ACTAS DE PONENCIAS

ISBN: 978-987-3839-27-6

XXIV CONGRESO DE REDCOM

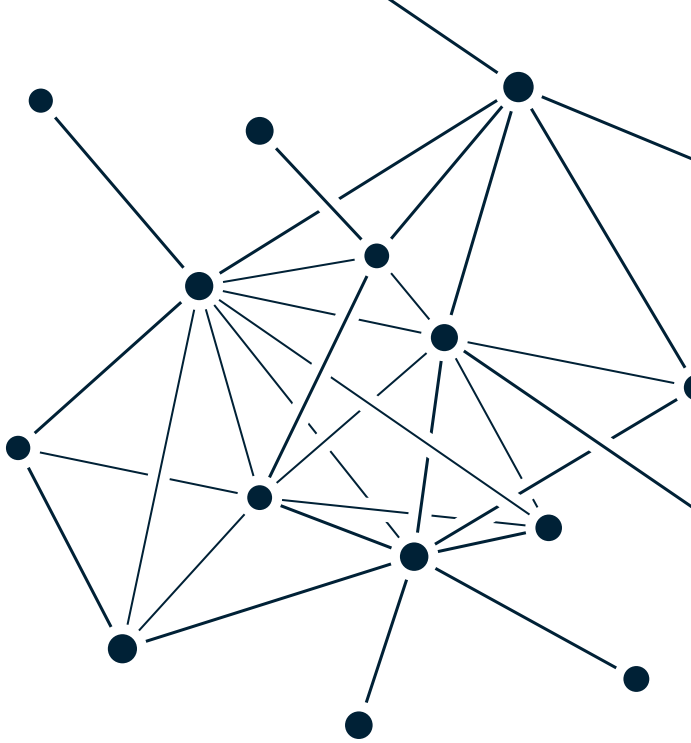
Comunicación en tiempos de incertidumbre: Tramas, competencias y desafíos en la formación y el ejercicio profesional

3 al 5 octubre de 2022

Facultad de Ciencias Sociales UNCuyo

RedCOM Red de Carreras de Comunicación Social República Argentina

Red ProUnCoS



Autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora

DECANO

Mg. Gustavo Naón

SECRETARIA ACADÉMICA

Lic. Graciela Fernández

SECRETARIA DE INVESTIGACIONES

Lic. María Luz Canella Tsuji

INSTITUCIONES ORGANIZADORAS

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ)

Red de carreras de comunicación social y periodismo (RedCom)

Profesorados Universitarios de Comunicación (ProUnCos)

COMITÉ ORGANIZADOR REDCOM 2022

Naón, Gustavo
De Charras, Diego
Avendaño, Carla
Aragón, Santiago
Canella Tsuji, María Luz
Lucero, Yesica
Romano, Pablo
Silva, Sergio
Mistrorigo, Verónica

ASISTENTES DE ORGANIZACIÓN

Arréguez Manozzo, Soledad
Cristti, Noelí
Fernández, Candela
Fernández, Leonardo
Fernández, Samanta
Insúa, Patricio
Lobos, Elizabeth
López Perdiz, Julián
Rielo, Marcelo
Szulak, Silvia

ESTUDIANTES ASISTENTES

Arce, Iara
Ayala, Camila
Bartet Ibarra, Tania
Bessone, Florencia
Bodier, Nicole
Cáceres Correa, Analía
Climenti, Carla
Colmenares, Yazmín
Coombes, Rocío
Da Re, Franco
Duarte, Camila
Enciso, Dolores
Escalada Suárez, Carolina
Fernández Bertolotti, Victoria
Galardi, Belén
Galarza, Zoe
Galeano, Nahir
García Sena, Nadia
Godoy, Aldo
Godoy, Julieta
Gómez, Camila
Gutiérrez, María José
Gutiérrez Rojas, Mariangélica
Jinks, Paola
Landa, María Claudia
Lederer, Candela
Lederer, Paola
Leguizamón, Matías
Mendoza, Christian
Molina, Tomás
Moreno, Francisco
Nieva, Alicia
Onetto, Magali
Pasayo, Florencia
Pintos, Celeste
Rosales, Agustina
Rotela, Daniela
Siani, Elian
Soria, Sofía
Tabani, Regina
Toledo, Nieves
Torres, Sofía
Valdez, Valentina
Velazco, Macarena
Villa Antelo, Cecilia

COMITÉ DE ADMISIÓN Y COORDINADORES/AS DE PONENCIAS

Altieri, Leonardo (UNLZ)
Arréguez Manozzo, Soledad (UNLZ)
Barral Grigera, Noelia (UNLZ)
Barreras, Luis (UNLPam)
Bilyk, Pablo (UNLP)
Bonino, Osvaldo (UNPSJB)
Broitman, Ana (UMET)
Bron, Maximiliano (UNLaR)
Castro, Mariana (UNDAV)
Cristti, Noelí (UNLZ)
Fernández, Leonardo (UNLZ)
Fernández, Samanta (UNLZ)
García, Laura (UNLZ)
González Pratx, Evangelina (UNJu)
Grasso, Agustina (UNDAV)
Gullino, Pablo (UNGS)
Icardi, Marcos (UNdeC)

Insúa, Patricio (UNLZ)
López, Martin (UNJu)
Ludueña, María Eugenia (UMET)
Lutczak, Oscar (UNDAV)
Mafullo, Eliana (UNDAV)
Manjón, Andrea (UNLZ)
Martin, Paula (UNSa)
Mattia, Sebastián Leandro (UNGS)
Moreno Castro, Leila (UNLAR)
Navarro, Carlos (UNLaR)
Negri, Gabriel Oscar (UNDAV)
Ortiz, Karina (UNLZ)
Pascual, Miriam Anabel (UNDAV)
Pastorella, Marcelo (IUNMa)
Pedelaborde, Paula (UNLPam)
Regalado, Juan Pablo (UNDAV)
Rodríguez, María Graciela (UBA/UNSAM)
Romano, Pablo (UNLZ)
Scalone, Lucia (UNJu)
Vázquez, Cecilia (UNGS)
Vázquez, Mauro (UBA/UNSAM)

DISEÑO, ÁREA GRÁFICA

ÁREA DE MEDIOS, FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, UNLZ

Romano, Pablo
Osorio, Marcelo
Pantano, Camila
Lugones, Micaela
Gandini, Gabriel
Brizuela, Elias
Sánchez, Gabriela

EDICIÓN Y MAQUETACIÓN ÁREA GESTIÓN EDITORIAL

SECRETARÍA DE INVESTIGACIONES, FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, UNLZ

Canella Tsuji, María Luz
Lucero, Yesica
López Perdiz, Julián

ÁREA DE MEDIOS, FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, UNLZ

Romano, Pablo
Pantano, Camila

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

35 **MESA 1: MEDIOS Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS**
Coordinadoras: Arréguez Manozzo, Soledad; Broitman, Ana; Ludueña, Maria Eugenia; Pedelaborde, Paula

- **LA COMUNIDAD EN LA FRONTERA NORTE DE ARGENTINA**
  Bayon, Claudio Rafael, UNSa Sede Regional Tartagal.
  Barnes, Carlos Gustavo, UNSa Sede Regional Tartagal

- **LA COMUNICACIÓN, LOS MEDIOS Y EL TURISMO EN SANTA CRUZ EN EL NUEVO CONTEXTO. EL CASO TRES LAGOS**
  Fernandez, Alfredo Oscar, Universidad Nacional de la Patagonia Austral
  Ramos, Maria Gabriela, Universidad Nacional de la Patagonia Austral

- **CONDICIONES DE TRABAJO EN LA PRENSA DE ALTO VALLE: LA MAÑANA DE NEUQUEN Y DIARIO RIO NEGRO. PROBLEMATIZACIÓN, ANTECEDENTES Y PRESENTACIÓN DE INSTANCIA TEÓRICO-METODOLÓGICA DE UN CAMINO EN CONSTRUCCIÓN.**
  Lagos Abril, Universidad Nacional del Comahue, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales

- **EL PERIODISMO EMPRENDEDOR: ABORDAJE SOBRE EL EJERCICIO PROFESIONAL DEL PERIODISTA FREELANCE EN LA CIUDAD DE LA RIOJA EN EL PERIODO 2020/2021**
  Ochoa Rodrigo Maximiliano, Universidad Nacional de La Rioja
  Perez Muñoz Jose Luis, Universidad Nacional de La Rioja
  Britos Gabriel, Universidad Nacional de La Rioja

- **RADIO DIGITAL Y REDES SOCIALES: UN ESTUDIO EXPLORATORIO DE LOS USOS, PRÁCTICAS Y PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA EN LÍNEA DE LAS PRINCIPALES RADIOS DE LA CIUDAD DE SAN LUIS, CAPITAL, REPÚBLICA ARGENTINA**

  Ponce,Viviana Mercedes, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de San Luis.
  Cuello, Maria Ines, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de San Luis.
  Orozco, Analia Ivana, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de San Luis.

- **NARRATIVAS PANDÉMICAS DE NO FICCIÓN: LO REAL COTIDIANO DE LOS PERIODISTAS**

  Reviglio, Maria Cecilia, Centro de investigaciones en mediatizaciones, Universidad Nacional de Rosario.

126 MESA 2: MEDIOS UNIVERSITARIOS

Coordinador: Romano, Pablo

- **REALIDAD VIRTUAL Y VIDEO 360 EN UNIVERSIDADES ARGENTINAS: EXPERIENCIA 360 Y PISAR MALVINAS**

  Casini Julieta, Universidad Nacional de Tres de Febrero.
  Castro Gómez Nathalia , Universidad Nacional de Tres de Febrero.

- **LA TRANSMISIÓN DE EXTERIORES COMO EXPERIENCIA DE TRABAJO COLABORATIVO ENTRE LAS EMISORAS UNIVERSITARIAS.**

  Colaprete Gaston, Universidad Nacional de Luján.
  Furlano Elizabeth, Universidad Nacional de Tres de Febrero.
  Sandoval Esdenka, Universidad Nacional General Sarmiento.

- **RADIOS UNIVERSITARIAS, CRECIMIENTO Y DESAFÍOS**

  Ibarra Diego Javier, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad del Centro.

- **CORRESPONSALES BARRIALES: UNA EXPERIENCIA DE COMUNICACIÓN TERRITORIAL.**

  Maraschio Melina, Prosecretaria de Medios y Publicaciones, Universidad Nacional de La Plata.
  Bolis Josefina, Prosecretaria de Medios y Publicaciones, Universidad Nacional de La Plata.
  Bruzzone Daiana, Prosecretaria de Medios y Publicaciones, Universidad Nacional de La Plata.
  .

- **LA RADIO UNIVERSITARIA POST PANDEMIA**

  Torres, Angela Carolina; Universidad Nacional Arturo Jauretche.
  Vidal, Cintia, Universidad Nacional Arturo Jauretche.

203 MESA 3: COMUNICACIÓN POPULAR

Coordinadores/as: Altieri, Leonardo; García, Laura; Icardi, Marcos; Maffullo, Eliana

- **EL SENTIDO DE LA COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN LIBERADORA: LA HERENCIA DE PAULO FREIRE.**

  Alvarado Andrea Viviana, Universidad Nacional de Patagonia Austral.
  Lehue Esteban Andres, Universidad Nacional de Patagonia Austral.

- **SEMBRANDO COMUNICACIÓN: RELEVAMIENTO EN LA PROVINCIA DE SALTA DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIAS, POPULARES, ALTERNATIVOS, COOPERATIVOS Y DE PUEBLOS ORIGINARIOS**

  Burgos Ramon, Universidad Nacional de Salta.
  Müller Ana, Universidad Nacional de Salta.
  Tolava Maria Florencia, Universidad Nacional de Salta.

- **LA RADIO EN LA ESCUELA ¿PARA QUÉ?**

  Calabrese Naomi, Universidad Nacional de San Luis.
  Romero Silvia, Universidad Nacional de San Luis.

- **CONSUMO CULTURAL E IDENTIDAD: EL CASO DE LA FERIA DE PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS SABE LA TIERRA DE CABA**

  Campos Giuliana, Universidad Nacional de Quilmes.
  Herrera Abigail, Universidad Nacional de Quilmes.
  Veccoli Pereyra Abril, Universidad Nacional de Quilmes.

- **POLÍTICAS NACIONALES Y SU VISIÓN DESDE LOS MEDIOS LOCALES: EL PERIÓDICO !PARA UD¡ DE MORENO Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA "CIUDAD CINEMATOGRÁFICA ARGENTINA" QUE NO FUE**

  Ferreyra María Belen, Universidad Nacional de Moreno.

- **COMUNICACIÓN POPULAR: ¿LITERATURA ARGENTINA O LITERATURA NACIONAL? (CUANDO LA HISTORIA LA GANAN LOS QUE ESCRIBEN)**

  Gordillo Gustavo, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

- **RADIO CAPUT: POSICIONAR Y SOSTENER UNA COMUNICACIÓN CONTRAHEGEMÓNICA**

  Guillaza Vanina Ayelen, Instituto Universitario Nacional de Derechos Humanos "Madres de Plaza de Mayo".
  Pardez Jorge, Instituto Universitario Nacional de Derechos Humanos "Madres de Plaza de Mayo".

- **¿UN MAPA PARA QUÉ? UNA MIRADA DESDE SALTA-ARGENTINA DEL RELEVAMIENTO NACIONAL DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIOS, POPULARES, ALTERNATIVOS, COOPERATIVOS Y DE PUEBLOS ORIGINARIOS DE LA RICCAP.**

  Pérez Rosa Analia, Universidad Nacional de Salta.
  Ortega Portal Cintia , Universidad Nacional de Jujuy.
  Vázquez Abigail Fernanda, Universidad Nacional de Salta.

- **LA DESAPARICIÓN DE GUADALUPE LUCERO: DOS FORMAS DE COMUNICAR.**

  Quevedo Roberto Angel Anibal, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

- **LA TIZA, EL PIZARRÓN, EL MICRÓFONO Y LA RADIO**

  Rocca Santiago, Instituto Universitario Nacional de Derechos Humanos “Madres de Plaza de Mayo”.
  Velasquez Veronica, Instituto Universitario Nacional de Derechos Humanos “Madres de Plaza de Mayo.

346 MESA 4: COMUNICACIÓN, GÉNEROS, DIVERSIDADES SEXUALES

Coordinadora: Fernández, Samanta

- **¡NOS MUEVE EL DESEO! SOBRE LA DIMESION POLITICA DE LA COMUNICACION Y LA MILITANCIA FEMINISTA CON “EL JARDIN DE LAS Y LES PRESENTES: FERIA Y FESTIVAL TRANSFEMINISTA”**

  Aragón Rocio Mariana, Universidad Nacional de Jujuy.

- **CÁRCEL Y DERECHOS SEXUALES: LA CONSTRUCCION MEDIATICA DE LOS LAZOS SEXO AFECTIVOS.**

  Del Manzo Maria Belen, Universidad Nacional de La Plata.
  Festa Claudia, Universidad Nacional de La Plata.
  Huguenin Lola, Universidad Nacional de La Plata.

- **LA DESAPARICIÓN DE TEHUEL: VIOLENCIA ESTRUCTURAL HACIA LAS MASCULINIDADES TRANS.**

  Farias Roxana Janet, Universidad Nacional de San Luis.

- **EL ROL DEL LIDERAZGO Y ESTEREOTIPOS DE GÉNEROS EN LAS RELACIONES PÚBLICAS EN ARGENTINA**

  Mosciaro Africa, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
  Montenegro Andres, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
  Retamar Alan, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

- **SIN PAZ, NO HAY PAZ**

  Urrejola Daniela Elizabeth, Universidad Nacional de San Martín.

410 MESA 6: COMUNICACIÓN, DISCAPACIDAD Y DERECHOS.

Coordinador/a: Cristti, Noelí ; Regalado, Juan Pablo

- **RELATOS MEDIÁTICOS Y PENSIONES POR INVALIDEZ LABORAL: SENTIDOS QUE SE DESTACAN Y SENTIDOS OPACADOS.**

  Coscia Vanesa, Universidad Nacional de Buenos Aires.
  Venturiello María Pía, Universidad Nacional de Buenos Aires.

425 MESA 7: COMUNICACIÓN Y SALUD.

Coordinador/a: Manjón, Andrea; Negri, Gabriel

- **LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS EN SALUD MENTAL**

  Carraza Maria Soledad, Residencia Interdisciplinaria en Salud Mental, Paraná.
  Paruzzo Maialen Lis, Residencia Interdisciplinaria en Salud Mental, Paraná.

- **EL ETIQUETADO FRONTAL DE LA OPINIÓN PÚBLICA**

  Domínguez Laila, Universidad Nacional Arturo Jauretche,
  Cabral Correos Marcela, Universidad Nacional Arturo Jauretche,
  Montori Maria Florencia, Universidad Nacional Arturo Jauretche,

- **LA COMUNICACIÓN MÉDICO-PACIENTE Y SU IMPACTO EN LAS PRÁCTICAS DE MEDICINA PREVENTIVA. EL CASO DE LA VACUNA ANTINEUMOCÓCICA EN UN CENTRO DE JUBILADOS DE LA MATANZA**

  Stegman Maria Carolina, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

471 MESA 8: EPISTEMOLOGÍAS, TEORÍAS Y METODOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN.

Coordinadora: Moreno Castro, Leila

- **TÁCTICAS Y EXPERIENCIAS EN CONCURSOS PARA ESTUDIANTES DE LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN**

  Laurent Jessica Mabel, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
  Aliotta Graciela Mariana, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
  Violante, Nestor Sebastián, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

- **TRABAJO DE CAMPO CON METODOLOGÍAS VIRTUALES/ONLINE**

  Martin Maria Victoria, Centro de Políticas Públicas, Educación, Comunicación y Tecnología.
  Larrañaga Nancy Diaz, Centro de Politicas Publicas, Educacion, Comunicacion y Tecnología.
  De la Paz Echeverría Maria, Centro de Políticas Públicas, Educación, Comunicación y Tecnología.

500 MESA 9: COMUNICACIÓN Y CIENCIA.

Coordinadoras: Cristti, Noelí; Scalone, Lucía

- **CÁPSULAS AUDIOVISUALES DE LA CIENCIA**

  Echenique Ana Inés, Universidad Nacional de Salta.

- **CONOCIMIENTOS, CONFLICTOS SOCIOAMBIENTALES Y DINÁMICAS EXTRACTIVISTAS.**

  Macedo Maria Guadalupe, Universidad Nacional de Salta.

- **METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA PALEONTOLÓGICA EN DIARIOS GENERALISTAS DE LA PATAGONIA ARGENTINA.**

  Spina Guillermo Damián, Universidad Nacional de La Matanza.

542 MESA 10: COMUNICACIÓN AMBIENTAL

Coordinadoras: Grasso, Agustina; Ortiz, Karina

- **COMUNICACIÓN Y AMBIENTE EN ZONAS VULNERABLES. CÓMO ACTÚAN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS.**

  Mendoza Padilla Miguel, Universidad Nacional de Avellaneda.
  Giorello Santiago, Universidad Nacional de Avellaneda.

552 MESA 11: COMUNICACIÓN Y DEPORTE

Coordinadores: Bilyk, Pablo; Bonino, Osvaldo; Fernández, Leonardo; Insúa, Patricio

- **EL EJERCICIO DEL PERIODISMO Y LAS NUEVAS HERRAMIENTAS DIGITALES EN EL PROCESO DE SELECCIÓN, JERARQUIZACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA.**

  Barboza Walter, Universidad Nacional de La Plata.
  Annuasi Gonzalo, Universidad Nacional de La Plata.

