a la vejez sin un lugar donde vivir por lo que el Hogar de Abuelos es un recurso fundamental

para albergarlos.

Reconocen la pertenencia a pueblos originarios pero aún muchos se avergüenzan muestra de ello es la negativa por hablar la lengua propia o enseñar las mujeres por ejemplo a tejer, si no se les pregunta no mencionan ese saber. Hay una negación cultural. En la Comunidad el Chálía hay una asistencia estatal al sector los familiares se han desentendido aparecen situaciones de enfermedad, las rondas sanitarias realizadas por los Hospitales Rurales son fundamentales.

*PROPUESTA: recuperar de alguna manera el saber originario - Hoja divulgadora.*

GRUPO II: los integrantes del grupo viven en la localidad de Río Senguer, reflexionan en primer momento sobre sus propios familiares adultos mayores.

Perciben más participación por parte de las personas mayores y hay más actividades.

Hay algunos que después de la pandemia se han vuelto más pasivos esperando que otros hagan por ellos, ej. cobrar, compras... no quieren salir de la casa.

En la pandemia estuvieron encerrados, con mucho miedo transmitido por la familia y medios de comunicación, pensaban que se iban a morir y no querían.

*PROPUESTA:*

*Compartiendo saberes: traer a las personas mayores a la escuela como capacitador para que puedan compartir sus saberes en talleres.*

*Programa de Radio: donde además de contar su historia de vida puedan compartir saberes y actividades que realizan.*

GRUPO III: (participan docentes del área de producción y participación ciudadana y política)

Hay una vejez activa que se observa en el último tiempo, con actividades recreativas, en eventos específicos los identificamos, pero no son todos ¿qué pasa con el resto? ¿Qué pasa con aquellos que por diversos motivos no salen de sus casas?

*PROPUESTA.*

*Compartiendo Recetas. Charlas con referentes adultos mayores(diagnóstico)*

*Producción-recetas-etiquetados*

*Ir a los hogares pensando en los que no pueden asistir a la escuela. Sumar adultos a la escuela abierta.*

**TALLER II: “Palabras Mayores. Memorias de un tiempo sin tiempo”.** Destinado a estudiantes de nivel medio.

Se abordaron aspectos referidos lo comunicacional:

Recuperación de la palabra del adulto mayor y rescate de la historia del pueblo desde los adultos mayores,

Re-construcciones simbólicas del adulto mayor desde la perspectiva de los jóvenes

Formatos de comunicación tradicional y nuevas formas transmedia – digitales de narrar.

Ecosistemas de lenguajes en el mundo de las tecnologías de la comunicación: pastillas audiovisuales, podcast de audio, micro visuales, video *smartphones*, realidad ampliada y virtual, documentales interactivos (web doc).

*Coordinación a cargo de: Horacio Avendaño, Liliana Figueroa, Agustina Fernández Pérez, Enzo Antoniazzi*

Este taller se organizó a modo de conversatorio. Se realizó una apertura mencionando a la Universidad y sus integrantes, y la importancia que tiene la participación de los estudiantes dentro de los pueblos/comunas del sur de Chubut.

Con la consigna “contanos la historia de tus abuelos o abuelas” se inauguró un espacio destinado a conocer las voces de todos/as los/as estudiantes presentes. Atravesados por la emocionalidad, surgieron respuestas como “no tengo historia”. Esto nos lleva a pensar nuevamente el los contextos sociohistóricos que habitan los pobladores rurales. En las realidades de la mayoría de los y las jóvenes, hablar de adultos mayores equivale a un desconocimiento sobre sus historias, producto de un silenciamiento social y familiar. Las organizaciones educativas (y sus acciones sobre el territorio) tienen la urgente obligación de incitar diálogos entre las personas que la conforman para poder saber a mayor certeza cómo son nuestros adultos mayores.

### **TALLER III: Espacio destinado a distintos referentes institucionales, actores sociales que se vinculan con la temática de Personas Mayores en territorio.**

Se generó una instancia de intercambio entre referentes de municipios y comunas rurales, hospitales rurales, trabajadores comunitarios en terreno, responsables de clubes y hogares de adultos mayores, responsables del Programa Universitario del Adulto Mayor UNPSJB

Se visibilizó y puso en valor la tarea y distintas estrategias que se implementaron durante el contexto de crisis sanitaria de pandemia y pospandemia, en donde las personas mayores fueron el grupo etario más vulnerable.

*Coordinadores: Horacio Avendaño, Adrian Ñancuñil, Amelia Carrizo.*

Los protagonistas, es decir, invitados de esta experiencia extensionista fueron todos los Estados locales convocados, a saber: municipios de Alto Río Senguer, José de San Martín, Río Mayo y Comuna Rural de Facundo. Los referentes institucionales de los Hospitales Rurales de Río Mayo y Alto Río Senguer, participaron en la figura de sus respectivos directores y de los trabajadores comunitarios en terreno de ambos hospitales.

### **Algunas conclusiones**

Esta propuesta de extensión nos sitúa, como universidad, en el territorio buscando posibles respuestas a las demandas puntuales de diferentes actores sociales, contribuyendo así al trabajo conjunto a partir de la simbiosis de conocimientos y cultura distintos sectores sociales de la comunidad, a partir de la transferencia e intercambios de conocimiento y cultura.

Se establecieron acuerdos a fin de dar continuidad a este tipo de encuentros organizados por la Universidad. Los Directores del proyecto se comprometen a organizar un evento de similares características en la localidad de Facundo en algún momento del año siguiente (2023).

Desde PUAM (Programa Universitario de Adultos Mayores) se realizó un ofrecimiento de distintas líneas de capacitación brindadas desde la universidad, las que tuvieron eco favorable en los referentes institucionales participantes.

Por parte de la institución educativa de la cual provino la demanda de trabajar con adultos mayores como contenido transversal, se concretó una participación masiva de estudiantes, docentes y directivos; en los talleres participaron docentes de Alto Río Senguer, José de San Martín y de Facundo. Los productos obtenidos de ambos talleres sentaron las bases para brindar una asesoría permanente vía virtual para que los docentes puedan terminar sus proyectos e implementarlos a lo largo del ciclo lectivo. Se invita a participar con sus producciones a docentes y estudiantes en eventos a organizarse en Comodoro Rivadavia durante la semana del Adulto Mayor en el mes de octubre.

Ese encuentro en la localidad de Facundo se llevó a cabo en el mes de Mayo del corriente año. Allí se establecieron redes sólidas de comunicación entre los actores involucrados. Se propusieron pasos a seguir, con una gran convicción en la realización de los mismos. Entre las propuestas, se vislumbró el compromiso de la creación de una red provincial de adultos mayores, la participación en primera persona en el Consejo de Mayores y una fecha concreta para el próximo encuentro en la localidad de Sarmiento.

Ser parte de experiencias como esta nos devuelven a la que considero es la médula de las universidades: construir con otros. Todos/as los/as que somos parte de este proyecto consideramos y militamos las construcciones colectivas. Es por eso que, desde el área que me compete, la comunicación social, abro el paraguas para seguir construyendo políticas públicas emancipatorias y participativas.

## **Bibliografía**

Barrancos, D. (2022) Conferencia “Universidad y cambio social”. Comodoro Rivadavia, Chubut: Feria del Libro.  
<https://www.youtube.com/live/2g4dr41xRMc?feature=share>

Legrand, L. (1993) *CÉLESTIN FREINER (1896-1966) en Perspectivas: revista trimestral de educación comparada*. París, UNESCO: Oficina Internacional de Educación, vol. XXIII, nos 1-2, 1993, págs. 425-441.

Maggio, M (2022) *Híbrida. Enseñar en la universidad que no vimos venir*. Buenos Aires: Tilde Editora

# El audiovisual en San Juan: la reconfiguración de la industria cultural a partir de Políticas Públicas de Comunicación, en el período 2015-2023

Fornés, Milagros

fornesmilagros@gmail.com

Sánchez Barber, María Emilia

memiliasbarber@gmail.com

**UNSJ**

## Resumen

En las últimas dos décadas, se desarrollan en San Juan una serie de políticas destinadas al impulso y desarrollo de la industria audiovisual en la provincia. Este trabajo tiene como objetivo analizar estas políticas que rigen a la industria audiovisual sanjuanina y a quién están destinadas, como también las relaciones y tensiones entre estado, sector privado y ciudadanía.

El artículo presenta una primera aproximación a la interpretación de las políticas audiovisuales mencionadas. Asimismo, es uno de los propósitos de una investigación mayor que pretende interpretar el actual estado de la industria local, que implica además caracterizar sus lógicas de producción, distribución y consumo a partir de la vinculación entre estado, sector privado y ciudadanía, sus problemáticas, dinámicas e intereses, las diversas formas de organizarse y producir en una provincia alejada de los grandes polos audiovisuales del país.

El enfoque conceptual de este trabajo está guiado por los siguientes conceptos: Economía Política de la Comunicación (Bolaño y Mastrini, 2002), Industrias Culturales (Zallo, 2007) y Políticas de Comunicación (Califano, 2012). Se trata de un trabajo propuesto dentro de análisis realizados en el marco de la cátedra Comunicación y medios de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNSJ.

## Introducción

En materia de industria audiovisual, San Juan cuenta con una breve historia, pero con un enorme potencial de desarrollo. Desde hace algunos años, se desarrolló una serie de políticas destinadas al impulso de la industria audiovisual en la provincia. Entre ellas destacamos la sanción en el año 2016 de la Ley 1.460, un Convenio Marco, suscripto entre el Gobierno de la Provincia de San Juan y el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), con el objetivo de crear una Sede Regional de la Escuela de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC) en la provincia; y la implementación del programa San Juan Filma, un fondo de fomento audiovisual para el sector local impulsado por el Gobierno de San Juan durante 2021 y 2022.

De esta manera, surgieron nuevos actores que dieron impulso al sector, tradicionalmente liderado por empresas periodísticas televisivas y por un reducido grupo de productoras abocadas a la publicidad y la comunicación

política.

Ante una gran vacancia de datos, registros o mapas culturales que den cuenta de la situación actual de la industria audiovisual sanjuanina, nos proponemos analizar cuáles son las políticas públicas que rigen al sector y a quién están destinadas, como también las relaciones y tensiones entre estado, sector privado y ciudadanía.

## Marco teórico

El enfoque conceptual de este trabajo está guiado por los siguientes conceptos: Economía Política de la Comunicación (EPC), Industrias Culturales (IC) y Políticas de Comunicación.

Siguiendo a Bolaño y Mastrini (2002),

*la EPC se centra en el estudio de las relaciones sociales, particularmente en las relaciones de poder, que constituyen la producción, distribución y consumo de los bienes simbólicos. Esta relación compleja adquiere relevancia en su doble dimensión: por las nuevas condiciones que se le presentan a las producciones culturales, como producto de una industria y las particularidades que adquiere un sector industrial específico como lo es el cultural. Además, el desarrollo actual del modo de producción capitalista, que otorga dimensión central a la información y la cultura, amplía el poder explicativo de la EPC y revela su importancia dentro de la Economía Política y de las Teorías de la Comunicación (p.45).*

Según Mastrini (2017), “la EPC puede ser considerada como resultado del cruce de diversos campos académicos: la economía, la ciencia política y las llamadas ciencias de la comunicación” (p.141).

La noción de Industrias Culturales es fundamental para la Economía Política de la Comunicación. Si bien es un concepto anterior a la EPC, cuando en los setenta se definieron las bases de esta teoría, las IC ocuparon un lugar central. Una vez que se reconoció su importancia, el mayor desafío de la EPC fue constatar las particularidades de su forma económica.

Zallo (2007), propone estudiar a las Industrias Culturales como: “una economía de valores intangibles o simbólicos generados por trabajos creativos, en forma de bienes o servicios individualmente insustituibles y en permanente renovación de contenidos o interpretaciones” (p. 230). El autor explica que se trata de una economía de oferta múltiple, cuya eficacia social se encuentra más allá de su valor económico. Sumado a esto, destaca una inevitable presencia de las administraciones, debido a que tiene amplias zonas de bien público.

Debido a que poseen un componente económico y un componente cultural, la importancia de las Industrias Culturales no puede medirse sólo por su dimensión económica sino por su aporte de valores simbólicos, a la información, a la educación, a la cultura y al conocimiento. Este valor simbólico, generado a través de la creación y la originalidad, define a la producción cultural como tal.

Afirma el autor Ramón Zallo (2007), que el cine puede ser catalogado como Industria Cultural debido a que “nace de actos de creación simbólica, tiene procesos de trabajo y valorización peculiares por su propia naturaleza, se plasma en objetos y servicios culturales y demandados por tales y tiene una eficacia social por su percepción en forma de disfrute, conocimiento y vertebración colectiva” (p.219). Por esta razón, los Estados no pueden desentenderse de un sector industrial con tendencia a la producción de bienes públicos con impacto social, y que además posee también un importante impacto económico. La importancia de las políticas culturales en el cine yace según Zallo (2011) en “su función básica de constructoras de la cultura comunitaria y societaria de un país” (p.299).

En este trabajo, entendemos que el Estado se encuentra conformado por un conjunto de instituciones y relaciones sociales. Se trata de un escenario de negociación en el que intervienen diversos grupos, individuos y fuerzas políticas siempre en movimiento y en relación. Califano (2012), define al Estado como “el resultado de la interacción entre distintos actores e instituciones, cada uno de los cuales posee intereses, saberes y concepciones divergen-

tes, todos ellos “co-productores” de las políticas públicas” (p.8). En palabras de Van Cuilenburg y McQuail (2003), “el contenido específico de las políticas de gobierno refleja el trato hecho en un momento y lugar particular y el equilibrio de poder y ventajas entre el gobierno y la industria” (p.2).

Afirma Califano (2016) que “las políticas de comunicación pueden ser caracterizadas como políticas públicas enfocadas en temas específicos de comunicación masiva. Como toda política pública, ocupan un lugar destacado en la articulación entre el Estado y la sociedad” (p.134). Por su parte, Van Cuilenburg y McQuail (2003) postulan que “la formación de políticas en este campo, como en otros, está generalmente guiada por la noción de “interés público”, el cual se espera que sea perseguido por los estados democráticos en nombre de sus ciudadanos” (p.2).

Dentro de las Políticas Públicas podemos encontrar Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), que según el autor Enrique Bustamante (2003) se trata de “acciones u omisiones de las instancias estatales de todo tipo que, de acuerdo a las concepciones, y legitimaciones de cada sociedad y cada tiempo histórico, determinan u orientan los destinos de la creación, producción, difusión y consumo de productos culturales y comunicativos” (p.23).

## **Apartado metodológico**

A fin de lograr una descripción exhaustiva del objeto de estudio, abordamos la problemática desde un enfoque metodológico cualitativo y responde a un diseño descriptivo, con el propósito de presentar una serie de lineamientos y analizar las principales propiedades del fenómeno analizado.

En este marco, las preguntas que guiaron este trabajo de investigación son las siguientes: en la actualidad, ¿Cuáles son las políticas públicas provinciales, orientadas a la producción cinematográfica en el ámbito local? ¿A quién están dirigidas? ¿Cuáles son los principales antecedentes de estas políticas?

En este sentido, el objetivo de este trabajo es analizar las políticas públicas que rigen a la industria audiovisual sanjuanina y a quién están destinadas, como también las relaciones y tensiones entre estado, sector privado y ciudadanía.

## **Análisis antecedentes**

En las últimas dos décadas, se desarrollan en San Juan una serie de políticas destinadas al impulso y desarrollo de la industria audiovisual en la provincia. En el año 2003, se sancionó la Ley N° 7.415, que declaraba de Interés Provincial la promoción y difusión del Cine Argentino dentro del territorio de la Provincia y creaba la oficina de Promoción Cinematográfica, en el ámbito de la Subsecretaría de Cultura y Turismo de la Provincia de San Juan. Esta oficina tenía como objetivos principales difundir obras cinematográficas del cine argentino, apoyar producciones cinematográficas locales, nacionales y extranjeras y vincular las actividades cinematográficas con el área de promoción técnica, cultural y económica de la Provincia de San Juan. Sin embargo, la Ley no fue reglamentada ni aplicada (Vila, 2012).

Durante el período posterior a la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009-2012), Buso y Vila (2013) destacan el crecimiento de la actividad audiovisual en la provincia, de la mano de iniciativas privadas y de políticas vinculadas a la LSCA, como el Plan de Fomento de la TDA y el Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos. Según las autoras, “en el caso de San Juan, las políticas nacionales cubren una carencia de acciones por parte del Estado provincial para el mercado audiovisual” (p. 15).

Durante los años 2012, 2013 y 2014, San Juan fue sede del Festival UNASUR Cine, un Festival Internacional que tuvo un alto impacto en la comunidad cinematográfica local.

Díaz (2022) destaca durante el período 2017-2021 la implementación en la provincia del nuevo Régimen Federal de Fomento, sancionado en 2017. Este régimen ponía mayor énfasis en la captación de audiencias, incorporando

nuevos soportes y nuevas pantallas en las convocatorias y ocupándose de diferentes instancias de la realización: desarrollo de guiones, desarrollo de proyectos y exhibición. Sin embargo, según el autor, “en San Juan han sido escasos los realizadores que han participado de esta política” (p.6).

#### Creación de una Sede Regional de la Escuela de Experimentación y Realización Cinematográfica

En 2016 se sancionó la Ley 1.460, un Convenio Marco, suscripto entre el Gobierno de la Provincia de San Juan y el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), con el objetivo de crear una Sede Regional de la Escuela de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC) en la provincia.

Esta nueva sede representó una inversión de veinte millones de pesos y corrió por cuenta de la gobernación de la provincia. La escuela cuenta con una sala de proyección, tres aulas, depósito de equipos, boxes de grabación de audio, set de grabación y boxes de edición de video, además de una sala de reuniones y oficinas para la Dirección, Subdirección y Secretaría. Fue la primera en el país en contar con un edificio propio diseñado para funcionar como escuela de formación audiovisual.

La carrera de grado que se dicta en la ENERC Sede Cuyo es la Tecnicatura en Realización Cinematográfica Integral, con especial acento en el aprendizaje del guión, la realización y la producción, como parte del objetivo de obtener capacidades de diseñar, crear, dirigir o promover proyectos audiovisuales. El cupo de aspirantes de la Escuela se reserva el 80% para las y los residentes de San Juan, un 10% para residentes de Mendoza y San Luis y el restante 10% está reservado para estudiantes extranjeros. Una vez inscriptos e inscriptas, la próxima etapa de las y los aspirantes está comprendida por tres instancias de evaluación. La primera instancia es teórica, el segundo examen es creativo y la última instancia es un coloquio en donde el cuerpo docente busca asegurarse que la o el ingresante de cuenta del perfil académico que aspira la Escuela.

Por año el o la alumna participa de la etapa de preproducción, producción y postproducción de al menos dos audiovisuales. Las piezas de los alumnos y alumnas de primer y segundo año son mostradas a los y las profesoras y al alumnado en la Sala de Proyección al cierre del ciclo lectivo (estas piezas son propiedad de la ENERC). Los y las estudiantes del tercer año hacen la presentación de sus tesinas en el Cine Municipal y esta es abierta a todo el público, también pueden presentar sus proyectos en competencias, festivales, actividades culturales, etc. Entre los cortometrajes realizados por los tesis de la ENERC Sede Cuyo, se destacan producciones como Sunchos Van (ficción, 2018), Villicum (ficción, 2019), Tiempo de Cosecha (ficción, 2019), Siesta (ficción, 2020), entre otros.

Con lo que respecta al campo laboral, las y los estudiantes dicen que la mayor oferta viene durante los meses de enero/febrero cuando se realiza la Fiesta Nacional del Sol.

En cuanto a las autoridades, la ENERC cuenta con un rector a nivel nacional, cargo ocupado actualmente por el Sr. Gabriel Rojze y un vicerrector/a en cada sede regional. La vicerrectora de la Sede Cuyo es la Sra. Ana Pelichotti.

La creación de esta sede funcionó como puntapié para una nueva etapa en el desarrollo de la industria en San Juan, más profesionalizada. Si bien antes de esto existían realizadores audiovisuales y productoras en la provincia, se trata de una política pensada para la formación de profesionales en la industria, que previamente era inexistente.

### **Medidas implementadas durante la pandemia**

En el 2020, el gobierno provincial llevó adelante el Acuerdo San Juan, una instancia de participación sectorial y ciudadana que buscaba diseñar una serie de acciones de corto y mediano plazo que permitieran a la Provincia superar la situación atravesada por la pandemia de COVID-19. En las mesas se discutieron las problemáticas de más de 70 sectores y se elaboraron propuestas en los diferentes campos: Industria agrícola, ganadera y agroindustrial; Minería; Cultura; Economía del conocimiento; Culto; Educación y universidades; Obras, energías y ambiente; Tra-

bajo; Economía, turismo, comercio y servicios; Salud; Desarrollo humano y promoción social; Derechos humanos y ONG'S; Deportes; Seguridad; Finanzas; Justicia; Investigación científica; Legislación y partidos políticos.

En este marco, el Ministerio de Turismo y Cultura lanzó el Registro Único de Cultura de San Juan, con el objetivo de crear una base de datos que permitiera medir, mapear y obtener estadísticas actualizadas sobre los diferentes ámbitos de la cultura. La medida prometía generar una base de datos pública y de libre acceso, que posibilite a instituciones públicas y privadas conocer la amplia gama de creadores, productores, gestores culturales, técnicos y otros trabajadores del sector que brindan sus servicios en todos los departamentos. Sin embargo, a tres años de la implementación de la medida, esta base de datos aún no se encuentra disponible para el acceso público.

En diciembre del 2020, la legislatura provincial sancionó la Ley N° 2197, conocida como Ley de Mecenazgo Cultural. La regulación tiene como objetivo crear un Régimen de Promoción Cultural de San Juan que depende del aporte de los contribuyentes del impuesto sobre los Ingresos Brutos del Régimen General que quieran apoyar el desarrollo cultural provincial. La Ley buscó articular al sector privado con el público y creó el Consejo de Mecenazgo, organismo encargado de evaluar los proyectos presentados a través de esta iniciativa.

La primera convocatoria a proyectos en el marco de esta Ley se dio en agosto de 2022. En esta convocatoria tuvieron la posibilidad de participar personas humanas y jurídicas, con proyectos de diferentes áreas del arte y la cultura vinculados a la formación, producción e investigación.

En esta instancia, se aprobaron 45 proyectos diferentes, entre los que se encontraban dos audiovisuales: la producción de una serie de 4 capítulos llamada “El club de las fracasadas” y la producción de una serie policial de suspenso de 8 capítulos denominada “El canto del murciélago”.

La segunda convocatoria se lanzó en mayo de 2023 y el llamado se encuentra abierto al momento de elaboración del presente trabajo.

## **Programa San Juan Filma**

En 2021, con el objetivo de reactivar la industria audiovisual sanjuanina, el Ministerio de Turismo y Cultura, con la articulación de la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica (ENERC) Sede Cuyo y el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), lanzó el programa San Juan Filma.

Esta propuesta fue financiada con fondos del Ministerio de Turismo y Cultura y un monto asignado por el INCAA e incluyó dos vías de fomento, una destinada al sector profesional y otra a realizadores noveles.

La Línea Serie financiaba el desarrollo integral de cuatro proyectos de series de ficción, documental en formato live action o animación, con biblia de comercialización (material necesario para buscar coproducciones o financiamiento) por un monto de \$250 mil por proyecto y la producción de un capítulo piloto de los dos mejores proyectos incubados con asignación de \$500 mil por piloto (\$2 millones para toda la vía). De esta línea resultaron ganadores los siguientes proyectos (por orden de mérito):

- Donde nace el silencio, ficción, presentado por Tatiana Oruste.
- El canto del murciélago, ficción, presentado por Natalia Varela Graffigna.
- Láudano, ficción, presentado por Ángel Martín Managua.
- Inti, animación, presentado por Maira Edith Cortez Carrizo.

La Línea Cortometraje financió con \$400 mil por proyecto a la producción de tres cortometrajes de ficción/ documental. Los seleccionados por orden de mérito fueron:

- Por un solo ayer, ficción, presentado por Emanuel José Morte
- Mi chino, documental, presentado por Noelia Ávila Hidalgo.
- Cuestión de vida o muerte, ficción, presentado por Pablo Ariel Montemurro Álvarez.

Un dato a destacar es que, además del financiamiento, los proyectos presentados fueron tutoriados por la ENERC, con el objetivo de perfilar las producciones para la participación en mercados o festivales y a fin de conseguir financiación para desarrollo de los contenidos concursados o futuros.

La primera convocatoria de este programa se dio en un momento clave para la industria, en el que realizadores audiovisuales de todo el país reclamaban por el Fondo de Fomento Cinematográfico, que se encontraba en peligro de desaparecer. Esto, debido a que en 2017, el Poder Ejecutivo Nacional presentó un proyecto que tuvo tratamiento express en ambas Cámaras, la Ley 27.432. En su artículo 4, se incluyó un plazo de vencimiento a la asignación específica de fondos para sostener las producciones audiovisuales. De no derogarse este artículo o prorrogarse el plazo establecido, en diciembre de 2022 los gravámenes seguirían existiendo, pero ingresarían a las rentas generales del Estado. De esta manera, el INCAA no contaría con recursos propios, dependiendo de lo que se le asignara en la Ley de Presupuesto.

Tras movilizaciones de trabajadores de la cultura en todo el país, el Congreso aprobó en octubre de 2022 la prórroga de las asignaciones específicas a la cultura por 50 años. Se trató de una gran victoria para el sector que se encontraba en crisis post-pandemia.

En octubre de 2022, se lanzó una segunda edición del Programa San Juan Filma solo para cortometrajes documentales o ficción. Con un financiamiento de 800.000 pesos por proyecto, los realizadores también contarán con “una tutoría con profesores destacados, posibilitando el crecimiento y desarrollo profesional de cada uno y permitiendo que los trabajos puedan servir para competir y mostrar lo que se hace de manera audiovisual en San Juan”. Al momento de la elaboración de este trabajo, los ganadores de la segunda convocatoria aún no son anunciados.

## **Consideraciones finales**

A lo largo de este trabajo, nos propusimos analizar las políticas públicas que rigen a la industria audiovisual sanjuanina y a quién están destinadas, como también las relaciones y tensiones entre estado, sector privado y ciudadanía. Esto, posicionándonos desde el enfoque de la Economía Política de la Comunicación y desde el estudio de las Industrias Culturales.

En primer lugar, destacamos la importancia de la formación y profesionalización para el sector. Tras la creación de la ENERC Sede Cuyo, se dió una nueva etapa en el desarrollo de la industria en San Juan, más profesionalizada. Si bien antes de esto existían realizadores audiovisuales y productoras en la provincia, se trata de una política pensada específicamente para la formación de profesionales del audiovisual, oferta educativa previamente inexistente. Esto, además, multiplicó la cantidad de producciones independientes en la provincia e incentivó el desarrollo de nuevas políticas destinadas a este sector emergente de realizadores.