- **YO NO SOY COMO ESOS. VIOLENCIA Y SU RELACIÓN CON LOS CLUBES DEL CONURBANO BONAERENSE: BARRAS Y PERIODISTAS**

  Garcia Lucas Agustín, Universidad Nacional de General Sarmiento.

580 MESA 12: COMUNICACIÓN DIGITAL Y SOFTWARE LIBRE

Coordinador: Bron, Maximiliano

- **USO DE MEMES EN FACEBOOK POR PARTE DE ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHILECITO**

  Calvar Maria Soledad, Universidad Nacional de Chilecito.

- **LA DIETA INFORMATIVA DE JÓVENES EN MEDIOS EMERGENTES**

  Comba Silvana, Universidad Nacional de Rosario.
  Toledo Edgardo, Universidad Nacional de Rosario.

- **LA OTREDAD EN MEMES. REPRESENTACIONES DE LA MARGINALIDAD EN REDES SOCIALES.**

  Córdoba Mariana Denise, Universidad Nacional de General Sarmiento.

619 MESA 13: EDU-COMUNICACION

Coordinador/a: Martin, Paula; Pastorella, Marcelo

- **DOCENCIA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL. DESAFÍOS EN LA PANDEMIA EN EL REGRESO DE LA PRESENCIALIDAD**

  Córdoba Mariana Denise, Universidad Nacional de General Sarmiento.
  Guillino Pablo Francisco, Universidad Nacional de General Sarmiento.
  Naves Sabrina, Universidad Nacional de General Sarmiento.

- **LA TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO ÁULICO HACIA FORMATOS DE RE-PRESENTACION RESULTANTES DE LA MEDIATIZACIÓN**

  Del Valle Juan Martín, Universidad Nacional de La Matanza.
  Herrero Eugenia, Universidad Nacional de La Matanza.
  Abate Magali, Universidad Nacional de La Matanza.

- **COMUNICACION Y EDUCACION EN TIEMPOS DE PANDEMIA: LA UTILIZACIÓN DE ZOOM EN LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNLZ**

  Fernández Samanta, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

- **EL PODCAST COMO INSTRUMENTO EDUCATIVO**

  Guisande Sebastián, Universidad Nacional de La Matanza.
  Sosa Sergio, Universidad Nacional de La Matanza.

- **LA APLICACIÓN DEL MODELO DE DISEÑO INSTRUCCIONAL A.D.D.I.E EN CURSOS VIRTUALES DE EDUCACIÓN NO FORMAL. DESCRIPCIONES ACERCA DE LA ETAPA DE ANÁLISIS Y DE DISEÑO EN EL ENTORNO VIRTUAL DE APRENDIZAJE DE TECNOMÚSICA.**

  López Gustavo, Universidad Nacional San Juan Bosco.

- **EDUCOMUNICACIÓN EN LA FORMACIÓN DE FORMADORES**

  Moreno Castro Leila, Universidad Nacional de La Rioja.
  Tokeff Maria Constanza, Universidad Nacional de La Rioja.

- **EL TRABAJO DOCENTE EN EL NIVEL INICIAL DESDE EL INICIO DE LA PANDEMIA**

  Ojeda Oscar Ramon, Universidad Nacional de San Luis.

- **EDUCACIÓN TRANSMEDIA PARA LA ENSEÑANZA DEL MAPUDUNGUN**

  Bareille Peralta Noelia, Universidad Nacional San Juan Bosco.

- **EXPERIENCIA DESENTONAR: SOCIOLOGÍA EN INSTAGRAM**

  Salman Ana Paula, Universidad Nacional de La Rioja.
  Juica Luján Noel, Universidad Nacional de La Rioja.
  González Maria Nazarena, Universidad Nacional de La Rioja.

- **ALFABETIZACIÓN ACADÉMICA EN ENTORNOS PRESENCIALES Y VIRTUALES. EXPERIENCIAS DE ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA POST PANDEMIA**

  Schavinato Nadia, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.
  Sorgetti Laura, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.
  Chocobar Tamara, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.

- **LA VOZ EN EL ÁMBITO EDUCATIVO: EVIDENCIA DE TÉCNICAS VOCALES INADECUADAS EN EL USO PROFESIONAL DE LA VOZ**

  Silnik Analia Verónica, Universidad Nacional de San Luis.
  Zampa Claudia Haydee, Universidad Nacional de San Luis.

- **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS, DE ENSEÑANZA Y DE APRENDIZAJE, APLICADAS A LAS ASIGNATURAS TALLER DE PERIODISMO GRÁFICO Y TALLER DE PERIODISMO RADIOFÓNICO DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN LUIS**

  Suares Di Genaro Mariela Fernanda, Universidad Nacional de San Luis.
  Orozco Analia Ivana, Universidad Nacional de San Luis.

- **ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS TRANSDISCIPLINAR DE LA CÁTEDRA DE DISEÑO MULTIMEDIAL EN EL CINCUENTENARIO DE LA UNLZ**

  Violante Néstor Sebastián, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
  Laurent Jessica Mabel, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

792 MESA 14: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y RR.PP

Coordinadoras: González Pratx, Evangelina; Ortiz, Karina

- **CONSTRUCCIÓN DE HUELLAS, IDENTIDADES Y TRAYECTORIAS: EAS**

  Avendaño Manelli Carla Fernanda, Universidad Nacional de Villa Maria.
  Sola Lucia Ana, Universidad Nacional de Villa Maria.

- **TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES PARA RECREAR LAS TRAMAS SOCIALES**

  Boeiro Maria Soledad, Universidad Nacional de Córdoba.
  Guzmán FlorenciaAgostina, Universidad Nacional de San Luis.

- **COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE: TRAMAS, COMPETENCIAS Y DESAFÍOS EN LA FORMACIÓN Y EJERCICIO PROFESIONAL**

  Gallo Maria Carolina, Universidad Nacional de Tucumán.
  Diaz Smiderle Alina del Carmen, Universidad Nacional de Tucumán.

- **LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES, UN ABORDAJE INSTITUCIONAL**

  Ghitia Adriana, Universidad de Buenos Aires.

- **TRANSFORMACIÓN INTERNA, ENGAGEMENT Y SOCIAL MEDIA**

  Hombría Mariana, Universidad Kennedy.
  Fernández Samanta, Universidad Nacional de Lomas de Zamora,

875 MESA 15: COMUNICACIÓN POLÍTICA

Coordinador: Navarro, Carlos

- **LIBERTARIOS EN INSTAGRAM: MEDIATIZACION EN REDES DE DISCURSO DE JAVIER MILEI**

  Martins Maria Susana, Universidad Nacional de La Plata.

- **ESTÉTICAS QUE SON POLÍTICAS. UN ANÁLISIS DE LAS PUBLICACIONES DE MARIA EUGENIA VIDAL EN INSTAGRAM DURANTE LAS CAMPAÑAS 2017 Y 2019**

  Montañez Ailen, Universidad de Buenos Aires.

- **COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL AULA: UNA LECTURA SOBRE LOS ESPACIOS CONSERVADORES**

  Secul Giusti Cristian, Universidad Nacional de La Plata.
  Lopez Alcala Luz, Universidad Nacional de La Plata.
  Lagneaux Milagros, Universidad Nacional de La Plata.

- **YPF: SU CONSTRUCCIÓN DEL SENTIMIENTO NACIONAL A TRAVÉS DE LOS AÑOS**

  Tazzioli Natasha, Universidad Nacional de Tucumán.
  Marigliano Mercedes, Universidad Nacional de Tucumán.

944 MESA 16: COMUNICACIÓN Y CULTURA, ARTE Y ESTÉTICA.

Coordinadores/as: Gullino, Pablo; Rodríguez, María Graciela; Vázquez, Cecilia; Vázquez, Mauro

- **LAS TICS COMO EXPERIENCIA ESTÉTICA: BREVE REPASO POR ALGUNOS CONCEPTOS DE WALTER BENJAMIN PARA PENSAR EL CONTEXTO DE PANDEMIA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS**

  Agostini Alvaro Augusto, Universidad Nacional de Jujuy.

- **FICCIÓN Y REALIDAD, INTERIOR Y EXTERIOR DEL CINE DIGITAL**

  Duarte Ezequiel Ivan, Universidad Nacional de La Plata.

- **MEMORIA COLECTIVA, ARTE Y TERRITORIO/TERRITORIALIZACIÓN. TESTIMONIOS DE ARTISTAS Y GESTORES CULTURALES DEL SUR DE CÓRDOBA.**

  Grünig Ana Maria, Universidad Nacional de Río Cuarto.
  Verde Carmiña, Universidad Nacional de Río Cuarto.

- **SALUD MENTAL, MEMORIA Y POLÍTICA. IMAGENES DE LO MANICOMIAL EN EL ARTE CONTEMPORÁNEO ARGENTINO**

  Oberti Milagros Luján, Universidad de Buenos Aires.

- **REFLEXIONES TEÓRICAS SOBRE LOS CONCEPTOS INDUSTRIAS CULTURALES/INDUSTRIAS CREATIVAS. RUPTURAS Y CONTINUIDADES EN LAS PRÁCTICAS DE CONSUMO POS ENDÉMICOS EN ESPACIOS CULTURALES BONAERENSES**

  Pauloni Silvana, Universidad Nacional de La Plata.
  Gomez Laura, Universidad Nacional de La Plata.
  Gonzalez Leonardo, Universidad Nacional de La Plata.

- **ESTRATEGIAS IDENTITARIAS JUVENILES EN INSTAGRAM: UNA INDAGACIÓN EN ESTUDIANTES DE LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN.**

  Pistone Agustina, Universidad Nacional de San Luis.
  Parra Pablo, Universidad Nacional de San Luis.

1040 MESA 17: ANÁLISIS DEL DISCURSO Y ESTUDIOS DEL LENGUAJE

Coordinador: Lutczak, Oscar

- **CONSTRUCCIONES DISCURSIVAS SOBRE LA HOJA DE COCA Y LA POBLACIÓN BOLIVIANA EN EL MEDIO SOMOS JUJUY EN CONTEXTO DE PANDEMIA**

  Agostini Alvaro Augusto, Universidad Nacional de Jujuy.

- **FORMAS DE NARRAR: EL PRIMER ROCK NACIONAL EN LOS DIARIOS CLARÍN, LA NACIÓN Y PÁGINA 12**

  Antunes de Moraes Karin Helena, Universidade do Estado de Santa Catarina.

- **LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA CARACTERIZADA POR BYUNG-CHUL HAN PRESENTADO EN DON´T LOOK UP**

  Caminos Diego Santiago, Universidad Nacional de Tucumán.

- **ENUNCIACIÓN EN LA WEB: ETHOS COLECTIVO, IDENTIDAD Y CULTURA POLITICA**

  Contursi Maria Eugenia, Universidad de Buenos Aires.
  Constanzo Gabriela, Universidad de Buenos Aires.

- **DISCUTIR LO PÚBLICO DEL OTRO LADO DE LA GENERAL PAZ. ANÁLISIS DISCURSIVO SOBRE EL ESPACIO PÚBLICO EN EL CONURBANO BONAERENSE.**

  Fernández Lucas Emilio, Universidad de Buenos Aires.

- **ARGUMENTACIÓN VISUAL DE LAS “DERECHAS ALTERNATIVAS” ARGENTINAS DURANTE LA CAMPAÑA LEGISLATIVA 2021, EL CASO DEL PARTIDO LIBERTARIO CABA DE JAVIER MILEI**

  González Juan Manuel, Universidad Nacional de Moreno.
  Santucho Javier, Universidad Nacional de Moreno.

- **LAS IDEOLOGÍAS LINGÜÍSTICAS EN LOS COMENTARIOS DE LECTORES EN NOTAS PERIODÍSTICAS SOBRE LA PROHIBICIÓN DEL USO DEL LENGUAJE INCLUSIVO**

  Gonzalez Jennifer, Universidad Nacional de Moreno.
  Abelenada Pablo, Universidad Nacional de Moreno.
  Ponce Mónaco Elisa, Universidad Nacional de Moreno.

- **CRUCES ENTRE EL DISCURSO RELIGIOSO Y EL DISCURSO POLÍTICO EN EL MOVIMIENTO DE SACERDOTES PARA EL TERCER MUNDO.**

  Klemen Tomas Federico, Universidad de Buenos Aires.

- **IDEOLOGÍAS LINGÜÍSTICAS EN MEMES RACISTAS**

  Pereira Paola, Universidad Nacional de Avellaneda.

- **“SER FELICES”: HUELLAS DE AUTOAYUDA Y MERITOCRACIA EN LOS DISCURSOS DEL EX PRESIDENTE MAURICIO MACRI**

  Robles Ridi Julián Agustín Jesús, Universidad Nacional de San Luis**.**
  Lobo Claudio Tomás, Universidad Nacional de San Luis.

- **LAS VOCES SOCIALES POR EL ABORTO LEGAL, SEGURO Y GRATUITO EN LA CONYUNTURA GLOBAL: AVANCES Y RETROCESOS**

  Sánchez María Lucia, Universidad Nacional de La Plata.
  Becker Maria Sol, Universidad Nacional de La Plata.

- **CONFIGURACIONES DE IDENTIDADES POLÍTICAS EN LA ARGENTINA RECIENTE: UN ANÁLISIS SEMIÓTICO Y SOCIOCRÍTICO DE LOS DISCURSOS DE MAURICIO MACRI EN EL LIBRO PRIMER TIEMPO**

  Toledo Yesica, Universidad Nacional de San Luis.

1202 MESA 18: COMUNICACIÓN, MEMORIA Y DDHH.

Coordinador: Lopez, Martin

- **EL GOLPE DE ESTADO DE 1976 EN LA PRENSA SANLUISEÑA: ENTRE EL ANTAGONISMO, LA SUMISIÓN Y LA COMPLICIDAD**

  Dávila Belén, Universidad Nacional de San Luis.
  Navarrete Marcela, Universidad Nacional de San Luis.
  Martinez Cintia, Universidad Nacional de San Luis.

1221 POLÍTICAS PÚBLICAS, ACCESO A LA INFORMACIÓN, DERECHO Y COMUNICACIÓN

Coordinadora: Barral Grigera, Noelia

- **CURSOS VIRTUALES COMO ESTRATEGIA PARA FAVORECER LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY DE EDUCACIÓN SEXUAL INTEGRAL EN ESCUELAS DE TODO EL PAÍS**

  Bellucci Antonella, Fundación Huésped.
  Gutierrez Marcelo, Fundación Huésped.
  Villegas Maria, Fundación Huésped.

- **ORGANIZACIONES SOCIALES COMO PRESTADORAS DE INTERNET Y POLÍTICAS PÚBLICAS QUE LAS FOMENTAN EN ARGENTINA**

  De Charras Diego, Universidad de Buenos Aires.
  Rossi Diego, Universidad de Buenos Aires.
  Castello Paula, Universidad de Buenos Aires.

- **LA ÉTICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO GARANTÍA DEL DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN**

  Fanelli Pablo Cristian, Universidad de Buenos Aires.

- **LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y LA PERCEPCIÓN DE LAS Y LOS DOCENTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

  Gaiteri Esmeralda, Universidad Nacional de Córdoba.
  Bruera Rodrigo, Universidad Nacional de Córdoba.
  Alaniz Maria, Universidad Nacional de Córdoba.

- **EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LOS MEDIOS DIGITALES DE CHUBUT DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS PROVINCIALES Y MUNICIPALES IMPLEMENTADAS PARA ENFRENTAR LA CRISIS ECONÓMICA DESATADA POR LA PANDEMIA DE CORONAVIRUS EN EL AÑO 2020. DISPUTAS Y CONTROVERSIAS.**

  Lopez Gustavo, Universidad Nacional Patagonia San Juan Bosco.
  Maestre Marcelo, Universidad Nacional de San Luis.

1308 MESA 20: FORMACIÓN DOCENTE EN COMUNICACIÓN.

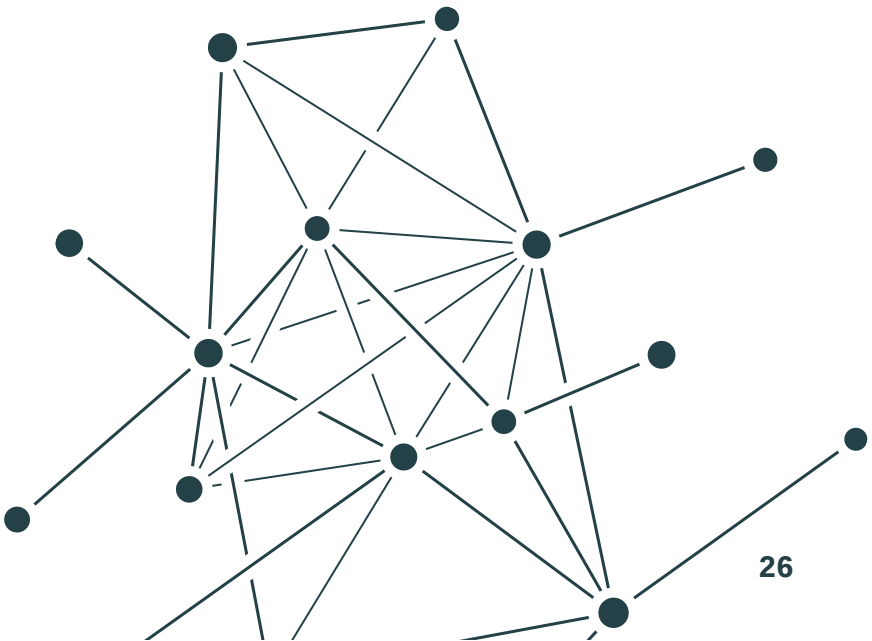
Coordinador/a: Barreras, Luis; Castro, Mariana; Pascual Miriam Anabel

- **EXPERIENCIA LIMINAR: EL YO DEL AUXILIAR ESTUDIANTE**

  Christin Lucas, Universidad Nacional de Moreno.
  Pereyra Marcela Alejandra, Universidad Nacional de Moreno.

- **JORNADA DE FORMACIÓN DOCENTE Y COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN: SOBRE EL REGISTRO, MEMORIA Y SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA**

  Sanguino Silvia Noemí, Universidad Nacional de La Plata.



PROLOGO

POR GUSTAVO NAÓN
(UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOMAS DE ZAMORA, UNLZ)
DECANO FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, UNLZ

SEGUIREMOS DEFENDIENDO A LA COMUNICACIÓN COMO UN DERECHO HUMANO

El XXIV Congreso de RedCom se dio en un 2022 cargado de celebraciones en la primera institución universitaria pública de conurbano bonaerense. La realización del mismo fue uno de los cinco eventos que la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora eligió para integrarlo a los festejos de cincuentenario.

Decidimos incorporar esta actividad a los festejos porque valoramos muchísimo el rol de la Red como un espacio de fortalecimiento, vinculación e intercambio de saberes y experiencias. También, porque le damos mucha relevancia a la conformación de un "nosotros", de una voz federal, entendiendo al mismo tiempo que las diversidades, las diferentes proveniencias y las disímiles realidades que tenemos quienes conformamos este espacio, nos enriquecen y robustecen como miembros.

Esa misma valoración también se la dieron quienes en 1998 crearon la REDCOM, quienes también en el caso de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, hace 22 años en el 2000, realizaron en esta casa el Segundo Congreso de la Red de Carreras de Comunicación. En aquel momento, bajo un tópico que aplicaba para el contexto que tenía que ver con los medios y la comunicación en el nuevo milenio que se iniciaba.