Sumado a esto, resaltamos la implementación de Políticas Sub-nacionales de Comunicación como una herramienta para el incentivo de industrias locales, principalmente en provincias alejadas de los grandes centros audiovisuales, como en el caso de San Juan. Particularmente, el Programa San Juan Filma se desarrolló en un momento complejo de la industria a nivel nacional en el que realizadores audiovisuales de todo el país reclamaban por el Fondo de Fomento Cinematográfico, que se encontraba en peligro de desaparecer. Sumado a esto, fue una política importante para la reactivación del sector, que sufrió fuertes consecuencias tras la pandemia.

Por otro lado, si tenemos en cuenta que en muchos de los casos los realizadores acuden a más de una política de

fomento o concurso para la financiación de un mismo producto audiovisual, consideramos necesaria la vinculación entre los diferentes entes públicos y la triangulación de políticas que efectivamente promuevan la realización de las producciones en su totalidad y que acompañen a los realizadores en este proceso.

En esta misma línea, destacamos la necesidad de implementación o publicación de los datos del Registro Único de Cultura de San Juan lanzado en el 2020. San Juan cuenta con una vacancia de datos, estadísticas o mapas sobre los diferentes ámbitos de la cultura, que puedan orientar o servir de base para pensar en políticas de comunicación que sean concretas, efectivas y aplicables para cada sector.

En el marco de la actual discusión por una nueva Ley de Cine a nivel nacional, consideramos necesario remarcar la importancia de políticas federales para el audiovisual. Como toda Industria Cultural, en su dimensión económica se trata de una industria generadora de empleo. Mientras que en su dimensión simbólica, es generadora de tradiciones e identidades en nuestra cultura. Particularmente en el audiovisual, si nos situamos desde las provincias, debemos insistir en la importancia que tienen la producción, la distribución y la exhibición audiovisual como políticas públicas en la búsqueda de una democratización de la comunicación.

Como mencionamos anteriormente, este trabajo es parte de una investigación mayor que pretende interpretar el actual estado de la industria local. En ese sentido, queda responder futuros interrogantes vinculados a la caracterización de sus lógicas de producción, distribución y consumo; la vinculación entre estado, sector privado y ciudadanía, sus problemáticas, dinámicas e intereses; las diversas formas de organizarse y producir audiovisual en San Juan.

## Bibliografía

- Aprea, Gustavo (2008). Cine y políticas en Argentina. Buenos Aires: UNGS-Biblioteca Nacional.
- Barnes, C; Borello, J; y Pérez Llahí, A. (2014) La producción cinematográfica en la Argentina: Datos, formas de organización y tipos de empresas. H-industri@ | Año 8, nro. 14, primer semestre de 2014 | ISSN 1851- 703
- Barnes, C; Borello, J; Castro, D; González, L. (2016). Políticas subnacionales de promoción de la producción cinematográfica: La experiencia de San Luis (Argentina), 2001-2012. Revista Pymes, Innovación y Desarrollo. Ene -Abr, 2016. Vol. 4, No.1.
- Bolaño, César y Mastrini, Guillermo. (2002) Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional. Revista Oficios Terrestres; núm. 11-12, pág. 45-55. II Seminario Latinoamericano de ALAIC "Comunicación y política en la cultura mediática" (agosto de 2001, La Plata, Argentina) Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.
- Buso, Sandra y Vila, María Cecilia (2013). Nuevos formatos, nuevos realizadores. Primeros resultados de políticas audiovisuales en San Juan. Septiembre de 2013. XVII Jornadas Nacionales de investigadores en comunicación. Red Nacional de investigadores en comunicación.
- Bustamante, Enrique. (Coord.). 2003. Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Ed Gedisa.
- Califano, Bernardette (2016). La relevancia del Estado en la elaboración de políticas públicas de comunicación. Revista Estado y Políticas Públicas. Volumen N°6. Pp. 133-148.
- Díaz, Gerardo (2022). Análisis del Régimen General de Fomento de INCAA como política de comunicación y el ejercicio de ciudadanía que realizan los productores audiovisuales sanjuaninos a partir de él. Período 2017-2021. Tesina de grado, Departamento Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de San Juan.
- Getino, Octavio (1994). Las industrias Culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas. Ed Colihue
- Getino, Octavio. (1998). Cine argentino. Entre lo posible y lo deseable. Buenos Aires, Argentina: Ed Ciccus.
- González, Leandro (2014). Políticas Sub-Nacionales De Fomento a la Producción Audiovisual. Experiencias en la Argentina. Revista Eptic Online Vol.16 n.3 p.150-166.

- González, Leandro (2017). Sobre la articulación de las políticas audiovisuales locales, nacionales y regionales en Argentina. QUÓRUM ACADÉMICO. Vol. 14 N° 2, Julio-Diciembre 2017. Pp. 138-159. Universidad del Zulia.
- Marino, Santiago (2017) Políticas de comunicación del sector audiovisual: modelos divergentes, resultados equivalentes. La televisión por cable y el cine en la Argentina (1989-2007). 1a Ed. - Bernal : Universidad Nacional de Quilmes, 2017
- Mastrini, Guillermo (2017) Economía Política de la Comunicación e Industrias Culturales: apuntes sobre su vigencia actual. Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo, Volumen N°5.
- Vila, María C. (2012). "Políticas públicas para el fomento de la producción cinematográfica y audiovisual en San Juan" en Red Nacional de Investigadores en Comunicación, XVI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, UCSE.
- Zallo, Ramón. (2007) La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. Zer: Revista de estudios de comunicación, Volumen N° 22. (Pp. 215- 234)
- Zallo, Ramón (2011). Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital. Barcelona, España: Ed Gedisa.

# Ciudadanía inconclusa. Tensiones entre redistribución y reconocimiento en torno a la ley de medios.

Mariela Pugliese Lacorte  
pugliese.mariela@gmail.com

UBA

En el año 2009 se sancionó en Argentina la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Se buscó con ello garantizar el derecho a la comunicación, como se venía reclamando desde hacía décadas. La relación entre democracia, comunicación y ciudadanía parecía entrar así en una nueva etapa.

Sin embargo, aunque la ley 26.522 permitió el reconocimiento legal y simbólico de los medios audiovisuales de organizaciones sin fines de lucro, este ámbito de la comunicación sigue sin tener un espacio real dentro del sistema al cual formalmente pertenece. Su producción es limitada, sus posibilidades técnicas y periodísticas también. Y con esto también se cercena la posibilidad de elaborar discursos y prácticas sociales que transformen las estructuras de poder. De nada sirve reconocer y arrinconar en un rincón la “pluralidad de voces” y lo diverso. Para que este sector contribuya a construir un modelo de ciudadanía alternativo al modelo liberal, para que pueda cuestionar los valores e intereses de la economía concentrada, del individualismo, del consumo y de determinados modos de producción, es necesario que, además de reconocimiento, tenga recursos económicos que habiliten sus propias construcciones sociales.

En este trabajo indagaremos acerca de las tensiones que se generaron y que todavía están presentes entre el reconocimiento *de jure* y políticamente correcto de los medios sin fines de lucro y la falta de redistribución de recursos económicos e informativos. Esta tensión se refleja en un arrumbamiento *de facto* dentro del sistema comunicacional, en el que, a pesar de ser legales, estos medios quedan destinados a ocupar los márgenes de la comunicación.

## Cambio de paradigma, ¿cambio de sistema?

El análisis de la relación entre ciudadanía y comunicación se fortaleció en América Latina desde fines de los 70 y se consolidó a fines de la década del '80, considerando el ejercicio del derecho a la comunicación como un elemento esencial para una democracia participativa y plural (Mastrini, Bizberge y De Charras, 2013; Morales, 2016). Más allá de las prácticas y miradas de los movimientos políticos y sociales en relación a la comunicación (Pugliese Lacorte, 2019), el esquema que predominó desde fines de los 80 y hasta principio de siglo XXI en América Latina fue el de una comunicación subordinada a la lógica de la reproducción económica y la rentabilidad, y con una concentración cada vez mayor en manos de capitales privados. En las últimas décadas del siglo XX y la primera del XXI fueron creciendo hacia la concentración mediática y luego hacia la formación de conglomerados cada vez más poderosos que incluyen a otros sectores no sólo de medios y telecomunicaciones, sino también de sectores de la economía (desde inmobiliarios y aeronáuticos hasta bancarios y financieros). Esta estructura concentrada se replica y acentúa en el caso de las industrias infocomunicacionales (de plataformas digitales y telecomunicaciones y medios digitales), que en algunos casos forman parte de estos mismos conglomerados (especialmente en el caso de las telecomunicaciones) y en otros están disputando el mercado (Pugliese Lacorte, 2021).

En Argentina, a partir de la sanción de la ley 26522/09, cambia la concepción de un sistema de medios centrado en la propiedad concentrada en pocos grupos empresarios para pensarse en torno al eje del derecho a la comunicación. Se organiza entonces como un espacio radioeléctrico en el que deberían convivir medios públicos, medios privados comerciales y medios privados sin fines de lucro. Esta ley, como las similares que luego se implementaron en otros países de América Latina, fueron influenciadas parcialmente, tanto en su espíritu como en la letra, por concepciones que ya se venían afirmando en algunos organismos multilaterales (principalmente Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH), y Relatoría Especial de Libertad de Opinión y Expresión/Organización Naciones Unidas - ONU). A principios de 2016 la ley fue modificada (ver infra) y se detuvo la posibilidad de la desconcentración económica y mediática.

Para los medios privados sin fines de lucro (comunitarios, cooperativos o de pueblos originarios, entre otros) la ley significó poder formar parte del sistema de medios argentino bajo sus propias formas de organización. Desde ese momento, además de ser legales, se les debería reservar un 33% del espectro radioeléctrico para su uso (más allá de que no se esté haciendo debido a la inexistencia de un plan técnico que defina el mapa existente y por venir). No sólo eso, sino que son medios susceptibles a ser considerados en la ejecución de políticas públicas de comunicación. Por otra parte, la ley puso en la discusión pública los intereses económicos, políticos y sociales que hay detrás de los medios de comunicación; visibilizó la existencia de medios de organizaciones de la sociedad civil, de movimientos sociales o de sindicatos y ubicó cuestiones de comunicación popular y comunitaria dentro de la currícula universitaria.

La pregunta que nos hacemos en este trabajo, sin embargo, es si ese cambio en el paradigma fue suficiente para el ejercicio de una ciudadanía plena.

### **Ciudadanía comunicativa, reflejo de un vínculo indisoluble.**

Marita Mata, una de las pioneras en estudiar el vínculo entre ciudadanía y comunicación, plantea que “la comunicación se reconoce como fundante de la ciudadanía en tanto interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y propuestas. Pero, al mismo tiempo, en tanto dota de existencia pública a los individuos visibilizándolos ante los demás y permitiendo verse –representarse ante sí mismos. Ese reconocimiento de la comunicación como condición de posibilidad de la ciudadanía es, al tiempo, condición de posibilidad de la política” (Mata, 2002). Quienes hemos sido constituidos como “públicos” podemos entonces apropiarnos de la defensa de nuestro derecho a la libre expresión y a la información; sobre todo considerando que somos parte de un mercado (de bienes comunicativo-culturales) que hoy es un espacio de intercambio simbólico y de definición de otros derechos (Mata, 2006).

Siguiendo esta línea en este trabajo nos interesa pensar el rol de los medios como colectivos que están ejerciendo su derecho a la ciudadanía y que como tales no sólo configuran discursos sino prácticas ciudadanas que hacen a una democracia más plural y participativa. Como plantea Liliana Córdoba, “la práctica ciudadana es, de este modo, una práctica social con efectos políticos: se dirige a cuestionar y transformar el orden social mediante la palabra y la acción en el espacio público” (Córdoba, 2008). Es pertinente entonces introducir un concepto que une el ejercicio de la misma con la comunicación: la *ciudadanía comunicativa*. Desde el campo de los estudios de comunicación, el concepto de ciudadanía comunicativa remite al “reconocimiento y ejercicio de los derechos a la información y la comunicación consagrados jurídicamente y la búsqueda de su ampliación” (Mata, 2005) y lo podemos pensar como un conjunto de derechos ejercido por los individuos que participan social y políticamente en la esfera pública, en un espacio donde se van a su vez conformando las identidades colectivas, como dijimos anteriormente.

Pero, ¿qué condiciones son necesarias para ejercer la ciudadanía comunicativa? Por un lado, sin dudas, las condiciones de legalidad que no cercenen el libre ejercicio de la protesta, la acción colectiva y la participación social.

Por otra parte, un estado que reconozca a los sujetos individuales y colectivos como actores legítimos de esas manifestaciones públicas. Sin embargo, ¿son suficientes esos elementos para asegurar el ejercicio pleno de este tipo de ciudadanía?

Siguiendo a T.H. Marshall, consideramos que, para asegurar la ciudadanía plena y que en nombre de esta no se construya una “desigualdad social legitimada” es necesaria la participación y el ejercicio de los derechos sociales y políticos a través de diferentes vías, y no sólo del voto y la participación electoral (Marshall, 1998). Como se ha analizado e investigado, la brecha entre los “derechos declamados y su real efectivización” se agranda a medida que se consolidan otros núcleos de poder económico y político que exceden al Estado Nación, especialmente en su versión de Estado de Bienestar (Girola, 2017). En el caso concreto de los colectivos de comunicación, hay varios impedimentos para poder ejercer el derecho a la comunicación como lo establece no sólo la ley argentina, sino los estándares internacionales. Podríamos considerar que algunos de estos obstáculos están vinculados a cuestiones regulatorias, otros están directamente vinculados a la redistribución de los recursos y, por último, a la redistribución inequitativa de insumos o recursos periodísticos y la falta de reconocimiento que eso produce.

### **Reconocimiento y redistribución: la justicia bidimensional.**

Para pensar por qué, a pesar de una regulación que parece habilitar un sistema de medios más democrático y equitativo, eso no se constata en la realidad, vamos a tratar de analizarlo desde la mirada de Nancy Fraser acerca de la *bidimensionalidad de la justicia social*. Para Fraser la justicia requiere de dos aspectos que deben coexistir de manera equivalente: la redistribución (de recursos y riqueza que lleva a la igualdad social) y el reconocimiento (de la diferencia cultural o identitaria). Esta bidimensionalidad siempre está en tensión, con una relación de independencia y a la vez de interacción entre ambas. La filósofa también relaciona estas dimensiones con lo político, planteando que el Estado debe responder con las políticas públicas que den cuenta de esta bidimensionalidad. Considera que en las últimas décadas el reconocimiento se convirtió en eje de las luchas de los nuevos movimientos sociales, en detrimento de la lucha por la redistribución de los recursos. Por un lado, señala que quienes lo defienden desde la teoría plantean que el objetivo político privilegiado es la transformación cultural por sobre la redistribución (argumentando que una política de redistribución que haga caso omiso a las diferencias podría ser perjudicial para este objetivo). Por el otro, este mismo movimiento de centralización del reconocimiento hizo que partidos políticos y movimientos sociales que en otro tiempo se consideraban clasistas o defensores de la redistribución, actualmente diluyan este reclamo para centrarse en las luchas por el reconocimiento y disociarlas del aspecto económico. Esto se acentúa, para Fraser, porque sucede contemporáneamente a una mayor concentración económica, en el que el capitalismo financiero y neoliberal (y globalizado) exacerba la desigualdad y desplaza las luchas por la redistribución (Fraser, 2006).

En el caso de la Argentina, esta observación de Fraser se ve reflejada en la concentración y globalización de la propiedad de los medios, que afecta aún más la posibilidad de las luchas redistributivas y equitativas. El sistema se concentra en empresas con capitales provenientes de otros sectores económicos, como señalamos anteriormente, que tienen la capacidad de absorber la mayor parte del mercado impidiendo no sólo la existencia de otros medios que sean relevantes para las audiencias sino, incluso, en términos capitalistas, la “libre competencia”.

### **Reconocimiento (legal y cultural). ¿Un derecho de jure?**

No hay duda de que el reconocimiento de los medios comunitarios como actores del sistema de medios, y por lo tanto del espacio público es condición indispensable para que su presencia sea performática, y se vuelva parte de la construcción de sentido social. Este reconocimiento se logró con luchas sociales y con un Estado que intervino no sólo desde la normativa, sino también desde la apertura de espacios democráticos que otorgaron protagonismo a la ciudadanía en la toma de decisiones que llevaron a la ley 26.522 (Segura, 2011 y Córdoba, 2011).

Para pensar esto quiero recuperar otra noción de Nancy Fraser: la de “*paridad participativa*”. La justicia social requiere que todos los miembros (adultxs) de una sociedad participen en pie de igualdad, y para eso hacen falta dos condiciones. Por un lado, que exista una distribución de los recursos materiales “que garantice la independencia y la ‘voz’ de todos los participantes”. Por el otro, que “los patrones institucionalizados de valor cultural expresen el mismo respeto a todos los participantes y garanticen la igualdad de oportunidades para conseguir la estima social” (Fraser, 2006).

En relación a este último punto, podríamos decir que en el caso de los medios comunitarios, cooperativos, sindicales o de pueblos originarios de la Argentina, esta segunda condición se dio, en particular durante los años 2009 y 2015. Durante esos años estos sectores fueron protagonistas de políticas públicas que los jerarquizaban en el discurso, con el reconocimiento no sólo de su existencia y legitimidad, sino también de su valor social. En las universidades nacionales e incluso en la curricula de nivel medio se incorporaron formalmente y de manera cada vez más extendida, carreras, materias, especializaciones y orientaciones que contemplan esta mirada de la comunicación como constitución legal y como cosmovisión distinta.

En el mismo sentido, un ejemplo de paridad participativa fue la manera en que se definió la participación ciudadana en la construcción de la ley de medios. Una de las premisas que Fraser plantea para su ejercicio son los procesos de debate público en los que las/los participantes puedan discutir y deliberar sobre cuestiones de justicia social. El ejercicio dialógico representa para ella “el principal lenguaje de la razón pública” y permite que la participación plena y libre de todas las partes implicadas sea “suficiente para justificar las reivindicaciones de reconocimiento” (Fraser, 2006, p. 47). Siguiendo este criterio, podríamos decir que los Foros y las Audiencias Públicas previas a la sanción de la ley respetaron los preceptos de ser abiertos a “todas las personas deliberantes, presentes y posibles” (Fraser, 2006, p.48). Este proceso de debate y propuestas públicas se comenzó a gestar a comienzos de 2008 “desde abajo”, desde las organizaciones políticas y sociales, para luego adquirir estatus público y convertirse en una participación “desde arriba” (Annunziata, 2015) cuando Cristina Fernández, entonces presidenta de la Nación, presenta el proyecto de ley en 2009 y lanza el debate público anunciando una serie de foros abiertos a la propuesta, debate y consulta pública en todo el país (Busso y Jaimes, 2011). Uno de los aspectos más interesantes es que muchos de los aportes de los 24 foros que se realizaron durante 2009 fueron incluidos en las notas al pie de la Ley 26.522. Estas propuestas y comentarios los realizaron tanto organizaciones de diverso origen e intereses como personas individuales. En todos los casos se constató un proceso colectivo de debate público, que redundó en una ley con respuesta a la demanda planteada desde los movimientos sociales. La ley, más allá del articulado y reglamentación posterior, incluyó 20 de los 21 puntos propuestos por las organizaciones nucleadas en torno a la Coalición por una Radiodifusión Democrática<sup>1</sup>. En este sentido, no podemos dejar de volver a citar a Fraser cuando considera que “en la perspectiva democrática la justicia no es un requisito impuesto desde fuera. (...) Sólo vincula en la medida en que sus destinatarios puedan también considerarse con razón como sus autores” (Fraser, 2006, pag. 48).

A partir de estos casos, me gustaría traer el análisis de Rocío Annunziata acerca del uso que se le ha dado al concepto de “construcción de ciudadanía” como “asociada a las prácticas participativas en la dirección de una ampliación de la noción de ciudadanía, de los derechos pasivos al compromiso activo”. Agrega que es “no está dada, sino que debe ser conquistada, y es al mismo tiempo más exigente que la ciudadanía como estatus, tanto para los gobernantes como para los ciudadanos”. Siguiendo esta concepción, considero que las luchas por el derecho a la comunicación y la participación posterior en el debate público sobre el proyecto de ley o sobre políticas públicas de redistribución, como los FOMECA (ver más adelante) responden a esto sin “decepcionar”. A diferencia de lo que plantea Annunziata sobre la participación ciudadana vecinal y fragmentada que se da, por ejemplo, en los presupuestos participativos locales (Annunziata, 2015), estas luchas se dieron a nivel nacional y no es aventurado

---

1 La Coalición se creó en 2004 desde **redes de medios comunitarios y cooperativos, universidades, sindicatos, organismos de derechos humanos, organizaciones sociales y pueblos originarios**. Luego se sumarían **partidos y agrupaciones políticas e incluso algunos funcionarios que desde el Estado también estaban pensando en la necesidad de la reforma**. En 2012 se convertiría en la Coalición por una Comunicación Democrática, al incorporar al sector gráfico de la comunicación.

decir que lograron tener incidencia porque generaron una alianza intersectorial y nacional (la Coalición por una Radiodifusión Democrática) que permitió superar la tensión que bien plantea la autora entre “construcción de ciudadanía” y “participación ciudadana”. Siempre preponderó, tanto en el discurso como en las interlocuciones con el Estado y otros espacios, la organización colectiva. Esa identidad fue determinante para definir la dicotomía “derecho a la comunicación vs libertad de empresa” y dio una legitimidad en la lucha que terminó en la sanción de la ley bajo el paradigma de los derechos humanos (Wanderley, 2008). Como sucediera en algunos otros procesos de lucha, como en el caso del Código Urbanístico y el derecho a la vivienda en la Ciudad de Buenos Aires (Thomasz, 2022) y más allá de la escasa modificación actual del sistema de medios que planteamos en este trabajo, el proceso de participación generó una ciudadanía activa que obtuvo (al menos parcialmente) resultados concretos y transformadores.

### **La redistribución. La negación “de facto” de los derechos conquistados.**

Como de manera fundante señalase T. H. Marshall, para que haya una ciudadanía plena se deben garantizar todos los derechos civiles, políticos y sociales. Que “las personas sólo pueden ser miembros plenos y participativos de la vida social en la medida en que sus necesidades básicas sean satisfechas” (Marshall, 1998), se puede extender al concepto de ciudadanía colectiva y aplicarlo a las organizaciones de medios que buscan a través de la gestión de los mismos asegurar la posibilidad de construcción de identidades y discursos sociales. Estos proyectos colectivos no se pueden realizar sin recursos económicos. Si para que haya paridad participativa tiene que existir una distribución de los recursos materiales “que garantice la independencia y la ‘voz’ de todos los participantes”, podemos decir que no hay democracia comunicacional ni pluralidad de voces si existe concentración mediática e impedimentos para el acceso equitativo a los recursos comunicacionales (dos ejes de los estándares internacionales sobre Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación). La base económica de los acuerdos sociales tiene que estar garantizada. No es posible el ejercicio de los derechos sin esta condición.

Desde la redistribución, el obstáculo principal radica en el injusto y desigual reparto de los recursos económicos desde el Estado hacia los medios de comunicación. Los medios comerciales y concentrados se han beneficiado por las políticas públicas de comunicación (como señalamos anteriormente) e incluso por la asistencia directa del Estado. Ya sea por pauta publicitaria oficial, beneficios impositivos a las grandes empresas, asistencia directa en el pago de salarios (como sucedió con los ATP y anteriormente los REPRO), condonación de deudas fiscales o previsionales, subsidios eléctricos, renovación automática de licencias de radio y TV y socorros que evitaron la convocatoria de acreedores, como sucedió con el Decreto 527/05, estos medios lograron crecer y sostener sus empresas más allá de los vaivenes del mercado (Mastrini y Becerra, 2017). No hubo políticas similares para los medios sin fines de lucro, ni siquiera cuando ya estaban dentro de la legalidad. Y, más allá de algunas medidas puntuales, como el cumplimiento parcial del art. 97, inc.f de la Ley 26522 que implica el otorgamiento de subsidios que responden a un Fondo de Fomento para Medios Audiovisuales (FOMECA), o de entrega de equipamientos para instalar algunas radios en zonas rurales, de frontera o de pueblos originarios), no ha habido ninguna instancia sostenida de redistribución de ingresos para este sector.

Por otra parte, desde las políticas públicas, un obstáculo para el ejercicio pleno del derecho a la comunicación es la falta de reglamentación de mucho de lo establecido por la ley. Este “vacío legal” beneficia a las grandes empresas de medios en detrimento de los medios comunitarios, públicos (como los universitarios o municipales) o incluso a las pequeñas empresas con fines de lucro. Algunos de estos puntos son: la falta de concursos de licencias (especialmente en las grandes ciudades o “zonas de conflicto”) y la entrega de autorizaciones; creación de un plan técnico (que establezca qué existencia, disponibilidad y requerimientos de frecuencias hay en todo el país) y la falta de acompañamiento para adecuación a los requisitos de habilitación (que requiere de recursos económicos no sólo para adecuarse sino para sostener todos los pasos burocráticos y no lineales que implica). Por otra parte, el gobierno de Mauricio Macri modificó la Ley 26.522 y estableció la posibilidad de venta de licencias de radiodifusión para entidades comerciales o personas físicas (algo prohibido incluso en el decreto ley de la dictadura, por

ser considerado un bien público) e impidió la misma a personerías sin fines de lucro, y derogó los artículos 48 (de “prácticas de concentración indebida”, volviendo a habilitar la concentración mediática sin verificación societaria) y 161 (permitiendo ampliar la cantidad de licencias explotadas por un mismo actor).

Sin embargo, esta injusta redistribución no es reconocida abiertamente. Desde los conservadores modernos hay una mirada invisibilizadora del sector como tal. La Nueva Derecha reafirma el rol del mercado y rechazan el modelo de “ciudadanía pasiva”, considerando que cuando el Estado otorga beneficios sociales no sólo no mejora las oportunidades, sino que crea una cultura de la dependencia (Kymlicka y Norman, 1996). Este mismo criterio es el que se ha aplicado para señalar que los medios sin fines de lucro siempre “toman de la teta del Estado” y que no tienen autosostenibilidad (acusación que recientemente también se aplicó a los medios públicos<sup>2</sup>). Este concepto no ha sido esgrimido sólo desde las cámaras empresarias, los medios afines o la academia que sostiene la importancia del mercado como igualador y reaseguro de la libertad de prensa, sino que incluso muchas veces es sostenido por funcionarixs y empleadxs estatales al momento de dialogar o de discutir recursos con el sector sin fines de lucro. Es llamativo, sin embargo, que al apelar a este concepto se invisibilice la extrema dependencia del sector privado comercial al Estado, como enumeramos anteriormente, poniendo una vara falsa para medir los comportamientos de los medios, las empresas y las organizaciones dentro del sistema de medios.

### **Redistribución de bienes simbólicos: la borradura *de facto* del reconocimiento *de jure*.**

Los beneficios para las empresas privadas (y concentradas) no se limitan a la redistribución económica. Un aspecto que me parece interesante introducir es la relación entre la *redistribución de bienes simbólicos* (en este caso, insumos periodísticos) y el reconocimiento.

Otro de los límites para el ejercicio de la ciudadanía comunicacional del sector sin fines de lucro está vinculado no sólo a las disparidades en cuanto a la redistribución económica, sino también a la disparidad en cuanto a la redistribución de materiales informativos, acceso a la información y a la justicia. Por otra parte, esa misma diferencia redistributiva repercute en el reconocimiento formal, desactivándolo (ante la mirada pública, entre otras cosas) y convirtiéndolo en un mero formalismo.

El otorgamiento de recursos simbólicos y periodísticos (primicias, información exclusiva, acceso a información clasificada, invitación a actos o instancias públicas, entrevistas otorgadas), son un ejemplo de cómo se redistribuye lo simbólico para los medios comunitarios y para las grandes empresas. En estos casos, el único aspecto a privilegiar es el reconocimiento arraigado por la mirada hegemónica y la llegada a audiencias construidas a través de diferentes mecanismos de “acumulación originaria” avalados por el mismo Estado que ahora las elige como interlocutoras.

Pero también hay un elemento en ese reconocimiento que hace a la sociabilidad de lxs sujetos que ejercen el poder. Nos preguntamos y parece relevante continuar investigando a futuro no sólo cuáles son las condiciones de producción social del sistema de medios y su vinculación, en términos no sólo de pertenencia de clase sino también a espacios de sociabilidad e intereses comunes con quienes ejercen funciones dentro de los Estados nacionales, provinciales y municipales. La redistribución y el reconocimiento tienen su raíz en una concepción ideológica y política de la sociedad, que es indisoluble de los sujetos que la sostienen y que son las y los ejecutores de esas políticas públicas y de esas decisiones materiales y simbólicas.

Como bien señala Ana G. Thomasz “la pertenencia de clase de los sujetos, su adscripción nacional, étnico-racial, genérica, sociosexual y etaria –entre otras– amplían o cercenan el acceso a derechos, regulando además la membresía a determinadas comunidades políticas” (Thomasz, 2021), condicionando de esta manera el reconocimiento de los sectores involucrados y siendo muchas veces funcionales a los intereses de sus propios

grupos de referencia (que no son los referenciados en los medios sin fines de lucro o en las organizaciones populares, que tienen muy pocos representantes en los espacios de poder político y económico).

Estos movimientos nos hacen pensar nuevamente en que son como una borradora “*de facto*” de los reconocimientos formales que se hacen “*de jure*”. De nada sirve que en el momento del anuncio de una política pública (la apertura de una nueva línea de financiamiento para radios de pueblos originarios, por ejemplo) hablemos de la importancia de los medios comunitarios si cuando el Estado da una primicia u otorga una entrevista, privilegia siempre a los medios de las grandes empresas (incluso a los opositores). Como señala Wanderley, “De la misma manera, los derechos que las personas ejercen en la práctica y la forma como los ejercen definen dimensiones igualmente importantes de las relaciones entre el Estado y la sociedad, y por lo tanto, de las realidades de la ciudadanía” (Wanderley, 2009).

José “Pepe” Frutos, responsable de la producción informativa del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO) durante los últimos 20 años, nos comenta que:

En general el trato es mucho más “a gusto” y “familiar” con los periodistas de los medios más poderosos que con cualquier otro. Esto incluye medios que pueden ser comerciales, pero más chicos. O medios que no son de la Capital, aunque sean empresariales. Y con los medios comunitarios hay casi un “desprecio” de los altos funcionarios. Salvo excepciones, la mayoría responde así.

Una vez muy representativa fue cuando Cristina (Fernández) anuncia, el 18 de mayo de 2019 que Alberto (Fernández) va a ser el candidato. Todos los medios estaban detrás de Alberto y en un momento en que él sale de su casa en Puerto Madero y subía al auto, una periodista de (Luis) Novaresio le dice que estaba Luis al aire, si podía ponerlo en contacto y él, apurado, le contesta: “Ya le dije a Luis...decile que me llame, que me llame a mi teléfono y salgo, pero ahora no puedo”. O sea, ¿cómo? ¿Novaresio te llama a tu teléfono y salís al aire? Nosotros desde hace... desde antes de que asumiera... yo me cansé de mandarle mensajes de WhatsApp. Clavaba el visto y nada... Yo me esmeraba explicando quiénes éramos, lo que queríamos, nuestro interés en entrevistarlo... y nada. Después se intentaron gestionar entrevistas y nada. (Frutos, 2023)

Al decir de Fernanda Wanderley, “son en los pequeños gestos, en los rituales de acercamiento, en el vocabulario empleado, en la atención y respuesta a dudas, preguntas y dificultades que se define el grado de respeto, de consideración y de dignidad que se confiere a los ciudadanos” (Wanderley, 2009). En este sentido, el concepto de ciudadanía interaccional se ve reflejado en los códigos de comportamiento que denotan una cercanía y una confianza vinculada a la relación e identificación con el interlocutor más allá del rol social que ocupa. Estos códigos, como podemos constatar en la entrevista a Frutos, “informan a las personas en directa interrelación sobre su equivalente valor como seres humanos por encima de asimetrías sociales”, mostrando la desigualdad en el ejercicio de la ciudadanía.

### **Ciudadanía participativa, una lucha colectiva y politizada.**

Más allá de esta desigualdad, las organizaciones sociales vinculadas a la comunicación popular, comunitaria y alternativa se dieron diferentes estrategias para lograr el acceso a derechos (y a recursos informativos). En este caso la ciudadanía actuó colectivamente (superando no sólo la instancia de individuos sino incluso de medios aislados y constituyendo redes y espacios de alianzas), con estrategias exitosas. La participación ciudadana en comunicación se centró en acciones vinculadas a dar el debate público, la deliberación parlamentaria (participación en comisiones), el asesoramiento y presentación de propuestas para la ley, la presentación judicial y civil en organismos internacionales, la participación académica, las movilizaciones callejeras. Como plantea Marshall y también los teóricos de la *democracia participativa* (Annunziata, 2019) estas prácticas demostraron una participación política que promovió el ejercicio ciudadano por fuera de los períodos electorales. Es de destacar que quienes participaron de estos espacios estaban, por lo general, relacionados con organizaciones comunales o sociales, donde, al decir

de Carol Pateman, habían *aprendido a participar participando* y con la convicción de involucrarse en los asuntos colectivos (Annunziata, 2019) y, por lo tanto, respondían a la “promesa de la democracia participativa” de politizar a la sociedad y de operar con la práctica de una *ciudadanía activa*.

## Conclusión

La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522) fue resultado de luchas colectivas y ciudadanas para defender el derecho a la comunicación. Tanto la ley como el proceso ciudadano generaron un proceso de reconocimiento a un sector hasta entonces marginado del sistema de medios argentino. Sin embargo, el reconocimiento a la “pluralidad de voces” es relevante sólo si se aseguran las herramientas necesarias para que esos discursos puedan tener incidencia en vida comunal y en la transformación social de los sentidos, e incluso en la transformación material de la existencia.

Los recursos económicos son fundamentales para construir un medio sólido, con capacidades técnicas, equipo de trabajo y una producción periodística, artística y comunicacional que tenga impacto en las audiencias. Esta necesidad es igual para los medios, públicos, comerciales o comunitarios. Este derecho es parte de la concepción no sólo de los estándares que rigen la comunicación en la ley argentina y en los organismos internacionales de derechos humanos, sino que, como hemos visto, es parte de la teoría sobre el ejercicio de la ciudadanía moderna.

Creemos, en esta línea, que la Ley 26522 no fue suficiente para que estas dos dimensiones quedasen aseguradas. La democratización de las comunicaciones no termina de convertirse en una realidad. Con la ley se abre un camino de reconocimiento, pero las políticas públicas de comunicación, la injusta redistribución de recursos económicos y de insumos periodísticos y comunicacionales impiden que se concrete el ejercicio pleno de la ciudadanía. La concepción bidimensional de la justicia social, desde la perspectiva de la redistribución /reconocimiento requiere que no se reduzca una dimensión a la otra y también necesita un estado capaz de asegurarlas. Mientras esto no se logre, seguiremos considerando que el ejercicio pleno de la democratización de las comunicaciones no es posible. Seguiremos ejerciendo una ciudadanía inconclusa.

## Bibliografía

Annunziata, Rocío (2015): “Ciudadanía disminuida: la idea de la ‘construcción de ciudadanía’ en los dispositivos participativos contemporáneos”. *Temas y debates* 30. pp. 39 a 57.

Busso, Néstor y Jaimes, Diego (comp.). (2011): El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. En: *La cocina de la ley*, FARCO, Buenos Aires.

Córdoba, María Liliana (2008): “Democracia comunicativa: nuevas formas para la intervención ciudadana”. *Anagramas. Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, vol. 6, núm. 12, enero-junio, pp. 79-91 Universidad de Medellín, Colombia.

Córdoba, María Liliana (2011): “La Coalición por una radiodifusión democrática: regeneración del espacio público y ejercicio de ciudadanía”. *Argumentos. Revista de crítica social* (13), 133-157.

Fraser, Nancy (2006): “La justicia social en la era de la política de la identidad: redistribución, reconocimiento y participación”, en N. Fraser y A. Honneth: *¿Redistribución o reconocimiento?*, Editorial Morata, Madrid.

Fraser, Nancy (1997): *Iustitia Interrupta: Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*, Santafé de Bogotá, Siglo del hombre Ediciones, Universidad de los Andes.

Frutos, José (2023). Entrevista telefónica realizada el 4 de febrero de 2023.

Guzmán, Víctor. H. (2017): Democracia como significación. Los Foros participativos regionales de consulta pública en Argentina. *Revista CS*, (22), 83-104. <https://doi.org/10.18046/recs.i22.2376>

Kymlicka, Will y Norman, Wayne (1996): “El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía”. *Cuadernos del CLAEH*, N° 75, pp. 81-112.

Marshall, Thomas Humphrey. (1998): *Ciudadanía y Clase Social*. En: Marshall, Thomas Humphrey y Tom Bottomore *Ciudadanía y Clase Social*. Madrid: Alianza. pp. 15-82.

Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín (2017). *Medios en guerra: balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación, 2003-2016*, Editorial Biblos.

Mastrini, Guillermo; Bizberge, Ana y De Charras, Diego (2013): *Las políticas públicas de comunicación en el siglo XXI*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.

Mata, María Cristina (2002): “Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar”. *Diálogos de la comunicación*, N°. 64, págs. 65-76.

- Mata, María Cristina (2006): "Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación". Revista Fronteiras – Estudos midiáticos. VIII (1): 5-15, janeiro/abril.
- Morales, Susana M. (2016): "Seguridad, violencia y medios. Un estado de la cuestión a partir de la articulación entre comunicación y ciudadanía". Editorial CEA, UNC, Córdoba.
- Pugliese Lacorte, Mariela (2019): "¿Libertad de empresa o derecho humano? La participación de los movimientos sociales de comunicación en el escenario internacional entre 1996 y 2016. El caso argentino". I Encuentro de reflexión sobre Relaciones Internacionales. AERIA, Buenos Aires.
- Pugliese Lacorte, Mariela (2021): "Negocios locales, modelos globales. El discurso de la libertad de prensa como sostén de la concentración mediática en América Latina entre 2003 y 2013". Publicación de la AAHE, Mendoza.  
<http://aahe.com.ar/wp-content/uploads/2022/10/Mesa-14-Pugliese-Lacorte-Negocios-locales-modelos-globales.-El-discurso-de-la-libertad-de-prensa-como-sosten-de-la-concentracion-mediatica-en-America-Latina-entre-2003-y-2013.pdf>
- Segura, María Soledad (2011): "Las disputas por democratizar las comunicaciones". Tesis para optar al título de Doctora en Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.
- Thomasz, Ana Gretel (2021): "Ciudadanía a la brasilera. Contribuciones pioneras desde la antropología al estudio de ciudadanías situadas" en Cuadernos del Instituto Nacional de Antropología y Pensamiento Latinoamericano 30, pp. 130-144.
- Thomasz, Ana Gretel (2022): "Autonomía, ciudadanía, y participación: un estudio etnográfico sobre la Reforma del Código Urbanístico y el Código de Construcción de la ciudad de Buenos Aires", Cuaderno Urbano Vol. 32, Nro. 32, pp. 89-109.
- Wanderley, Fernanda. (2009): "Prácticas estatales y ejercicio de la ciudadanía: encuentros de la población con la burocracia en Bolivia". Íconos, Revista de Ciencias Sociales N° 34, pp. 67-79.

# Ciudadanía inconclusa. Tensiones entre redistribución y reconocimiento en torno a la ley de medios

Natalia Álvarez Gómez

nataliaalvarezgomez@hotmail.com

Joaquín Fajardo Varas

joaquinfajardo41@gmail.com Brisa Verón Álvarez

brisaveronalvarez@gmail.com

**IAPP-UNLaR**

## Introducción

El contexto actual de la interrelación entre el gobierno y la ciudadanía tiene en cuenta a las demandas de los ciudadanos hacia el Estado y la producción de políticas públicas que surgen desde la estructura de autoridad en pos de mejorar la vida de la sociedad. En este escenario, surge el Gobierno Abierto que se presenta como una manera a través de la cual se pretende transparentar la gestión de gobierno para poner a disposición datos e información que sirva para que los individuos conozcan las actividades/acciones del Estado y contribuyan a la creación de propuestas participativas para formular políticas públicas mediante la colaboración entre sociedad y gobierno.

Considerar este tema es sustancial para la ciencia política y la comunicación social, por el hecho de que se entrelazan las relaciones de poder entre dos actores fundamentales: la sociedad y el Estado, considerando el acceso a la información en el marco de los pilares que sostienen al Gobierno Abierto.

El Gobierno Abierto, primeras aproximaciones

A lo largo de la historia, los gobiernos de los Estados han evolucionado atendiendo a las demandas de los ciudadanos para reforzar su legitimidad en torno a las acciones de gobierno traducidas en políticas públicas, es decir, decisiones políticas que se enmarcan en la arena política y que naturalmente son realizadas por los gobiernos para cumplir con su rol en la sociedad. Tomando a Javier Wilson (2018), las políticas públicas “son acciones que ejecuta el gobierno en diferentes ámbitos de su actividad y ante un determinado problema o reclamo de la sociedad” (p. 32).

Con el avance de las nuevas tecnologías y las exigencias de la sociedad, surge lo que se conoce como Gobierno Abierto, un tema que ha sido teorizado y estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas científicas, por ello, es relevante reconocer su importancia para las relaciones de poder que existen entrelazadas en la sociedad y que se hacen aún más visibles con las nuevas tecnologías y el papel que ellas juegan en las reglas del entramado social.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL (2017)

*El gobierno abierto se ha posicionado en la agenda internacional como un conjunto de políticas y estrategias en materia de transparencia, acceso a la información pública, rendición de cuentas e integridad que responde al intentar resolver el agotamiento de un modelo de gestión pública, y que intenta hacerse cargo de las múltiples y variadas demandas ciudadanas en un contexto de profundos cambios en materia política, social y económica.*

En este contexto, en el que existen un conjunto de tecnologías que hacen que la actividad del Estado se transforme y adopte una nueva forma de direccionalidad y acciones, es que se presenta al Gobierno Abierto, teniendo en cuenta que es considerado como “una cultura de gobernanza basada en políticas públicas y prácticas innovadoras y sostenibles que se basan a su vez en unos principios de transparencia, rendición de cuentas y participación que promueven la democracia y el crecimiento inclusivo” (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE, 2016).

En ese orden, se debe considerar que el Gobierno Abierto descansa en pilares fundamentales que justifican su existencia y sus propósitos, pero ¿cuáles son estos pilares?, en base a lo planteado por el politólogo argentino Oscar Oszlak (2013):

- a. la transparencia, entendida como el poner a disposición de la ciudadanía las actividades que lleva adelante el gobierno, poniendo a disposición fuentes, bases de datos, rendiciones de cuentas, y responsabilidades frente a la ciudadanía;
- b. la participación, para que la ciudadanía sea parte de la formulación de políticas públicas, de esta manera, se podrán conocer más ideas, experiencias y conocimientos que beneficien a los miembros de la sociedad, considerando el dialogo y la interacción a partir de articular las demandas y las necesidades que existen, Kossick Jr en Oszlak (2013) señala que muchos gobiernos utilizan las tecnologías de comunicación e información – TICs, para impulsar la participación de los ciudadanos a audiencias públicas. Este es un ejemplo de como las tecnologías facilitan la implementación del Gobierno Abierto y como este, las utiliza para alcanzar sus fines;
- c. la colaboración, impulsar el trabajo conjunto entre los gobernantes y los gobernados, y del resto de los agentes que forman parte del entramado social, como las empresas, organizaciones civiles, asociaciones, entre otros. Se hace hincapié en la producción y co-producción de políticas con el objetivo de alcanzar una cooperación entre las organizaciones sociales y el gobierno.

En este sentido, la información juega un papel fundamental, pues, mientras más información maneje la ciudadanía sobre las acciones gubernamentales, más poder posee para controlar su actividad. Siguiendo la línea de Oscar Oszlak (2013) en la sociedad actual comienzan a surgir “demandas de apertura, de transparencia en la gestión, de participación en la elaboración de políticas estatales, de rendición de cuentas y responsabilizarían por el uso de los recursos públicos, de evaluación y control ciudadanos de los resultados gubernamentales” (p. 4), esto hace que el gobierno tradicional deba redireccionar su gestión, considerando incrementar medios participativos y colaborativos, que permitan que la sociedad civil sea parte en la elaboración de las políticas públicas impulsadas.

Siguiendo a Oszlak (2013):

*En tal sentido, un gobierno podría considerarse “abierto” en tanto promoviera el involucramiento en la gestión de organizaciones sociales y ciudadanos, sin que ello deba darse, necesariamente, mediante interacciones virtuales a través de las tecnologías actuales disponibles. En todo caso, la tecnología ha multiplicado, con alcances inéditos, las formas, instancias y mecanismos a través de los cuales esas interacciones pueden hoy materializarse. (p. 5).*

El Gobierno Abierto y su esencia descansan en la idea de que el propio gobierno debe permitir e impulsar la participación de la ciudadanía en los debates de lo interno, pero a la vez, los ciudadanos deben convertirse en actores políticos e involucrarse en la gestión de gobierno oportunamente, sin embargo, Oszlak (2013) plantea que los ciudadanos solo participan en la arena política cuando ocurren tres causas fundamentales: sus intereses son afectados; sus derechos son ignorados y/o sus valores son quebrantados, por lo tanto, su motivación unipersonal para formar parte de las acciones de gobierno es escasa.

La tecnología de la mano del Internet y los medios de comunicación son una herramienta que no debe ignorarse a

la hora de hablar de Gobierno Abierto y sus aplicaciones en los Estados actuales. Las tecnologías y los medios de comunicación impulsan la comunicación bilateral entre el gobierno y la ciudadanía, dejando atrás la unidireccionalidad del mensaje que existían en épocas anteriores. Si bien, en un primer momento la imprenta jugó un papel fundamental en la comunicación de las sociedades y las acciones de gobierno, se deben destacar las innovaciones que han tenido lugar desde entonces y el rol que juegan en este aspecto. Los medios de comunicación actuales contribuyen y fomentan la transparencia en el accionar del gobierno, puesto que, estas informan sobre el proceder de las autoridades sobre, por ejemplo, las políticas públicas que surgen desde la estructura de gobierno.

Ciertos autores plantean una discusión entre si el Internet es una herramienta mediante la cual se puede alcanzar la ejecución del Gobierno Abierto o bien, si el Internet obliga a que los gobiernos recurran a su apertura de información para mantener su legitimidad en el campo social y político. Esto impone nuevas reglas de juego para los Estados, donde la tecnología para el acceso a la información permite la interacción entre la sociedad y el gobierno, pero es necesaria la voluntad política de los Estados para considere la importancia del Gobierno Abierto el ámbito de la política y de esta forma tomar el impulso necesario para alcanzar su aplicación. Pero, hipotéticamente si los gobernantes están dispuestos a esto, la ciudadanía también debe querer formar parte de la actividad política y participar activamente de ella, cosa que no sucede con regularidad.

Los gobiernos deben gobernar a los ciudadanos, pero también es necesario que estos últimos controlen a sus gobiernos. Tomando a Oszlak (2013) para que esto ocurra se requiere que los ciudadanos estén dispuestos a controlar a los gobiernos y que estos se dejen controlar. Aquí la información juega un papel fundamental, pues los gobiernos tenderán a mostrar la información que beneficie sus acciones o que destaque los logros que ha tenido; paralelamente tenderá a ocultar la información que lo perjudique o que juegue en contra a su gestión.

Según Cristina Calderón (2016) “cuando el gobierno tiene altos niveles de transparencia y mecanismos para el escrutinio público, la corrupción se reduce. (...) Así, el gobierno abierto se trata de dejar de gobernar al ciudadano y empezar a gobernar con él y para él”. En consecuencia, los ciudadanos pueden estar más cerca de sus gobernantes, lo que les permite poder opinar sobre diversos temas legislativos, políticos y económicos que los afectan día a día. Esta forma de gobernanza ha tomado tal relevancia que incluso se han creado organizaciones destinadas a promover e impulsar su desarrollo como, por ejemplo, Open Government Partnership OGP / Alianza para el Gobierno Abierto AGA.

Los gobiernos deben estar a la altura de estas exigencias y convertirse en sujetos proactivos, en este sentido, los gobiernos subnacionales que tienen mayor cercanía con los habitantes de determinadas jurisdicciones adquieren especial interés. En el caso de Argentina, considerando su división federal del poder, las provincias y los municipios deben otorgar herramientas a la ciudadanía para crear considerando los tres pilares fundamentales anteriormente mencionados: transparencia, participación y cooperación.

El Gobierno Abierto se ha convertido en un tema crucial para los Estados que si bien no fue incluido en los Objetivos del Milenio (ODM) propuestos por la Organización de las Naciones Unidas en el año 2000, si fue incluido posteriormente en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que reemplazó en el año 2015 a los ODM. Es el objetivo 16 de los ODS el que encarna al Gobierno Abierto y sus principales características, donde se plantea el garantizar “la adopción de decisiones inclusivas, participativas y representativas y el acceso público a la información, así como el establecimiento de instituciones eficaces, responsables y transparentes y la adopción de leyes y políticas no discriminatorias a favor del desarrollo sostenible” (Plataforma Regional de Conocimiento, s.f.).

Pero el Gobierno Abierto no solo se encuentra presente en este objetivo, sino que también es un tema transversal a ser tratado por el resto de los puntos de la Agenda 2030, donde la rendición de cuentas, la transparencia y la participación se constituyen como los valores necesarios para llevar adelante su accionar.

## Argentina, legislación y la Alianza para el Gobierno Abierto

El Gobierno Abierto es un tema que acrecienta su importancia día a día, considerando los retos del presente y la forma en la que los gobiernos los enfrentan en el ámbito de las relaciones de poder presentes en la sociedad. En relación a lo anterior, la Alianza para el Gobierno Abierto

- AGA (OGP por sus siglas en inglés Open Government Partnership) es una iniciativa multilateral entre los Estados del mundo que busca asegurar compromisos concretos de los gobiernos para promover la transparencia, luchar contra la corrupción y mejorar los servicios públicos (Gobierno de Argentina, s.f.), la República Argentina forma parte de AGA desde el año 2012.

En Argentina, la Mesa Nacional de Gobierno Abierto que se creó en el año 2018 adquiere relevancia al momento de tratar el tema del Gobierno Abierto, considerando que tiene el objetivo de coordinar los lazos de trabajo entre el gobierno y la sociedad civil, existen cuatro representantes del ámbito social y cuatro representantes del gobierno, entre los que se encuentran en representación del Gobierno Nacional la Subsecretaría de Servicios y País Digital (Secretaría Innovación Pública, Jefatura de Gabinete de Ministros), la Secretaría de Asuntos Políticos (Ministerio del Interior), la Oficina Anticorrupción y la Agencia de Acceso a la Información Pública. Por otro lado, en representación de la sociedad civil participan en la Mesa Nacional: Acción Colectiva, Democracia en Red, Fundación Huésped y Fundación para el Desarrollo de Políticas Sustentables (Fundeps).

Esta Mesa Nacional de Gobierno Abierto es significativa a la hora de dirigir las instancias participativas de acción, puesto que posee un calendario en el que se pretende articular las acciones de la ciudadanía con las decisiones de gobierno. En Argentina, con la participación del país en la Alianza para el Gobierno Abierto, el gobierno se ha comprometido a llevar iniciativas que valoran la transparencia, la participación ciudadana y la rendición de cuentas. “Estas acciones o compromisos de gobierno abierto son liderados por instituciones públicas, resultan de un proceso de participación y co-creación junto a la ciudadanía y organizaciones de la sociedad civil, y se integran en Planes de Acción bianuales” (Gobierno de Argentina, s.f.).

En Argentina se destacan cinco planes en materia de Gobierno Abierto, considerando cinco pilares fundamentales: transparencia, rendición de cuentas, participación ciudadana, tecnología e innovación y, finalmente, a las unidades subnacionales.

El Primer Plan de Acción Nacional tomó parte entre los años 2013-2015, con al menos el compromiso de 19 puntos, como el impulso del Foro de la Agenda Digital (FAD), la Red Argentina de Presupuesto Participativo, Centros Integradores Comunitarios (CIC), el Programa Carta Compromiso con el Ciudadano (PCCC), INFOJUS – Sistema Argentino de Información Jurídica, entre otras. Asimismo, en diciembre de 2014 se sancionó la Ley Argentina Digital (27.078) en la cual se plantea el acceso de todos los habitantes de la Nación a los servicios de información, considerando a esta última como un derecho humano. “Otro gran avance en la materia es el Sistema Satelital Geoestacionario Argentino de Telecomunicaciones (SSGAT). Fue creado por AR-SAT, empresa del Estado nacional dedicada a brindar servicios de telecomunicaciones a través de una combinación de infraestructuras terrestres, aéreas y espaciales” (Presidencia de la Nación, 2017).

El segundo plan se tuvo lugar entre el año 2015-2017, incluyó seis compromisos, en los que se destaca 1) el desarrollo de capacidades estatales en Gobierno Abierto, para fomentar el desarrollo mediante capacitaciones e incorporar y mejorar mecanismos de participación; 2) el fortalecimiento del Portal de Datos Públicos, para aumentar la cantidad de organismos involucrados y poniendo a disposición la información de manera sencilla; 3) dialogar para la formulación de políticas públicas; 4) acceso a información del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social; 5) Universidad Abierta, para fortalecer el acceso a la información pública mediante la participación activa de los interesados; 6) desarrollo de nuevos compromisos asociados.