Y cuando repaso lo sucedido en esa edición que inauguraba el milenio no puedo dejar de mencionar algunos nombres de quienes fueron responsables de ese encuentro: Daniel López, Teresa Tsuji, Rubén Canella y el querido Tato Contissa a quien homenajeamos en esta segunda oportunidad como anfitriones.

En aquella edición de la RedCom, Tato presentaba la Caída de los Medios, uno de sus tantos libros, uno de sus tantos aportes filosos y comprometidos. Sabemos, pero se los decimos a quienes aún no lo conocen, que Tato es una figura fundamental para comprender puentes entre la investigación, la docencia y el periodismo comprometido en todo nuestro país y en América Latina.
En su tarea como docente formó a varias generaciones de comunicadores y comunicadoras que pasaron por nuestras aulas y también por las de universidades de este país y de América latina. Siempre tuvo la capacidad de anticipar fenómenos políticos y sociales, la agudeza en los análisis que desarrollaba y sobre todo la destreza para predecir los escenarios tecnológicos que se avecinaban a nivel mediático. Todo eso y más convirtió a Tato en una referencia intelectual de nuestro campo.
Por eso, consideramos que el XXIV Congreso de la RedCom era el ámbito adecuado para rendirle nuestro homenaje, rodeado de profesoras, profesores, de sus seres queridos, de su familia, de estudiantes, y cerca de las aulas. Reconocer a Tato significó dar un mensaje para quienes sueñan que una mejor comunicación puede brindar una mayor calidad institucional y una sociedad más justa e integrada.
fueron responsables de ese encuentro: Daniel López, Teresa Tsuji, Rubén Canella y el querido Tato Contissa a quien homenajeamos en esta segunda oportunidad como anfitriones.
En aquella edición de la RedCom, Tato presentaba la Caída de los Medios, uno de sus tantos libros, uno de sus tantos aportes filosos y comprometidos. Sabemos, pero se los decimos a quienes aún no lo conocen, que Tato es una figura fundamental para comprender puentes entre la investigación, la docencia y el periodismo comprometido en todo nuestro país y en América Latina.
En su tarea como docente formó a varias generaciones de comunicadores y comunicadoras que pasaron por nuestras aulas y también por las de universidades de este país y de América latina. Siempre tuvo la capacidad de anticipar fenómenos políticos y sociales, la agudeza en los análisis que desarrollaba y sobre todo la destreza para predecir los escenarios tecnológicos que se avecinaban a nivel mediático. Todo eso y más convirtió a Tato en una referencia intelectual de nuestro campo.

Por eso, consideramos que el XXIV Congreso de la RedCom era el ámbito adecuado para rendirle nuestro homenaje, rodeado de profesoras, profesores, de sus seres queridos, de su familia, de estudiantes, y cerca de las aulas. Reconocer a Tato significó dar un mensaje para quienes sueñan que una mejor comunicación puede brindar una mayor calidad institucional y una sociedad más justa e integrada.

Cuando pensamos en la actualidad del campo de la comunicación lo que sobresale es la falta certezas que lo rodea y contextualiza. De ahí se desprendió el tópico "Comunicación en tiempos de incertidumbre" y creo que sirvió para graficar que la pandemia que nos azotó durante dos años era una sombra que no se achicaba lo suficiente. Aquel escenario tan próximo nos invitaba a reflexionar y a debatir sobre nuestras prácticas y rutinas profesionales. Ese debate estaba vigente y era muy pertinente en este encuentro, pero cuando el primero de septiembre de 2022 se produjo el intento de asesinato a la vicepresidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, lo que significó un atentado a la democracia argentina, muchas discusiones inevitablemente se focalizaron en la irrupción de discursos de odio que están muy presentes en la conversación pública. Discursos que sabemos avalan la discriminación, representan la comunicación al servicio de la violencia, de la clausura y de la deshumanización.

En las universidades públicas este debate se transformó en ineludible, porque desde nuestras casas de estudios asumimos el compromiso en la formación de futuras y futuros profesionales. Queremos que nuestros estudiantes desarrollen una mirada crítica sobre su profesión.

Desde nuestras instituciones siempre señalamos la matriz corporativa del ecosistema mediático y libramos batallas simbólicas necesarias en pos de la democratización del acceso a la comunicación y la información. La Universidad pública en general y las carreras en comunicación en particular asumieron el desafío de la disputa por esa democratización y la problematización del sentido dado.

Siempre defendimos la idea de que la comunicación es un derecho humano y no un negocio, un espectáculo y mucho menos un elemento para erosionar nuestras democracias o alterar la paz social. Lo seguiremos haciendo como en cada uno de estos encuentros, como ha sido siempre.

POR DIEGO DE CHARRAS
(UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES, UBA)
PRESIDENTE SALIENTE DE REDCOM

El XXIV Congreso de REDCOM llevado a cabo en la Universidad de Lomas de Zamora fue relevante porque se conmemoraba el 50 aniversario de la universidad, pero también porque de algún modo era el retorno a una casa de estudios que fue protagonista en la gestación de la red de carreras de comunicación y periodismo de la Argentina que se apresta cumplir un cuarto de siglo. El congreso se tituló "Comunicación en tiempos de incertidumbre: Tramas, competencias y desafíos en la formación y el ejercicio profesional" y ello fue paradigmático porque fue nuestro primer congreso plenamente presencial luego de las experiencias virtuales desarrolladas en contexto de pandemia en la Universidad Nacional de La Pampa y en la Universidad Nacional de Entre Ríos. Por lo tanto, las referencias al cúmulo de incertidumbres y desafíos no resultaban en vano.

La salida de la pandemia nos dejó una gran cantidad de enseñanzas, de problemas inesperados que se han ido resolviendo sobre la marcha y una inmensa cantidad de interrogantes que aún no hemos resuelto. En el plano educativo, en el laboral y en el mediático. El acceso universal a la conectividad apareció como una necesidad ineludible de ser problematizada. Las y los docentes resolvimos mayormente la formación en pandemia priorizando el sostenimiento del vínculo pedagógico, pero a la vuelta del aislamiento no nos devolvió al punto desde donde partimos. No estamos en el mismo lugar. Todavía nos queda mucho por reflexionar sobre la educación mediada por plataformas, sobre el modo en que la ausencia de las aulas lesionó las relaciones entre estudiantes y de ellas y ellos con sus docentes. Las herramientas de formación y evaluación aún no fueron lo suficientemente problematizadas. Tenemos una tarea pendiente allí.

Por otra parte, el deterioro del debate público a partir de la proliferación de noticias falsas, campañas desinformativas, pero sobre todo del aumento de los llamados discursos de odio, el crecimiento de la agresividad fundada en el anonimato y la violencia política simbólica que puede devenir en acciones violentas concretas

graves debe formar parte de las preocupaciones del campo de la comunicación y el periodismo. Un deterioro que, sin duda, no puede explicarse sin atender, por un lado, a la concentración mediática y, por otro, a una profundización de la acción política de los medios de comunicación en alineamientos partidarios restringiendo la pluralidad de voces y perspectivas en la exposición informativa. Esa deuda con la pluralidad suele ser acompañada por la ausencia de diversidad en la visibilidad de géneros y disidencias y minorías culturales.

Finalmente, el lugar de las plataformas en nuestro diálogo social debe ser un eje central en la reflexión comunicológica. La pregunta por la regulación estatal en entornos signados por regulaciones privadas, la cuestión de la soberanía cultural, el interrogante por la protección de las audiencias, por la jurisdicción jurídica pero sobre todo por su papel en la construcción del debate público mundial son fundamentales. Hoy las plataformas ocupan el lugar de la plaza pública pero, paradójicamente o no tanto, son privadas y oligopólicas. No obstante, un llamado irreflexivo a la regulación estatal puede hacer que el remedio sea peor que la enfermedad. Por otro lado, su impacto en la economía de los medios con una progresiva absorción de la pauta publicitaria pública y privada también resulta un aspecto de necesaria preocupación.

En todas las preocupaciones esbozadas, lo que se ubica como sustrato, sin duda, es la búsqueda permanente por lograr una comunicación más abierta, más participativa pero no desprovista de la pregunta por la responsabilidad que es lo que nos permitirá construir mejores democracias para nuestro continente. Nuestro XXIV Congreso de REDCOM recorrió éstas y muchísimas otras problemáticas de un campo disciplinar en permanente crecimiento y transformación como se puede observar en las páginas que siguen.

POR AIXA BOEYKENS
(UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS, UNER)
PRESIDENTA ENTRANTE DE REDCOM

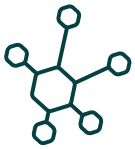
El XXIV Congreso de la Red de Carreras de Comunicación y Periodismo (REDCOM) nos permitió reencontrarnos físicamente tras la pandemia de Covid-19 que sufrimos en 2020 y 2021. La Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ) fue el escenario que -entre el 3, 4 y 5 de octubre de 2022- nos convocó a reflexionar y compartir experiencias bajo el eje "Comunicación en tiempos de incertidumbre. Tramas, competencias y desafíos en la formación y el ejercicio profesional".

Las 89 ponencias que se presentaron en las 20 mesas propuestas permiten analizar cuáles son las problemáticas y debates que atraviesan las diversas dimensiones de la comunicación en esta segunda década del siglo XXI. Al mismo tiempo estas producciones contribuyen a poner voces a las problemáticas singulares de la comunicación que se presentan en los distintos lugares en los que está presente REDCOM a través de sus distintas universidades e institutos. A ello se suma el aporte de ponencias que presentaron personas de otros espacios y países.

Los contenidos plasmados en los ejes Medios y Prácticas Periodísticas; Medios Universitarios; Comunicación, Géneros y Diversidades; Comunicación y Salud, Epistemologías, Teorías y Metodologías de la Investigación; Comunicación y Ciencia; Comunicación Ambiental, Comunicación y Deporte, Comunicación Institucional y Relaciones Públicas; Comunicación Política; Comunicación, Cultura, Arte y Estética; Políticas Públicas; Acceso a la Información, Derecho y Comunicación; Desafíos de la Formación Docente en Comunicación, convocan a reconocer la amplitud de los espacios de intervención de la comunicación social en pos de construir conocimiento socialmente significativo que sean un aporte al espacio público.

En estas Actas pueden encontrarse ponencias que analizan el rol que ocuparon las y los periodistas en las narrativas pandémicas. Otras que se centran en el desempeño de los diferentes medios en la construcción de la agenda informativa desde el paradigma de la comunicación como un servicio y bien público.

También hay presentaciones que analizan el rol que desempeñaron los medios comunitarios durante la pandemia y otros trabajos estudian los desafíos de las radios universitarias en la post pandemia.
Las dificultades que provoca la falta de conectividad a internet en diversos sectores poblacionales urbanos y rurales aparece como una cuestión nodal que restringe el derecho a la comunicación.
Otras producciones indagan en los modos en que se desarrollaron los procesos de comunicación y educación en tiempos de pandemia.
En el eje vinculado a género y diversidades se encuentra la investigación que realiza una reconstrucción de las mujeres de la comunicación en Argentina en la trayectoria del campo académico y que dio lugar al libro Mujeres de la Comunicación que se presentó en el Congreso de Redcom.
Estas Actas son un aporte a las huellas de la memoria en tanto nos convocan a conocer las discusiones y debates que cruzan cada período. En el rol de presidenta entrante de Redcom, electa en la XXIV Asamblea que se realizó en este Congreso en la UNLZ, es de esperar que esta publicación nos permita reflexionar sobre las complejas y diversas realidades de formación donde están nuestras instituciones, los desafíos en torno a estas tensiones, la inserción en el campo de la comunicación y la necesidad de continuar trabajando para fortalecer el derecho a la comunicación.

OBJETIVOS DEL CONGRESO 

- Fortalecer el espacio de debate e intercambio en el campo disciplinar a partir de las exposiciones y presentaciones de experiencias, investigaciones y otras producciones académicas.
- Compartir la producción de conocimiento desarrollada en las instituciones que conforman la RedCom en torno a los ejes planteados como disparadores de debate.
- Potenciar la sinergia interinstitucional en pos de alcanzar mejores estrategias de enseñanza y aprendizaje en el campo de la comunicación.
- Problematizar a la comunicación en estos tiempos de incertidumbre en relación con el futuro de la profesión y las estrategias de enseñanza y aprendizaje.
- Fortalecer a la comunicación como un derecho humano a partir del intercambio y los debates de las universidades miembro de la Red.

MESA 1:

MEDIOS Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS

Coordinadoras de mesa:
Arréguez Manozzo, Soledad; Broitman, Ana;
Ludueña, María Eugenia; Pedelaborde, Paula

LA COMUNIDAD EN LA FRONTERA NORTE DE ARGENTINA

Bayon, Claudio Rafael | UNSa Sede Regional Tartagal
rafaelmaurinho3@gmail.com

Barnes, Carlos Gustavo | UNSa Sede Regional Tartagal
gusstabo.barnes@gmail.com

RESUMEN:

La presente ponencia tiene como propósito generar un acercamiento a la noción de comunidad en la frontera norte argentina, no trata de generar uno nuevo, ni defender uno ya existente. Lo que busca pensar en cómo se configuró la comunidad durante la pandemia del Covid-19, en esta zona confluyen distintos aspectos sociales, económicos y culturales, que la convierten en objeto de estudio ideal para repensar la noción de comunidad y cómo se manifiesta. Entendiendo, que este concepto todavía es sumamente complejo y problemático, lo que sigue generando debates en las distintas disciplinas que la estudian.

Palabras claves: comunidad, medios de comunicación, pandemia.

INTRODUCCIÓN:

El presente trabajo analiza cómo se configura la noción de comunidad durante la pandemia en las radios que emiten en Salvador Mazza, provincia de Salta, norte de Argentina. El lugar en el que se desarrolló la investigación concentra características que iremos desarrollando a lo largo de la ponencia. A modo de

introducción explicamos que se trata de una ciudad que limita con el Estado Plurinacional de Bolivia, frontera porosa en lo geográfico y en lo cultural.
En la provincia de Salta conviven, al menos, 9 pueblos originarios, en Salvador Mazza se puede localizar a 4 de ellos. Consideramos que la noción de comunidad en ese espacio geográfico y cultural amerita un estudio para conocer cómo se fue o no recreando la noción de comunidad en el discurso de las radios locales. Para ello conceptualizamos la comunidad, luego caracterizamos la zona y los pueblos que la habitan y finalmente reflexionamos sobre las radios de la zona durante la pandemia. Los fragmentos radiofónicos grabados corresponden al segundo cuatrimestre del año 2020.

Las preguntas que intenta responder el trabajo son las siguientes: ¿Qué comunidad se construyó desde las radios de Salvador Mazza, provincia de Salta en momentos de pandemia? ¿La frontera y la interculturalidad influyeron en la agenda periodística de las radios de la misma ciudad?

Es importante dejar aclarado que en este escrito se explican los primeros avances a los que se llegó con la investigación. Es un estudio en desarrollo y metodológicamente se asentará en el análisis de contenido, pero no abordaremos el tema en esta ponencia.

La comunidad

Actualmente el concepto de “comunidad”, sigue siendo tema de debate por las distintas corrientes de las ciencias sociales. Desde finales del siglo XIX el término comunidad se relaciona directamente con la filosofía política. Si bien el uso es atribuido a Tönnies (1979) por su libro “Comunidad y sociedad”, donde hace una diferenciación de los dos términos, ya que por lo general muchas veces son confundidos. El autor sostiene que la comunidad posee una estructura cuya unidad no es el producto de la suma de elementos, sino que es algo orgánico natural y la sociedad es el resultado del predominio de los elementos mecánicos, artificiales y racionales que sustituyen esas unidades originarias como la familia, la tribu, entre otras.

El punto central del texto “comunidad y sociedad”, es la relación que existe entre estos dos términos. Para Tonnies (1979), la comunidad es un organismo que se caracteriza por ser orgánica y real, donde los individuos conviven de manera

íntima y privada. Por ello el autor sostienen que:
"Comunidad es lo antiguo y sociedad lo nuevo, como cosa y nombre [...] comunidad es la vida en común duradera y auténtica; sociedad es sólo una vida en común pasajera y aparente. Con ello coincide el que la comunidad misma deba ser entendida a modo de organismo vivo, y la sociedad como agregado y artefacto mecánico (1979, p. 51)".

El interés por la noción de comunidad se ve condicionada por el contexto histórico de cada sociedad y su cultura. Este concepto necesita ser reflexionado y problematizado, para seguir generando nuevas afirmaciones que ayuden a comprender mejor el término. Si bien el concepto de comunidad va adquiriendo nuevas connotaciones a través del tiempo. Este varía de acuerdo con los aspectos comunes que comparten dentro de un grupo social y a su contexto social. Es por esto por lo que conceptualmente para los teóricos el término sigue generando temas de debate dentro de la sociedad, ya que al tratarse de un tema amplio se lo puede aplicar a distintos ámbitos sociales. Y dependiendo del lugar, este también puede variar.

Para la psicóloga social Montero (2004), la definición de comunidad no está condicionada por el territorio, sino que la ve más relacionada con los aspectos psicológicos de la sociedad. Es por ello que la autora afirma que:

"Una comunidad es un grupo en constante transformación y evolución (su tamaño puede variar), que en su interrelación genera un sentido de pertenencia e identidad social, tomando sus integrantes conciencia de sí como grupo, y fortaleciéndose como unidad y potencialidad social". (p. 100).

Desde otro punto de vista el sociológico Weber (1944), sostiene esto acerca de la comunidad:

"Llamamos comunidad a una relación social cuando y en la medida en que la actitud en la acción social [...] se inspira en el sentimiento subjetivo (afectivo o tradicional) de los partícipes de constituir un todo. Llamamos sociedad a una relación social cuando y en la medida en que la actitud en la acción social se inspira en una compensación de intereses por motivos racionales (de fines o de valores) o también en una unión de intereses con igual motivación. La sociedad, de un modo típico, puede especialmente descansar (pero no únicamente) en un

acuerdo o pacto racional, por declaración recíproca (Weber, 1944, p. 40)".

En este texto el autor relaciona el término de comunidad directamente con la acción social, para ello hace una diferenciación entre sociedad y comunidad. Para Weber la comunidad es una relación que se da dentro de la sociedad y comparten lazos afectivos o tradicionales.

Desde otra perspectiva también sociológica, el autor argentino Egg (2003), quien sostiene que la comunidad:

"Es una agrupación o conjunto de personas que habitan un espacio geográfico delimitado y delimitable, cuyos miembros tienen conciencia de pertenencia o de identificación con algún símbolo local y que interaccionan entre sí más intensamente que en otro contexto, operando en redes de comunicación, intereses y apoyo mutuo, con el propósito de alcanzar determinados objetivos, satisfacer necesidades, resolver problemas o desempeñar funciones sociales relevantes a nivel local (Egg, 2003, pág. 33- 34)"

Esta definición de comunidad es más amplia, ya que se la puede aplicar a distintos espacios sociales que comparten distintas maneras de actuar, vestir, hablar, pensar, etc., que configuran su propia comunidad dentro de la sociedad.

La comunidad en Salvador Mazza

Geográficamente, la ciudad de Profesor Salvador Mazza se ubica en el departamento San Martín de la provincia de Salta, a 55 km de la ciudad de Tartagal, cabecera del departamento y a 400 km de la capital provincial. Este departamento es uno de los más grandes de la provincia y está conformado por las localidades de Embarcación, Ballivián, General Cornejo, General Mosconi, Tartagal, Aguaray y Salvador Mazza. Limita con los departamentos de Orán, al oeste, y Rivadavia, al este. En el norte, limita con Bolivia, precisamente con la ciudad de Yacuiba, capital de la provincia de Gran Chaco, departamento de Tarija.