El Tercer Plan Nacional de Gobierno Abierto, según la Alianza para el Gobierno Abierto (2019) tiene por objetivo considerar 1) la apertura de información sobre los procesos de selección de magistrados; 2) la apertura de la información sobre procesos disciplinarios a magistrados; 3) segunda parte del Portal datos.jus.gov.ar; 4) Archivos Abiertos en el proceso de cambio hacia un Gobierno Abierto; 5) acercar el presupuesto al ciudadano: difusión del proyecto de ley de presupuesto y monitoreo de políticas públicas.

El Cuarto Plan hace foco en 18 compromisos para promover políticas públicas que busquen resolver temas de la agenda pública. La articulación entre el gobierno y la sociedad civil es fundamental para alcanzar la puesta en marcha de las acciones que se enmarcan en el Gobierno Abierto, teniendo en cuenta la agenda de la OGP. Además, este plan cuenta con la introducción de la perspectiva de género y la diversidad para alcanzar los compromisos.

Finalmente, el Quinto Plan de Acción Nacional de Gobierno Abierto, plantea un diseño colaborativo de políticas públicas entre el gobierno y la sociedad civil, considerando a la transparencia, la rendición de cuentas, la participación y la innovación como pilares fundamentales para el desarrollo del Gobierno Abierto.

En este sentido, lo que busca Argentina es vincular la administración pública con la ciudadanía, poniendo como eje a la institucionalización del Estado transparente para la gestión pública con ideas de diferentes sectores.

### **Caso de México: Gobierno Abierto y transparencia**

En los países latinoamericanos, el Gobierno Abierto se ha convertido en un eje fundamental para los Estados, según una encuesta realizada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE (2022), “la región ha demostrado un gran avance en la materia incentivado por el desarrollo digital consecuencia de la pandemia”. Asimismo, se llevó adelante el Encuentro de la Red sobre Gobierno Abierto e Innovador, donde los principales funcionarios de Argentina, Colombia, Brasil, Uruguay, México y Guatemala, se presentaron para debatir sobre esta forma de gobernanza que exige un mayor rendimiento de los Estados.

En ese sentido, es preciso conocer y considerar el caso de México, que ha sido pionero entre los países latinoamericanos en fomentar el Gobierno Abierto en su legislación e instituciones. Además, la articulación entre los distintos actores de la sociedad se ha vuelto indispensable para encarar procesos que tengan como eje la colaboración entre distintos agentes sociales y políticos.

El camino de reconocimiento de la transparencia en los actos públicos de gobierno en México comienza en el año 1977 con la proclamación institucional del Derecho de Acceso a la Información contenido en el Plan Básico de Gobierno instaurado en 1976 y la Reforma Política de 1977 (Cendejas Jáuregui, 2007). Pero es recién en el año 2002 donde se concreta la creación de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental como tal, la cual reglamenta el acceso a información pública de oficio por parte de las entidades gubernamentales a nivel federal, dando origen al Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI).

Pero las lagunas y vacíos legales que contenía la ley daba lugar para que muchos organismos evadieron sus disposiciones, lo que fue motivo para que diferentes organizaciones de la sociedad civil reclamaron y exigieron en 2007 una reforma del Artículo 6° de la constitución estableciendo las bases para el cumplimiento de obligaciones de transparencia y la puesta en marcha del derecho al acceso a la información (Valencia Domínguez, 2020).

Esta base legal permitió al gobierno mexicano ser uno de los protagonistas de la ola que generó el Memorandum de Obama en el 2009, que tras su rápida difusión, llevó a la ONU a proponer la creación de la Alianza para el Gobierno Abierto (OGP en sus siglas en inglés) en el año 2011 (Oszlak, 2017) siendo México parte de los 8 países fundadores, y con el fin de tomar acción, comienza el proceso de transformación del IFAI, convocando tanto a organizaciones de la sociedad civil (OSC) como a dependencias de la Administración Pública Federal, a formar un plan de acción de

Gobierno Abierto (Soria Romo, 2021).

Estas acciones aceleraron el proceso, y en 2014 una nueva reforma constitucional del Artículo 6° da nacimiento a la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP), estableciendo que el IFAI deja de ser un órgano dependiente del Poder Ejecutivo para convertirse en un organismo autónomo del Estado mexicano denominado Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), ahora como un organismo autónomo garante de la transparencia (Meléndez y López, 2022).

Durante la pandemia COVID 19, la gestión se vio dificultada por una alarmante desinformación generalizada a la que llamaron infodemia, por lo que los gobiernos estatales utilizaron los sitios web con tres objetivos mencionados por la ONU (2020): Proporcionar información veraz, actualizada y oportuna que ayude a la población a cuidarse; seguimiento y monitoreo del rumbo de la pandemia mediante herramientas de visualización y datos que permiten dar seguimiento a la propagación e impacto de la enfermedad, lo cual será útil para la toma de decisiones de los ciudadanos y las medidas sanitarias que disponga el gobierno; y establecer un portal dedicado al Covid-19, el cual centralice la información sobre la pandemia en términos de estadísticas, medidas y actividades de las autoridades.

La transparencia que los estados mexicanos ya venían practicando desde la creación de sus portales web oficiales (proceso que se dio entre los años 1998 y 1999) pasa de ser una obligación legal (transparencia reactiva) para convertirse en un elemento fundamental en el control de la pandemia (transparencia activa), reducción de los contagios, toma de decisiones por parte de personas, empresas o cualquier tipo de organización, el proceso de vacunación, y la vuelta a lo que se ha denominado la nueva normalidad (Meléndez y López, 2022)

Sin embargo, pese a los avances, Meléndez y López (2022) mencionan que hubo una descoordinación en la información y comunicación que generaron conflictos al interior del gobierno, que también se vio dificultada por las decisiones que se tomaban al interior de cada estado federado. Otro punto a tener en cuenta es el acceso que las personas tuvieron a los dispositivos electrónicos con conexión a Internet. Especialistas como Gonzalo Rojón (vicepresidente de investigación de la Asociación de Internet MX) y Roberto Martínez (director del centro OCDE en México) afirmaron que de 126 millones de líneas móviles con acceso a Internet, 103.9 millones son de prepago, lo cual representa un problema para sacar provecho de los servicios digitales; y que a pesar del avance en las velocidades de conexión, América Latina y el Caribe es una región que aún se encuentra por debajo del promedio mundial, lo cual representó un efecto negativo en ciertos servicios clave para cada país durante la pandemia (Revista Expansión, 2021).

## Conclusión

Como se ha podido observar, el Gobierno Abierto es una forma de gobernar que trae consigo la posibilidad de articular entre la sociedad y el Estado, considerando la participación ciudadana, la transparencia de la gestión y la colaboración entre actores. La tecnología y los medios de comunicación ocupan un rol fundamental, puesto que, mediante estas herramientas el gobierno puede impulsar la participación, promover la transparencia y articular la cooperación. Considerar a la sociedad como un sujeto activo que no solo es gobernada, sino que también propone y dispone de recursos de toma de decisión para la construcción de modelos de gobierno como el que se presenta, es fundamental para comprender que la gestión y previsión de servicios públicos utiliza a las tecnologías para alcanzar sus objetivos.

El acceso a la información se constituye como una arista fundamental que atraviesa a la formación del Gobierno Abierto y su consolidación, por ello, surgen organismos como la AGA que prestan especial atención y que dan por sentado que esta forma de gobernar es necesaria.

Debatir este tópico con miras a alcanzar un desarrollo sustancial se convierte en imperativo para los Estados del mundo, por este motivo, países como Argentina con sus planes para fortalecer el Gobierno Abierto y México con sus

acciones de legislación e impulso de instituciones, se presentan como ejemplos que dan cuenta de la importancia y la presencia que tiene el Gobierno Abierto.

## Referencias

- Agenda 2030 en América Latina y el Caribe. (s.f.) Plataforma regional de conocimiento. Recuperado el 24 de mayo de 2023 de : <https://agenda2030lac.org/es/ods/16-paz-justicia-e-instituciones-solidas#:~:text=Entre%20las%20principales%20metas%20del,transparentes%20y%20la%20adopc%C3%B3n%20de>
- Alianza para el Gobierno Abierto. (2019). Tercer Plan de Acción Nacional de Gobierno Abierto de la República Argentina 2017-2019.
- Calderón, C. (14 de marzo de 2016). ¿Por qué el gobierno abierto es importante para las ciudades? Ciudades Sostenibles. <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/es/gobierno-abierto/>
- Cendejas Jáuregui, M. (2007) Evolución histórica del derecho a la información. En Revista de Derecho Comparado de la Información, BJV- UNAM. Recuperado de Internet <https://revistascolaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/decoin/article/view/33136/30100>
- CEPAL. (17 de febrero de 2017). Acerca de Gobierno Abierto | CEPAL. [Cepal.org](https://www.cepal.org/es/temas/gobierno-abierto/acerca-gobierno-abierto). Recuperado el 20 de mayo de 2023 de: <https://www.cepal.org/es/temas/gobierno-abierto/acerca-gobierno-abierto>
- Dominguez Valencia, Omar (2020): Gobernanza, transparencia y rendición de cuentas: un análisis de programas. Instituto nacional de Administración Pública. Toluca, México. Primera Edición. Recuperado de Internet en: [https://inap.mx/wp-content/uploads/2021/02/INAP-Gobernanza\\_Transparencia\\_Rendicion\\_de\\_Cuentas-2021.pdf](https://inap.mx/wp-content/uploads/2021/02/INAP-Gobernanza_Transparencia_Rendicion_de_Cuentas-2021.pdf)
- Gobierno de Argentina. (s.f.). Argentina en OGP. [Argentina.gob.ar](https://www.argentina.gob.ar/jefatura/innovacion-publica/servicios-y-pais-digital/gobierno-abierto/argentina-enogp#:~:text=La%20Alianza%20para%20el%20Gobierno,parte%20de%20OGP%20desde%202012). Recuperado el 20 de mayo de 2023 de <https://www.argentina.gob.ar/jefatura/innovacion-publica/servicios-y-pais-digital/gobierno-abierto/argentina-enogp#:~:text=La%20Alianza%20para%20el%20Gobierno,parte%20de%20OGP%20desde%202012>
- OCDE. (11 de marzo de 2022). Latinoamérica pionera del mundo en Gobierno Abierto y Participación Ciudadana – utopiaurbana.city. [Utopiaurbana.city](https://utopiaurbana.city/2022/03/11/latinoamerica-pionera-del-mundo-en-gobierno-abierto-y-participacion-ciudadana/). <https://utopiaurbana.city/2022/03/11/latinoamerica-pionera-del-mundo-en-gobierno-abierto-y-participacion-ciudadana/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos – OCDE. (2016). Gobierno Abierto: contexto mundial y el camino a seguir, aspectos clave.
- Oszlak, O. (2013). Gobierno abierto: hacia un nuevo paradigma de gestión pública. Red de Gobierno Electrónico de América Latina y el Caribe – Red GEALC. Colección de documentos de trabajo sobre e-Gobierno.
- Oszlak, O. (2017) La noción de Estado abierto en el contexto de América Latina y el Caribe, pp. 209-229 en Naser, A., Ramírez-Alujas, A. y Rosales, D. “Desde el gobierno abierto al Estado abierto en América Latina y el Caribe” CEPAL: Santiago. Recuperado de Internet en <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44769-gobierno-abierto-al-estado-abierto-america-latina-caribe>
- Melendez, C.C. y Valencia López, O. (2022): La transparencia activa durante la pandemia de COVID-19 Una exploración de los gobiernos subnacionales de México. Revista Española de la Transparencia Núm. 15. Segundo semestre. Julio-diciembre de 2022. (pp. 279-311). ISSN 2444-2607. [www.revistatransparencia.com](http://www.revistatransparencia.com) DOI: <https://doi.org/10.51915/ret.205>
- Presidencia de la Nación. (2017). Alianza para el Gobierno Abierto Argentina. Plan de Acción de la República Argentina 2015-2017
- Soria Romo, Rigoberto. (2021). Gobierno abierto en México: implantación y contraste con un modelo ideal. Perfiles latinoamericanos, 29(57), 309-336. Recuperado el 06 de septiembre de 2021: <https://doi.org/10.18504/pl12957-012-2021>
- Wilson, J. (2018). ¿Qué son y para qué sirven las políticas públicas? Revista Científica Semestral IN IURE Ciencias Jurídicas y Notariales. Año 5. Volumen 1. (pp. 30-41). ISSN 1853-6239

# Ciudadanía inconclusa. Tensiones entre redistribución y reconocimiento en torno a la ley de medios

SALOMON, Andrea Pía  
asalomon@unlar.edu.ar

**IAPP-UNLaR**

## Resumen

En el año 2009 se implementó en la República Argentina, una de las políticas de gastos más importante en la historia del país, la Asignación Universal por Hijo, en adelante AUH. Según los considerandos del decreto creador, este programa de gasto tiene como finalidad amparar a los menores de edad a cargos de personas con ingresos informales o desempleados que no están contemplados en el sistema contributivo de Asignaciones familiares y como paliativo importante a la situación de pobreza de sus beneficiarios.

Este programa de transferencia condicionada de rentas bajas generó desde su implementación controversias en cuanto a la percepción que del mismo tenía la sociedad; que generaba prejuicio y estigmatización de la pobreza, desinterés en la educación de los hijos, ausencia de valores, acostumbamiento a la asistencia, desgano respecto del trabajo, (Aguilo, Lobos, Neri y Rubio 2013), También existencia de clientelismo, y la influencia de los medios (Moguillansky, Barreiro, Garrido y Pagliaro 2014).

El objetivo de este trabajo es describir y analizar la recepción de la comunicación gubernamental sobre la AUH. Se abordará el tema a nivel local, analizando información tomada en una muestra de 168 encuestas semi abiertas en la Ciudad de Chamental, Provincia de La Rioja realizada entre los meses de octubre y noviembre de 2018. La muestra corresponde al grupo de las denominadas no probabilísticas o dirigidas (Hernández Samperi, Fernández Collado y Baptista: 2014) en donde el procedimiento de selección está orientado por las características propias de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización.

Se observa que la población bajo estudio en una gran mayoría conoce la existencia de la AUH, y existe una amplia aceptación del programa de gasto, no obstante existen ciertas características del programa que no se conocen, principalmente respecto del límite sobre la cantidad de menores a cargo que se encontraba vigente al momento de la encuesta y que luego fue modificado en el año 2020 por el DNU 840.

En cuando a las representaciones de los encuestados chamentalenses sobre la AUH, se destaca que la misma es percibida como una ayuda y no se ha logrado que la misma sea vista o considerada como un derecho de los destinatarios del programa.

## Introducción

Las funciones modernas del estado incluyen no sólo aquellas tradicionales como la asignación eficiente de los recursos escasos, entre otros, sino que incorpora nuevas actividades como las inherentes a garantizar a los ciudadanos del país un nivel de vida enmarcado dentro de lo que se denomina Estado de Bienestar, así lo establecen Albi, Contreras, González Paramo y Zubiri (1994).

El estado para cumplir con este fin tiene dos grupos de instrumentos a utilizar, por un lado los vinculados al consumo de los bienes necesarios para el desarrollo de una vida digna, como la salud, educación, seguridad, etc. Otro grupo de instrumentos está vinculado con transferencias monetarias a los individuos que les permite obtener los bienes necesarios para el desarrollo de su vida privada. Las políticas de gastos focalizados presentan, para algunos autores como Stiglitz (2000), ventajas respecto a los programas generales de redistribución, la principal de estas ventajas está en la eficacia para lograr la redistribución con la menor pérdida de eficiencia.

En el año 2009 se incorpora dentro de las políticas de gasto social, el programa AUH. Según los considerandos del decreto creador, este programa tiene como finalidad amparar a los menores de edad que estén a cargo de personas con ingresos informales o desempleados, que no están contemplados en el sistema contributivo de asignaciones familiares y es considerado como paliativo importante a la situación de pobreza de sus beneficiarios.

Este programa de transferencia condicionada de rentas bajas generó desde su implementación controversias en cuanto a la percepción que del mismo tenía la sociedad; que generaba prejuicio y estigmatización de la pobreza, desinterés en la educación de los hijos, ausencia de valores, acostumbamiento a la asistencia, desganancia respecto del trabajo, según el trabajo de Aguiló, Lobos, Neri y Rubio (2013); También existencia de clientelismo, y la influencia de los medios como establece Moguillansky, Barreiro, Garrido y Pagliaro (2014).

En este trabajo vamos a analizar la mirada de la sociedad chamentalense sobre la AUH desde la teoría de las representaciones sociales. Moscovici (1979) las conceptualiza como un conjunto dinámico, su característica es la producción de comportamientos y de relaciones con el medio, es una acción que modifica ambos y no una reproducción de estos comportamientos o de estas relaciones ni una reacción a un estímulo exterior dado.

## **Caracterización de la AUH**

La AUH se implementó en Argentina el día siguiente al de su creación mediante el decreto de necesidad y urgencia N° 1602/09, es decir, a partir del 1° de noviembre del 2009 comenzaron las erogaciones establecidas en este programa. Se distingue de programas de transferencias anteriores ya que se incluye como un sistema no contributivo dentro del régimen de asignaciones familiares de la seguridad social establecido por la ley 24.714.

La AUH es una prestación monetaria no retributiva de carácter mensual, enmarcada dentro de los denominados programas de transferencias condicionadas de ingresos. Autores como Rossel et.al, 2019, consideran que aquellos programas con condicionalidades constituye un doble objetivo, a corto plazo el paliativo a la pobreza con la consiguiente redistribución del ingreso y a largo plazo el aumento del capital humano, de los beneficiarios establecidos por la normativa legal, a través de la mejoras en la costumbres en cuanto a educación, alimentación y salud.

La AUH presenta condicionalidades de educación y de salud para acceder a su cobro, como es la asistencia a establecimientos educacionales, controles de salud y el cumplimiento del calendario de vacunación obligatorios establecido por el Ministerio de Salud para los menores a cargo. El cumplimiento de estas exigencias a lo largo del año, implicaba acceder al 20% de la asignación retenida acumulada del año anterior al momento de acreditarse el acatamiento de los mismos que quedan registrados en la Libreta Nacional de Seguridad Social, Salud y Educación, la cual debe ser presentada en ANSeS antes de la culminación del año calendario.

Según los considerandos del decreto y en las condicionalidades establecidas en el mismo, se pueden establecer distintos objetivos en los cuales se enfoca este programa de gasto, como son: reconocer los derechos de los niños, acceder a la salud y educación, paliar la pobreza y brindar apoyo y asistencia a las familias como núcleo de contención natural y bienestar de la sociedad

La población objetivo está conformada por cada menor de 18 años, argentino, nativo o naturalizado o con residencia legal no inferior a tres años, o sin límite de edad cuando se trate de un discapacitado; en ambos casos, siempre que la persona a cargo del beneficiario no estuviere empleado, emancipado o percibiendo alguna de las

prestaciones establecida en la ley de asignaciones familiares. El decreto original establecía que las prestaciones se abonaban por cada menor de dieciocho años y/o discapacitado, hasta un máximo acumulable al importe equivalente a cinco menores, es decir, que si existían más de cinco menores de edad, solo se cobraba por cinco. A su vez la Resolución 393/2009 de ANSeS establecía que si entre los beneficiarios existan discapacitados, la AUH se abonaba en prioridad a las personas discapacitadas y luego al resto de menores y adolescentes. Esta situación es superada por la nueva redacción del artículo 14 bis de la ley N° 24.714 que hace el Decreto N° 820/2020 con lo cual esta limitante no existe a partir del mes de noviembre de 2020, a partir de esta fecha no existe limite respecto a sobre cuantas personas se cobra la prestación.

Es necesario también recalcar que, conforme lo establece el artículo 10 de la resolución 393/2009, en aquellos casos en donde el beneficiario este a cargo de ambos padres, será la madre quien tenga prioridad por sobre el padre para el cobro de la transferencia monetaria. Esta situación es una característica de la mayoría de los programas de transferencias vigentes en Latinoamérica y como se ha establecido, está vinculado a considerar que las madres, en líneas generales, utilizan los recursos en mejorar el bienestar del seno familiar.

## **Objetivos**

El objetivo de este trabajo es describir y analizar la recepción de la comunicación gubernamental sobre la AUH mediante las representaciones que se observan en la sociedad de la ciudad de Chamental, provincia de La Rioja en el año 2018..

## **Aspectos metodológicos**

Este trabajo se enmarca en una investigación de tipo exploratoria, descriptiva. Es exploratoria ya que pretenden dar una visión general y aproximada de los objetos de estudio, Sabino (1992) y es descriptiva ya que busca especificar las propiedades, características y los perfiles de las personas que se sometan a su análisis, Hernández Samperi, Fernández Collado y Baptista (2014).

La muestra tomada corresponde a las denominadas no probabilísticas o dirigidas Hernández en donde el procedimiento de selección está orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización. En este sentido las muestras fueron tomadas en el marco del programa de Prácticas Educativas Innovadoras, por alumnos de la cátedra de Finanzas Publicas de la carrera de Contador Público en que se dictó en la Universidad Nacional de La Rioja, Sede Chamental, que se encontraron cursando la materia en el año 2018 y para este año se tomaron 168 muestras.

La recolección de datos se realizó a través una encuesta semi-abierta y además de recolectar las respuestas a preguntas abiertas, se anotaron, adicionalmente, cualquier expresión del encuestado que consideraban de relevancia más allá de las respuestas.

Es importante destacar que estas muestras no probabilísticas tiene un valor limitado a la muestra en sí y no a la población, de forma tal que no se puede considerar que esta muestra sea representativa de toda la población de la ciudad de Chamental, pero si nos permite considerar la percepción de las personas incluidas en la muestra. Más allá de esta aclaración, se entiende que el número de casos recolectados permite el entendimiento del fenómeno en estudio.

## **Resultados**

En el año 2018 se tomaron 168 muestras a personas mayores de edad. Del total de encuestados 104 fueron de sexo femenino y 64 de sexo masculino.

Tabla N° 1 - Distribución de encuestados por edades

GRUPO ETARIO	CANTIDAD	PORCENTAJE
JOVENES (18 a 24 años)	42	25,0%
JOVENES ADULTOS (25 a 37 años)	34	20,2%
ADULTOS (38 a 50 años)	45	26,8%
ADULTOS MAYORES (51 a 64)	31	18,5%
MAYORES (65 años o mas)	16	9,5%

Nota: Elaboración propia

Sobre el nivel de educación alcanzado, se observa que el 33% tiene el secundario completo y es el segmento más representativo; los encuestados que su nivel de estudios de secundario incompleto representan un 14%, con estudios primarios incompletos un 3%, con primario completo un 13%, con estudios terciarios incompletos un 7% y completos un 10%, los encuestados universitarios representan un 6% y que no ha concluido sus estudios en este último nivel un 15%.

Consultando sobre el conocimiento del programa AUH, de los 168 encuestados, 141 dieron una respuesta positiva y continuaron la encuesta y 27 encuestados expresaron no conocer el programa, finalizando allí su entrevista, este último grupo representa el 16,07% de los encuestados.

De los encuestados que respondieron afirmativamente sobre el conocimiento de la AUH, el 51,77 % no había recibido, ni el encuestado ni su grupo familiar primario la prestación, en cambio, el 48.23 % restante tuvo una respuesta positiva.

Sobre los encuestados que conocían el programa, se continúa la indagación sobre aspectos operativos del programa, como el lugar de cobro de la prestación.

Tabla N° 2 – Conocimiento del lugar de cobro de la AUH

LUGAR DE COBRO	CANTIDAD	PORCENTAJE
ANSeS	12	8,51%
BANCO	92	65,25%
NO SABE/NO CONTESTA	34	24,11%
OTROS	3	2,13%

Nota: Elaboración propia

La mayoría de la población tiene claridad que el programa se encuentra incorporado al sistema bancario ya que se deposita en una cuenta de caja de ahorro abierta a nombre del titular de la transferencia, esta percepción debería estar ligada a la idea de la eliminación de intermediarios y prácticas de clientelismo y corrupción, que son los atributos que algunos autores como Cena (2016), citado en Sordini y Chahbenderian (2019) le otorgan a esta modalidad de pago.

Luego se consulta sobre la existencia de un límite en el cobro de la AUH respecto a la cantidad de hijos o personas a cargos que tuviera, en la Tabla N° 3 se muestran los resultados de esta inquietud.

Tabla N° 3- Existencia de límite en el cobro de la AUH

LIMITE DE COBRO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI EXISTE	45	31,91%
NO EXISTE	41	29,08%
NO SABE/NO CONTESTA	55	39,01%

Nota: Elaboración propia

A su vez, la pregunta siguiente, para aquellas personas que respondieron que si existía un límite en el cobro, fue sobre qué cantidad de menores o personas a cargo se cobra la transferencia. De los 45 encuestados que consideraban que existía un límite, el 56% coincidió en que eran 5 menores o personas a cargo. De lo cual podemos determinar que sólo un 17,73% conoce el límite exacto sobre el que se cobraba la AUH al momento de la encuesta.

Luego se consultó sobre como valoraba el programa y que esa valoración sea justificada, los resultados obtenidos se muestran en la siguiente tabla:

Tabla N° 4 – Valoración del programa AUH

VALORACION	CANTIDAD	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0,0%
MUY BUENO	20	14,2%
BUENO	65	46,1%
REGULAR	35	24,8%
MALO	15	10,6%
NO SABE/NO CONTESTA	6	4,3%

Nota: Elaboración propia

Para el año 2018 se observa que, en líneas generales, el programas es bien visto por los habitantes de la ciudad de Chamental.

Para analizar los fundamentos de esta elección se divide en dos grupos a los encuestados; aquellos con un respuesta positiva en bueno, muy bueno y excelente, y los que tuvieron una respuesta más desfavorable, clasificando al programa en regular y malo. Luego con el programa WordArt se realiza una nube de palabras.





trabajo, fomenta a aquellas que no quieren trabajar a no hacerlo..”, “Genera vagancia, tienen que trabajar...” o “...Eso hace que tengan hijos y no quieran trabajar...”.

“Debería” es una palabra que se podría interpretar como lo que sería correcto, en particular en este trabajo de campo podría estar vinculado a dos aspectos, uno con vistas a la política pública y el estado “...Debería darle un trabajo para que cobren la asignación y así ganarse el plan”, “...Debería haber más exigencia...”.

El vocablo “Gente” podría representar un alejamiento entre encuestado y los beneficiarios del programa, “...Porque así hace más vaga la gente...”, “...Porque la gente humilde lo cobra aunque hay gente que no es humilde también lo cobra...” o “...Porque hay gente que lo merece y gente que no...”.

## Conclusiones

Con este trabajo se pretendió conocer la mirada que una sociedad tenía del programa AUH, muy importante desde el punto de vista económico y social, que en algún momento estuvo en el centro de la agenda política de la República Argentina.

De los resultados obtenidos y considerando que la muestra tomada no tienen representatividad probalística, se desprende que la AUH se conoce al menos de manera general, la mayoría de los encuestados tiene una percepción positiva de este programa de transferencias, con un conocimiento acabado de donde se cobra el programa.

Resulta importante también expresar que existe un desconocimiento generalizado del límite en el monto de cobro de la misma por un mismo titular que estuvo vigente al momento de la realización del trabajo de campo y hasta el año 2020.

De lo indagado se advierte que existen representaciones hegemónicas, con cierto consenso sobre su valoración, se ve que el programa de gasto no se percibe como un derecho, ni de los menores ni de los mayores que lo cobran, más bien se percibe, en líneas generales, como una ayuda y específicamente una ayuda económica, tanto para quienes tienen una buena valoración del programa como para los que no. Se puede así mismo expresar que lo reconoce como una transferencia vinculada a los hijos o a los niños y en nexo con las madres.

Es importante, ya que le propio decreto de creación así lo establece, que el programa pueda comunicarse como un derecho de los niños, cuestión que como ya se dijo, no se distingue en este trabajo.

## Bibliografía

- Aguiló, J., Lobos, N., Neri, L. y Rubio, R. (2013) La asignación universal por hijo para protección social (AUH) su lugar en la lucha ideológica en la Argentina actual. *Confluencias*. 6 (13) p. 173-198. Recuperado en : <http://bdigital.uncu.edu.ar/5642>
- Albi, E., Contreras, C, González Paramo, I y Zubiri, I., (1994) *Teoría de la Hacienda Pública*, Barcelona. Ed.3.Ariel S.A.
- Hernández Samperi, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. 6<sup>o</sup> Edición. Editorial McGRAW-HILL México (DF)
- Moscovici, S. (1979) *El Psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires. Argentina. Editorial Huemul 2<sup>o</sup> edición.
- Moguillansky, M. (2015) ¿Derecho, plan, subsidio?: La representación mediática de la Asignación Universal por Hijo en Argentina; Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales; *Debate Público*; 5; 10; 11-2015; 131-144 Recuperado de: [https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/70300/CONICET\\_Digital\\_Nro.10df476a-cbdf-4cf5-af87-36f62979a6d2\\_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/70300/CONICET_Digital_Nro.10df476a-cbdf-4cf5-af87-36f62979a6d2_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Rossel, C., Courtoisie, D. y Marsiglia, M. (2014) *Programas de transferencias, condicionalidades y derechos de la infancia*. Apuntes a partir del caso del Uruguay. proyecto CEPAL-UNICEF LACRO (UNI/12/001). Recuperado de: <https://www.unicef.org/lac/sites/unicef.org/lac/files/2019-11/ProgramasdeTransfCondicionalUruguay.pdf>
- Stiglitz, J. (2000) *Economía del Sector Público*. Ed. 3. Antoni Bosch
- Sordini, M y Chahbenderian, F. (2019). *Políticas sociales y modalidades de endeudamiento en Argentina*. XIII

# 7 ejes para revitalizar el debate por la comunicación democrática en la Argentina

Larisa Kejval  
Diego de Charras  
Nicolás Baccaro

**Universidad de Buenos Aires**

El 10 de octubre del 2009 el Congreso de la Nación sancionó la Ley N° 26.522, denominada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y conocida en el espacio público como Ley de Medios. El profundo debate social que llevó a la conformación de la norma no impidió que el Grupo Clarín, principal corporación mediática del país, la judicializara tan sólo 16 días después de su sanción. Aquel pedido de inconstitucionalidad sobre varios de los artículos de la LSCA, derivó en una primera medida cautelar que frenó su aplicación el 16 de diciembre de ese mismo año (De Charras, 2012). Tras un derrotero judicial de cuatro años y tres días desde aquel primer obstáculo de la justicia, la Corte Suprema de la Nación ratificó la constitucionalidad de la totalidad de la Ley el 29 de octubre del 2013 (De Charras y Baladrón, 2014). Una década después de aquel momento, que puede ser señalado como uno de los mayores hitos en la historia del país en materia de discusión social alrededor del derecho a la comunicación, muchas cosas han cambiado. El objeto de las siguientes líneas será intentar trazar un panorama del estado de situación en relación con uno de los derechos fundamentales para el desarrollo de la democracia, a cuatro décadas de su recuperación en la Argentina.

## **Pesimismo de la razón<sup>1</sup>**

El presente, en torno al derecho a la comunicación en la Argentina, no aparece muy alentador ni permite visualizar un horizonte auspicioso en el corto plazo. Esto, sin embargo, ha sido más bien la norma que la excepción en la historia del país para quienes han bregado, trabajado y militado por una expansión y consolidación de ese derecho, por lo que el *racconto* de situaciones adversas que se encararán en las líneas siguientes no deberán confundir al lector o a la lectora sobre el optimismo de la voluntad de sus autores. Así como una crisis política en 2008 abrió la puerta para que avanzara una discusión que comenzó a finales de la dictadura cívico militar y que cristalizó en la construcción de la LSCA, el acumulado que dejó ese proceso en la sociedad, las organizaciones del campo comunicacional, la academia y la política hace posible que un hecho o una decisión disruptiva vuelva a colocar al derecho a la comunicación en el centro de la agenda y con perspectiva de alcanzar cambios significativos.

Lo primero que debe subrayarse como una marca de los tiempos que corren es una profundización de la concentración mediática en la Argentina. Con la derogación que hizo el presidente Mauricio Macri en 2016 de los artículos anti-monopólicos de la LSCA, se cimentaron las bases del paso que vendría después: la fusión de Telecom y Cablevisión. Esta operación dio nacimiento al conglomerado infocomunicacional más grande de Latinoamérica, a tan sólo un lustro del momento en que ese mismo grupo económico se viera exigido por los tres poderes del Estado a encarar

---

<sup>1</sup> Docentes e investigadores/a de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Actualmente Larisa Kejval también es Directora de dicha Carrera y Diego de Charras es Vicedecano de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA.

un proceso de desinversión para desprenderse de parte de sus licencias y posiciones de mercado (Loreti, De Charras y Lozano, 2019). Lejos de acotarse, ese imperio hoy se ha expandido y convive con otro fenómeno novedoso y de alcances aún en discusión: la emergencia de las plataformas que, sin producir contenidos, captan gran parte de los ingresos publicitarios y tienden a la transnacionalización del ecosistema digital donde los medios argentinos operan. El Estado argentino ya no tiene que discutir sólo con los actores locales, sino que se ve enfrentado a las preguntas que confrontan a los países más desarrollados en relación a la posibilidad de regular a las plataformas y cómo hacerlo (Loreti, 2021).

Estos cruces configuran un escenario en el que también opera la crisis económica para generar condiciones muy duras para el trabajo en prensa y medios de comunicación. Un sector marcado por la precarización laboral, salarios a la baja y pluriempleo, que se desarrolla en un contexto donde las empresas periodísticas optan cada vez más por la facciosidad informativa. De esta manera, la producción de información está cada vez más signada por la desobjetivación y por expresiones discriminatorias que apelan a la emotividad y sugieren una peligrosa incitación a la violencia política, erosionando los términos de la conversación pública (De Charras y Kejval, 2022). En ese marco, la falta de regulación de la pauta oficial replica asimetrías monstruosas en la distribución de fondos públicos, reproduce una concentración muy fuerte y guarda amplios grados de discrecionalidad. Sumado a esto, y a pesar de la sanción de la Ley de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación, el modo en que la desigualdad de género atraviesa a los medios de comunicación suma otro color gris al cuadro.

Toda esta coyuntura acontece en un momento de profunda ausencia de políticas públicas en materia de comunicación. Salvo la recién mencionada ley de equidad de género y el DNU 690/20 de definición de servicio público en competencia para la conectividad a internet, telefonía pública y televisión de pago, también judicializado, la dirigencia argentina discurre sin iniciativas concretas y con su agenda marcada por otras urgencias que desplazan al derecho a la comunicación.

### **Concentración: la madre de los problemas**

Tras un proceso de vigoroso debate político y social, la sanción de la LSCA y la posterior ratificación de la constitucionalidad del total de su articulado por parte de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, el cambio de signo político en el gobierno argentino en 2015 devino en un profundo retroceso en materia del derecho a la comunicación, particularmente en lo referido a la concentración mediática. El primer paso en ese camino llegó a los pocos días de la asunción de Mauricio Macri como presidente en diciembre del 2015 y se cristalizó en la desarticulación de los principales puntos de la LSCA que limitaban la concentración y que, a su vez, habían sido judicializados previamente por el Grupo Clarín.

Uno de los ejes vertebradores de la Ley 26.522 fue su carácter antimonopólico, expresado en los artículos que limitaron la cantidad de licencias por prestador, las prórrogas que podían sufrir esas licencias y la posibilidad de transferencias de la titularidad de las mismas en tanto resguardo del pluralismo y la diversidad para asegurar el funcionamiento democrático de los medios de comunicación (Loreti, De Charras y Lozano, 2019). En palabras de los propios autores: “Así, se disponían restricciones por tipo de servicio, a la propiedad cruzada (cross-ownership), al porcentaje total de audiencia (audience share), límites a la concentración horizontal / vertical y a la multiplicidad en área local. También se restringían las renovaciones de licencias y las transferencias”.

Estos ejes constitutivos de la naturaleza antimonopólica de la LSCA fueron, precisamente, objeto de la impugnación judicial por parte del Grupo Clarín. El éxito de la estrategia de judicialización resultó parcial, en tanto dilató la plena implementación de la norma durante años a través de sucesivas medidas cautelares que se dictaron a su favor en distintos juzgados del país. Para el tiempo en que la CSJN se expidió en torno a la constitucionalidad de los artículos objetados por Clarín, el contexto político del país había cambiado. A partir de entonces, la estrategia de dilación pasó a centrarse en la presentación de planes de adecuación que no cumplieran los requisitos y que gene-

raran nuevas trabas administrativas, judiciales y burocráticas para estirar la situación hasta el cambio de gobierno.

Así se llegó a diciembre del 2015 y a la asunción de Macri como presidente, punto de inflexión en materia concentración mediática en el país que redefiniría las bases sobre las cuales se edificó la situación actual. A menos de veinte días de su llegada al gobierno, el nuevo presidente dio cauce a los reclamos del Grupo Clarín y otros sectores concentrados del mapa comunicativo argentino y sancionó el DNU 267/15, un traje a medida para los oligopolios que vieron en él finalmente concretada su victoria contra el intento de la LSCA por avanzar hacia una desconcentración del espectro. Loreti, De Charras y Lozano (op. cit.) describen de la siguiente forma el impacto del DNU de Macri:

*El decreto 267/15 incide casi quirúrgicamente en aquellos aspectos que habían sido cuestionados en su constitucionalidad por el grupo Clarín y luego ratificados por la Corte. En tal sentido, aumenta los topes sobre máximos de licencias de 10 a 15 para radio y televisión abierta, los elimina en cable y servicios codificados al convertirlos en servicios TIC de telecomunicaciones (de un tope de 24 unidades productivas con indicación geográfica, se amplió a la totalidad del territorio nacional con una única licencia), suspende las restricciones de propiedad cruzada (entre propietarios de canales TV de aire y propietarios de red de distribución de TV por cable) y elimina la prohibición de brindar servicio a más del 35% de la población o abonados. De ese modo, se aleja de los estándares más consolidados de la región en cuanto a reglas antimonopólicas y límites a la entrada de prestadores que ya ostentan preponderancias en mercados vinculados. (...) También deroga la limitación a la transferencia de licencias para los licenciatarios con fines comerciales, mientras que las cooperativas y otros prestadores sin fin de lucro fueron excluidos de este cambio. El terreno queda liberado para que los actores que ya ostentan posiciones dominantes en el mercado puedan aumentar su escala, liberados además de las incompatibilidades que imponía la LSCA.*

A su vez, los autores también señalan la desregulación que sufrió el mercado del cable con la nueva normativa, a partir de su re categorización como servicio TIC:

*El decreto de necesidad y urgencia excluye a los cables de la calidad de servicios audiovisuales y los somete a la condición de empresa de telecomunicaciones –como servicio de TIC–, por lo que anula las reglas que impone la ley 26.522. Ya no hay límites de concentración, no hay obligación de emitir una señal propia, no hay obligación de pasar las señales locales de TV, ni de respetar el orden de la grilla de señales. Se terminan las disposiciones de must carry, que obligaban a los cableros a incluir las señales producidas por otros licenciatarios locales, y se crean así las condiciones para que, desde un nodo central, se emita un paquete de señales propio. Se pone coto a la posibilidad de discutir pluralismo, diversidad, contenidos locales, regionales, informativos, de la universidad local, de ficción propia e independiente.*

Con el DNU 267/15 el nuevo gobierno desarmó el espíritu antimonopólico de la LSCA. El sistema de medios argentino quedó prácticamente sin límites a la concentración y sin una capacidad de control institucional que pudiera dar cuenta de abusos de posiciones dominantes.

Ese primer paso de la administración Cambiemos en la dirección de readecuar la normativa vigente anestesiando su intención original de tender hacia una desconcentración del mapa mediático argentino, se vio continuado en diciembre del año 2016 mediante otro decreto del presidente Mauricio Macri, a partir del cual se sentaron nuevas disposiciones para el mercado de las telecomunicaciones. El nuevo decreto 1340/16 habilitó a las compañías de telefonía fija y móvil a prestar servicios de televisión por suscripción en ciudades con poblaciones superiores a las 80.000 personas, al mismo tiempo que permitió a las empresas audiovisuales ingresar al mercado de la telefonía fija y móvil. De este modo, se sentaron las bases para la fusión de Telecom y Cablevisión, que se anunciaría en diciembre del 2017 y daría nacimiento a una de las tres empresas más grandes de la economía argentina, consolidando la expansión del Grupo Clarín como uno de los más poderosos e influyentes tanto en el país como en la región. Con la fusión se habilitó el “cuádruple play” (telefonía fija, móvil, banda ancha y televisión por cable), en lo que puede catalogarse como un hito de la concentración comunicacional en la historia Argentina al permitir el control por una misma compañía de toda la infraestructura por la que circula la información en el país. En el momento de la fusión, que fue revisada y aprobada por los organismos de control previamente intervenidos y modificados por el nuevo gobierno, Telecom S.A. pertenecía al fondo de inversiones Fintech, del mexicano David Martínez, quien tam-

bién era dueño del 40% de Cablevisión Holding S.A., cuyo restante 60% era propiedad del Grupo Clarín. El impacto en el mercado de la fusión implicó que los grupos Clarín y Fintech reúnan al menos el 56% de las conexiones a Internet por banda ancha fija (95% en algunas zonas del norte del país), el 42% del mercado de telefonía fija, el 34% de telefonía móvil y el 40% de televisión paga (alrededor del 60 % si sólo se contabiliza la TV de cable) (Becerra, 2017).

En 2019 se publicó un informe realizado por *Reporteros Sin Fronteras* junto a *Tiempo Argentino*, surgido de un relevamiento que aplicó el Monitoreo de Propiedad de los Medios (Media Ownership Monitor) sobre el mapa mediático argentino (RSF y Tiempo Argentino, 2019). Sus resultados son elocuentes para graficar los niveles de concentración de las comunicaciones en el país. El informe reveló que los cuatro principales grupos mediáticos (Grupo Clarín, Grupo América, VIACOM y Grupo Indalo) acaparaban en ese momento el 74% de los diarios impresos, el 56,7% de la audiencia en TV abierta y el 53% de la audiencia en radio en todo el país. El proceso desregulatorio que inició en diciembre del 2015 profundizó un mapa mediático ya excesivamente concentrado con anterioridad y sobre el cual la LSCA pretendió incidir, dejando como resultado para fines del gobierno de Cambiemos un escenario que Reporteros Sin Fronteras sistematizó en un índice de concentración cruzada de audiencias de los medios. En una selección de ocho principales grupos mediáticos, el relevamiento encontró una concentración *cross-media* superior al 59%, distribuida de la siguiente manera:

1. Grupo Clarín: 25,28% (6,84% por radio, 10,62% por televisión y 7,82% por diarios)
2. Grupo América: 7,25% (2,27% por radio, 4,09% por televisión y 0,89 por diarios)
3. VIACOM: 7,10% todo por televisión
4. Grupo Indalo: 6,62% (5,12% por radio y 1,5% por televisión)
5. Fusión Prisa-Albavisión: 6,21% (4,33% por radio y 1,88 por televisión)
6. La Nación: 2,97% todo por diarios
7. Cadena 3: 2,16% todo por radio
8. Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos (SFMycP, Estado): 1,65% todo por televisión

## Trabajo en prensa: un sector castigado

Como correlato de la situación descripta en torno a la concentración de la propiedad de los medios imperante actualmente en el país, una consecuencia subsidiaria son las desmejoras en las condiciones laborales en medios de comunicación y empresas periodísticas, situación que lesiona de hecho la libertad de expresión y el derecho a la comunicación de la sociedad. Los años del gobierno de Mauricio Macri, en los que esa concentración se consolidó y se profundizó, tuvieron como la otra cara de esa moneda un momento dramático para el sector de trabajadores y trabajadoras de prensa. Entre 2015 y 2019, según datos del Sindicato de Prensa de Buenos Aires (SiPreBA), un cierre masivo de medios decantó en más de 4500 despidos y una pérdida del poder adquisitivo del salario que, en su categoría inicial, pasó de estar 30 puntos por encima de la canasta básica en 2016 a quedar por debajo de la misma en 2019. Sobre ese escenario devino la pandemia, que trajo consigo la distorsión de las relaciones laborales, con una gran expansión del teletrabajo. Un informe del 2022 del SiPreBA sintetizó de la siguiente manera las consecuencias de la conjunción entre la crisis económica de los últimos años y el impacto de la pandemia (SiPreBA, 2022): “La actividad periodística se encuentra amenazada por dos cuestiones centrales: la concentración de medios en cada vez menos grupos más grandes y el avance sostenido de la precarización laboral, en donde el ajuste salarial es la principal causa que promueve el pluriempleo y la consecuente baja en la calidad periodística”.

A su vez, la post pandemia trajo consigo una recuperación del empleo pero en condiciones salariales que, en muchos casos, cae debajo de la línea de la pobreza, imponiendo el pluriempleo como la única manera de hacer frente a la coyuntura económica para la mayoría de los trabajadores y trabajadoras del sector. El informe de SiPreBA fue elaborado en mayo del 2022 a partir de una encuesta que fue respondida por más de 1000 trabajadores y trabajadoras

de 123 medios de comunicación, tanto públicos y privados como autogestivos, de la prensa escrita, radial y televisiva de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Algunos de sus resultados se vuelven pertinentes para ejemplificar la situación: El 47% respondió haber cobrado en abril del 2022 sueldos por debajo de la canasta básica informada por el INDEC que delimita la línea de pobreza, porcentaje que crece al 65% si se toman sólo los datos de la prensa escrita y al 70,3% en las radios privadas. Sólo el 15% del universo relevado expresó que el salario de su principal empleo le era suficiente para vivir, mientras que un 40% afirmó que tuvo que complementar ese ingreso principal con otros para poder afrontar su día a día. Asimismo, los datos revelan un alto grado de formación y estudios en el sector, que contrasta fuertemente con el bajísimo porcentaje de quienes logran una estabilidad económica a partir del ejercicio de la profesión periodística sin tener que someterse a condiciones asfixiantes de pluriempleo.

En ese aspecto, el 50,2% de trabajadores y trabajadoras de prensa afirmó tener dos o más empleos remunerados. Dentro de esa mitad del universo relevado, un 28,3% contaba con dos empleos, un 14,5% con tres y el 7,5% respondió tener tres o más empleos. El impacto de la crisis económica en el sector se evidencia en el hecho de que el 34,8% de los 1000 trabajadores y trabajadoras que respondieron la encuesta sumó un nuevo empleo durante el año 2021, mientras que el 37% se encontraba en búsqueda de otro empleo. La razón es económica: mientras que 79,2% dijo tener dos o más empleos porque un solo salario no le resultaba suficiente, un 26% de esos trabajadores y trabajadoras no superaban la línea de la pobreza ni siquiera sumando todos sus salarios. Otro signo de la precarización del trabajo en la prensa es el sistema de colaboraciones o “freelance”, mediante el cual muchos trabajadores y trabajadoras no son empleados en relación de dependencia en las empresas periodísticas para las cuales efectivamente trabajan, y por ende no cuentan con los derechos laborales y salariales que deberían tener. El 90% de ese universo registró ingresos por debajo de la canasta básica, según el informe de SiPreBA.

Este contexto permite interpretar la desprofesionalización del periodismo. Con el desarrollo de las redes hay más canales de expresión y más accesibles. Pero la producción de información de calidad se ve deteriorada. El periodismo, para brindar información de calidad a la ciudadanía, ha tenido algunas características históricas: la preocupación por brindar información veraz y precisa (no sólo opiniones), el salir a la calle en busca de la información, el chequeo de la misma (no publicar algo que no esté chequeado previamente) y el recurrir a más de una fuente para que la información sea lo más objetiva posible. Estas características están hoy en crisis. No sólo por la dinámica propia de las redes sociales, sino porque el trabajo de las y los periodistas está precarizado y cada vez peor remunerado. En busca de la publicación rápida o el número de clics, las empresas no sostienen un periodismo de calidad. Esta es la lógica predominante que las empresas, orientadas por el lucro y en muchos casos por intereses corporativos, imprimen hoy a la producción periodística.

### **Facciosidad informativa: discursos de odio y violencia política**

Otra tangente de la concentración mediática tiene que ver con el crecimiento de posiciones facciosas en el proceso de producción y circulación de información. La disputa política que transparentó frente a la sociedad la relevancia de la propiedad de los medios y la relación con intereses económicos de determinados sectores, rompió los contratos de lectura en los cuales la práctica periodística se mostraba orientada por una pretensión y un ideal de objetividad. Un resultado inesperado de ese proceso se verifica hoy en la proliferación de expresiones discriminatorias, que apelan a la emotividad para generar indignación en la sociedad, abriendo la puerta a una peligrosa incitación a la violencia política. La práctica periodística retorna así a lo que supieron ser las tribunas de doctrina del siglo XIX, cuando predominaban la confrontación de ideas, el periodismo ideológico y la desobjetivación.

Las grandes empresas periodísticas operan más como factores de poder que como nodos de producción y circulación de información, lo cual se traslada en muchos casos al ejercicio de la práctica por parte de sus principales referentes periodísticos, que terminan encuadrándose en extremos de una polarización social y política que sus discursos promueven y refuerzan. De este modo, aportan a un clima de peligrosa descomposición del debate público y con tendencia creciente hacia la violencia como la vía de procesamiento de los conflictos sociales y po-

líticos. Aquello que el fallecido editor de Clarín, Julio Blanck, denominó en una entrevista con *La Izquierda a Diario* “periodismo de guerra”.

El intento de magnicidio contra la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner abrió a una reflexión profunda acerca de los vínculos entre la discursividad discriminatoria, misógina y violenta que pone en circulación el periodismo detractor de sus políticas y que sedimentan en un clima de creciente violencia política. Las repercusiones del hecho no hicieron más que poner sobre la mesa con toda claridad la fragmentación del debate en la esfera pública, signado por una propensión hacia la supresión del adversario o la adversaria como planteo político legítimo.

El diagnóstico, entonces, es que asistimos a una discursividad pública crecientemente violenta en la que los límites de lo decible y, por lo tanto, de lo pensable, se han corrido hasta límites inimaginables. Frente a este diagnóstico, el debate político y académico suele sugerir como solución la regulación de los llamados discursos de odio. En este punto, es preciso realizar una distinción entre ese concepto y el de violencia política, que se muestra más versátil y apropiado para describir la situación actual.

La noción de discursos de odio tiene diferentes enfoques: algunos más coloquiales, otros más académicos orientados a desarrollar investigación social, otros más jurídicos. Pero si se trata de regular penalmente los discursos, se requiere de una definición muy precisa. En función del estatuto constitucional de los pactos y tratados internacionales, nuestra legislación ya cuenta con herramientas en este sentido. Asimismo, como la penalización de los discursos de odio implica una excepción al ejercicio de la libertad de expresión, los organismos internacionales, particularmente Naciones Unidas, han desarrollado precisiones para evitar usos abusivos de este delito penal. En este sentido, para que exista discurso de odio debe existir un grupo o colectivo vulnerable. Por ejemplo, grupos étnicos, migrantes o religiosos. Debe haber instigación a la violencia y deben considerarse una serie de requisitos como el poder del enunciador y el alcance del mensaje (véase el Plan de Acción de Rabat de Naciones Unidas). La justicia debe ser muy precisa en estas definiciones, fundamentalmente para evitar la criminalización de la protesta social. Por otro lado, en su sentido más social o coloquial, la noción de discurso de odio enfatiza en los sentimientos pero corre de eje a la política. Es una figura que despolitiza, cuando lo que está en juego es la política y el modo en que se dirime o tramita la diferencia política. En ese sentido, discursos racistas religiosos, étnicos o xenófobos, que son las formas más habituales del discursos de odio de acuerdo a cómo fue proyectada la herramienta jurídica en el marco de las Naciones Unidas, no se ajustan con tanta pertinencia al contexto de facciosidad informativa que domina la esfera pública en el país como sí lo hace la idea de violencia política.

El concepto de violencia política, con todas sus reverberaciones históricas que lo enlazan a una larga secuencia de represión de las conquistas o luchas populares, resulta una puerta de entrada más propicia para explicar el contexto actual, en el cual se van corriendo los límites discursivos de lo enunciable, generando un nuevo sustrato simbólico que habilita, a su vez, nuevas acciones antes reprimidas. Hace poco más de diez años el país celebraba el Bicentenario de la Revolución de Mayo bajo la consigna “La Patria es el Otro”. Hoy asistimos a una discursividad que no tiene pudor en enunciar el deseo de exterminio del otro o de la otra. Nada de esto es meramente casual ni espontáneo. Por el contrario, poco a poco se fue instalando como la configuración discursiva que pretendió legitimar la regresividad de derechos desde fin de 2015 en adelante y que encuentra campo fértil en un momento de enormes dificultades socioeconómicas. Que se haya naturalizado un ambiente discursivo violento como el marco en el que se discuten los proyectos de país en pugna, lleva a la pregunta sobre si esa es la forma que aceptamos para que nuestra sociedad pueda saldar las disputas inherentes a su composición diversa y conflictiva.