Salvador Mazza tiene una superficie de 9.051 km2 y es una de las localidades más pequeñas del departamento San Martín. Mientras, la frontera se extiende a lo largo de 22 km El único puente internacional de la zona, por donde transitan ciudadanos de ambos países y transportes, se encuentra en el límite con el barrio de San José de Pocitos de la provincia Gran Chaco del Estado Plurinacional de

Bolivia.

La ciudad de Profesor Salvador Mazza tiene aproximadamente una población de 30.739 habitantes. Según el último censo oficial, en 2010 (INDEC 2010), la localidad estaba compuesta por 20.670 habitantes. Pero, en la última década, ha habido un significativo crecimiento de la población y esto puede notarse en el surgimiento de nuevos barrios y algunos asentamientos. Consecuentemente, el paisaje natural también se ha modificado. Al costado de la ruta nacional 34, normalmente, se observan viviendas, pero no cultivos de soja o maíz.

Esta región se encuentra rodeada de las yungas, una espesa vegetación donde se reconocen variedad de árboles como algarrobos (blancos y negros), cedros, palos amarillos, palos blancos, quinas, sauces, talas, yuchanes y lapachos. A la vez se encuentra rodeada de quebradas y ríos. Si bien el suelo es apto para distintos cultivos como la siembra de soja y maíz, esta actividad no se realiza. (Barber, 2019).

Aunque el departamento es una zona rica en recursos naturales, ya que posee petróleo y gas natural, Salvador Mazza no se caracteriza por su explotación, sino por la actividad comercial con Bolivia. La exportación de productos nacionales es más común[1]. Los camiones constantemente están transitando por el puente internacional.

La localidad solo depende del comercio de distintos productos y se configura en función de este, también es fuente de empleo los cargos que se generan en la administración pública nacional, provincial o local. La venta de productos como lácteos, embutidos, bebidas y aceite (entre otros) a ciudadanos bolivianos ha generado un movimiento constante en el puente fronterizo. Sin embargo, con el cierre de las fronteras a causa de la pandemia, el movimiento por pasos ilegales se ha acrecentado generando importantes pérdidas económicas para el país. Todos los días, cantidades enormes de mercadería son transportadas a Bolivia de forma ilegal. Y la ausencia de controles por parte de las autoridades facilita este escenario.

El bagayo (contrabando) era una actividad muy común antes del cierre de la frontera. Los bagayeros, todos ciudadanos bolivianos, iban y venían

[1] Maíz, trigo, soja, lácteos, carnes, bebidas, productos electrodomésticos.

constantemente. Su trabajo era transportar la mercadería de Argentina hacia Bolivia. A partir de la reapertura de la frontera entre la República Argentina y la Estado Plurinacional de Bolivia [2] retomó de modo habitual el tránsito entre los dos países. También había bagayeros argentinos, pero estos transportaban productos provenientes de Bolivia como calzado, ropa, etc., desde Salvador Mazza a localidades como Aguaray o Tartagal.

La situación se modificó a raíz de las causas que a continuación se detallan: la fuerte devaluación del peso argentino ocasionada por la crisis cambiaria y la inflación durante el gobierno del presidente Mauricio Macri (2015-2019), las distintas medidas económicas puestas en funcionamiento, el hecho de contraer una nueva deuda con el FMI y la crisis mundial sanitaria a fines del año 2019 generada por la pandemia de la COVID-19, llevó a los pobladores que de a poco dejaran de traer muchos de los productos del otro país, ya que les resultaban más caros que en Argentina. Aun así, todavía pueden verse bagayeros argentinos, pero en menor medida.

Uno de los aspectos característicos de esta ciudad es el constante intercambio cultural y comercial con la ciudad vecina de Yacuiba, consecuencia de la circulación comunitaria entre las dos ciudades, no solo por el paso legal, sino también por los distintos pasos fronterizos ilegales ubicados en distintos puntos de la ciudad. Muchos barrios o comunidades que se encuentran ubicados en el límite están en constante intercambio con los barrios de Yacuiba.

Es importante destacar que, al limitar con el tercer país productor de hoja de coca, se ha generado un continuo tráfico ilegal de la misma. Así, Gallardo (2017) asegura que “En la provincia de Salta, en los últimos tiempos, se vieron figuras políticas locales de la ciudad de Salvador Mazza, involucrados y hasta prófugos de la justicia, por tener relación con el narcotráfico, e inclusive otras localidades salteñas” (pág. 27). La localidad es conocida por ser uno de los principales pasos de tráfico de hoja de coca. Al ser el límite fronterizo tan extenso geográficamente, el control del mismo se hace difícil.

[2] Mediante la Decisión Administrativa 1041/2021, de la República Argentina, “se autoriza a partir del 28 de octubre de 2021, la apertura del Aeropuerto Internacional ‘Martín Miguel de Güemes’ de la provincia de Salta y del Paso Fronterizo Internacional Salvador Mazza (Argentina) - Yacuiba (Bolivia) como corredores seguros internacionales” (Cancillería de Bolivia, 2021)

Los pobladores de las dos ciudades fronterizas se adecuan a las distintas crisis cambiarias y decretos que afectan al contexto del lugar de una manera particular en el desarrollo económico y social. La interacción entre ambas ha condicionado el desarrollo de una u otra. Teniendo en cuenta esto, es necesario resaltar el concepto de comunidad como un lugar de encuentro, transformación y desarrollo, como la socióloga comunitaria M. Montero (2004, pág.100) explicaba: "una comunidad es un grupo en constante transformación y evolución (su tamaño puede variar), que en su interrelación genera un sentido de pertenencia e identidad social, tomando sus integrantes conciencia de sí como grupo, y fortaleciéndose como unidad y potencialidad social". En una comunidad que con el paso del tiempo ha ido transformándose y evolucionando como Salvador Mazza, este sentido de pertenencia e identidad se ha fortalecido.

Las comunidades indígenas de Salvador Mazza

Según el padrón del I.P.P.I.S.[3] actualmente en Salvador Mazza se encuentran registradas 18 comunidades: El Obraje, Playa Ancha, El Chorro, Caraparí, La Bendición, monte Sinaí, Arenales, Ferroviario, San Antonio, Lucero del Alba, Lapacho, La Pista, Ñandereta, Ñanderu, Ipora, Bapurenda, Churqui Pampa y Kuña Ikavi. La población se encuentra compuesta por pobladores criollos y pueblos originarios, además de extranjeros, en su mayoría bolivianos y una minoría de otros países de Latinoamérica. La población originaria está compuesta por un 84 % de guaraníes, 10 % de wichís y un 6 % de kollas. El porcentaje es establecido de acuerdo con el número de comunidades de las mismas etnias, sin tener en cuenta la densidad de la población de esas comunidades. Dentro de los pueblos originarios podemos encontrar comunidades de etnia chané, chiriguana, guaraní, kolla y wichí (I.P.P.I.S., 2018).

Entre las comunidades de la etnia guaraní se encuentran: El Arenal, El Obraje, Caraparí, Ferroviario, La Bendición, San Antonio, El Chorro, La Playa, Lucero del Alba (Yas+Tata Guazu Kpeti), Lapacho, La Pista, Yanderenta, Ñanderu (Luciono Yepez), Ipora (Pueblo Hermoso), y Bapurenda. Entre las comunidades de la etnia wichí se encuentran la comunidad monte Sinaí y la comunidad Kuña Ikavi. Y, por

[3] Padrón Provisorio de Comunidades Indígenas, con registro de Personería Jurídica en la Provincia, En Inst. Nac. de Asuntos Indígenas convocadas para elección de Autoridades del I.P.P.I.S. Ley N° 7121 Y Dcto. 2421/14.

último, la comunidad kolla Churqui Pampa. Sin embargo, algunas comunidades albergan más de dos etnias, tal es el caso de Kuña Ikavi, donde conviven guaraníes y wichís (I.P.P.I.S. 2018).

La mayoría de las comunidades se ubican en la periferia de la ciudad y otras al costado de la ruta 34; en época de lluvia se hace difícil el acceso a algunas de ellas. Tal es el caso de La Bendición, monte Sinaí, La Playa y El Chorro.

Algunas de estas comunidades cuentan con sus propias escuelas[4], así que los niños pueden acceder fácilmente a la educación y no tienen las dificultades de aquellos que se ven obligados a salir de sus comunidades para asistir a escuelas ubicadas más al centro de la ciudad. Sin embargo, muchas de estas escuelas no tienen maestros bilingües. Los alumnos se tienen que adaptar y solo utilizar el español. Lo mismo pasa en el nivel secundario. Entre las escuelas que pertenecen a las comunidades, se encuentran: la Escuela N° 4825 de la comunidad monte Sinaí, la Escuela N° 4829 de etnia guaraní y la Maporenda Ex N° 353 de la comunidad La Pista.

Las únicas comunidades que cuentan con una escuela secundaria son La Bendición y Caraparí. La nueva infraestructura del colegio secundario N° 5233 “La Bendición”, se inauguró[5] el 10 de junio de 2022, pero este ya contaba con un total de 120 alumnos matriculados.

Entre las actividades más comunes de estas comunidades se encuentran: el cultivo de maíz, de verduras y hortalizas; la cría de animales, como gallinas, chivas y cerdos; la artesanía, como la producción de canastas y muebles tejidos. Tanto el cultivo como la crianza de animales les sirve como medio de subsistencia, mientras que las canastas y muebles se fabrican para ser vendidos y así generar un ingreso económico extra. Los originarios recorren los distintos barrios ofreciendo sus productos, y otras veces se ubican en lugares fijos, donde hay más movimiento de gente.

---

4 https://apps.se.gob.ar/_des/mediawiki/index.php/SALTA_GENERAL_JOSE_DE_SAN_MARTIN_PROFESOR_SALV ADOR_MAZZA

5 https://www.salta.gob.ar/prensa/noticias/jovenes-de-comunidad-la-bendicion-estudiaran-en-modernas instalaciones-educativas-82912

En la frontera, la cultura wichí no es tan conocida como la guaraní; una causa puede ser que no haya sido tan difundida y se los reconoce solo por vender sus artesanías. Hasta hace unas décadas era más común verlos circulando por los distintos lugares vendiendo sus productos. En la actualidad, ya son muy pocos los que realizan esta actividad. Tal vez esto se deba a que la mayoría tiene algún tipo de ayuda social que les permite sobrellevar una mejor calidad de vida, y una característica de esto se puede observar en la escolarización de los niños y adolescentes pertenecientes a estas comunidades.

Mientras, la cultura guaraní es la más conocida porque es el pueblo originario más numeroso en la zona. Su festividad, el Arete Guazú, se hizo muy popular, ya que cada vez que se lleva a cabo en alguna comunidad asiste gente de toda la localidad; originarios y criollos. En tanto los wichi se ubican más hacia el este de la provincia de Salta.

Algunos de estos pueblos originarios ya vivían en el lugar antes de la fundación de Salvador Mazza. Y otros se fueron asentando[6] con el tiempo.

El 19 julio de 1932 comenzó la Guerra del Chaco entre Bolivia y Paraguay, conflicto[7] que duraría 4 años, lo que ocasionó que muchos guaraníes se vieran obligados a abandonar sus tierras. Al ser un pueblo pacífico, la mayoría decidió huir de la guerra. Así, muchos guaraníes provenientes de los dos países en conflicto se asentaron en el norte de la provincia de Salta, la mayoría en los departamentos de Rivadavia y San Martín. Según autores bolivianos como F. Durán y otros (2015), en su libro “Bolivia, su Historia, Gestación y emergencia del nacionalismo 1920-1952”, sostienen que los pueblos originarios se vieron de pronto invadidos por la cuestión bélica; estos pueblos eran pacíficos en su gran mayoría, ya que compartían lazos de sangre, territorio, y por esa cuestión se oponían a participar de la guerra. Esto ocasionó que se desplazaran hacia la Argentina huyendo del conflicto bélico de ambos países. En palabras del autor F. Pifarre (1989), que sostiene que unos 10,000 fueron desplazados, una gran parte

[6] **La necesidad de mano de obra barata y dócil para el trabajo en los aserraderos y obrajes, impulsó a los propietarios a contratar aborígenes provenientes de Campo Durán y del sur de Bolivia, los cuales se instalaron en comunidades en las tierras aledañas a la Quebrada de Guandacarenda, donde permanecen hasta el presente. (Paredes, 2015, pág. 112)**

[7] Allí se encontraron con varios pueblos que habitaban esos parajes desde antes de la llegada de los españoles, como los matacos, tapietes, tobas, chulupíes, guaraníes, paraguayos y bolivianos. (Duran, 2015, pág. 78)

emigró hacia el norte de Argentina, otro tanto al interior de Bolivia y el resto al Chaco Paraguayo.

Los guaraníes comenzaron a establecerse junto a los pobladores más antiguos de la localidad. Antes ya se habían asentado algunas familias extranjeras, por ejemplo, sirios. De esta manera, comenzó a desarrollarse un intercambio cultural y económico en la zona.

Antes de que se inaugurara[8] En 1978 el puente internacional que conecta el centro de Salvador Mazza con el barrio de San José de Pocitos, Bolivia, ya había contrabando de distintos productos. Las primeras obras del puente comenzaron en 1974 y culminaron en 1978, donde asistieron para la inauguración los presidentes *de facto* de Argentina, Jorge Videla, y de Bolivia, Hugo Banzer Suárez.

La pandemia en la comunidad de Salvador Mazza

Durante el periodo del ASPO en el 2020, la localidad de Salvador Mazza se vio afectada en la forma en que se percibía la comunidad hasta ese momento. Debido a distintos factores sociales, económicos e interculturales; permanente se entrelazaba con la vecina ciudad de Yacuiba, del Estado Plurinacional de Bolivia.

En esta integración entre ambas ciudades fronterizas, la comunidad adquiere una significación especial pensada desde una mirada comunicacional. La tradición latinoamericana de esta disciplina hizo de la comunicación comunitaria un área de mucho movimiento, tanto en las prácticas como en la teoría generada.

Durante esa etapa los medios de comunicación funcionaron como nexo de construcción de significados acerca de lo que es una comunidad. Si bien la pandemia afectó de manera negativa en la población. Debido al abandono de las autoridades provincianas y municipales en tema de salud pública. Los medios de comunicación organizaron junto a la población una campaña para recaudar fondos suficientes que permitieron controlar la circulación comunitaria del virus Covid-19.

---

8 https://www.salta.gob.ar/prensa/noticias/el-pueblo-de-salvador-mazza-festejo-un-nuevo-aniversario-de-su fundacion-25766

El fenómeno del COVID-19 es mundial, aunque se haya liberado la actividad previa a la pandemia aún no se ha afirmado que terminó. No solo afectó a Salvador Mazza, fue mundial y aún se está describiendo las consecuencias. A los efectos de esta tesis nos referiremos a la ciudad que tomamos como objeto de estudio.

Durante el proceso del ASPO de 2020 en la ciudad de Salvador Mazza, las radios, cumplieron un papel determinante dentro de la comunidad cuando comenzó a circular el virus de manera comunitaria entre las ciudades de Yacuiba y Salvador Mazza. Una de las causas de esa circulación fueron las distintas actividades comerciales legales e ilegales por parte de los habitantes de las dos ciudades, ocasionando un colapso sanitario en el hospital de la localidad. Sobre este tema un artículo de Pagina12 afirma que en agosto de ese año la curva de contagio aumentó notablemente. *"Pese a la seguridad que hay, las filtraciones (de personas en la frontera), continúan", dijo a Salta/12 Héctor Quiroga, médico vocero del Hospital de Salvador Mazza. Indicó que "de los 27 positivos de COVID-19 en Salvador Mazza, solamente 13 fueron importados, mientras el resto se corresponde con contactos estrechos de las personas que traspasaron la frontera seca"* (Pagina12, 4 de agosto de 2020).

Por otra parte, la pandemia reconfiguró la manera en que vivían las personas, si bien la circulación entre las ciudades vecinas estaba prohibida, era común encontrar vecinos del otro país comprando en nuestra localidad y viceversa. Esto ocasionó un problema para las autoridades, ya que todos los días se evadía impuestos nacionales, provinciales y municipales. Esta situación era difícil de controlar, debido a los distintos pasos ilegales que existen en la localidad por donde las distintas mercaderías pasaban de una ciudad a otra.

Si bien un sector poblacional de la ciudad cuenta con recursos económicos por el comercio internacional, las instituciones públicas, como el hospital, no cuentan con los recursos básicos sanitarios para poder controlar una pandemia. Es por eso por lo que la radio tuvo que organizar una campaña solidaria durante dos días, logrando recaudar la suma de un millón y medio de pesos, los cuales fueron donados al hospital de la localidad para la compra de insumos necesarios para poder combatir el virus del COVID-19. Con el dinero recaudado se pudieron comprar guantes, barbijos, termómetros, alcohol en gel, tubos de oxígeno,

mascarillas, etc. A esta campaña también se sumaron los comerciantes de la ciudad, los cuales donaron trajes sanitarios, medicamentos y otros insumos necesarios para el hospital local. Esto ayudó a controlar la circulación comunitaria del virus. Otra consecuencia de esto fue que las personas que necesitaban utilizar respiradores automáticos eran derivados al hospital de la ciudad cabecera Tartagal, el cual se veía también colapsado por los pacientes que llegaban de las distintas localidades.

Durante este periodo también se habilitó la escuela Madre Teresa de Calcuta como hospital para que las personas con los síntomas de COVID-19 realizaran la cuarentena y el hospital no colapsase nuevamente. También se habilitó el Colegio la E.C.A.A. como albergue para los repatriados que provenían de Bolivia, donde se les realizaban los distintos estudios para el COVID-19.

Aunque la situación en Salvador Mazza no era la óptima en cuestión de salud pública, la solidaridad estaba siempre presente en los habitantes. El hospital de Salvador Mazza donó 6 tubos de oxígeno a la ciudad vecina de Yacuiba, debido a que la situación en el país de Bolivia era más grave que en esta ciudad. Si bien esto generó controversia en algunos vecinos, el hecho no pasó a mayores consecuencias. Es importante este detalle porque da cuenta de la proximidad que sienten los vecinos, más allá de las fronteras.

Por otra parte, durante el mes de septiembre del mismo año, a causa de la circulación del virus y la falta de insumos médicos, los comerciantes y vecinos de Salvador Mazza realizaron varias marchas pidiendo la recategorización del hospital de la ciudad. La primera marcha se realizó el jueves 8 de septiembre, participaron vecinos de distintos barrios, organizaciones sociales y algunos comerciantes encargados de convocar a la marcha. Las siguientes se realizaron todos los viernes de cada semana durante el mes de septiembre, pero ninguna de las marchas tuvo relevancia a nivel provincial, a causa de la poca difusión que los medios de comunicación realizaron. Solo las radios locales se hicieron eco de estas marchas realizadas, transmitiendo en vivo por las distintas emisoras y plataformas digitales como *Facebook, Instagram, YouTube*, etc. En estas marchas también se encontraron diferencias políticas y sociales, ya que luego de la primera marcha se pidió a los vecinos que no iban a asistir a la marcha que acompañarán desde sus casas golpeando cacerolas cuando las caravanas de

autos pasarán por los distintos barrios. En ellas también se exigía la renuncia del encargado del hospital local por la mala atención que realizaba a los vecinos.