Tiempo atrás la noción de posverdad irrumpió en el campo de la comunicación como el concepto que permitía explicar el proceso de desobjetivación informativa, la falta de apego a hechos concretos y la apelación a una emocionalidad por parte de los discursos mediáticos, más preocupados por la fidelización de sus audiencias que por una participación responsable en el debate público. Hoy por hoy, los sesgos de confirmación de esas audiencias se ven profundizados por la circulación de información y el encapsulamiento en burbujas informativas propiciadas por las

lógicas de las plataformas. Ya no se trata de que una información resulte, al menos, verosímil, sino simplemente de que refuerce las posiciones previamente adoptadas por las audiencias. Esto conlleva a un escenario donde resulta imperiosa la necesidad de discutir las responsabilidades de las figuras públicas y los formadores de opinión, cuyos lugares de enunciación muchas veces terminan equiparados a la de cualquier ciudadano, escondiendo en esa falsa igualdad el impacto diferencial de cada discurso. La redefinición de una ética de la práctica periodística, el recuperar la responsabilidad de la palabra como constructora de la realidad posible, el asumir las responsabilidades diferenciales de cada lugar de enunciación, son condiciones *sine qua non* para revertir el estado de descomposición de la conversación en la esfera pública.

Nuestro marco jurídico tiene un conjunto de herramientas para la prevención y la sanción ante discursos de odio. Son herramientas que pueden ser perfeccionadas o mejoradas. No constituyen una única norma, sino que están distribuidas en diversos tratados y leyes. Sin embargo, consideramos que el marco jurídico es necesario pero no suficiente para eliminar la discursividad violenta. Fundamentalmente, porque todas estas herramientas operan, y está bien que así sea, desde la responsabilidad ulterior. Aplican una vez que los discursos ya han circulado y generado daño, por lo que la resolución judicial no siempre es reparatoria. Por lo tanto, creemos que la entrada al problema no debe ser sólo jurídica, sino fundamentalmente político cultural. Una entrada que restituya la pregunta por la responsabilidad y por los términos en los que se expresa la diferencia y la confrontación. No se trata de que todos estemos de acuerdo, sino de cuáles son los límites que tienen la diferencia y la confrontación. La eliminación del otro y de la otra, su exterminio, es el límite de la convivencia en sociedad. La discursividad violenta es la trama simbólica que se va tejiendo y que va haciendo posible que se naturalice que el otro puede ser violentado o exterminado por su pensamiento y su práctica política, su religión, su preferencia sexual o su identidad de género.

### **Publicidad oficial: ¿fomento a la concentración o al pluralismo?**

Al escenario de concentración mediática, que tiende a la facciosidad informativa anteriormente descrita y que normaliza el deterioro en las condiciones laborales de comunicadores y comunicadoras en los medios, todos eslabones en la cadena del complejo estado actual de la discusión por el derecho a la comunicación en el país, hay que agregar el papel que juega la falta de regulación sobre la asignación de la pauta oficial. La ausencia de una norma en este sentido redundante en los altos grados de discrecionalidad con los que actualmente el Estado asigna fondos públicos a los medios de comunicación para comunicar sus acciones a la sociedad. Esa discrecionalidad en la distribución de recursos replica, a su vez, las enormes asimetrías existentes en el mapa mediático, reproduciendo las condiciones que tienden a la concentración. En ese contexto, se suma una progresiva migración de recursos de los medios tradicionales a las principales plataformas, de propiedad extranjera y sin producción de contenidos propios. Toda esa articulación de factores impide utilizar los recursos que el Estado destina a la publicidad de sus actos como una palanca para el fomento a la diversidad y pluralismo en el sistema mediático argentino.

Un ejemplo permite ilustrar esta cuestión. En el cambio de gobierno que se dio entre el segundo mandato de Cristina Fernández de Kirchner y el de Mauricio Macri a fines de 2015, se observó un cambio sustantivo en el otorgamiento de fondos públicos a las empresas de comunicación que reflejó el grado de discrecionalidad con el que el Poder Ejecutivo, y por ende los sectores políticos que lo detentan, pueden incidir en el ecosistema mediático nacional. El gobierno recién llegado de Cambiemos anunció a inicios del 2016 que reduciría a la mitad el monto que en 2015 había sido destinado a la publicidad oficial. El primer semestre de ese año efectivamente mostró una importante caída en los recursos destinados a ese fin, lo cual tuvo un fuerte impacto en muchos medios con cierres de empresas, despidos y cambios en la estructura de propiedad. Ya para la segunda mitad del año, el gasto en publicidad oficial volvió a crecer y terminó ese 2016 representando en términos reales un 74,66% de lo que se había destinado en el 2015 electoral. Pero la distribución de esos fondos cambió sensiblemente, tal como describen Damián Loreti y otros (Loreti et al, 2020):

En la consideración general puede visualizarse que aumentó la concentración de los grupos que recibieron pauta.

En 2015 los cinco que encabezaban la lista conformaban el 32,98% de la torta. En 2016 ese número aumentó al 45,45 % con un visible grado de concentración. Lo que se puede considerar una constante es la arbitrariedad en la distribución, pero con sentido político diferente. En 2016 el podio del grupo más beneficiado fue abandonado por Veintitrés de Szpolski – Garfunkel (11,61% del total en 2015) y pasó a manos del Grupo Clarín que sumó entre todos sus medios \$ 519 millones (aumentó de 4,15% en 2015 al 21% del total en 2016). Clarín junto a La Nación quintuplicaron sus pautas (540,62% y 500,84%, respectivamente) interpretable como resultado de su claro alineamiento con el gobierno. América (Manzano Vila) e Indalo se mantuvieron entre los primeros cinco, acompañados por Telefó (Telefónica, luego Viacom desde noviembre de 2016). Mientras tanto Crónica (Grupo Olmos) se mantuvo en el sexto puesto y Página/12 se redujo a menos de la mitad (al 45,85% de lo recibido en 2015). Por su parte, el sector de medios sin fines de lucro solo recibió montos insignificantes en comparación con estas cifras.

A su vez, otro cambio significativo fue la incorporación al reparto tanto de plataformas como de portales de internet vinculados a figuras del periodismo que eran afines al nuevo gobierno. Google pasó de recibir cero pesos en 2015 a ser el décimo destinatario de fondos para publicidad oficial con \$48.572.989 en 2016, mientras que Facebook recibió 33,6 millones. Entre los portales beneficiados con los fondos públicos destacaron los de los periodistas Luis Majul, Ari Paluch, Luis Novaresio o Marcelo Longobardi, muchos de ellos con un nivel de visitas a los sitios que no justificaban las asignaciones que recibieron.

En esos años se discutieron algunos proyectos de regulación que pretendían subsanar el agujero normativo que opera como puerta de entrada a la discrecionalidad. En noviembre del 2016 el Senado de la Nación dio media sanción a un proyecto de ley que recogió debates y aportes de diferentes iniciativas, pero el proyecto no fue tratado por la Cámara de Diputados y terminó perdiendo estado parlamentario en 2019. En ese contexto, el marco normativo que reguló la distribución de publicidad oficial fue la Resolución 247-E/16 dispuesta por el Poder Ejecutivo en agosto de 2016, que en su articulado resultó muy similar al proyecto de ley aprobado por el Senado. Algunas críticas le caben a ambas iniciativas legales en pos de sentar bases para una necesaria discusión a futuro sobre este tema.

El proyecto votado en el Senado no incluyó referencias sobre la producción creativa y/o artística de los anuncios, lo cual implicaba de hecho la posibilidad de una tercerización por parte del Estado de dichas producciones, pudiendo dejar en manos privadas alrededor de un 20% de su valor total. También permitía la incorporación al registro de prestadores del servicio de publicidad oficial a productoras y comercializadoras, sin especificar el funcionamiento y las modalidades de acceso que ese tipo de organizaciones comerciales, diferentes a los medios tradicionales, debían tener al reparto de la pauta oficial. No se incluía un mecanismo para cotejar tarifarios de publicidad entre distintos beneficiarios de la pauta, ni tampoco mecanismos de monitoreo de costos, desconociendo, por ejemplo, el sobreprecio que significa las ganancias de las comercializadoras que el mismo proyecto habilitaba a entrar al registro. Por último, el articulado no definía si las mismas debían ser consideradas un soporte, un medio, una comercializadora de publicidad, o si lo eran todo al mismo tiempo. Tampoco se definía un criterio específico para regular su competencia con los medios tradicionales. Por caso, no se especificaba cómo podría y debería evaluarse la visibilidad de la pauta publicitaria canalizada a través de las plataformas.

En cuanto a la autoridad de aplicación, la misma quedaba a designación del Poder Ejecutivo, cuando lo deseable es que sea el Legislativo quien pueda discutir, definir y controlar dicha cuestión. A su vez, los criterios de audiencias o circulación que quedaban establecidos no funcionan como un mecanismo que tienda al fomento a medios comunitarios o cooperativos. El esquema de ponderaciones sobre los distintos criterios de asignación tampoco quedaba definido, siendo una variable de central importancia. Por ejemplo, el proyecto incurría en una confusión entre federalismo y pluralismo. Bajo el criterio de establecer una distribución federal de la pauta se confundía la necesidad de fomentar a través de la misma la sustentabilidad de medios que expresaran la diversidad social. Distribuir pauta a los principales medios de las provincias no contribuye a fomentar el pluralismo, más bien lo contrario, tiende a reproducir la concentración y mucho más si se tiene en cuenta que la propiedad de muchos de los principales medios provinciales es de los grandes grupos asentados en Buenos Aires.

Estos aspectos ponen sobre la mesa la imperiosa necesidad de discutir y sancionar una legislación para regular la distribución de pauta oficial que se asiente en el fomento al pluralismo como eje central. La asignación de recursos por parte del Estado resulta la herramienta indispensable para tender hacia la desconcentración mediática, en parte no reproduciéndola con una distribución que favorezca a los principales actores del sistema, en parte impulsando y sosteniendo la aparición y supervivencia de otros actores que expresen la diversidad social. La sanción de una ley en ese sentido es una deuda pendiente en la discusión sobre el derecho a la comunicación en el país. Es preciso abordar esa deuda con los criterios centrales de federalizar la pauta y, al mismo tiempo, poner a los medios comunitarios y cooperativos en un lugar prioritario (algo que, vale destacar, sucedió de modo creciente en el último año, aún sin nueva norma). En paralelo, es necesario frenar el creciente desplazamiento de la pauta hacia las plataformas que no producen contenido ni generan empleo. Esto introduce el siguiente punto de la discusión comunicacional en la actualidad.

## **Plataformas: resistencias al imperialismo comunicacional**

La digitalización de la vida cotidiana y su tránsito por las plataformas es un hecho ya incuestionable en ésta época que, si aún necesitaba algún tipo de hito a modo de punto de inflexión en su consolidación histórica, terminó de encontrarlo en el confinamiento preventivo dispuesto en los años de la pandemia. En ese contexto de migración de casi todo a lo virtual, o al menos del desarrollo de una versión digital, las comunicaciones quedaron anudadas a las lógicas que imponen las plataformas que sirven de soporte a la digitalización de la vida cotidiana. Esto presenta enormes desafíos tanto para la práctica periodística y empresarial de los medios de comunicación, así como también para una ética del debate social y las posibilidades del Estado de tener injerencia en ello. Una discusión profunda de esta situación, abordada desde distintos ejes, se vuelve imprescindible para al menos oponer una alternativa al avance anárquico y descontrolado del poder rector de las plataformas sobre la vida de los individuos en una sociedad.

Un primer interrogante, casi de carácter filosófico, radica en determinar si las plataformas son espacios públicos y, en ese caso, si lo que allí sucede puede ser regulado por el Estado y con qué profundidad. Las expresiones violentas y amenazantes inundan las redes sociales digitales sin que ello tenga ninguna consecuencia, en parte porque se ha normalizado que el espacio que configuran estas redes es una esfera donde no corren las mismas reglas que en el cara a cara o los medios de comunicación. ¿Cómo conceptualizar entonces ese espacio que no tiene una territorialidad definida, y en el que las identidades se diluyen en una anonimización permanente, para establecer normas de convivencia mínimas que deban ser garantizadas por las propias plataformas? ¿Cómo se admite que un actor no estatal defina qué se puede publicar, qué puede ser suspendido o etiquetado sin debido proceso? ¿Cuál debería ser el rol del Estado? La complejidad de estas preguntas tensiona el propio concepto de libertad de expresión.

Otro punto de debate radica en la idea de jurisdicción: ¿qué reglas se le pueden imponer como Estado soberano a las plataformas en tanto compañías transnacionales que lucran con el uso que los usuarios hacen de ellas en el país? Existe una discusión en el mundo en torno a este tema ya que, en términos económicos, quienes se ven más perjudicadas son las empresas nacionales de producción de contenidos e información, que cada vez se ven más desplazadas del mercado publicitario por parte de estos nuevos actores que lucran con contenidos que no producen. Las empresas de comunicación soportan una carga tributaria mucho mayor que las plataformas, que luego monetizan en el exterior y en dólares los espacios publicitarios que venden a partir del consumo de los contenidos producidos por esas empresas. Como se mencionó más arriba, esto lleva a una cuota de extranjerización del valor producido dentro del país, que no queda ni en manos de las empresas nacionales ni llega tampoco a manos de sus trabajadores. En ese sentido, una discusión prioritaria pasa por la posibilidad de adecuar a las plataformas al sistema tributario y jurídico de los países donde operan, en los que extraen ganancias, pero donde no están radicadas sus casas matrices. La recaudación tributaria surgida de las voluminosas facturaciones de las plataformas en el país sería una herramienta sumamente útil para fomentar el crecimiento de los medios comunitarios, las cooperativas de comunicación y la industria audiovisual argentina, transformando este debate en una de las vías más directas

posibles para avanzar hacia un mapa de medios más plural y diverso<sup>2</sup>.

## Avances y deudas en pos de la equidad de los géneros en los servicios de comunicación

La expansión de los feminismos en el conjunto de la trama política y social a la que asistimos en los últimos años, también tuvo consecuencia en el campo comunicacional. El logro más significativo fue la sanción de la Ley 27.635 de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación. La norma, que viene a subsanar una desigualdad histórica en el ámbito laboral de los medios de comunicación, fue sancionada en junio del 2021 y respondió a los objetivos de promover el acceso y el desarrollo de mujeres y disidencias en los medios, así como fomentar imágenes no estereotipadas y promover la producción de contenidos con criterios no sexistas, equitativos y diversos. La Ley se estableció como de cumplimiento obligatorio para los medios de gestión pública y planteó un sistema de promoción para incentivar la adhesión de los privados, a través del cual los servicios de comunicación que certifiquen avances en términos de equidad de género tienen preferencia en la asignación de pauta oficial. Estos avances no sólo se expresan en la contratación de mujeres en los medios de comunicación en pos de la paridad, sino también en la promoción de mujeres y disidencias en puestos gerenciales, en la incorporación del cupo laboral trans, en la realización de capacitaciones del personal en materia de género (análogas a la implementación de la Ley Micaela), en la disposición de protocolos para el abordaje de las violencias de género en el ámbito laboral, en la disposición de salas de lactancia y jardines en los lugares de trabajo, en la incorporación de editoras de género y en la utilización de lenguaje inclusivo.

El proceso de construcción de la Ley llevó años y múltiples instancias de debates colectivos, un recorrido con puntos de contacto con lo que fue la elaboración de la LSCA. Algunos eslabones importantes en ese recorrido fueron las campañas *Faltamos en la radio* en 2017 y *Faltamos en los medios* en 2019. A partir de la iniciativa plasmada en tres proyectos de ley motorizados por la senadora nacional Norma Durango y las diputadas nacionales Mónica Macha y Gisela Marziotta, en 2020 se desarrollaron una serie de encuentros federales en los que participaron gremios de trabajadoras de medios de comunicación, redes de periodistas, universidades nacionales y referentes de organizaciones de la sociedad civil. De este modo, y en diálogo con las respectivas legisladoras, se logró consensuar el proyecto tratado y aprobado por el Congreso de la Nación.

Sin embargo, la Ley 27.635 aún no ha sido reglamentada, incumpliendo el plazo de 90 días a partir de su entrada en vigencia que la normativa determinó para que el Poder Ejecutivo procediera a elaborar dicha reglamentación. Luego de lo que fue un proceso ejemplar en cuanto a la participación social y ciudadana en el impulso y la construcción de la norma, casi dos años después de su sanción sigue siendo urgente la necesidad de que el Ejecutivo la reglamente para que pueda iniciarse el proceso de implementación.

Las desigualdades de género en los medios de comunicación no se terminan con la mera sanción de la Ley. Algunos datos permiten visualizar con claridad de qué estamos hablando cuando nos referimos a las desigualdades de género en los servicios de comunicación. La *Encuesta sobre Violencia y Machismo* que el colectivo LatFem llevó adelante en el 2019, arrojó que un 85% de las trabajadoras de los medios encuestadas sufrió “acusaciones, insultos, amenazas, juicios descalificativos, críticas degradantes, órdenes agresivos o gritos ejercidos por sus superiores o jefes” en el ámbito laboral. A su vez, el 57% de las consultadas afirmó haber sido víctima de acoso sexual en su lugar de trabajo. Gracias a la aplicación de esta misma encuesta surgieron cinco denuncias por abuso sexual en medios de comunicación.

La Red PAR realizó otro estudio en 2020 que abarcó 46 medios gráficos, televisivos, radiales y digitales de diez provincias. Entre los resultados se resalta que en términos de acceso al trabajo, sólo el 37% de la planta de los medios relevados eran mujeres. A su vez, las mujeres sólo ocupaban el 40% de los cargos jerárquicos. Al mismo tiempo, se

---

<sup>2</sup> Este planteo fue recogido por la Iniciativa para el fomento de la pluralidad y la diversidad informativa donde un conjunto de medios cooperativos, comunitarios, populares y micro-pymes (diarios, revistas y medios digitales; canales de televisión, productoras de contenido, radios) y sindicatos de comunicación de todas las provincias presentaron un proyecto de ley en 2020. Véase: <https://pluralismo.com.ar/>

registró una cuasi inexistencia del empleo formal de identidades no binarias o trans en los medios de comunicación. El estudio mostró que las mejores condiciones de equidad se daban en medios comunitarios, que son los menos beneficiados por la publicidad oficial y cuya subsistencia en el sistema mediático suele estar expuesta a grandes dificultades, lo que vuelve todavía más inestable esa condición de paridad.

## **Políticas públicas de comunicación: el acceso a Internet como derecho**

Tras lo que fuera un período signado por la desregulación y el avance de las posiciones dominantes de los grandes grupos en el sistema comunicacional argentino durante los cuatro años del macrismo, en 2019 la victoria electoral del Frente de Todos alumbró la esperanza de volver a retomar la discusión por una comunicación democrática y enfocada en los derechos de la ciudadanía más que en los intereses de las empresas. No obstante, asistimos al final de un mandato que poco pudo conseguir en materia comunicacional, más allá de la mencionada Ley de Equidad en la Representación de los Géneros en los Servicios de Comunicación.

A poco de asumir las nuevas autoridades, la llegada de la pandemia de COVID-19 junto con el aislamiento social obligatorio obligó a considerar la esencialidad de los servicios TIC y su universalización con mayor protagonismo en la agenda pública. En primer lugar, a través del Decreto N° 311/2020 el Poder Ejecutivo encuadró a la telefonía fija y móvil, a Internet y a la televisión de pago como servicios esenciales, suspendiendo el corte de las respectivas prestaciones a los usuarios y quedando obligadas, en caso de falta de pago, a mantener un servicio reducido. Luego, en abril de 2020, ENACOM actualizó los parámetros para la disposición de fondos en localidades de hasta 30.000 habitantes, adecuó reglamentaciones para entregar tablets y tarjetas prepagas durante la emergencia y lanzó el Programa de Conectividad para Barrios Populares (Resolución N° 477/20), entre otras iniciativas. Pero la medida más audaz en términos de ampliación de derechos por parte del gobierno nacional llegaría unos meses después. El 21 de agosto de 2020 el Poder Ejecutivo Nacional, mediante un decreto de necesidad y urgencia (DNU N° 690/20), declaró como “servicios públicos esenciales y estratégicos en competencia” a la telefonía móvil, a la conectividad a Internet y a la televisión paga, al tiempo que suspendió “cualquier aumento de precios o modificación de los mismos” hasta el 31 de diciembre de ese año. Este decreto presentó diversas implicancias, algunas a corto plazo y otras a mediano y largo. La de mayor impacto y más cercana en el tiempo fue el congelamiento de las tarifas. El resto de las disposiciones apuntaron a la obligatoriedad de los diferentes tipos de empresas de garantizar una prestación básica universal. Como era esperable, las principales empresas resistieron el cumplimiento de la norma y presentaron recursos judiciales con destino aún incierto.

Al poco tiempo del decreto, el Grupo Clarín, a través de su compañía Telecom Argentina S.A., petitionó judicialmente que se dispusiera la suspensión cautelar de los primeros seis artículos del decreto, fundando su planteo en la consideración de que vulneraban la Constitución Nacional y lo establecido en el artículo 30 de la Convención Americana de Derechos Humanos. Luego de un rechazo de la medida cautelar en primera instancia, la Sala II de la Cámara Contencioso Administrativo Federal dictó sentencia esta vez por mayoría a favor de Telecom. La medida cautelar quedó dispuesta. Pero, además, Telefónica de Argentina y Telefónica Móviles Argentina presentaron sendos recursos para plantear la inconstitucionalidad del DNU, solicitando que se declare la nulidad, inconstitucionalidad e inaplicabilidad de los artículos 1 a 6 del DNU N° 690 y de las Resoluciones ENACOM N° 1466/20, 203/21 y 204/21. En una especie de *déjà vu* de lo que fue la judicialización de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la resolución de fondo escaló hasta el territorio de incumbencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, que aún no dictaminó sobre la cuestión de fondo.

La vía judicial impidió al gobierno alcanzar el objetivo de declarar Internet como servicio público, manteniendo al país en un sistema de telecomunicaciones heredado del menemismo, donde el Estado no protege adecuadamente los derechos de usuarios y las empresas aumentan las tarifas discrecionalmente, sin rendir cuentas por la calidad del servicio.

En paralelo a este retroceso político y comunicacional frente a los intereses corporativos, siguen siendo deudas pendientes del Estado el desarrollo de un plan nacional de conectividad y un rol más activo en la promoción de la diversidad y el pluralismo. A diferencia del universo de telefonía móvil, que se caracteriza por ser un mercado oligopólico concentrado en tres empresas –Movistar, Claro y Personal–, el servicio de conectividad en Argentina presenta actores fuertes y actores más pequeños representados por redes pymes, cooperativas y comunitarias. Se trata de un sector de la economía asimétrico. En este caso, entonces, la definición de “servicio público” tiene que instituir al Estado como un agente que vele por la equidad en la prestación de servicios en calidad y en costos, disponiendo un control de tarifas no solo de las empresas hacia los usuarios, sino también de las empresas mayoristas a las minoristas. En términos de conectividad, nuestro país ocupa uno de los primeros lugares a nivel regional en penetración de Internet. Pero si bien la media nacional de acceso a conexión fija es de 67,62 cada 100 hogares, 17 de las 24 provincias del país están por debajo de esa cifra: 12 presentan entre 40 y 67 accesos y otras cuatro están por debajo de 40 accesos cada 100 hogares. A esto se suma la diferencia en las velocidades de conexión. Solo la provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires presentan el 64,11% de los accesos con más de 20 Mbps, mientras que en las otras 22 provincias solo el 32,50% de los accesos cuentan con esa velocidad y el 32,52% tiene solo entre 1 y 6 Mb (Informe ENACOM).

### **Optimismo de la voluntad**

La comunicación quedó disminuída en las agendas políticas y en las agendas sociales. En las agendas políticas, por la decisión política de no limitar el poder de las corporaciones mediáticas luego del proceso de la LSCA. En las agendas sociales, por las transformaciones tecnológicas e infocomunicacionales, que generan la sensación de libre acceso a la producción y distribución de contenidos y a la multiplicación de emisores, pero que bajo sus nuevas lógicas de estructuración invisibilizan las formas de desigualdad comunicativa. Por lo tanto, se requiere no sólo un accionar regulatorio y de diseño de políticas, sino también un trabajo político cultural en múltiples frentes que sensibilice a las ciudadanas y ciudadanos que habitan los entornos comunicativos con escasa interrogación.

Las preguntas siguen siendo las mismas. ¿Todas y todos difundimos, recibimos e investigamos informaciones, ideas y opiniones libremente y sin ser molestados a través de cualquier medio sin distinción de fronteras? ¿Todas y todos tenemos la misma capacidad para incidir con voz pública en la conversación social en la cual se dirimen proyectos de país, las ideas legitimadas en nuestro tiempo y la conflictividad de intereses propia de toda convivencia en sociedad?

La respuesta sigue siendo negativa. Pocos y pocas acceden a los medios de comunicación, algunos y algunas más acceden a las plataformas, pero muy lejos estamos aún de la igualdad de recursos, materiales y simbólicos, en el acceso y el uso de los soportes comunicacionales. A su vez, como fue expuesto, no sólo la desigualdad (o su contracara, la concentración) explican la existencia de una esfera pública monocorde, escasa de diversidad y pluralismo y profundamente violenta. Otros elementos complejizan y enturbian el debate público.

Es preciso, entonces, apelar a un llamamiento a la ética y la responsabilidad de quienes detentan el privilegio de la voz pública. Hay algunos gestos en ese sentido. En la Televisión Pública se elaboró colectivamente entre trabajadores, trabajadoras y autoridades un código de ética para el tratamiento de los contenidos y las noticias y un observatorio para seguir su aplicación. La Federación Argentina de Trabajadores/as de Prensa, propuso un Pacto Ético contra la Desinformación que apunta sobre todo a mejorar la comunicación durante los procesos electorales con acuerdo de todas las fuerzas políticas.

Otra variable saludable es el trabajo en red como articulador de búsquedas con perspectivas de derechos. En esa línea, hace casi veinte años funciona la Coalición por una Comunicación Democrática como espacio de articulación de demandas de actores subordinados del sector comunicacional. En igual sentido opera la Confederación de Medios Comunitarios y Cooperativos, la Multisectorial Audiovisual y permanentemente emergen nuevas redes como la

Red de Medios Digitales Cooperativos y Comunitarios y la Red Federal Equidad en los Medios.

Finalmente, pero no por ello menos importante, la formación de profesionales críticos y de excelencia en las universidades públicas constituye una variable esencial al momento de pensar un debate público robusto, igualitario, sustentable y esencial para la construcción democrática. En la etapa que se abre, con una ciudadanía visiblemente decepcionada con la democracia como sistema de canalización de la conflictividad inherente a lo social, y ante el riesgo que significan la emergencia y el crecimiento de alternativas políticas que encarnan una discursividad violenta y en la que se legitima la supresión del otro, seguimos apostando a la formación de profesionales críticos, al trabajo colectivo articulado en redes y a una apelación a la responsabilidad y la ética profesional de comunicadores y comunicadoras como las armas fundamentales para seguir dando la batalla por una comunicación que exprese y robustezca nuestra democracia. Los ejes desarrollados en estas líneas se presentan como territorios concretos en los que creemos que esa batalla debe enfocarse, en lo inmediato y de cara al futuro.

## Bibliografía

Becerra, M. (2017): "Fusión Cablevisión-Telecom: nuevas reglas para la convergencia", en *Mediatelecom*, Diciembre, Ciudad de México. Disponible en: <https://www.mediatelecom.com.mx/2017/12/25/fusion-cablevision-telecom-nuevas-reglas-para-la-convergencia-en-argentina/>

De Charras, D. (2012): "Democratizar la comunicación audiovisual en Argentina: una carrera de obstáculos", en *Revista Sociedad* N° 31, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires.

De Charras D. y Baladron M. (2014): "Una mirada sobre la sentencia que confirmó la constitucionalidad de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en Argentina", en *Chasqui* No. 127, diciembre 2014, pp. 37- 47, Quito.

De Charras, D. y Kejval L. (2022): "Un pacto para vivir (en democracia)", en *Página/12*, 19 de septiembre. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/483207-un-pacto-para-vivir-en-democracia>

Loreti, D (2021): "Redes sociales, plataformas digitales y libertad de expresión: obligaciones de los actores no estatales", en *OBSERVACOM*, diciembre, Montevideo. Disponible en: <https://www.observacom.org/wp-content/uploads/2021/12/Redes-sociales-plataformas-digitales-libertad-de-expresion.-Obligaciones-de-los-actores-no-estatales.-D.-Loreti.pdf>

Loreti D., De Charras, D. y Lozano L (2019): "Evaluación Legal. Monitoreo de la Propiedad de los Medios – ARGENTINA 2019", en Reporteros sin Fronteras y Tiempo Argentino (eds) *Media Ownership Monitor. Argentina 2018*, abril, Buenos Aires. Disponible en: [http://argentina.mom-gmr.org/fileadmin/Editorial/Argentina/Infografics/Analisis\\_Legal\\_Arg\\_ESP.pdf](http://argentina.mom-gmr.org/fileadmin/Editorial/Argentina/Infografics/Analisis_Legal_Arg_ESP.pdf)

Reporteros Sin Fronteras y Tiempo Argentino (2019): "Media Ownership Monitor. Argentina 2018". Disponible en: <http://argentina.mom-gmr.org/es/>

SiPreBA, (2022): "Encuesta Integral SiPreba 2022", Sindicato de Prensa de Buenos Aires. Disponible en: <https://www.sipreba.org/wp-content/uploads/2022/06/SiPreBA-Encuesta-integral-2022.pdf>

Ramírez Barahona, Paola (ed) (2023): "Equidad de géneros en medios: desafíos de un nuevo paradigma comunicacional", Comunicación para la Igualdad Ediciones, Buenos Aires : Disponible en: <https://comunicarigualdad.com.ar/libro-ley-de-equidad-en-medios/>

**MESA 20**

**Comunicación y  
desarrollo local-  
turismo**

# Desafíos comunicacionales en la promoción de recursos turísticos regionales. Caso “Tres puertos, Tres parques” en Santa Cruz

Fernández, Alfredo Oscar  
afernandez@uarg.unpa.edu.ar

Ramos, María Gabriela  
gramos@uarg.unpa.edu.ar

Navarro, Mariana.  
mariananavarro2000@gmail.com

**UNPA UARG**

## Resumen

La comunicación y la promoción de los recursos turísticos en Santa Cruz son un objeto de estudio tan fluido como complejo, en el que conviven diferentes variables entre las que se encuentran principalmente el contexto sociocultural y comunicacional de la región.

Desde el equipo de investigación de Comunicación y Turismo, vamos a abordar este objeto de estudio centrandolo en el análisis en el proyecto denominado “Tres puertos- Tres parques”. Esta propuesta turística se lleva adelante desde la Secretaría de Estado de Turismo de Santa Cruz y tiene como objetivo principal acercar al visitante a lo más profundo de la identidad local.

Estos parques están ubicados en la costa santacruceña, en las localidades de Puerto Santa Cruz, Puerto San Julián y Puerto Deseado, e invitan a los visitantes a explorar un período de la historia patagónica, mientras se realza la relación con el mundo natural a través de sus principales parques: Parque Nacional Monte León, Parque Interjurisdiccional Marino Isla pingüino y Parque Interjurisdiccional Marino Makenke.

Este trabajo pretende indagar sobre cómo estos recursos turísticos y su promoción llevan a repensar los objetivos y las estrategias comunicacionales a llevar adelante en cada una de las localidades que se encuentran influidas directa e indirectamente por el desarrollo de esta propuesta turística. ¿Cuáles son las mejores estrategias comunicacionales para difundir estos recursos? ¿Están comprometidas las comunidades involucradas en la actividad turística? ¿Se acepta al turismo como una actividad económica complementaria en las localidades que se encuentran en el proyecto Tres puertos, Tres parques?

## Introducción

La provincia de Santa Cruz posee un desarrollo económico diversificado, aunque prevalece el empleo público como fuente de ingresos para sus habitantes. Más allá del empleo estatal se desarrollan otras actividades económicas como la pesca, minería, petróleo, ganadería y turismo. Esta última se ha intensificado en los últimos años, luego del desarrollo explosivo de El Calafate y El Chaltén.

Sin embargo, existen aún muchas localidades con potenciales recursos turísticos que a la fecha no han sido explotados convenientemente, y tampoco sus propios habitantes -en ocasiones- las reconocen como una actividad emergente y complementaria a la que realizan habitualmente (empleo privado y/o público).

Según Vacca (2005) *la economía de la provincia de Santa Cruz está basada principalmente en actividades de producción primaria y extractivas, organizadas en enclaves de alta productividad pero con escaso valor agregado, y en la destacada participación del sector terciario -sumamente heterogéneo-, donde predomina el rol del Estado Provincial, observándose un crecimiento de actividades formales e informales.*

En referencia al desarrollo de la actividad turística Vacca (2005) señala que “*el turismo constituye una de las actividades económicas que han presentado mayor dinamismo en los últimos años en la Provincia de Santa Cruz. Su epicentro, la ciudad de El Calafate, en el Departamento Lago Argentino, está vinculado a los Glaciares de la región. Y agrega que “la actividad turística presenta características de marcada estacionalidad, la que en la Provincia ocurre entre los meses de septiembre y abril. Sin embargo se observa una tendencia que procura revertir tal situación”.*

La Secretaría de Estado de Turismo de la provincia destaca en su sitio web [www.santacruzpatagonia.gob.ar](http://www.santacruzpatagonia.gob.ar) tres corredores para conocer la región: el corredor “Del viento”, el corredor “Ruta 40”, y el corredor “Ruta Azul”.

El corredor Del viento abarca las localidades de Caleta Olivia, Fitz Roy, Gobernador Gregores, Jaramillo, Lago Posadas, Las Heras, Los Antiguos, Perito Moreno, Pico Truncado, y Puerto Deseado. El siguiente corredor Ruta 40 abarca algunas de estas localidades y le agrega otras como Río Turbio, 28 de noviembre, Río Gallegos, El Calafate, El Chaltén y Tres Lagos. Finalmente el corredor Ruta Azul se completa con localidades ubicadas al este como Puerto Santa Cruz, Puerto San Julián, Comandante Luis Piedrabuena, Jaramillo y Fitz Roy, sumando también a otras como Puerto Deseado, Caleta Olivia.

## Desarrollo

La actividad turística es muy diferente entre las localidades. Hay algunos destinos que ya están muy consolidados como El Calafate y El Chaltén, otros que tiene alguna tradición pero falta desarrollo como Río Gallegos, Los Antiguos, y San Julián, y otros que teniendo un potencial importante con recursos naturales por descubrir no logran instalarse como tales. En esta condición están ciudades como Puerto Deseado, Caleta Olivia, Tres Lagos, Lago Posadas y Río Turbio -entre otras.

Se afirma que los destinos como El Calafate y El Chaltén ya están consolidados a partir de la gran cantidad de visitantes y futuras reservas que tienen, incluso en el escenario pospandemia. El caso de El Calafate ha sido motivo de noticia en los últimos meses por el incremento del movimiento de pasajeros y aviones en el último año.

Se debe aclarar que todos los pasajeros que llegan por avión hasta El Chaltén lo hacen a través del aeropuerto de El Calafate.

Esta disparidad jerárquica existente entre los diferentes destinos turísticos de la provincia de Santa Cruz y es manifestada en los Lineamientos Estratégicos 2022- 2024 que se generó desde la Secretaría de Estado de Turismo, y en el cual se manifiesta:

*“La disparidad jerárquica tiene sus mayores efectos en la configuración de la oferta turística donde aproximadamente el 69% de la oferta de servicios de alojamiento se concentra en las localidades de El Calafate y El Chaltén. Tal estructura de oferta, es el resultado a la fuerte atracción del Parque Nacional Los Glaciares para turistas del país y del mundo, a lo que se suma la facilidad de escala directa en el Calafate vía aérea. La mayor demanda ha estimulado el crecimiento de la oferta y la demanda de servicios a una tasa mayor en las localidades asociadas al Parque Nacional Los Glaciares”*

Este punto reafirma la necesidad de pensar en estrategias de comunicación y promoción de otros destinos emergentes que no se encuentren asociados directamente al Parque Nacional los Glaciares, como lo es por ejemplo el del corredor Ruta azul en el que se encuentra el proyecto recientemente lanzado por el gobierno de Santa Cruz en el año 2022 denominado “Tres Puertos Tres Parques”.

La propuesta ofrece un circuito turístico a lo largo de la Ruta Nacional 3 orientado a consolidar un producto que una al Parque Nacional Monte León, los Parques Interjurisdiccionales Marinos Isla Pingüino y Makenke y los tres puertos: Santa Cruz, San Julián y Deseado.

El objetivo principal de la propuesta es poner en valor las historias de estas tres ciudades portuarias y su patrimonio natural, cultural e histórico, así como la biodiversidad de las áreas protegidas, con el fin de ofrecer al turismo un circuito alternativo en la provincia.

El trayecto cuenta con historias del encuentro de dos mundos: exploradores, colonos, pobladores originarios, plajas y acantilados, junto a tres fascinantes parques: uno de carácter nacional y dos Interjurisdiccional marinos y costeros que sorprenden con la biodiversidad que habita en ellos.

Este nuevo producto, que recorre la Ruta Nacional Número 3, tiene como objetivo el desarrollo del destino y el parque asociado durante las tres etapas del mismo. Busca generar y diversificar la oferta en torno al corredor y a su vez promover el turismo interno a nivel provincial y regional.

### **Conciencia Turística en destinos emergentes**

Con lo expuesto hasta el momento se observa la necesidad de pensar diferentes estrategias de comunicación que permitan trabajar sobre la promoción de conciencia turística entre los habitantes de las diferentes localidades que se encuentran contempladas en el proyecto.

Desde la perspectiva del territorio, su capacidad de atraer la mirada del turista es lo que se denomina vocación turística y es lo que potencia su desarrollo turístico. La vocación turística de un municipio o localidad se determina por la forma en que la oferta de productos y servicios turísticos se adapta para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas

regionales, nacionales e internacionales, por lo que debe ser evaluado en forma integral, considerando factores determinantes como la demanda actual y esperada de los posibles visitantes al lugar. La intención de crear actividad turística, requiere evaluar cuidadosamente los componentes de su oferta, así como el perfil y las tendencias de la demanda actual y futura. Esta evaluación integral permitirá definir su vocación turística específica y dimensionar su potencial.

Pero el desarrollo turístico de un territorio no solo depende de atractivos e infraestructura y gestión, también requiere de conciencia turística.

Se puede definir a la conciencia turística como el nivel de conocimientos, actitudes y prácticas que tienen las personas sobre su riqueza turística para contribuir a desarrollar el turismo en aras de lograr un bienestar económico. Es resultado de una actividad que ayuda a difundir los valores, cultura, riqueza monumental, historia, tradiciones y obras (Carta Internacional del Turismo Cultural, 2000).

Por otra parte, es importante destacar la conciencia turística en relación a las comunidades:

*“La concientización turística centrada en la comunidad local pone énfasis en la apropiación de los beneficios de la actividad turística por parte de los actores locales, siendo éste su principal objetivo. En este caso, se trata de invertir la finalidad de las acciones que promueven la conciencia turística, siendo el beneficio local el objetivo y la experiencia satisfactoria de los*

*visitantes, el medio. Es por ello que esta concepción se asocia a las estrategias de desarrollo local, aunque antes de abordar esta cuestión, revisaremos brevemente qué se entiende por conciencia ambiental.” (Varisco, C., Benseny, G., & Padilla, N. A. 2016, p5).*

En este punto el equipo de investigación se encuentra trabajando para conocer cuál es la opinión de los miembros de las tres comunidades involucradas (Puerto Santa Cruz, Puerto San Julián y Puerto Deseado) ya que surgen de los primeros relevamientos realizados la necesidad de articular acciones de comunicación con los diferentes actores sociales de las localidades.

Ahora bien, es importante destacar la divisibilidad de la conciencia turística, que en términos de Santa-Pinter (1974, p.273) está compuesta por los siguientes niveles:

- conciencia turística del estado: manifestada por los funcionarios públicos de diversas jurisdicciones. Estos tienen una doble tarea, despertar la propia conciencia turística y hacer una política adecuada de cara a los conciudadanos.
- conciencia turística del sector privado: manifestada por los empresarios del sector.
- conciencia turística ciudadana: que presente un doble aspecto, por un lado el ciudadano debe “darse cuenta” de los valores existentes en su medio ambiente aprovechables con fines turísticos y por otro lado hacer uso práctico de las posibilidades turísticas de su territorio.

A partir del encuadre básico de la concientización turística como relación entre residentes y visitantes, el concepto se amplía considerando la totalidad de actores involucrados en la actividad turística y la percepción positiva de sus efectos. De esta forma, se entiende por Conciencia Turística la manifestación de aceptación y correspondencia al turismo, tanto de la población en general como de los actores y sectores directa e indirectamente involucrados, como así también la actitud de bienestar que se genera por la contribución que hace la actividad desde los aspectos económico, social, cultural y ambiental (Romero, 2008).

Generar conciencia turística no es un acto espontáneo, ya que se requiere de un proceso que debería iniciar en el hogar que es donde el niño aprende costumbres y valores, para luego pasar por la escuela y universidad donde deberán brindarse lecciones referentes al comportamiento hacia el turista; sin olvidar a los medios de prensa y redes sociales como canales muy importantes para promover la conciencia turística (Mireles, 2015).

El trabajo del equipo de investigación está elaborando actualmente diversos instrumentos de obtención de información (encuestas a prestadores de servicios turísticos) para conocer en detalle cuál es su mirada sobre estos nuevos productos que ofrece el ente provincial de turismo. Esta información permitirá luego encarar diversas acciones de capacitación, concientización y desarrollo de políticas públicas destinadas a fortalecer la imagen y la pertenencia de las localidades a una propuesta innovadora que busca colocarse como actividad secundaria a las que ya realizan.

La idea no es convertir estos destinos exclusivamente en ciudades turísticas, sino que se piense al turismo como actividad complementaria a la que ya realizan. De hecho Puerto San Julián tiene a 100 km la explotación minera de Cerro Vanguardia, y Puerto Deseado a Cerro Moro, ambas minas de oro y plata. Esta situación hace que muchas veces los servicios de hotelería y gastronomía estén pensados exclusivamente para el sector minero y no para el turismo. Por ejemplo, es difícil conseguir alojamientos temporarios con destino al turismo ya que la oferta está destinada principalmente al sector minero, que garantiza una ocupación plena y segura por mayor tiempo que la eventualidad del sector turístico.

## **A modo de conclusión...**

Diversos autores señalan que el turismo es considerado un gran potencial económico pues es uno de los sectores que impulsan el crecimiento socioeconómico, inclusivo y sostenible de un país o región (OMT 2016) . Este crecimiento

to ha hecho que las estrategias de marketing y de comunicación deban ajustarse para permitir el desarrollo económico de un destino turístico como elemento clave para impulsar de forma positiva el destino o la marca. En Santa Cruz es necesario fortalecer esos destinos, especialmente aquellos considerados emergentes, para poder generar interés de parte de las agencias y del público en general.

De los Monteros (2012) señala que:

*“Los destinos turísticos como imaginarios sociales están ligados a la percepción que tienen los consumidores con relación a las posibilidades de ocio y recreación que estos ofrecen para la práctica del turismo. El imaginario turístico, a decir de Gilabert (2011), es un subconjunto de un imaginario social mucho más complejo que se refiere al establecimiento de reglas básicas para la institucionalización y desarrollo de la actividad turística, y en el que se concibe al turismo como una forma de generar recursos mediante la atracción de visitantes.”*

Se deben desarrollar estrategias acordes tanto en materia de comunicación turística como de marketing. Pero también -y quizás previo a todo- generar el interés de las propias comunidades para que se reconozcan como posibles destinos turísticos, y que esta actividad pueda ser complementaria a la principal que realicen, ya sea desde el Estado o del sector privado.

Por último, es importante destacar el rol de la comunicación en todo este proceso.

*“Los comunicadores tendrán a su cargo la selección de estrategias comunicacionales, ajustadas a la realidad social, a las necesidades identificadas, a las normativas establecidas para el sector y a las del receptor, para lograr éxito en el contacto. Dichas estrategias están centradas en la publicidad, promoción, gestión de imagen, lanzamiento de*

*productos y servicios, posicionamiento, alianzas, relaciones públicas, por citar algunas, bien sea, utilizando medios de comunicación tradicionales o los calificados como innovadores, basados en la internet y sus variables, con la finalidad de lograr avance en el sector” (Navarro Celis, Almaguer Covarrubias, Moreno Velazco y Hernández Rocha, 2019 p. 83).*

Aún queda un largo camino por recorrer, de diálogo y de trabajo en conjunto con la Secretaría de Estado de Turismo y con cada una de las comunidades que se encuentran incluidas en el proyecto “Tres parques tres puertos”. Y de esta manera, repensar al turismo desde los diferentes procesos comunicacionales que lo integran y realizar un aporte al desarrollo turístico de la región.

## Bibliografía

DE LOS MONTEROS, Gerardo Novo E et al . Imagen turística y medios de comunicación: Una construcción social. Estud. perspect. tur., Ciudad Autónoma de Buenos Aires , v. 21, n. 6, dic. 2012 . Disponible en <[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322012000600004&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000600004&lng=es&nrm=iso)>. accedido en 21 agosto 2022.

Kouassi, C. & Maroto, J. (2016) “Educación, capacitación y conciencia turística en Costa de Marfil: un estado de la cuestión. Educación, capacitación y cultura”. Disponible en <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2016/desigualdad/26.pdf>

Mireles, A. (2015) “La conciencia turística una tarea pendiente”. Academia de Turismo, México.

[http://www.academia.edu/19434046/Turismo\\_La\\_Concientizaci%C3%B3n\\_Tur%C3%ADstica\\_una\\_Tarea\\_Pendiente](http://www.academia.edu/19434046/Turismo_La_Concientizaci%C3%B3n_Tur%C3%ADstica_una_Tarea_Pendiente)

Navarro Celis, F.; Almaguer Covarrubias, R.; Moreno Velazco, F.; Hernández Rocha, N. (2019) Estrategias comunicacionales en el sector turismo Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVI, núm. 1, 2020 Universidad del Zulia, Venezuela Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063104009>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2016). Documentos básicos de la omt. Madrid. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417537>

Quinteros Zambrano, J. E. (2020). La importancia de la conciencia turística en la comunidad. <https://repositorio.usmp.edu.pe/>

[bitstream/handle/20.500.12727/7665/QUINTEROS\\_ZJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bitstream/handle/20.500.12727/7665/QUINTEROS_ZJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Romero, G. ; Guzmán, L. y Pollastri, M. (2008). Encuesta Diagnóstica sobre Concientización Turística. TURyDES, Vol 1, N° 3 (agosto / agosto 2008). <https://www.eumed.net/rev/turydes/03/rgp.htm>

Tejedor, S. (2021) Periodismo y viajes. Manual para ir, mirar y contar. Ediciones de la Universidad de Barcelona.

Vacca, C et al (2005) Caracterización económica de la provincia de Santa Cruz y la perspectiva de un nuevo perfil productivo. 7° Congreso Nacional de Estudios del Trabajo. Asociación Argentina de Especialistas en estudios del trabajo. Disponible en: <https://aset.org.ar/congresos-antiores/7/pdf/16001.pdf>

Varisco C., Benseñi G. y Padilla N. (2016). Concientización turística y ambiental. De la teoría a la acción territorial. V Jornadas de Extensión del Mercosur, Tandil [ARG], 19-20 mayo 2016. <http://nulan.mdp.edu.ar/2490/1/varisco.etal.2016.pdf>

# ¿Por qué la comunicación es central para comprender al turismo?

## Producción de sentido y urbanizaciones turísticas (UT) en Traslasierra, Ansenuza y Noroeste de la Provincia de Córdoba

Esteban Fernández

María Belén Espoz Dalmasso

**IECET-CONICET-UNC**

### Introducción

En la última década en América Latina, el avance de la ‘internacionalización’ de las economías fue alcanzando diferentes dimensiones materiales y simbólicas en la reorganización de los territorios, evidenciando novedosas dinámicas de producción espacial. Dentro de lo que podríamos denominar una readecuación de las dinámicas productivas y su organización, encontramos a la “economía de datos” (Sadin, 2018) y al sector turístico con mayor relevancia a nivel estratégico en la política y la economía.

Los procesos comunicacionales e informacionales adquieren un nuevo estatus en este contexto: ¿en qué sentidos la comunicación forma parte de novedosas modalidades de urbanización contemporánea?, ¿cómo pensar las nuevas dinámicas expresivas configuradas en el espacio y los entornos digitales, en relación a las nuevas formas de generación de sistemas de valor? ¿de qué manera estas nuevas formas ‘populares’ de expresión en el espacio-tiempo urbano y la mediación tecnológica, impactan en las dinámicas socio-territoriales y comunicativas?

Comprendemos que el turismo actúa como dinamizador local, fabrica lugares e imágenes de lugares (Lash y Urry, 1998), generando plusvalía ideológica (Silva, 1978) a partir de identidades locales y regionales: busca producir experiencias a la vez que reorganiza y reelabora, selecciona y jerarquiza, los sentidos en torno al territorio y sus actores, su historia, su producción, su gastronomía, su naturaleza y el mismo territorio. Actúa como un dispositivo de regulación de la sensibilidad social que se articula con “el urbanismo en un sentido estratégico” (Espoz, 2016, p. 320). En sociedades espectaculares (Debord, 1991) y mediatizadas (Verón, 2013; Martín-Barbero, 1991) la imagen actúa como mediación que genera posibles/deseables en torno al espacio y las interacciones sociales: es un dispositivo que “hace ver” (Zizek, 2003), que promueve vivencias en marcos de una creciente mercantilización de la vida, que reconfigura las escenas locales y promueve nuevas marcas-destino/marcas-identidades. Si bien siempre hay un carácter multiacentuado del signo, los discursos del turismo y el patrimonio tienen la capacidad de seleccionar, jerarquizar, concentrar y presentar sentidos en torno al espacio de manera homogénea, a partir de la construcción de entornos comunicacionales que se ofrecen como encuadres socio-ideológicos (Espoz, 2013) de las acciones e interacciones. Aquí, turismo y experiencia, resultan las dos caras de la misma moneda.

En la estrategia expositiva, en un primer momento, desarrollaremos la perspectiva teórica de urbanismo y comunicación, para entender en el presente, la producción constante de “entornos comunicacionales” como clave de com-

prensión de la experiencia contemporánea y las modalidades de trabajo ideológico sobre la producción espacial. En un segundo momento, caracterizamos el lugar del turismo como estrategia política del capitalismo enmarcada en procesos de acumulación por desposesión del espacio/cuerpos, haciendo hincapié en el caso de la Provincia de Córdoba (en particular, de tres regiones de la misma): retomamos el carácter productivo de la noción de “urbanizaciones turísticas” como particular expresión de las modalidades de producción de comunicación/cultura en tiempos de “desarrollo” sostenible. Luego, presentamos el análisis de algunas imágenes resultantes de un corpus constituido en un trabajo de campo realizado en el año 2019<sup>1</sup>, buscando establecer hipótesis de lectura respecto a la construcción de “entornos comunicacionales” del turismo. Surcando entre lo que Lipovetsky y Serroy (2015) llaman estrategias de seducción urbanas, en un nuevo orden transestético, o del consumo estético, y lo que Lefebvre (1974) vió como un “inverosímil caos espacial” (p. 224), buscamos preguntarnos cuál es, entonces, el lugar de la comunicación en la producción del espacio y de las subjetividades del turismo, de circuitos experienciales, y desarrollo de los destinos y su potencial valor de mercado. Buscamos instalar condiciones de observabilidad sobre turismo y desarrollo en el presente, desde una perspectiva que recupera las teorías críticas del valor y del proyecto comunicación/cultura.

## **Urbanismo y Comunicación: notas para el abordaje de dinámicas culturales en las lógicas de producción espacial contemporánea**

*Lo que llamamos cultura manifiesta, pero también prefigura en una sociedad dada, las posibilidades de organización de la vida (Debord, 1957)*

Las ciudades como modelo de urbanización, expresan la forma dominante de la experiencia social contemporánea en tanto índice de la estrategia sistémica del capital para su reproducción espacial (Lefebvre, 1974; Williams, 2001): todo espacio, de alguna manera debe ser ‘urbanizado’, configurado en alguna idea de “ciudad” para ser instituido como territorio y obtener así “su valor de cambio” (Marx, 1979), mandato del desarrollo del capitalismo contemporáneo, al que todos los territorios se deben adecuar.

De allí que venimos sosteniendo que, en las últimas décadas, urbanismo y comunicación tienden a fundirse: ya Debord (1991) advirtió al final de los 60’ cómo la sociedad del espectáculo iba creando su propio espesor de una vida tramada -y trabada- por imágenes, y donde la separación espacial y el aislamiento, y su sutura en el espectáculo como modo de producción social, era ideológicamente fundante de ese tipo de experiencia. La “espectacularización de la vida” (Sibilia, 2008; Zafra, 2010), es significativa en tanto señala un punto clave en la transformación de la experiencia del espacio y del tiempo de la cotidianeidad (a su vez, transformación de la materialidad del mundo de la vida vivido).

La aplicación cada vez más focalizada de diseños urbanísticos basados en el presupuesto de un tipo de embellecimiento orientado por/para el ‘desarrollo’ turístico, implica lógicas de circulación donde el valor patrimonial y/o cultural de ciertos espacios/tiempos adquiere un peso significativo que debe ser fuertemente planificado. no sólo como fuente de ingresos por y para el ‘turismo’ -en tanto motor revitalizador de economías locales desarticuladas por la crisis precedente del capital-, sino también para la producción del mito de una memoria colectiva específica (con su estructura narrativa y axiomática) de aquello que puede considerarse como lo más ‘autóctono/’auténtico’ de un lugar o de un grupo socio-cultural.<sup>2</sup>

La producción espacial capitalista, es inherente a las lógicas de producción de plusvalía (Lefebvre, 1974; Espoz y

---

1 Urbanizaciones Turísticas en la provincia de Córdoba en la última década: trama y conflictos socio-urbanos en contexto de patrimonialización y turistificación” (2018-2022). Investigación realizada en las regiones de Traslasierra, Ansenúa y Noroeste de la provincia.