Otro acontecimiento importante durante la cuarentena fueron los incendios que se produjeron en las comunidades y parajes del Sauzal, Sector 5, La Playa y San Cayetano, debido al intenso calor, la falta de agua y la sequía, que fueron las principales características para que el incendio avanzara rápidamente por las distintas comunidades rurales. Esto ocasionó que los propios vecinos de los parajes combatieran los distintos focos de incendio con baldes de agua. Los bomberos voluntarios no podían controlar solos los focos de incendio y necesitaron la ayuda de vecinos, gendarmería, policía y defensa civil para poder controlar los incendios. A pesar de lograr controlar los incendios, los vecinos perdieron sus pequeñas siembras de hortalizas, maíz y pastizales de sus pequeños campos.

Otro factor importante durante este periodo fue la falta de agua y los cortes de la energía eléctrica sin previo aviso a causa de los intensos calores que se suscitaron en los meses de septiembre y octubre de 2020. Los servicios colapsaron por el alto consumo que se produjo en esos meses; vecinos de las partes más alejadas, como los parajes, las comunidades originarias, las partes más altas de los distintos barrios, se quedaron sin agua. En este sentido, un hecho que molestó a gran parte de la población fue que un funcionario municipal contrató los servicios de Aguas de Salta para llenar su pileta. Este suceso se hizo conocido en la nación, llegó a los medios nacionales y provinciales de noticias. En este sentido, un artículo de Canal 9 de Buenos Aires afirmaba:

*En esta época del año, ya comienzan los días agobiantes en Salvador Mazza, Salta, y se empiezan a sufrir los cortes de agua por la falta de lluvias desde hace varios meses (...) Con 40 grados, como llegó en las últimas horas, hubo un funcionario local que se ganó el desprecio y la indignación de todo. (*Canal 9, 20 de octubre de 2020*).*

Por otra parte, vecinos pertenecientes al paraje Madrejones, ubicado en la parte más rural de la localidad, convocaron a un corte de ruta por la falta de solución del municipio en estas dificultades del agua. El tanque cisterna nunca abastecía de agua en el paraje, y por consecuencia de la sequía y la falta de agua, los pozos

de agua se encontraban secos, al igual que las acequias, y los animales no tenían donde pastar y beber agua. Los vecinos del paraje tenían que venir a la ciudad para poder satisfacer sus demandas.

Durante la cuarentena, en la frontera norte se produjeron distintas oportunidades económicas. Se formó la asociación de moto taxis, se incrementó el servicio de fletes y carros, personas de las distintas localidades cercanas a la ciudad empezaron a venir a trabajar diariamente, abrieron nuevos comercios, se crearon depósitos en los distintos barrios de la ciudad para almacenar las distintas mercaderías que luego eran pasadas para el país vecino.

CONCLUSIONES PROVISORIAS

Esta investigación está en proceso de desarrollo por ello las conclusiones aún son prematuras. Luego de la aclaración

Durante la pandemia se construyó una noción en la que los vecinos de la ciudad eran responsables, solidarios y comprometidos con las causas sociales de la comunidad en general. Otro aspecto importante es que se da lugar a las voces de las comunidades y parajes de los distintos pueblos originarios de la ciudad de acuerdo con el contexto de la pandemia.

Si bien en ningún momento durante los programas se define una noción de comunidad literalmente, se logran resaltar algunos aspectos importantes, como la solidaridad, la lucha, la unión, el sentido de pertenencia, etc., que enmarcan el significado de esta palabra de acuerdo con autores como el sociólogo alemán Tönnies (1979), quien describe las relaciones sociales más básicas y espontáneas atribuidas a la comunidad y las más reglamentadas atribuidas a la sociedad. Es por ello por lo que afirma: “Así, la comunidad es pensada como un modo de "unión" a partir de vínculos como la solidaridad o lazos de parentesco o amistad”.

De esta manera, podemos concluir que la noción de comunidad que se da a conocer durante este período está más relacionada con las teorías tradicionales de algunos autores que con una definición de comunidad relacionada al comportamiento humano.

La agenda periodística durante el mes de octubre se configuró sobre tres temas principales, que tuvieron un hilo a lo largo del mes, lo que ayudó a construir las nociones que circularon en el discurso radiofónico del programa.

1. Necesidades de comunidades y parajes

2. Corrupción de las autoridades de la municipalidad

3. Economía y falta de oportunidades laborales

Durante el mes de octubre se construyó una noción donde los vecinos de la ciudad eran solidarios, unidos a pesar de las diferencias culturales. Otro aspecto importante es que se trata de dar una definición de lo que significa vivir en comunidad por parte del emisor en su discurso radiofónico.

1- “No saben convivir en comunidad, vivir en comunidad quiere decir compartir intereses, pero también compartir deberes”.

Si bien esta es la única definición de comunidad que aparece explícitamente en el discurso radiofónico, se pudo obtener varios aspectos que logran crear una noción de comunidad, aspectos como la ubicación geográfica, repetir el nombre de ciudad, dar a conocer deberes y obligaciones que tienen los ciudadanos, diferenciar el trato que tienen las autoridades con los vecinos, diferenciarse de los vecinos de Yacuiba, entre

Provisoriamente podemos afirmar que la radio en Salvador Mazza se convirtió en el único medio masivos de comunicación local que informó durante los primeros meses del período de ASPO, agregamos que las nociones de comunidad formuladas desde las ciencias sociales, aunque son variadas en algún punto confluyen en el discurso periodístico de la radio. Lo que sí se puede advertir es que a pesar de ser una frontera intercultural habitada por pueblos originarios el discurso de la radio es uniforme.

BIBLIOGRAFÍA

- Articulo Colegio La Bendición extraído de https://www.salta.gob.ar/prensa/noticias/jovenes-de-comunidad-la-bendicion estudiaran-en-modernas-instalaciones-educativas-82912
- Articulo aniversario Salvador Mazza extraído de https://www.salta.gob.ar/prensa/noticias/el-pueblo-de-salvador-mazza-festejo-un nuevo-aniversario-de-su-fundacion-25766
- Artículo de los primeros pobladores de la ciudad extraído de https://www.eltribuno.com/salta/nota/2014-8-29-0-21-0-la-historia-de-los-primeros pobladores-de-la-region
- Barber, Eduardo L. G. (2019). Peligrosidad Geológica del Paso Fronterizo Puente Internacional Profesor Salvador Mazza, provincia de Salta, Argentina, Servicio Geológico Minero Argentino (SEGEMAR), Buenos Aires 2019
- Cancillería de Bolivia (2021) extraído de https://www.cancilleria.gob.bo/webmre/noticia/4689#:~:text=Mediante%20la%20Decisi%C3%B3n%20Administrativa%201041,%2D%20Yacuiba%20(Bolivia)%20como%2 0corredores.
- Censo datos INDEC 2010 extraído de https://apps.se.gob.ar/_des/mediawiki/index.php/SALTA_GENERAL_JOSE_DE_SA N_MARTIN_PROFESOR_SALVADOR_MAZZA
- Carta Orgánica Salvador Mazza extraído de http://www.saij.gob.ar/8111-local-saltacarta-organica-municipio-profesor-salvador-mazza-lpa0008111-2018-10-18/123456789-0abc-defg-111-8000avorpyel?&o=8&f=Total%7CFecha%5B50%2C1%5D%7CEstado%20de%20Vigencia/Vigente%2C%20de%20alcance%20general%7CTema/Derecho%20administrativo/Municipalidad/carta%20org%E1nica%20municipal%7COrganismo%5B5%2C1%5D%7CAutor%5B25%2C1%5D%7CJurisdicci%F3n%5B5%2C1%5D%7CTribunal%5B5%2C1%5D%7CPublicaci%F3n%5B5%2C1%5D%7CColecci%F3n%20tem%E1tica%5B5%2C1%5D%7CTipo%20de%20Documento&t=43#
- Canal 9, 20 de octubre de 2020 https://www.elnueve.com.ar/2020/10/20/indignanteel-funcionario-se-hizo-llenar-la-pelopincho-en-salta

- Duran, L.V. y otros (2015). Bolivia su historia, Tomo V Gestación y emergencia del nacionalismo 1920-1952, Coordinadora de Historia, Bolivia 2015.
- Guyot, C. (2020). Pensar la crisis: 15 reflexiones en torno al coronavirus. Publicado en https://www.redaccion.com.ar/pensar-la-crisis-15-reflexiones-en-torno-a-la pandemia-del-coronavirus/ Consultado el 30 de septiembre de 2020.
- Pagina12, 4 de agosto de 2020 https://www.pagina12.com.ar/282807-en-salvador mazza-esperan-mayor-cantidad-de-contagios-a-fine
- Montero, M (2004). Introducción a la Psicología Comunitaria: Desarrollo, conceptos y procesos (1ª ed.). Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Padrón Provisorio de Comunidades Indígenas, con registro de Personería Jurídica en la Provincia, En Inst. Nac. de Asuntos Indígenas convocadas para elección de Autoridades del I.P.P.I.S. Ley N° 7121 Y Dcto. 2421/14.
- Paredes P. (2015). Élite comercial y poder político en una comunidad de frontera. Pifarré, F. (1989). Los guaraní-Chiriguanos II: Historia de un pueblo. La Paz: Centro de Investigación y Promoción del Campesinado, 1989, 542 p.
- Rezsohazy, R. (1988): El desarrollo comunitario. Narcea, Madrid.
- Tönnies, F. (1979). Comunidad y Asociación. Ediciones Península, Barcelona.
- Weber, M. Economía y Sociedad: v. I. México: Fondo de Cultura Económica

LA COMUNICACIÓN, LOS MEDIOS Y EL TURISMO EN SANTA CRUZ EN EL NUEVO CONTEXTO. EL CASO TRES LAGOS.

Fernández, Alfredo Oscar | UNSa Sede Regional Tartagal
Afernandez@uarg.unpa.edu.ar

Ramos, Maria Gabriela | UNSa Sede Regional Tartagal
Gramos@uarg.unpa.edu.ar

RESUMEN

La relación entre la comunicación, los medios y el turismo se fue transformando y redefiniendo en los últimos años. Sin embargo, el tiempo de confinamiento vivido durante la pandemia de COVID 19 aceleró los procesos que ya se estaban vislumbrando. Todo esto fue muy evidente en zonas donde el turismo era el principal ingreso económico y motor del desarrollo regional.
Desde el equipo de investigación de medios de comunicación de la UNPA UARG se decidió abordar a fines del año 2019 la temática de Comunicación y Turismo en Santa Cruz evidenciando problemáticas provinciales (la distancia entre localidades y las malas condiciones de accesibilidad y conectividad) pero desconociendo lo que posteriormente iba a suceder a nivel mundial. Este nuevo contexto nos obligó a redefinir objetivos, metodologías y perspectivas que teníamos previamente diseñadas.
¿Cuál es el rol que cumplen los medios de comunicación en las localidades menos conocidas, pero que tienen atractivos y recursos de primer nivel? ¿Cuáles son las estrategias comunicacionales que se llevan adelante para la promoción y difusión de los recursos turísticos?

En este marco, desde este proyecto de investigación se decidió realizar una intervención en la localidad de Tres Lagos situada en el centro de la provincia de Santa Cruz. El objetivo de la intervención era conocer cómo una pequeña localidad ubicada sobre la conocida Ruta Nacional 40 estaba posicionada como lugar turístico para atender una demanda que se potenciaría luego de la pandemia.

En este trabajo se realizará una descripción de las tareas desarrolladas con diversos actores -incluídos los medios de comunicación-, la metodología de intervención utilizada y los resultados en el territorio.

PALABRAS CLAVES

Comunicación, turismo, medios de comunicación, territorio, estrategias de comunicación, recursos turístico

INTRODUCCIÓN

Tal como lo describimos en trabajos presentados en congresos anteriores de RedCom (La Pampa 2020 y Paraná 2021), en la provincia de Santa Cruz los destinos turísticos más importantes debieron repensar sus estrategias de comunicación. Así se revalorizó la relación entre las agencias, los prestadores de servicios turísticos, el estado y los medios de comunicación como agentes fundamentales para la activación de este sector productivo. Otros destinos con menos difusión debieron apelar a nuevas estrategias de comunicación para posicionarse como integrantes de una oferta provincial que iba a crecer, ante la aplicación de políticas de promoción y difusión, entre ellas el programa PreViaje 1 y 2.

En el mes noviembre de 2021, luego de comenzar a retomar de a poco la presencialidad en la Universidad Nacional de la Patagonia Austral (Argentina) y la apertura en la circulación libre por la provincia,desde el proyecto de investigación “Comunicación y turismo en el desarrollo de las localidades situadas al margen de la ruta 40 de la provincia de Santa Cruz”, se decidió seleccionar una localidad de la provincia de Santa Cruz para realizar una intervención en territorio. Esta localidad debía formar parte del relevamiento que se había hecho de manera

virtual. Tal como se manifestó en trabajos anteriores, en base a la información que se publica la Secretaría de Estado de Turismo de la provincia en su sitio web www.santacruzpatagonia.gob.ar, se identifican tres corredores en la provincia: 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 (Fernández et al, 2020)

Para esto fue seleccionada la localidad de Tres Lagos, situada en el departamento de Lago Argentino al margen de la ruta 40, y con 282 habitantes según el censo realizado en el 2010. Se encuentra a 132 km de El Chaltén, 165 km de El Calafate y 402 km de Río Gallegos, la ciudad capital de la provincia de Santa Cruz.

Según se indica en la web de la Secretaría de Estado de Turismo de Santa Cruz su origen como poblado se remonta a los primeros años del siglo XX, cuando los carros cargados de lana de las inmensas estancias existentes en la zona de Lago Argentino, Lago Viedma y Lago San Martín, sobre la Cordillera de los Andes, se trasladaban a Comandante Luis Piedrabuena (en la Ruta Nacional 3, poco antes de Puerto Santa Cruz) y regresaban cargados de víveres. Las enormes distancias sumadas a la inexistencia de caminos y puentes, hacían que esa travesía llevara casi un mes de viaje. La necesidad de prestar facilidades de alojamiento y proveer de provisiones los viajeros y forraje para los animales de tiro, hizo que comenzara a formarse pequeños caseríos.

En 1937 recibió el reconocimiento institucional como pueblo, junto con la nueva denominación: Tres Lagos, relacionada con el cruce de caminos que llevan a los Lagos Argentino, Viedma, Tar y San Martín; creándose también la primera escuela, el Juzgado de Paz y una dependencia de la entonces policía territorial. Ya existía, también, una pulpería, de la familia Alquinta. Fue fundado oficialmente como localidad el 3 de agosto de 1973, por ley provincial.

En este contexto, desde el equipo de investigación se delinearon una serie de interrogantes relacionados a: los recursos turísticos que se promocionan en los sitios web y los que reconocían los referentes de la localidad, las acciones de promoción realizaban y los medios de comunicación que se utilizan con mayor frecuencia en la localidad.

Cabe aclarar que estos interrogantes surgieron a partir de relevamientos que anteriormente se realizaron desde el equipo de investigación a proveedores turísticos, a referentes turísticos provinciales y a responsables de sitios web de las diferentes direcciones de turismo de las localidades de la provincia. A partir de estos datos y de identificar los que se relacionaban con la localidad seleccionada, pudimos planificar esta intervención. Los datos se detallan más adelante.

METODOLOGÍA

La visita de campo a Tres Lagos se realizó los días 24 y 25 de noviembre de 2021. Como se indicó anteriormente era la primera salida de campo luego de la pandemia de Covid-19. De hecho, el protocolo aplicado para la Universidad no permitía que en el vehículo viajen -además del chofer- más de dos investigadores, por lo que hubo que restringir el equipo de trabajo.

Para esta intervención en territorio se pensó en primer término recurrir a la entrevista y a la observación como herramientas de recolección de datos. A la entrevista porque tal como lo define Díaz Bravo (2013) citando al Diccionario de Ciencias de la Educación Vol 1 (1983) La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar.

Y a la observación porque es una herramienta que nos permite tomar notas de lo que reconocemos en el territorio y de las diferentes percepciones que tiene el equipo que participa para luego poder realizar una puesta en común y analizar lo registrado.

Previo a realizar el viaje se destinaron una serie de jornadas en las cuales se planificaron las entrevistas a los y las principales referentes de la localidad. Para esto, en primer término, se identificó como actores principales a: el intendente de la localidad, a los integrantes de la Dirección de Turismo y al responsable de la producción de contenidos mediáticos. Luego, en la misma ciudad, surgió la oportunidad de entrevistar a una de las responsables del Museo local que en un principio no había sido tenido en cuenta porque -el museo local- no figuraba en el folleto de referencia de Tres Lagos. Este dato nos resultó muy significativo debido a que un indicio que en la información que se brindaba en el mapa de referencia de la localidad que se entregaba en la Dirección de Turismo no se encontraba completa, por diferentes razones.

Por otra parte, se utilizó como herramienta de recolección de datos el relevamiento de las diferentes producciones de mediáticas de difusión de los recursos turísticos que se encontraban en la dirección de turismo y en el museo local. Para esto se recolectó toda la folletería disponible, como así también los diferentes productos comunicacionales que se ofrecían a los turistas y/o se llevaban a diferentes exposiciones en las cuales se hacía presente la localidad.

ANÁLISIS/RESULTADOS

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.

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.

Con referencia al desarrollo de la actividad turística el autor 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 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.

Luego de lo anteriormente expuesto, en el desarrollo de lo que fue esta experiencia en territorio en la localidad de Tres Lagos, retomaremos los tres grandes interrogantes planteados previamente relacionados al reconocimiento y promoción de recursos turísticos, la capacitación y actualización profesional y la infraestructura en comunicación existente en la localidad.

RECONOCIMIENTO Y PROMOCIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

En primer lugar, es conveniente definir que un recurso turístico. Se entiende por recurso turístico los bienes (naturales, culturales y humanos, tangibles e intangibles, muebles e inmuebles) con características relevantes. (Navarro, 2015, p 348). Estos bienes suelen ser la base de productos turísticos.

En el caso de la localidad de Tres Lagos, las personas entrevistadas reconocieron recursos turísticos con potencial a: La Piedra clavada, los Petroglifos, la Réplicas, las Pinturas Rupestres (el acceso al sector donde se encuentran las pinturas rupestres se realiza por sectores que pertenecen a estancias privadas; dichos accesos no están señalizados. Solo se brindan indicaciones en la Dirección de Turismo para poder llegar), y el Cerro Bagual (sitio de estudio arqueológico). Cabe aclarar, que si bien estos recursos cuentan con reconocimiento regional, y en el caso de los sitios arqueológicos con reconocimiento internacional, en el momento de visita a la localidad en el 2021 la misma no figuraba en la web de turismo de la provincia, situación que fue subsanada en los meses siguientes.

Con referencia a la promoción de los recursos turísticos que se identificaban desde la dirección de turismo de la localidad, se relevó que participan en diversas ferias de promoción que se realizan en la provincia (por ejemplo expo turismo provincial), como así también el evento de la Feria de Turismo que se desarrolla en Buenos Aires anualmente. Además suelen realizar publicaciones de difusión en el sitio web Ahora Calafate, de la ciudad de El Calafate. Sin embargo, las personas que realizaron estas acciones no pudieron medir el impacto de estas debido a que no formaban parte de un plan estratégico de comunicación y turismo sino que son acciones de promoción que se realizan a medida que surge la necesidad de hacerlo. Los mismos reconocen este punto como una gran debilidad que deben abordar.

Las producciones mediáticas que se realizan en este contexto son muy limitadas. Solo se identificaron folletos o trípticos elaborados por organismos nacionales con detalles de cada sitio arqueológico y/o turístico, y un folleto de la localidad en donde se identifican los sitios principales. La escasa producción se debe a que los mismos integrantes del área afirman que “no cuentan con la capacidad técnica ni de personal” para realizarlo.

Por último, en lo referente a la imagen que tienen los propios habitantes sobre si son o no una ciudad turística, no queda claro de las entrevistas realizadas si lo desean, o si el turismo es una cuestión ajena a ellos. Por lo tanto se planificaron desde el proyecto acciones para considerar y lograr un mayor posicionamiento de una localidad con la reflexión sobre la existencia de una marca ciudad, para que los habitantes puedan apropiarse de esta idea, que -evidentemente- generará nuevos recursos económicos y desarrollo para todos.

CAPACITACIÓN Y ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN Y TURISMO

En primer término, los entrevistados manifestaron la necesidad de contar con capacitación y acciones de actualización profesional, ya que ninguno de ellos tenía un título en turismo, ni siquiera la habilitación local como guías idóneos. De hecho, expresaron que no podían subir a los ómnibus con turistas para guiarlos a los recursos arqueológicos cercanos (pinturas rupestres, petroglifos, etc.) por no contar con dicha habilitación. Se debe dejar expresa constancia que al regreso a la ciudad de Río Gallegos se manifestó esta inquietud al secretario de Estado de Turismo de la Provincia Pablo Godoy quien se comprometió a realizar las acciones necesarias para otorgar la habilitación de guías idóneos exclusivamente para ese personal. Cabe destacar que en este punto tanto las autoridades estatales como los empleados estatales que cumplen función en áreas relacionadas al turismo, manifiestan interés y reconocen la importancia de la capacitación y la formación en relación a la comunicación y el turismo.

Finalmente, del relevamiento realizado surge que los temas de capacitación en los cuales quisieran profundizar la personas vinculadas al turismo de la localidad son: inglés turístico, estrategias de comunicación, y guías de turismo. En este punto, cabe destacar la importancia de la comunicación. “En el ámbito del sector turismo, la comunicación es un elemento esencial en la interacción de sus diferentes componentes para poder generar acciones comunicativas, que conlleven a relacionar necesidades del consumidor con la satisfacción de las mismas; estas acciones representadas por estrategias comunicativas, han acompañado al sector en todo su transitar, dando respuestas a las diversas transformaciones ocurridas en el turismo, es así que se aplican estrategias convencionales, tales como publicidad, promoción, relaciones públicas, entre otras, y estrategias no convencionales, modernas o innovadoras mediante el uso de la internet y sus aplicaciones, entre las que se destacan: Webs, redes sociales y comunicación 360°, Iot social, y otras plataformas digitales.” Navarro Celis et. al (2020).

Si bien los actores sociales entrevistados reconocieron que participaron en algunas instancias de capacitaciones, entienden que es importante poder

participar de instancias sistematizadas y con actividades concretas que puedan implementar en su actividad diaria.

INFRAESTRUCTURA

Se pudo constatar que la localidad en relación con infraestructura de comunicación y conexión posee el servicio de internet por fibra óptica, casi en todos los hogares y oficinas, pero no cuentan con el servicio telefónico de 2, 3 o 4 G. Por lo tanto, el uso de las redes sociales o de internet se realiza a través del wifi. Esto genera grandes complicaciones a los turistas ya que para poder realizar consultas sobre los servicios contratados o a contratar deben sí o sí establecer alguna conexión a través del wifi de algún comercio, si no se quedan sin esa posibilidad.

Con respecto al consumo de medios la mayoría de la localidad tiene conexión satelital a través de DirecTV. Sin embargo, el canal de televisión provincial LU 85 TV Canal 9 no está en la grilla de esa plataforma, por lo que el acceso a la información provincial queda restringida al consumo a través de las redes sociales de los medios de Río Gallegos. En ocasiones captan la señal de LU 14 Radio Provincia de Santa Cruz y de LRA 59 Radio Nacional Gobernador Gregores, especialmente a la hora de la emisión de los mensajes al hombre de campo (la distancia entre ambas localidades es de aproximadamente 175 km). La escuela de la localidad tiene hace tiempo asignada una frecuencia de radio en FM, pero no pueden lograr reparar los equipos de transmisión para poder emitir correctamente. Los diarios en papel que se editan en Río Gallegos (Tiempo Sur y La Opinión Austral) hace tiempo que no llegan a la localidad. Se leen las noticias a partir de los sitios web de cada uno de ellos, o la publicación de algunas notas en redes sociales. Según señalaron varias de las personas entrevistadas reclaman mayor acceso a información de la provincia de Santa Cruz, a través de los canales habituales (televisión, radio y/o diarios). El área de prensa de la Comisión de Fomento produce algunos programas a través de Facebook, o de la radio local (cuando está en funcionamiento).

CONCLUSIONES

Luego de realizada esta intervención en la localidad de Tres Lagos se abren algunas acciones que se están desarrollando en este tiempo. La primera es una tarea de capacitación en competencias de comunicación para los integrantes de la Dirección de Turismo y del área de prensa local. Esta actividad incluye destrezas vinculadas a la expresión oral y escrita, además de reconocer a la comunicación como una herramienta fundamental en el área turística. La segunda es trabajar en el tema identidad turística de los habitantes, especialmente aquellos que brindan algún servicio a los visitantes. Incluso esta tarea se amplía a las autoridades locales de la Comisión de Fomento. La tercera es acompañar a los funcionarios locales en el diseño de un plan estratégico de comunicación que le permita establecer objetivos y metas para optimizar el trabajo. La cuarta está vinculada a otorgar herramientas vinculadas al emprendedurismo y a la administración. En este punto se destaca la importancia de contar en el equipo de trabajo con una egresada en administración de la UNPA, que además está realizando una especialización en marketing digital.

La quinta está relacionada con el perfeccionamiento en turismo. Si bien se tramitó el otorgamiento de la habilitación como guías idóneos, se pueden fortalecer algunos conceptos de la importancia de la actividad, la preservación de los recursos y la atención al turista. Todas estas acciones que se están desarrollando en la localidad de Tres Lagos servirán para poder establecer una hoja de ruta o un “saber hacer” que luego pueda aplicarse en otros municipios y/o comisiones de fomento de la provincia que se encuentren en igual situación.

Los resultados obtenidos de estos proyectos y el trabajo realizado en campo por los diferentes equipos de investigación son datos muy significativos que nos dan indicio principalmente de la necesidad de avanzar en líneas de trabajo en las que se puedan considerar a los diferentes actores relacionados con la comunicación y a los medios de comunicación regionales como potenciadores del turismo en las localidades situadas en la RN 40 en Santa Cruz. Para esto, es fundamental promover el trabajo interdisciplinario en los que puedan entrar en diálogo saberes de diferentes disciplinas y de esa manera aportar desde la universidad al desarrollo regional de la Patagonia Argentina.

La finalización de este trabajo y del proyecto de investigación presentado a fines del 2019, que debió ser reestructurado durante la pandemia, dio origen a una nueva propuesta de investigación que acaba de ser presentada ante las autoridades académicas de la UNPA. En esta nueva propuesta se trabajará junto a la Secretaría de Estado de Turismo y el Ministerio de la Producción de Santa Cruz para replicar acciones similares en otras localidades santacruceñas.

BIBLIOGRAFÍA

- Díaz-Bravo, Laura, Torruco-García, Uri, Martínez-Hernández, Mildred, & Varela-Ruiz, Margarita. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en educación médica, 2(7), 162-167. Recuperado en 14 de septiembre de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es.
- Fernández, A., Ramos, M.G., Villanueva N. S., Córdoba, S. V.,Franciscovic, K. M.,Ojeda Muñoz, V, Navarro, M., Robles, B. D.Merino, M. (2020) 6° Encuentro de Investigadores, Becarios y Tesistas de la Patagonia Austral: libro de artículos cortos / compilado por Valeria Llaneza. - 1a ed. - Río Gallegos: Universidad Nacional de la Patagonia Austral, 2021. Libro digital, PDF Archivo Digital: descarga y online ISBN 978-987-3714-88-7. https://eipa6.secyt.unpa.edu.ar/wp-content/uploads/2021/02/6to-EIPA-Libro-de-Articulos-Cortos.pdf
- Guia turística Ruta 40 (Argentina) https://www.turismoruta40.com.ar/treslagos.htm
- Kotler, P et al. (2007) Marketing Internacional de lugares y destinos: Estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica. Pearson Educación.
- 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
- Navarro, D- (2015) Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración Cuadernos de Turismo, núm. 35, enero-junio, 2015, pp. 335-357 Universidad de Murcia Murcia, España
- Navarro Celis. F et. al (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. Revista de Ciencias Sociales (RCS)Vol. XXVI, No.1, Enero-Marzo 2020, pp. 77-90FCES - LUZ ISSN: 1315-9518 - ISSN-E: 2477-9431

- Secretaría de Estado de Turismo de Santa Cruz. https://www.santacruzpatagonia.gob.ar/centros-de-servicio/tres-lagos
- 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-anteriores/7/pdf/16001.pdf

CONDICIONES DE TRABAJO EN LA PRENSA DE ALTO VALLE: LA MAÑANA DE NEUQUEN Y DIARIO RIO NEGRO.
PROBLEMATIZACIÓN, ANTECEDENTES Y PRESENTACIÓN DE INSTANCIA TEÓRICA-METODOLÓGICA DE UN CAMINO EN CONSTRUCCIÓN.

Lagos Abril | Universidad Nacional de Comahue, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales.
abri.lagos1@gmail.com

RESUMEN

La presente ponencia es un avance del proyecto de tesis y plan de beca EVC-CIN "Condiciones de trabajo en la prensa del Alto Valle: La Mañana Neuquén y Diario Río Negro. Una aproximación desde la Economía Política de la Comunicación" para alcanzar el título de grado para la Licenciatura en Comunicación Social, inserto a su vez en un proyecto mayor sobre "Conflictividad social, Estado y praxis en la neoliberalización de la sociedad. Un análisis desde el Alto Valle de Río Negro (04/D121)".
Aquí nos proponemos describir y analizar las condiciones de trabajo de les periodistas que trabajan para las dos empresas periodísticas con mayor peso específico y capacidad productiva de Neuquén y Río Negro (Bergero & Schleifer; 2019). En este sentido, entendemos que el periodismo regional constituye un actor central en la construcción simbólica de la conflictividad social

y en la visibilización de las problemáticas norpatagónicas; y, al mismo tiempo, quienes trabajan en él también están atravesades por esas problemáticas y por la conflictividad. Decidimos focalizarnos en las condiciones de trabajo de estos dos medios de comunicación ya que nos permitirán comprender -desde una de las tantas aristas posibles- ciertas características del mercado periodístico de nuestra región desde la perspectiva de las y los periodistas en calidad de trabajadores que construyen noticias. Estas, al fin, son el producto final de su trabajo concreto e inmaterial (Sierra Caballero, 2006) en determinadas condiciones sociales de producción (Schleifer et al, 2020).

En esta instancia buscamos dar cuenta de la problematización que hemos construido junto con los antecedentes que han sido parte fundamental de la misma y presentar la instancia teórica-metodológica que nos permitirá abordar el futuro análisis de nuestras variables. En este sentido, vale aclarar que seguiremos (re)construyendo el proyecto presentado a medida que avancemos en el proceso de investigación, pues trabajamos un diseño metodológico flexible.

PALABRAS CLAVE

condiciones de trabajo, trabajo periodístico, empresas de medios de comunicación

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación nos hemos propuesto conocer bajo qué condiciones laborales ejercen su actividad los y las periodistas de los dos medios de mayor peso específico y capacidad productiva de la región (Bergero & Schleifer, 2019): Diario Río Negro (RN) - agencia General Roca y agencia Neuquén- y La Mañana de Neuquén (LMN).

El interés por la temática inició a partir de un momento bisagra para los medios de

comunicación argentinos, cuando les periodistas comenzaron a expresar públicamente sus reclamos salariales y, en la región, por el reconocimiento de la Zona Patagónica en abril de 2021[9]. Esta serie de apariciones mediáticas, sumadas

[9] "Movilización en la sede central del Diario Río Negro" en el Facebook oficial del Sindicato de Prensa de Neuquén, 29 de abril 2021.

al eco en redes sociales de las Asambleas Permanentes, se dieron en un marco de jornadas nacionales de movilizaciones, retenciones de tareas y paros de 24 horas de periodistas de todo el país[10] .

Estas jornadas de paro total fueron claves para visibilizar la lucha de un sector trabajador que tiene menos posibilidades de prensa teniendo en cuenta que sus patronales son quienes manejan la agenda mediática de la región. Estas acciones tuvieron un peso muy grande sobre el trabajo cotidiano -pues la realidad sigue y el periodismo también- ya que los espacios de construcción de noticias debieron ser necesariamente habitados por quienes ocupan lugares jerárquicos cercanos a las cabezas empresariales.

En la formulación del problema de investigación, esta visibilización del conflicto laboral con medidas de fuerza tan contundentes fue un punto de partida que disparó un sinfín de preguntas. De allí, formulamos la principal: cómo construyen las noticias les periodistas, es decir, bajo qué términos empresariales los trabajadores y trabajadoras de prensa que relatan experiencias de otros sectores, realizan sus tareas.

En esta línea, para poder describir y analizar las condiciones de trabajo de ambos medios hemos formulado dos objetivos específicos. Por un lado, pretendemos distinguir los vínculos laborales de las empresas con les trabajadores e identificar predominancias. Entendemos que la estabilidad laboral y la cuestión salarial mantiene una estrecha relación con el tipo de vínculo que forman las empresas con sus trabajadores.

Por otro lado, buscamos reconocer cómo inciden las lógicas de producción en el diario en papel y en las plataformas online -redes sociales y web- de ambas empresas respecto a la situación laboral de les periodistas. Es decir, nos preguntamos sobre la especialización que puedan tener sobre sus tareas, los recursos que dispongan y si cuentan con el reconocimiento - simbólico y económico- adecuado en la realización de las mismas.

ANTECEDENTES

Hemos podido dialogar con una variedad interesante de autores y autoras cuyos trabajos abordan de alguna manera las condiciones de trabajo en el periodismo. En este sentido, coincidimos con las investigaciones que nos preceden como

[10] "#6M FATPREN y sindicatos de prensa vamos al paro por 24 horas" en FATPREN, 5 de mayo de 2021.

expondremos a continuación, y ponderamos en primera instancia las que nos resultan más cercanas geográficamente por las características de nuestra región y del juego periodístico (Schleifer, 2018) que allí se da, sin dejar de recordar que muchas de las vivencias de quienes trabajan en la prensa son comunes a nivel nacional e internacional (Zanotti & Venturini, 2021; Rodrigo-Cano & Ruiz-Alba, 2021; Monje et al, 2020; Alonso, 2020; Schleifer et al, 2020; Bernardi, 2019; Videla, 2017). Schleifer et al. (2020) realizaron un análisis acerca de las condiciones de trabajo, percepciones y prácticas periodísticas en la norpatagonia. Aquí, les autores buscan comprender la producción periodística desde espacios periféricos, donde afirman que el mercado es distinto al de los grandes centros urbanos del país y que quienes trabajan en prensa desde estos lugares protagonizan la "construcción de la 'realidad' local" (p. 120).

Para alcanzar este objetivo elaboraron una encuesta estructurada y autoadministrada para periodistas ya seleccionades de distintas ciudades de las provincias de Río Negro y Neuquén, que resultó en trabajadoras y trabajadores pluriempleados y precarizados en el vasto terreno comunicacional. De hecho comentan que las especificidades de este fenómeno se comprenden mejor situándonos en lo específico del espacio regional, aunque sea una característica del empleo periodístico en el país.

En este punto, aclaran que esto se debe a cuestiones relacionadas a la estructura específica de medios en la región -que no abundan-, a las amplias posibilidades de acción en el campo comunicacional y, la razón que destacamos, a la "estructura del campo laboral comunicacional" (p. 127), donde les periodistas se forman necesariamente para las rutinas de multitareas, en un contexto de convergencia tecnológica y económica.

Explican que estas dimensiones traen consecuencias en el plano material, en el psicológico y moral y en el plano social (Acardo; 2007b, citado en Schleifer et al, 2020). Finalmente repercuten en su trabajo cotidiano, junto a presiones del poder político y económico y a la línea editorial de los medios en los que se desempeñan.

Por su parte, Bernardi (2019) analiza el perfil de les periodistas de la norpatagonia, sus rutinas periodísticas y la narrativa transmedia, con un interés especial en los medios nativos digitales; de ambos orígenes -medios tradicionales y medios digitales- define a las y los periodistas como "diaspóricos" y explica que el concepto es maleable ya que también sirve para "describir situaciones que

incluyen comunidades de víctimas laborales", más allá de las definiciones más estrictas del término, referidas a cuestiones de "identidad étnica y desalojos violentos" (Szurmuck y Mckee Irwin; 2009, citado en Bernardi, 2019; 139).

Este perfil periodístico es aquel que supo traspasar las barreras empresariales hacia el autoempleo -por necesidad o voluntad emprendedora- y que, necesariamente, debe adaptarse a la multitarea, dada la convergencia de plataformas y ritmos que impone la rutina, marcada por los tiempos de la web. Esto, a su vez, demanda una constante recualificación, entendida como una necesaria incorporación de saberes para poder mantener el empleo periodístico.

En términos de territorialidad, la autora resalta que la densidad poblacional en algunas ciudades de la región norpatagónica han posibilitado su desarrollo como centros publicitarios y comerciales, y de allí, el establecimiento de los medios de comunicación con mayor peso en algunas de sus localidades, entre ellas, las que entran en nuestro campo de estudio: General Roca/Fiske Menuco[11], provincia de Río Negro, y Neuquén capital. En este sentido, afirma que la sindicalización y no existen datos oficiales sobre la cantidad de periodistas locales - aunque es un fenómeno que sucede a nivel país también-. Schleifer (2018), por otro lado, analiza las prácticas del periodismo regional para comprender cómo el periodismo en contextos de periferia se "instituye como un actor en la lucha social y simbólica local y regional" (p. 9). En este sentido, el autor distingue el valor simbólico de la prensa, el trabajo concreto de quienes trabajan en ella y el poder económico que concentran las empresas propietarias de medios de comunicación, cuyos productos -explica- constituyen mercancías.

De esta manera, apoya su análisis sociológico con aportes desde la Economía Política de la Comunicación (EPC) y el psicoanálisis de manera relacional, pues enuncia que las variables que analiza pueden ser explicativas teniendo en cuenta la estructura de propiedad de los medios. El autor desarrolla que la venta de la fuerza de trabajo intelectual -el periodístico- está inscrito en el modelo de acumulación capitalista donde, a cambio, los y las trabajadoras reciben un precio por su saber -es decir, un sueldo- y también una posición y un reconocimiento social.

Una cuestión que consideramos fundamental de la investigación de Schleifer

[11] También denominada "Fisque Menuco", que en lengua mapuche significa "pantano helado/frío" y es la anterior denominación del territorio donde hoy existe la ciudad de General Roca y que, en la actualidad, es nombrada de ambas maneras. Aquí, hemos decidido respetar ambas formas pues una porción de sus habitantes la nombra a partir de la denominación original mapuche.

para nuestra investigación en particular es que da cuenta de la estructura de propiedad del diario Río Negro, y desarrolla en detalle la trayectoria comercial del medio y su avance tecnológico para alcanzar una mayor tirada. Si bien excede los límites de nuestro trabajo de grado, el acceso a literatura que desmenuza la estructura de propiedad de uno de los medios a analizar, implica un mayor entendimiento en
nuestra instancia para analizar las condiciones de trabajo. Y en este sentido, el autor afirma que "no es posible, por ejemplo, comprender las condiciones laborales de los periodistas o los índices de producción de contenidos noticiosos sin entender la estructura de propiedad de los medios" (p. 67).
Martínez (2019), por su parte, analiza las condiciones de trabajo de periodistas de medios privados de Chubut, provincia patagónica como Neuquén, y se posiciona desde la Sociología de la Producción de Noticias y la Sociología del Trabajo en articulación con la comunicación y los Derechos Humanos, con especial atención en la libertad de expresión y el derecho a la comunicación.