2 La ‘autenticidad’ como ideologema (Angenot, 2010), continúa siendo una ‘variable’ fundamental para establecer el valor de cambio de diferentes territorios en el mapa de la economía global, aún cuando “lo auténtico” sea similar en diversas latitudes del mapa.

Vaccaro, 2017), y aquí, los el Estado cobra centralidad en tanto actor que articula y promueve las principales formas de mercantilización del territorio y la cultura (Espoz y Fernández, 2020; Yúdice, 2002). Cultura y comunicación se constituyen en una mediación fundamental del proceso de producción de valor: ¿cómo es posible condensar ‘imágenes/marcas’ del territorio susceptibles de ‘comunicar’ aspectos de legitimidad y deseabilidad de consumo hacia dentro y hacia fuera de dicha cultura, y generar asimismo ‘plusvalía’? ¿cómo se configuran particulares entornos comunicacionales que habilitan la constante territorialización de la cultura y cosifican sus prácticas/experiencias en mercancías susceptibles de ser consumidas?

En los últimos 20 años, el territorio de Córdoba entró en el marco de un proceso global que denominamos, junto a W. Benjamin (2006), ‘embellecimiento estratégico’: una tendencia de intervención urbana sostenida por la articulación entre Estado y Mercado (pos Reforma del Estado en el año 2000) en materia de intervenciones urbanas que van, desde el hábitat (y la modificación de la normativa con relación al uso del suelo y las formas de inversión hasta la creación de múltiples entornos residenciales según “gustos” y “disponibilidad”), hasta la creación de corredores turísticos de la capital y la provincia, pasando por toda una re-diagramación de las vías de circulación orientadas al disfrute y consumo, estipulando dinámicas de encuentro y desencuentro entre clases. Las nociones de “entorno” y “circulación”, se vuelven claves para comprender los patrones de estructuración social de nuestro presente, y el lugar de la cultura como materialización de la misma.

Por “circulación” entendemos la proliferación estratégica y continua de mercancías en sus diversas materialidades /objetos, sujetos, ideas/cuerpos/prácticas resultantes de la creciente mercantilización y mediatización de la vida. En este sentido la relación entre espacio y vivencia se estructura en torno a la escala de interacción (interpersonal directa, mediada por diferentes dispositivos: social, política, etc.) como dimensión significativa tanto de las formas como de los contenidos. De allí que planteamos que el problema de la comunicación en nuestro presente, está cada vez más lejos de ser simplemente un problema de ‘medios’ -en el marco de un continuo ‘asalto tecnológico’ que marca el tempo de los debates académicos- y de “representación” (Boito y Espoz, 2012). En este sentido, retomamos la reflexión de Martín-Barbero (1991) sobre cómo la mediación va implicando cada vez más la imposibilidad de una vivencia espacio-tiempo-cuerpo simultánea, sin que ésta sea representada, o capturada, por alguna forma de (re)presentación/vivencia que previamente se ha constituido a sí misma como objeto. La imagen refiere entonces a una forma de relación social (Debord, 1991), que situada en el marco de la actualmente llamada ‘economía de datos’ (Sadin, 2018), adquiere nuevas funcionalidades y potencialidades en la reproductibilidad del capital, reconfigurando las maneras del ser y estar en la vida social.

La ‘mercantilización de la cultura’ va de la mano con la mediatización de la experiencia: la planificación estructurada de mediaciones que hacen a nuestra vida cotidiana posible de ser vivida en formaciones sociales complejas y en dónde los *gadgets* tecnológicos adquieren cada vez mayor centralidad como mediación de una deseable funcionalidad cotidiana (el lexema “internet de las cosas”, o “inteligencia artificial”, sintetiza este supuesto). Lo cotidiano se inunda de teléfonos en sus diferentes formatos, *gadgets* que hacen al confort diario -desde electrodomésticos hasta aparatos de TV que nos arrullan-, computadoras cada vez más portátiles y personales, etc. programas y ‘aplicaciones’ que nos hacen la vida más “fácil”, “práctica”, “disfrutable”, “conectada”, “informada”, “segura”, etc. Esa experiencia de continuo ‘desplazamiento’ en la experiencia mediada, señala que debemos comprender al turismo más que un sector socio-económico puntual. Como modelo experiencial (Lash y Urry; 1998) encarna un tipo específico del desarrollo del capital contemporáneo: no es que el “turismo” produjo la movilidad sino que la necesidad de movilidad del capital encuentra en la forma turística su mejor expresión.

Los entornos, entendidos como la realización inversa -y perversa- de la propuesta situacionista (Boito, Espoz y Michelazzo, 2015), son los encuadres materiales producidos tanto por el Estado como por el Mercado, de formas de vida experienciables según clase social, cuya variabilidad de contenidos remite a estructuras de experiencia (Boito y Espoz, 2014) y son susceptibles de transformarse en oferta en tanto “paquetes de experiencia” -mercancías-.

## Urbanizaciones turísticas y producción cultural como fragmentación de paquetes de experiencia

El turismo es reconocido como “actividad socioeconómica, estratégica y esencial...” (cf. Art 1º Ley 25.997 –Ley Nacional de Turismo-) para el desarrollo nacional. Desde inicios del siglo XXI, este aparece como una política central y estratégica en la “recuperación” y desarrollo del territorio nacional.<sup>3</sup> El turismo, que hasta fines del s. XX era apenas una cuestión de Estado, y principalmente con un anclaje a ciertas administraciones municipales que particularmente perfilaban al turismo entre sus economías primarias, en los últimos 20 años pasó a ser eje de políticas nacionales y provinciales.

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 sensibles. La expansión e intensificación de los procesos de patrimonialización y turistificación local, implicó una fuente de ingresos que impactó en el valor y la renta del suelo urbano y rural,<sup>4</sup> en las dinámicas productivas locales. A su vez, coloca a la cultura/comunicación en el centro del debate: instala una hegemonía discursiva (Angenot, 2010) respecto a lo que se cristaliza como memorias colectivas, que formarán el repertorio de objetos, prácticas, espacios y subjetividades que representan a ‘lo auténticamente cordobés’ como ‘valor de cambio’. Ello ya lleva inscrita la puesta en tensión entre lo más ‘autóctono’, lo más característico/identitario de un lugar, o lo más significativo de una historia, con la forma (mediación) que debe adquirir una experiencia susceptible de convertirse en ‘global’ a nivel material: ser imagen (marca-mercancía). Estas son formas novedosas de un tipo de experiencia social donde la imagen va marcando las modalidades y los ritmos de las interacciones sociales -cada vez más mediatizadas y mercantilizadas-.

Al trabajar la noción de “urbanizaciones turísticas” (UT), hemos venido apuntando a pensar las latencias y la coagulación de conflictividades en las localidades, áreas o regiones turísticas. El turismo como elemento dinamizador nos lleva a mirar el habitat, la circulación, transporte, educación, como también aquellos procesos orientados a la preservación cultural y natural, que incorporan en su diseño la mirada de un “otro” que es múltiple y externo al territorio, pero ahora en un sentido estratégico vuelto un actor local a partir del vector “consumo”. Esta dinámica produce una multiplicidad de cruces subjetivos, particularmente entre la idea de ‘poblador’ y el index del ‘nómada’, y con ello las prácticas de experimentar y experimentar/se como ajeno, como experiencia de alteridad dada en las formas, en fragmentos y paquetes estructurados de vida cotidiana vuelta mercancía. Estas dinámicas implican reconocer la centralidad de los procesos de comunicación/cultura (Schmucler, 1984) y refuerzan la necesidad de pensar sobre la forma en que esta transformación espacial, subjetiva, encuentra su expresividad en el territorio.

Naturaleza y cultura se sitúan en el centro de la disputa de las nuevas estructuras de organización social, en las UT, en tanto condensan formas novedosas de producción espiralada de plusvalía -ideológica (Silva, 1978)- y con ello, de reproducción del capital. Esto implica, en otra de sus dimensiones, consecuencias sobre los procesos socio-subjetivos y la forma en que se estructura la experiencia de los pobladores. E implica, además, reconocer la reconfiguración de la vivencia del tiempo y del espacio, como marco de las percepciones y sensaciones de base de producción del conocimiento en sus diferentes expresiones.

---

3 En el caso de la Provincia de Córdoba, la formulación del Plan Estratégico de Turismo Sustentable (PETS, 2017) arroja algunas cifras que confirman este escenario: en el año 2017, casi un 10% de los empleos están vinculados directa, o indirectamente, a este sector. A su vez, como indica la Cámara Argentina de Turismo, en el 2018 el turismo incidió en la generación de un 10% del producto interno bruto nacional, con un crecimiento en ese año previo a la pandemia (+1,6%) en un contexto de la economía nacional que en ese momento era decreciente (-2,8%).

4 Un esquema del impacto que dichas intervenciones tuvieron en la modificación del valor del suelo se puede consultar en: <https://www.idecor.gob.ar/como-evoluciono-el-valor-de-la-tierra-en-la-ciudad-de-cordoba-en-la-ultima-decada>

## Hipótesis de lectura de entornos comunicacionales en contextos espectaculares: la producción espacial del turismo como imagen

Al modificarse las vivencias del espacio y del tiempo en los modelos de “urbanizaciones turísticas”, se reconfiguran los anclajes que estructuran esas formas y contenidos de definición del yo/otros y el bagaje común acumulado de horizontes descriptivos, sensitivos y explicativos del mundo vivido. Por ello, la dinámica alteridad/identidad emerge como ese fondo a partir del cual se estructura la experiencia individual y colectiva que genera un sistema de afectos y valores susceptibles de ser compartidos, y establecen el horizonte de aceptabilidad y seducción de lo que una sociedad define como característico de sí misma. Es innegable en este punto, la mayor preeminencia de vivir la cultura como mercancía-marca, y donde la “foto” (imagen) es un viaje en sí mismo.

Por ello, estableceremos hipótesis de lectura respecto a la producción de “entornos comunicacionales” (esos que dan sentidos al quehacer colectivo respecto a las posibles vivencias culturales en un espacio-tiempo determinado), recurriendo a fotografías tomadas del trabajo de campo, con el objeto de instalar condiciones de observabilidad de la relación entre turismo, desarrollo y comunicación. Cabe enfatizar que las imágenes, son entendidas en cuanto expresan -siguiendo las líneas teóricas propuestas- *constelaciones de sentido* que nos permiten conocer e interrogar el presente. Por ello entendemos que dichos entornos comunicacionales, se establecen como sistemas de evaluación social (Bajtín/Medvedev, 1986; Espoz y Torres, 2021) que reflejan/prefiguran las acciones e interacciones posibles/deseables en el espacio, expresando modalidades del “desarrollo” en los territorios.



Imagen 1: estrategias digitales. Fuente: trabajo de campo (mosaico de elaboración propia)

Aplicaciones (APP's), códigos QR, plataformas y redes sociales digitales, emergen como tendencia creciente de producción de entornos comunicacionales que acotan el universo de sentidos posibles respecto a las prácticas y experiencias culturales posibles/pasibles de ser realizadas. En el mosaico de la imagen 1, se señala la importancia indicial de la comunicación: “refleja” un particular momento de la sensibilidad social. En el fragmento 1.9, “Llega a Miramar de Ansenúza solo con click” se sintetiza el carácter que prefigura ese orden de experiencias posibles, acondicionando el sistema de necesidades, expectativas y valoraciones presentes en cualquier horizonte de acción (viajar y conocer en este caso). A solo “un click”, la propuesta indica el carácter ideológico -como matriz que regula la relación entre lo visible y lo invisible, como nos recuerda Zizek- de una experiencia que no se inicia en el traslado fáctico/físico/material propuesto en el viaje, sino mucho antes: en la información que produce como encuadre interpretativo de un evento potencialmente posible que debe ser capturado -en su deseo- para poder concretarlo. La relación “ojo-mano” característica del método de conocimiento que se proponen los dispositivos utilizados en dichos entornos comunicacionales, habilitan la sensación del ya-estar-haciendo-algo. “Llega”, “un solo click” y “a tu disposición” son a su vez tres pistas para explorar la sensibilidad tecnológica de esta era, y su relación con la novedad en cuanto gestión turística, con la velocidad como forma cultural, y con la disposición vinculada al régimen tecnológico-corporal.

La sala de museo con el QR, al igual que su uso en la folletería de traslasierra, nos traza una idea novedosa que implica nuevas formas de circulación digital-analógica, de producción de experiencias aumentadas, y del desborde de los límites materiales de la realidad inmediata que se refugian en la mediatización como estrategia para generar valor. Lo mismo sucede con las “Casas con Historia” (1.2) de la localidad de Nono, donde el espacio público es mediado por la imagen-etiqueta “historia”, que remite a procesos de selección y jerarquización, y mediatizado por la interacción posible entre dos dispositivos tecnológicos de esta era digital: el *smartphone*, y el QR.

Pero no solamente la distancia de las redes o apps se plantean como antesalas de la experiencia: el célebre ensayo de Foucault sobre la obra de Magritte con el que inaugura su texto “Esto no es una pipa” (1981), contiene una serie de pistas que nos permiten pensar el lugar de los entornos comunicacionales en contextos donde “las palabras y las cosas” adquieren un sentido en, y por, la intervención turística como modelo de desarrollo. Las imágenes 2.1 y 2.2 remiten a la localidad La Para (Ansenúza), que está cerca y a la vez lejos de aquello que se configura en la materialidad de explotación turística y la generación de paquetes de experiencias (mar), pero no “alcanza” para inscribirse en su lógica de circulación.



Imagen 2: Cartelería e imagen marca-lugar. Fuente: trabajo de campo (mosaico de elaboración propia)

Lo que vemos allí es pura producción de entornos comunicacionales: una producción espacial a escala de aquello que “más allá” el turista podrá encontrar, pero cuya materialidad ya habilita un tipo de experiencia. La “representatividad” de lo que se ofrece como espacio natural a escala, junto con el valor “sustentable” -como ideologema

actual que expresa, heurísticamente, su propio valor- abre toda una posibilidad del mercado turístico de generar “micromodelos experienciales” como oferta de los lugares sin oferta.

Las imágenes 2.3 y 2.4 (Marull, Ansenúza) expresan compositivamente, la tensión entre el territorio y la vorágine por producir el espacio en términos de circuitos y oferta turística. El campo, principal actividad económica de este poblado cercano al Mar de Ansenúza, convive con la voluntad de una expresividad que se vuelva al entorno pero no logra capturarlo. Las imágenes 2.7 a 2.11 son el anverso a lo que acabamos de mencionar: la región de Traslasierra tiene al turismo como una de sus principales fuentes de ingreso, y queda a la vista la invasión del espacio por la producción de paquetes experienciales que indican recorridos posibles. Circuitos de artistas, indicaciones para recorrer lo natural, y venta de lotes asoman en esa realidad diversa que compone a un entorno comunicacional en el turismo. Los carteles en los ingresos, los arcos, aparecen condensando la intención manifiesta a invitar al turista a recorrer el lugar, que además de tener nombre, está marcado.

Desplazamiento/fijación entorno/circulación, aparecen entonces como claves para comprender la experiencia urbana contemporánea en tanto experiencia turística: ambos señalan una extensión del espacio y una intensidad en el tiempo que se materializa en vivencias complejas del ser-estar y de las prácticas socio-culturales desarrolladas en los territorios desde la producción/consumo de imágenes. Esta modificación de base es, desde nuestra hipótesis, lo que posibilita pensar modalidades de valoración social en los que se vuelven necesarios, la construcción de diferentes indicadores que ‘nos resguarden’, ‘nos protejan’ de la complejidad de los flujos cambiantes (indeterminados porque aun la metamorfosis del capital se sustenta en el qué, y no en el cómo) de los paisajes cotidianos. De allí que la noción de ‘entornos protegidos’ funcione como anclaje que permite volver soportable la vida, mientras sentimos que eso es lo deseable: la primacía azarosa y a la vez ordenadora del ‘dios algoritmo’ en nuestro presente señala el triunfo del espectáculo y el lugar fundamental que ocupa la comunicación en este proceso.

En principio, un “entorno” es un sistema de ‘protección/aislamiento’ que se construye sobre muros materiales y mentales que regulan las posibles y deseables formas de ser y estar en la ciudad (y con ‘otros’) como locus del “producir” y del “disfrute” regulado generalmente por la mercancía, y delimitados por decisiones en materia urbana y comunicacional. En esta dirección, circular en el mundo social y cultural como ‘un turista’, expresa un tipo de experiencia de contacto mediatizado cada vez más por imágenes que performan el posible vínculo social con los otros, además de señalar la fugacidad tangible de los encuentros “cara a cara” por la deseable permanencia de los lazos través de una pantalla.

Es en la construcción de indicadores globales que marcan al mundo en su eficiencia, eficacia y por supuesto, en su belleza y seguridad, el proceso de evaluación (y “evolución”) homolingüe del capital (Mezzadra, 2007) que todo lo traduce en valor -incluso aquello construido como imagen de una oferta-, garantiza su propia reproductibilidad con la menor tensión conflictual -el desarrollo, es incuestionable. No hay ‘resistencia’ ante el deseo de participar de la vida social y cultural tal como se nos presenta: “deseable”, “bella”, “segura” y “efímera” y “alcance de todos mediante un click”. Todos nos volvemos turistas en las situaciones socio-culturales de alteridad, traslademos o no nuestro cuerpo en esa experiencia de entornos espiralados.

### **Pensando los entornos turísticos: trabajo ideológico y generación de plusvalía**

“Y sin duda nuestro tiempo... prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia al ser... Lo que es sagrado para él no es sino la ilusión, pero aquello que es profano es la verdad. Más aún, lo sagrado se engrandece a sus ojos a medida que decrece la verdad y que la ilusión crece, tanto y tan bien que el colmo de la ilusión es también para él el colmo de lo sagrado.” Feuerbach (Prefacio a la segunda edición de la Esencia del cristianismo).

En “La Sociedad del Espectáculo” ([1967]-1991), Guy Debord empieza con esta tesis de Feuerbach que da cuenta del carácter material de las esencias: una visión de mundo objetivada en prácticas. El espectáculo es la organización planificada de las apariencias que, gracias a la ‘magia’ de la técnica, permite mostrar como esencial lo que no es sino esa inversión de lo real vuelto imagen. Ello implica formas de reproducción del capital a una escala global, es decir no hay fronteras ‘materiales’ para él (si para los cuerpos) y su ‘llegada’ es objeto de deseabilidad y aceptabilidad política y social (como “inversión extranjera”, “progreso tecnológico”, “desarrollo intangible”, etc.). De allí que, el predominio de la fotografía como principal modalidad comunicativa de la experiencia turística implica reconocer la injerencia de la imagen en la construcción aquello que esencialmente va a constituir al territorio cultural como mercancía.

El turismo aparece como lógica de producción/consumo que toma diferentes dimensiones y manifestaciones de la cultura, y convierte experiencia de vida y vivida en ‘paquetes de experiencia’ volcados al mercado. La práctica turística aparece como un modelo deseable del desplazamiento de cuerpos, pero también de imágenes vueltas cuerpo que constituye un tipo dominante de la experiencia contemporánea. El ‘trabajo humano’ en ese sentido, aparece como el locus que permite establecer un marco de comprensión entre, y en tensión con, las formas de vivenciar las coordenadas espacio-temporales de la vida urbana a partir de las relaciones sociales establecidas por la lógica del capital: el trabajo-producción y el trabajo-consumo emergen como el ‘secreto’ reprimido de su posibilidad. La dimensión cultura/comunicación ocupa un rol fundamental en ese proceso: por un lado, generan plusvalía a partir del trabajo ideológico sobre las experiencias territoriales vueltas imágenes; por el otro, ideológicamente regulan la conflictividad social a partir de la noción de ‘desarrollo local’ como indicador de un tipo de sensibilidad donde el par naturaleza/cultura -a partir del imperativo comunicacional- se vuelve visión ideológica que se esencializa en imágenes de consumo.

El trabajo ideológico es el núcleo explícito de esta construcción de una imagen que luego aparece como ‘lo natural’ y ‘lo esencial’ de la experiencia de ‘alteridad’ en los entornos comunicacionales que planteamos, y que presenta el turismo como acceso al ‘otro/lo otro’, aunque se parte de lo contrario. Si la cultura es un territorio fragmentable en bienes y servicios ofrecidos en tanto mercancías, que a su vez se desprende físicamente del territorio y los agentes que la producen, ¿quiénes aparecen como actores centrales en la reconfiguración de esos espacios como territorios culturales-turísticos? Los “inversores” -locales o globales- y los propios turistas aparecen como dinamizadores económicos de los territorios impactando fuertemente en la trama de relaciones sociales y culturales ya que, si el problema de posesión de las tierras pasa a ser estrictamente económico, son los propios pobladores los que ya no pueden sostenerse en los territorios de los cuales también les ha sido arrebatada su cultura para volverla mercancía. Procesos novedosos de acumulación por desposesión que requieren seguir siendo interrogados también desde el campo de la comunicación.

## Bibliografía

ANGENOT, M. (2010). El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible. Buenos Aires: Siglo XXI

BAJTIN, M. y MEDVÉDEV, P. (1993). “La Evaluación Social, su papel, el enunciado concreto y la construcción poética” en *Criterios*. La Habana-México D.F. pp.9-18.

BENJAMIN, W. (2006) “Haussman o las barricadas”, en *Walter Benjamin, Obra de los Pasajes*, VOL. 1. Madrid: Abada editores.

BOITO, M. E. y M. B. ESPOZ, (2012) “Poder, Territorio y construcción de entorno: consideraciones políticas y metodológicas de los abordajes sobre los cuerpos y las emociones”. *Revista Brasileira de Sociologia das Emocoes (RBSE)*. Diciembre del 2012. GREM/GREI. Universidade de Joao Pessoa, Brasil. N 11. Vol. 33. ISSN: 1676-8965. Pp. 725-749. Disponible en: <http://www.cchla.ufpb.br/rbse/BoitoEspozDos.pdf>

\_\_\_\_\_ (Comps.) (2014). *Urbanismo Estratégico y Separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto*. Puño y Letra, Editorialismo de base.

BOITO, M. E., ESPOZ, M. B. y MICHELAZZO, C. (2015) “Una relectura de la noción de espectáculo a propósito de las

experiencias en los entornos tecnológicos”, *Revista Sociedad y Discurso*. Número 27.

DEBORD, G. (1991). *La Sociedad del Espectáculo*. Bs. As.: La Marca.

ESPOZ, M. B. (2013) Los ‘pobres diablos’ de la ciudad colonial... Imágenes y vivencias de jóvenes en contextos de socio-segregación. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. Formato E-books. Colección ‘Tesis’. Disponible en: <http://estudiosociologicos.org/portal/los-pobres-diablos>

ESPOZ, M. B. (2016) “Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural”. *Revista CHASQUI* n° 133. Sección Informes. CIESPAL, Ecuador, pp. 317-334.

ESPOZ, M. B. y FERNÁNDEZ, E. (2020). “Políticas Públicas y Citybranding: valor patrimonial y desarrollo turístico en la Mar de Ansenusa, Córdoba”. *PatryTer – Revista Latinoamericana e Caribenha de Geografía e Humanidades*, 3 (6), (pp. 16-34). DOI: <https://doi.org/10.26512/patryter.v3i6.27232>

ESPOZ, M. B. y VACCARO, N. (2017) “La cuestión del valor en las disputas urbanas: la patrimonialización como dinámica productiva”, Ponencia publicada en actas del XXXI CONGRESO de la Asociación Latinoamericana de Sociología- ALAS, ciudad de Montevideo, 3 al 8 de diciembre. Disponible en: [http://alas2017.easyplanners.info/opc/tl/0756\\_maria\\_belen\\_espoz\\_dalmasso.pdf](http://alas2017.easyplanners.info/opc/tl/0756_maria_belen_espoz_dalmasso.pdf)

LASH, S. y URRY, J. (1998). *Economía de signos y espacios: Sobre el capitalismo de la postorganización*. Buenos Aires: Amorroutu.

LEFEBVRE, H. (1974). “La producción del espacio”. *Papers: revista de sociología*, Núm.: 3 (p. 219-229).

LIPOVETSKY, G. y SERROY, J. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Anagrama.

MARTÍN-BARBERO, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y Hegemonía*. México: GG.

MARX, K. (1979) *El Capital, Crítica de la Economía política*, Tomo I. Fondo de Cultura Económica. México

SADIN, E. (2018). *La Siliconización del Mundo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Caja Negra.

SCHMÜCLER, H. (1984). *Un proyecto de comunicación/cultura*. México.

SILVA, L. (1978). *Teoría y Práctica de la Ideología*. Editorial Nuestro Tiempo.

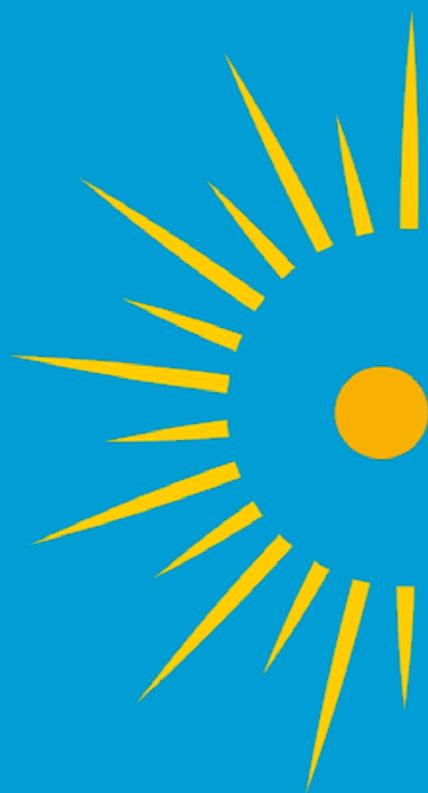
VERÓN, E. (2013). *La Semiosis Social 2, Ideas, Momentos, Interpretaciones*. Buenos Aires: Paidós.

WILLIAMS, R. (2001). *El campo y la ciudad*. Madrid: Paidós Iberoamérica.

YÚDICE, G. (2002). *El recurso de la Cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.

ZAFRA, R. (2010). *Un cuarto propio conectado*. Madrid, Fórcola.

ZIZEK, S. (2003). *Ideología: un mapa de la cuestión*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.



XXV

Congreso de

**RED  
COM**

La Rioja 2023

**40 años de Democracia**

ISBN 978-987-1364-32-9



Universidad Nacional  
de La Rioja



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
de CHILECITO