La autora busca reflexionar sobre la "vigencia y ejercicio de los derechos laborales y profesionales de los periodistas" (p. 18). En esta línea, ahonda en la incidencia de las condiciones laborales sobre las prácticas en el trabajo periodístico y retoma a Uranga (2015) al afirmar que la precarización afecta a les periodistas como personas trabajadoras y además "genera condiciones altamente riesgosas para el mejor ejercicio de las responsabilidades inherentes al derecho a la comunicación y a la libertad de expresión" (p. 7).
De esta manera, Martínez afirma que los impedimentos "en el proceso de producción noticiosa, también por el caso del eventual deterioro de los derechos laborales de los periodistas como productores de información (...) afecta el derecho a la comunicación de las audiencias, entendidas como audiencias ciudadanas" (p. 31). Si bien la perspectiva de análisis de Martínez no es la nuestra, consideramos que este antecedente nos permite comprender desde otra mirada la importancia de los estudios sobre el trabajo comunicacional. Asimismo, comprende al trabajo en líneas generales desde la Organización Internacional del Trabajo y explica que les trabajadores pueden sufrir precarización aunque estén bajo un régimen de trabajo en relación de dependencia (Neffa; 2010, citado en Martínez, 2019). Afirma que, en este caso, el o la periodista, "cuando percibe su trabajo como una actividad prescindible, desprovista de interés, mal paga y poco

reconocida por la empresa, tiene el sentimiento de ser poco útil o descartable" (p. 28), comprendiendo en otras palabras lo que ya describieron otres autores (Schleifer et al, 2020; Bernardi, 2019; Schleifer, 2018).Finalmente, rescatamos de Martínez su interés por ahondar en la situación de la prensa patagónica y el trabajo que realizó en la búsqueda de antecedentes regionales. En este sentido, Videla (2017) realizó una investigación sobre el periodismo y las empresas periodísticas de Viedma, donde afirma que "muchas de las temáticas y problemáticas son comunes a la Patagonia, a las capitales de provincia más pequeñas y, en general, a muchas ciudades del país interior" (p. 81). El autor realiza un recorrido histórico sobre medios radiales, marca la diferencia en el surgimiento de las emisoras de amplitud modulada (AM) y de frecuencia modulada (FM) y explica el surgimiento de gestión radial "de las 4p: propietario-periodista-productor-publicitario" (p. 82).

Igualmente, podemos afirmar que lo que explica Videla sobre las emisoras radiales es transferible a situaciones en medios digitales y en la prensa escrita (Henry 2011, 2013; Retegui, 2018). Es decir, lo que entendemos en términos generales, como periodista multifunción y "todo terreno" (Schleifer, 2018, p. 178), más allá del medio en el que se inserte, que tendrá sus particularidades.

Cabe mencionar, además, que Videla describe y resalta como "figura clave" está configuración del periodista, a la cual le agrega la caracterización de "monotributista", situación fiscal que asegura que "es fruto de la ideología noventista de desregulación del mercado y precarización laboral" (p. 82) y que continúa hasta el presente. Asimismo, encontramos los aportes de Henry (2011) sobre la situación laboral de periodistas colaboradores, donde busca conocer las características de su inserción en las empresas "en el marco de los procesos de producción flexibilizados" (p. 1). Allí transcribe fragmentos de entrevistas que realizó a periodistas que afirman que están bajo el régimen monotributista; la autora explica que "lo que las empresas periodísticas generan es una transferencia de riesgos, ya que se entrega una determinada actividad a trabajadores 'independientes' que operan bajo su propia responsabilidad" (p. 7) y que trae consigo incertidumbre laboral. Esta vía nos conduce a su segundo análisis donde estudia la flexibilización productiva (2013) a partir de las condiciones de empleo que registró en su investigación anterior.

Henry (2011) resalta a los medios como "nichos sumamente atractivos para la inversión" (p.2) y habla de nuevos actores tradicionalmente alejados al campo

comunicacional, es decir, en su investigación aparece la convergencia como un punto clave. A partir de estas transformaciones, menciona que las mismas "han involucrado la puesta en práctica de nuevas formas de gestión empresarial" en las cuales el sector trabajador se ve afectado en sus tareas diarias a partir de la aparición de los grupos multimedia, para "adecuarse a las transformaciones de la demanda" (p. 3), como lo son LMN y RN.

Además, describe que procesos como "la globalización, la creciente competencia entre empresas, la diversificación de los productos comercializables y las fluctuaciones cíclicas en la demanda" han implicado un fuerte movimiento en el escenario económico que devinieron en una "reestructuración productiva" (2013, p. 264) de las empresas mediáticas.

Por otro lado, Retegui (2018), a partir de un estudio de caso en el diario La Nación en el contexto digital, analiza los procesos de organización del trabajo. Busca describir y analizar qué tipo de transformaciones hubo en las prácticas laborales con la incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) en el periodo 1995-2013. Este interés de la autora, donde presta especial atención a la noción de trabajo creativo e intelectual como característica específica de las Industrias Culturales (IICC), corre en estrecha relación con el nuestro sobre las condiciones laborales, que son una forma de visibilizar "el trabajo real que implica la producción de noticias" (Henry, 2011, p. 17) y pueden ser entendidas como "una variable de las condiciones objetivas en los espacios de trabajo" (Schleifer et al, 2020, p. 121).

Para su análisis, retoma conceptos desde la Sociología del Trabajo y desde la EPC. Sobre esta última, además de repasar las tres corrientes de estudio y detenerse en la latinoamericana, explica el enfoque de su análisis desde los conceptos de trabajo concreto y trabajo abstracto a partir de una lectura marxista. Asimismo, detalla tres puntos de partida para el desarrollo de la disciplina desde Mosco (2006): espacialización, estructuración y mercantilización. En esta línea, trae a colación el ejemplo que brinda el autor sobre la mercantilización del trabajo en las IICC, cuando se amplían las funciones de les periodistas y cumplen funciones de editores y productores.

Una cuestión que resaltamos en el trabajo de Retegui también es la caracterización que realiza del diario papel y la prensa online en tanto IICC y la centralidad que le otorga a este concepto clave en el estudio desde la EPC. Aquí

explica los nuevos oficios que fueron surgiendo por las TICs en estos espacios, los diferencia del modelo taylorista/fordista, y lista las consecuencias de estas nuevas figuras de trabajo neotaylorista. Entre ellas, nombra la recualificación como enuncia Bernardi (2019), nuevos modos de producción -que buscan mayor rentabilidad y a su vez se traducen en mayor precarización para el sector trabajador- y las transformaciones en la organización del trabajo -que terminan en periodistas con múltiples tareas pero cuya retribución económica equivale a una sola-.

Y finalmente, destacamos los aportes que la autora rescata de Roldán (2010, 2011) sobre el código de trabajo y, especialmente, el código laboral. El primero rige el proceso del trabajo y el segundo se dirige hacia "los mecanismos de coordinación, cooperación y control" (p. 56) de la empresa, el personal jerárquico o les trabajadores.

Retegui explica que "estos mecanismos apelan a las actitudes del 'saber ser', relacionado con el comportamiento correcto del trabajador (...) con el nivel de compromiso con la empresa" (p. 57). En este sentido, recordamos que partimos desde la conflictividad que no es ajena a los y las periodistas, que más allá de retratarla en las noticias, también se ven atravesados por ella. Asimismo, comprendemos que las condiciones laborales en las redacciones se vinculan al "compromiso con la empresa" que puedan concebir les trabajadores, pues no es ajena a la cultura laboral esa relación, para, por ejemplo, conseguir un aumento de sueldo. Además, consideramos relevantes los aportes de Rodrigo-Cano; Ruiz-Alba (2021) en España, y Alonso (2020) en la provincia de Buenos Aires, sobre las condiciones de trabajo y la situación laboral de quienes realizan trabajos periodísticos. Ambas investigaciones toman como cuestión clave la declaración del periodismo como actividad esencial en el marco de la pandemia por COVID-19.

En el primer caso, Rodrigo-Cano & Ruiz-Alba resaltan cómo les periodistas han estado en la primera línea desde el inicio de la pandemia y el incremento exponencial de consumo informativo, aunque el empleo periodístico en España haya caído en un 25% por la desinversión en publicidad. Alonso, desde otra perspectiva, realiza un trabajo exploratorio desde la Sociología de las Redacciones para dar cuenta de las modificaciones que hubo en el trabajo con la declaración de la pandemia, punto de ruptura para el periodismo. Recuerda que la crisis laboral no es nueva para el sector periodístico en Argentina pero también

menciona la mayor demanda informativa que hubo en este contexto. En tal sentido, se detiene especialmente en el límite difuso del tiempo que hubo por el teletrabajo y las exigencias de la audiencia a raíz de la mayor demanda junto con una necesaria reorganización de equipos de trabajo.

Otra investigación que también ha abordado al trabajo periodístico desde las condiciones laborales es la de Monje et al (2020), donde advierten sobre la crisis sostenida que atraviesa el sector y que se vinculada con la "reconfiguración de los procesos productivos que impulsa la digitalización de medios, las modificaciones en los hábitos de consumo y con políticas públicas deficientes ligadas a la protección de los trabajadores" (p. 2). Les autores hacen foco en la estructura de propiedad del sistema mediático y el papel del Estado pero, en nuestro caso, resacatamos la perspectiva del deterioro del que hablan a partir de la concentración y resaltamos la observación sobre la convergencia tecnológica, con una "máxima de reducir estructuras de trabajo" (p. 16).

MARCO TEÓRICO Y PRESENTACIÓN METODOLÓGICA

Podemos introducirnos en la configuración de nuestro desarrollo conceptual entendiendo que la categoría de Industrias Culturales es la base por la cual podremos comenzar a desandar el análisis que lleve hasta la particularidad de las condiciones del trabajo concreto del periodismo, ya que consideramos necesario contextualizar el universo temático que queremos conocer.

En este sentido, Zallo (2011) introduce su caracterización a la Industria Cultural advirtiendo que "la comunicación y la cultura están convirtiéndose en ámbitos definidos comercialmente y que se gestionan desde la formación de capital, desde un mercado por el que pasa la mayor parte de los agentes" (p. 149), donde el trabajo creativo e intelectual son centrales.

A su vez, explica su doble naturaleza -una de las principales características de las IICC- ya que "para ser industria específica debe barajar contenidos del orden cultural, en forma de entretenimiento, información y educación" (p. 159). Aquí es donde se halla inmersa nuestra población de estudio que, consideramos, es un punto central para no perder de vista que son trabajadores y trabajadoras con una característica particular en su trabajo concreto, del saber vuelto en mercancía, un trabajo creativo e intelectual. Y aquí cabe mencionar la perspectiva de Miège (1989, 2008 en Retegui, 2018), quien advierte sobre la dificultad que presentan las

Industrias Culturales para pasar del valor de uso a valor de cambio -es decir, de intercambio-por la alta tasa de elasticidad de los bienes culturales.

También es fundamental el estudio de Mosco (2006) sobre la mercantilización -uno de los tres conceptos pilares en el desarrollo de la EPC- y la importancia de este proceso para pensar al trabajo de prensa: La labor de los trabajadores de la comunicación también está siendo mercantilizada en tanto el trabajo asalariado ha aumentado significativamente en todos los puestos de trabajo de los medios. Con el objetivo de reducir los costes laborales y aumentar los ingresos, los directivos reemplazaron los sistemas mecánicos por electrónicos para eliminar miles de puestos de trabajo en la industria editorial (...) Los sistemas digitales actuales permiten a las compañías expandir este proceso. Los reporteros de prensa actúan cada vez más bajo los roles combinados de editor y productor (p. 68)

Aquí, como explica Bolaño (2005), el componente tecnológico es central "porque permite el avance de la subsunción del trabajo y, consecuentemente, la expansión de la lógica capitalista y de la explotación del trabajo vivo", que con el desarrollo de las TICs afianzó una tendencia "a la disolución de las fronteras entre trabajo manual y trabajo intelectual" (p. 48), expresado en la subsunción del trabajo intelectual.

De esta manera, nos aproximamos a la "desobjetivación de la relación salarial" (Sierra Caballero; 2006, p. 168), dada en el marco de las TICs, específica del capitalismo cognitivo y del trabajo inmaterial. Para comprender este estadío del capitalismo, Sierra Caballero (2006) explica, inicialmente, las transformaciones del mundo del trabajo en relación con "la decisiva aportación del campo cultural y de lo simbólico a la reorganización del capitalismo" y da cuenta del factor determinante, y la dependencia, que significan el "conocimiento científico, la tecnología y la aplicación a la actividad productiva" en los procesos de expansión del capitalismo (p. 165). Asimismo, el autor explica la relevancia del trabajo inmaterial desde "el punto de vista de las transformaciones de los procesos productivos" (p. 167) y asevera que: La libre circulación de los saberes y los conocimientos, sujeta hoy a nuevas condiciones de explotación y movilización de los recursos cognitivos en virtud de las posibilidades inauguradas con los medios de producción y distribución digital, tiene por función reacomodar y permitir la ampliación de los espacios de valorización y subsunción del capital, lo más rápida y eficazmente posible (Sierra Caballero; 2006, p. 167).

Por su parte, Retegui (2014) asegura que el trabajo creativo, inmaterial, “es el nuevo motor del crecimiento de la economía, caracterizado por su movilidad y amplia tasa de autoempleo, lo que puede traducirse en flexibilidad y polivalencia” (p. 25). La autora trae con su afirmación otra cuestión clave que puede encaminarse junto a la precarización del trabajo intelectual vinculada a la desobjetivación de la relación salarial (Sierra Caballero, 2006): polivalencia, o dicho de otra manera, puede traducirse a les periodistas como trabajadores y trabajadoras multifunción, figura que ya hemos explicitado desde distintas miradas y que terminan por concluir en procesos de flexibilización, tercerización y precarización (Henry, 2011, 2013; Videla, 2017; Schleifer, 2018; Bernardi, 2019; Martinez, 2019).

En esta línea, retomamos la definición que Becerra (2003) brinda sobre la convergencia, como la “homogeneización de soportes, productos, lógicas de emisión y consumo de las industrias info-comunicacionales” (p. 91). El autor afirma que: Los grupos y plataformas multimedia suponen la posibilidad de imbricación de tecnologías, culturas y tradiciones de producción y procesamiento informativo, y la distribución de las diferentes actividades info-comunicacionales. Inicialmente tecnológica, la convergencia supone impactos en escenarios de las culturas de producción, las formas de organización, las rutinas de trabajo, los circuitos de distribución y las lógicas de consumo de los bienes y servicios info-comunicacionales (Becerra; 2003, p. 91-92).

Desde lo que plantea Becerra surge nuestro segundo objetivo específico en torno a las lógicas productivas y su incidencia en las condiciones de trabajo, a partir del concepto de convergencia. De esta manera, entendemos necesario comprender y reconocer al trabajo concreto en determinadas condiciones sociales de producción, para analizar las condiciones de trabajo en el periodismo. En esta línea, retomamos el perfil de los y las periodistas multifunción, cuyo trabajo concreto se replica en las distintas plataformas de las empresas.

Para llevar a cabo nuestro análisis comenzamos a trabajar en la estrategia metodológica que implementamos -y que explicitamos a continuación- en articulación con las principales categorías que pondremos en marcha más adelante, en el análisis empírico.

Llevamos a cabo un diseño flexible de investigación descriptiva para conocer las condiciones laborales de les trabajadores de prensa del Diario Río Negro y La Mañana de Neuquén durante el periodo abril-mayo de 2022. Para esto,

construimos un cuestionario anónimo - respondido por 28 trabajadores y trabajadoras de prensa de ambas empresas- que ahonda sobre variables sociodemográficas, de contratación, de categorización y de tareas, que luego han sido profundizadas en entrevistas -presenciales y virtuales- con siete informantes clave.

De esta manera, buscaremos triangular los datos sistematizados con la recopilación de información a partir de notas periodísticas y documentación oficial de los organismos especializados a nivel internacional, nacional y de las provincias, para comprender a los dos medios en su estructura y peso específico junto a las lecturas de investigaciones previas sobre el periodismo en distintas escalas, pero focalizando en la norpatagonia a los efectos de ampliar y pulir nuestra perspectiva teórica.

La población de estudio es el sector que trabaja y elabora contenido periodístico en las empresas La Mañana de Neuquén y Diario Río Negro (sedes Neuquén y General Roca/Fiske Menuco), comprendiendo sus tres plataformas: diario papel, web y/o redes sociales, pues pretendemos conocer en qué condiciones de producción desarrollan sus tareas. En este sentido, entendemos que los roles de trabajo pueden estar sin un límite claro y bien definido, por lo cual consideramos necesario abarcar las tres plataformas ya mencionadas, pues, como se desarrolló en los apartados anteriores, les periodistas se ven atravesados por la multiplataforma y la multifunción.

En estas instancias preliminares, nos limitaremos a describir algunos resultados de las encuestas. Podemos destacar -y coincidir con las investigaciones que nos preceden- que les periodistas tienen más de un trabajo comunicacional como se observa en el gráfico 1[12] :

[12] 5 Los gráficos aquí presentes son el resultado de la encuesta ya mencionada realizada a 28 periodistas que trabajan en LMN y RN. Por cuestiones de espacio y por la instancia de investigación en la que nos encontramos decidimos mostrar aquellos que consideramos más relevantes para la presente ponencia.

Gráfico 1

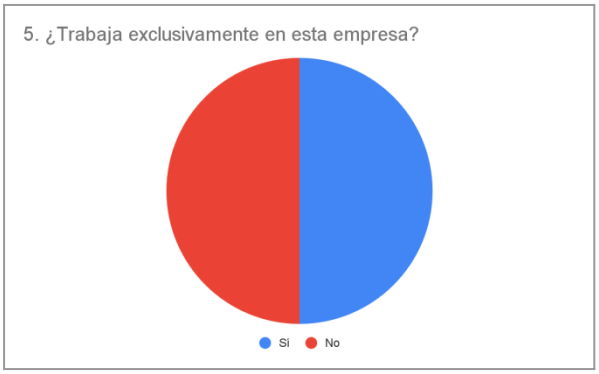


Gráfico 2:

Tres personas que trabajan de manera exclusiva para estas empresas también trabajan en otros medios de las mismas[13], como se observa en el gráfico 2. De todas maneras, una informante clave que desempeña sus tareas únicamente para uno de los medios afirmó:

> "Yo tengo solo este laburo no porque me alcance el sueldo, porque hago maravillas para llegar a fin de mes, sino por una decisión de vida personal. Decidí llegar a grande y no estar tan loca *(risas)*, entonces necesito tener la mitad del día para mí, ocuparme de mí, de mi hijo" (KL[14], trabajadora del Diario Río Negro).

Además, la gran mayoría de las y los encuestados trabaja en relación de dependencia y, en términos contractuales, una porción de 11 sobre 17 periodistas no considera que sus tareas se vean reflejadas correctamente sobre la realidad de su trabajo, como se observa en los gráficos 3 y 4. Cuando se ahondó más sobre esto último en la misma encuesta, hubo una variedad de respuestas[15] escritas -también anónimas-, que mencionan cuestiones alrededor del tipo de contrato y la categorización:

> "Mi contrato determina la función reportero gráfico y soy editor de fotografía"; "No, porque trabajo más horas por día de las que estipula el convenio colectivo de trabajo y porque a menudo realizo tareas que no corresponden con la categoría que tengo"; "Estoy mal categorizado"; "Trabajo como reportero gráfico del diario pero como colaborador monotributista sin respetar el estatuto de prensa y el sueldo de un reportero gráfico en blanco".

[13] El grupo dueño del Diario Río Negro también cuenta con una emisora y plataforma de podcast "RN Radio" (FM 90.9 en Neuquén capital, FM 105.7 en General Roca/Fiske Menuco y en la web https://www.rionegro.com.ar/radio/) y el grupo propietario de La Mañana de Neuquén cuenta con la emisora LU5 (AM 600 en Neuquén capital y en la web https://www.lu5am.com/).

[14] Se utilizarán iniciales aleatorias para identificar a cada informante pues, por un lado, no nos aporta al análisis el nombre verdadero y, por otro lado, consideramos necesario resguardar la identidad de quienes nos compartieron información personal de su trabajo.

[15] Todas las respuestas se encuentran junto con los gráficos expuestos en https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Dl1FpqjtVdrJm_tveGQdT3M1KqDph96plovRGkIb14k/edit#gid=0&range=A192

También hubo otras respuestas alrededor del sueldo percibido en relación con la dinámica de multitareas que viven en sus espacios de trabajo:

> "Tengo muchas más tareas por fuera de mi área y más responsabilidades"; "Hago cosas por encima de mis responsabilidades"; "Considero que mi sueldo no es acorde a la cantidad de tareas que realizo"; "Nuestros sueldos no se actualizaron al ritmo de las tareas que fuimos sumando, relacionadas al sitio web"; "Sencillo, los sueldos son bajos si consideramos la provincia en la que vivimos"; "Incluyeron la multitarea y el manejo de personal sin que esté previsto originalmente"; "Tengo más funciones y tareas relacionadas con coberturas de temas de especialidad".

Gráfico 3

Gráfico 4

CONCLUSIONES PARCIALES

Con lo expuesto hasta el momento, y entendiendo que aún debemos continuar hacia el análisis de los datos recolectados hasta el momento, buscamos aportar a la visibilización de una realidad social que, además, consideramos relevante en nuestra última instancia de formación de grado. Es decir, como estudiante de una Licenciatura en Comunicación Social consideramos menester comprender los desafíos que nos implica una de las tantas salidas laborales que brinda nuestra disciplina, como lo es el periodismo, y que no es ajeno a la conflictividad que retratan sus trabajadores y trabajadoras día a día.

En el recorrido por investigaciones ya concluidas que abordan a las condiciones laborales en la prensa hemos visto que el campo de trabajo está minado por situaciones que vulneran los derechos de les trabajadores en una Industria Cultural en constante renovación tecnológica y de multiplataforma que complejiza la cotidianidad de quienes la transitan.

De aquí también observamos -en aprendizaje y diálogo con una amplia variedad de autores y autoras de diversas perspectivas- la importancia del estudio de los fenómenos comunicacionales, en este caso, el trabajo concreto periodístico desde las condiciones sociales de producción. No hemos finalizado el recorrido de esta investigación ni hemos expuesto aquí la totalidad de lo trabajado hasta el momento, pero sí buscamos presentar y articular la construcción de nuestro objeto de estudio y describir, o esbozar, algunas respuestas que nos resultaron valiosas en el trabajo de campo para dar cuenta de este proceso también.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, E. (2020). Prácticas periodísticas en la pandemia. Rupturas y continuidades en medios de la región centro de la provincia de Buenos Aires. Questión, 2 (67), 1-29.
- Bergero, F., & Schleifer, P. (2019). *Prácticas informativas en el Alto Valle: consumo de noticias, redes sociales y periodismo en la región*. Observatorio de Comunicación y Temáticas Sociales, Fadecs, Unco.
- Bernardi, M. T. (2019). El nuevo periodista: perfil profesional, rutinas productivas y narrativa transmedia en sitios de noticias de la patagonia norte. Tesis de Doctorado. Repositorio Digital Universitario. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba.
- Bolaño, C. (2005). Economía política y conocimiento en la actual reestructuración productiva. En C. Bolaño, G. Mastrini, & F. Sierra Caballero (Eds.), *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana* (pp. 39-81). La Crujía.
- Henry, L. (2011). Condiciones laborales de los periodistas colaboradores en la prensa escrita y configuración de las prácticas profesionales bajo esta modalidad. IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Henry, L. (2013). Flexibilización productiva y difusión del trabajo independiente en la prensa escrita argentina. Un estudio sobre las condiciones de empleo de los periodistas colaboradores. Trabajo y Sociedad, (21), 261-278.

- Martínez, S. C. (2019). Condiciones laborales de los periodistas: incidencia en la práctica profesional. Tesis de posgrado. Universidad Nacional de Quilmes.
- Monje, D. I., Rivero, E. A., & Zanotti, J. M. (2020). Crisis del periodismo y políticas de retracción de los Estados en Argentina, Brasil y Chile. Comunicación y Sociedad, 1-22.
- Retegui, L. (2014). Trabajo creativo, TIC y mecanismos de control en los procesos laborales en las industrias culturales. Un estudio de caso en Argentina. Global Media Journal México, 11(22), 20-42.
- Retegui, L. (2018). Los procesos de organización del trabajo en la redacción de un diario : un estudio a partir del diario La Nación, en el contexto digital (1995-2013). Tesis de posgrado. Universidad Nacional de Quilmes.
- Rodrigo-Cano, D., & Ruiz-Alba, N. (2021). El (des)empleo en la profesión de periodista en tiempos de pandemia. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, (52), 27-36.
- Schleifer, P. (2018). El juego periodístico y la construcción de realidad. Estructura, posiciones y sentidos prácticos en el mundo social. Tesis de Doctorado. Universidad Nacional de Quilmes.
- Schleifer, P., Kejner, J., Bergero, F., & González, O. (2020). Condiciones de trabajo, percepciones y prácticas periodísticas en el norte de la Patagonia argentina. *Central Sociología*, (10), 120-142.
- Sierra Caballero, F. (2006). Trabajo inmaterial y crítica económico-política del capitalismo cognitivo. *Redes.com*, (3), 165-169.
- Videla, L. (2017). Plurales y precarizados. El periodismo y las empresas informativas en la ciudad de Viedma. In Desafíos del periodismo en la sociedad del conocimiento (pp. 81-87). Editorial UNRN.
- Zallo, R. (2011). “Necesidad de una economía de la cultura y la comunicación”, en Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital. Barcelona, Gedisa.
- Zanotti, J. M., & Venturini, T. (2021). Precarización laboral en plataformas: Consecuencias y afectaciones para el trabajo periodístico. En otras plataformas. CEA FCS UNC.

EL PERIODISMO EMPRENDEDOR: UN ABORDAJE SOBRE EL EJERCICIO PROFESIONAL DEL PERIODISTA FREELANCE EN LA CIUDAD DE LA RIOJA EN EL PERIODO 2020/2021

Ochoa Rodrigo Maximiliano | Universidad Nacional de La Rioja
Rodrigomaximiliano@hotmail.com

Pérez Muñoz Jose Luis | Universidad Nacional de La Rioja
radioimagen_963@yahoo.com.ar

Britos Gabriel | Universidad Nacional de La Rioja
gnba1rhcp@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo de investigación intenta aportar conocimiento a un campo inexplorado en la provincia de La Rioja, como lo es el desempeño profesional de los periodistas freelance. De esta manera, mediante un abordaje intercátedra, se buscará conocer qué tan desarrollado está profesionalmente y cuáles son las características laborales de este tipo de ejercicio periodístico independiente emprendedor, en la ciudad de La Rioja. Así, desde las cátedras de Taller de Redacción y Producción Periodística, de la carrera Licenciatura en Comunicación Social de la UNLaR (Universidad Nacional de La Rioja), se abordará una investigación de corte metodológico mixto (cuantitativo y cualitativo) que tendrá los siguientes ejes: conocer la franja etaria y porcentaje de periodistas que ejercen la profesión de forma independiente (freelance) en la ciudad capital de La Rioja,

como así también cómo fueron las condiciones laborales durante el periodo 2020 y 2021, años marcados por la pandemia de coronavirus; también se indagará acerca del contenido del servicio periodístico que ofrecen los freelance (fotos, notas escritas, o material audiovisual); y por último los condicionamientos que presenta el ejercicio profesional de este tipo de periodismo emprendedor, y en ese sentido saber cuáles son los factores que los han llevado a optar por este modo de hacer periodismo. Considerando la posibilidad de que exista un escaso número de periodistas freelance, en la ciudad capital, se tomará también como parte del corpus a periodistas tradicionales con el objeto de conocer qué aspectos han influido en ellos a la hora de elegir el trabajo en relación de dependencia en un medio de comunicación. Para abordar el objeto de estudio, en la instancia de recolección de información se incluyen documentos bibliográficos, entrevistas y cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas a periodistas radicados en la ciudad de La Rioja. Las mismas técnicas y herramientas comprenden el contenido pertinente. A través de esta investigación creemos que es importante conocer el contexto local donde se desarrolla la actividad periodística, teniendo en cuenta los espacios de luchas en el ejercicio profesional, donde pueden entran en juego los factores económicos, los condicionamientos políticos y editoriales, entre otros. De esta manera, de acuerdo a la clasificación que realiza Danhke (1989) la investigación aportará alcance de tipo exploratorio y descriptivo.

Palabras clave: periodismo emprendedor-freelance-La Rioja capital

INTRODUCCIÓN

El desempeño del periodismo freelance en la ciudad de La Rioja es un campo inexplorado desde la investigación científica, por tal motivo desde las cátedras de Taller de Redacción y Producción Periodística, de la carrera Licenciatura en Comunicación Social de la UNLaR (Universidad Nacional de La Rioja), se abordó una investigación para intentar aportar conocimiento sobre este ejercicio periodístico independiente emprendedor en un contexto de pandemia y crisis económica. Cabe señalar que los resultados presentados en este estudio son a modo de adelanto de la investigación ya que este abordaje se enmarca en una indagación más amplia, que estamos llevando adelante en el marco de un proyecto presentado en la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de la Rioja, que aún no ha concluido.

De esta manera, nuestro abordaje se centró en el ejercicio profesional del periodista freelance en la ciudad de La Rioja en el periodo 2020 /2021, un periodo que fue marcado por la aparición de la pandemia de coronavirus que afectó gravemente a la población, en general, y que aún sigue activa y dejando secuelas. En este sentido los trabajadores de medios de comunicación no fueron la excepción y muchos de ellos perdieron su fuente de trabajo o en el peor de los casos perdieron su vida.

El 16 de marzo Argentina cerró sus fronteras y el 19 de ese mes empezó a regir el Decreto del Poder Ejecutivo Nacional N° 297/2020 que disponía el aislamiento social, preventivo y obligatorio en todo el país, con el fin de proteger la salud pública. De esta manera, los habitantes debían permanecer en sus domicilios habituales, sólo pudiendo realizar desplazamientos mínimos e indispensables para aprovisionarse de artículos de limpieza, medicamentos y alimentos.

Los servicios de comunicación audiovisuales, radiales y gráficos, continuaron trabajando de forma reducida en los lugares físicos de funcionamiento, con los permisos especiales para circular. Así, las radios y las señales de TV mantuvieron su programación. En tanto, la prensa gráfica adoptó medidas drásticas como la suspensión de la impresión de sus ediciones.

Tanto *El Independiente* como el *Nueva Rioja*, los dos diarios en formato papel que se imprimen en la provincia de La Rioja, tuvieron que suspender su distribución en el interior a partir del 20 de marzo del 2020. En este caso *El Independiente* lanzó una suscripción para ofrecer su periódico y los suplementos online, y también atravesó retraso en los pagos de sueldos.

En ese contexto, nuestra investigación intenta aportar claridad sobre el desempeño del periodismo freelance en la ciudad de La Rioja, un tipo de periodismo emprendedor que, como ya profundizaremos, ya venía siendo castigado por la precarización laboral en nuestro país.

CONTEXTUALIZACIÓN

El surgimiento y desarrollo de las tecnologías online, cuyo mayor impacto comenzó a producirse a partir de los ´90, marcó una transformación contundente en la sociedad y la economía a nivel mundial, transformación en la que estamos

inmersos. Como destaca la Institución Universitaria ESUMER (2018) en la actualidad los avances tecnológicos cambian las relaciones sociales, y al interior de las empresas, por lo que aparecen nuevas formas de trabajo que pueden permitir obtener los mismos resultados sin que la persona esté en el lugar de trabajo con un horario rígido.

En este sentido el investigador Henry (2013) se ocupa de una de las modalidades menos estudiadas de este fenómeno, como lo es "la subcontratación hacia trabajadores independientes, tomando como caso de estudio a los periodistas colaboradores de la prensa argentina, con el propósito de examinar el tipo de empleo que se genera en estos arreglos productivos" (p. 1). Como advierte el autor las empresas mediáticas, en su afán de mejorar su rendimiento comercial y responder de manera eficiente a los cambios económicos, "llevan adelante un heterogéneo conjunto de prácticas que tienen como meta la flexibilización de sus procesos productivos. Dentro de este abanico de prácticas flexibilizadoras, la subcontratación ha ganado creciente protagonismo, difundiéndose en los más diversos sectores de actividad" (, p. 2).

> La globalización, la creciente competencia entre empresas, la diversificación de los productos comercializables y las fluctuaciones cíclicas en la demanda son algunos de los procesos que en las últimas tres décadas han trastocado fuertemente el escenario económico y que han llevado a las empresas a encarar un tipo de reestructuración productiva que tiene como eje rector a la flexibilización, en todas sus variantes. (Henry, 2013, p. 4)

De esta manera, Henry (2013) explica que "se ensayan distintas formas de organización de la producción que sean capaces de otorgarles una mayor capacidad de adaptación a los cambios en el entorno y reducen sensiblemente sus costos fijos de funcionamiento" (p. 4). Ahora el interrogante es si esta situación favorece o desfavorece al periodismo freelance, ya que queda claro que perjudica al periodismo en relación de dependencia. En este caso el autor nos da algunas pistas sobre el conjunto de estrategias flexibilizadoras disponibles, y menciona que allí aparece la subcontratación como "una de las tendencias más representativas de las nuevas formas de gestión empresarial" (p. 4). Así, en relación a la subcontratación, advierte:

> La empresa se beneficia con este trabajo externo, pero no responde a las obligaciones propias del vínculo contractual, modificando así un elemento que era natural en la relación laboral 'clásica'. Es decir, el trabajador es contractualmente independiente de la empresa usuaria de su trabajo, pero se subordina a la organización del trabajo fijada por ésta. (pp. 4-5)

Henry (2013) aclara que "las empresas frecuentemente hacen un uso desvirtuado de los trabajadores independientes en tanto esta figura laboral se les presenta como una oportunidad de reducir costos laborales fijos" (p. 5).

> Básicamente, por este medio evitan cotizar a la seguridad social, pueden descargar sobre los trabajadores parte de los riesgos de la actividad y quedan en condiciones de desvincularlos con mínimos obstáculos legales y de costos, ya que no son receptores de indemnización por despido. Asimismo, se abastecen de trabajadores con una menor tendencia a la sindicalización, lo cual los hace más vulnerables a las exigencias de producción y a las arbitrariedades del empleador. (p. 5)

Brindando un panorama nacional completo, sobre el periodismo freelance, Henry (2013) aclara que a través de este método "los periodistas pueden estar 'conectados con su trabajo' de forma casi permanente y trabajar en los lugares y momentos más diversos, utilizando estos soportes tecnológicos para procesar y generar mayores volúmenes de información en menor tiempo" (p. 7). No obstante, el autor advierte que las empresas, con el afán de aumentar la productividad, reutilizan contenidos.

> Así, las notas que un periodista realiza para la empresa contratante luego son reproducidas en otros medios y soportes del grupo multimedia de pertenencia. De esta forma, se abaratan los costos de producción y se resiente la cantidad de mano de obra empleada a partir de una sinergia donde los mismos trabajadores generan contenidos para varias empresas. De más está decir que esta reproducción no conlleva ningún reconocimiento monetario adicional para los redactores (p. 7).

Aunque reconoce que el periodismo tiene una larga tradición de trabajo freelance, tal como ocurre en otras industrias culturales, Henry (2013) aclara que lo nuevo del fenómeno de los colaboradores "reside en el volumen creciente que

han ido ganando dentro del proceso productivo, lo cual a su vez da cuenta de un cambio cualitativo en el papel que hoy ocupan en los procesos de producción" (p. 8). El autor explica que "concebida para fines muy distintos, la mayoría de las empresas de diarios y revistas ha adoptado esta figura laboral como mecanismo de empleo rápido y de bajo costo, haciéndola parte estructural de su negocio" (p. 8). Asimismo, puntualiza que hasta el 2013 no existía en la Argentina todavía ningún registro exhaustivo sobre la dimensión del empleo - formal o informal- de la prensa escrita por lo que considera que "este vacío estadístico es casi total en el caso de los periodistas colaboradores, donde las condiciones en las cuales desarrollan sus tareas (ausencia de registro, intermitencia, eventualidad) impiden efectuar mediciones concretas" (p. 8). No obstante, aporta que de acuerdo a datos suministrados por el sindicato de la actividad (Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires) y por informantes claves, han podido ratificar la "tendencia referida al crecimiento de la proporción de colaboradores por sobre los periodistas estables, en base a indicadores indirectos tales como la reducción del empleo en blanco en el sector y el achicamiento progresivo de las redacciones (p. 8).

En este caso, datos actualizados por FOPEA (Foro de Periodismo Argentino) ya avizoran un panorama poco alentador, antes de la pandemia, para el periodismo en relación de dependencia. De ello da cuenta FOPEA en un informe que publicó en el 2019, donde revela cifras preocupantes en cuanto a despidos durante el periodo 2017-2018 en medios de comunicación de toda la Argentina. De esta manera informa que hubo 1791 puestos de trabajo perdidos en la prensa argentina durante esos dos años. "En el año 2017 se detectaron 861 despidos y 253 retiros voluntarios y, en 2018, se registraron 543 despidos y 134 retiros voluntarios" (p. 6), precisa FOPEA.

Según advierte Pino (2021), en un informe más reciente FOPEA (2021) revela que "la mayor parte de los medios de comunicación locales, que alimentan el flujo informativo de las comunidades más pequeñas, funcionan sin empleados" (parr. 1). De esta manera el autor advierte, apoyándose en el informe del organismo, que "más del 65% de estas usinas periodísticas no cuentan con empleados en relación de dependencia y que la mayoría se nutre de aportes de periodistas freelance o colaboradores eventuales" (parr. 1). Pino aclara que el reporte titulado *Situación del Periodismo Local en la Argentina* "recabó la información de más de 2450

medios y 13.500 periodistas de las 24 provincias argentinas, financiado por Google News Initiative" (parr. 2).

Así, para FOPEA (2021) los datos demuestran que cada vez es más difícil para los periodistas lograr un trabajo en relación de dependencia en la Argentina. En este aspecto Pino (2021) sostiene que el informe "muestra que 2 de cada 3 medios locales no cuentan con periodistas como empleados" (parr. 3). En ese contexto el autor aporta que esta situación evidencia diversos problemas:

> Por un lado, la pérdida de ingresos publicitarios que padecen los medios desde el auge de las redes sociales y la publicidad programática de gigantes como Google. Esta quita de ingresos aún no encuentra nuevas fuentes de financiamiento que garanticen la sostenibilidad de los medios de comunicación.
>
> Por otro lado, el impacto y los temores que ha provocado la denominada "industria del juicio laboral" que ha llevado a medios de comunicación pequeños a optar por no tomar más empleados frente a la amenaza que significan estos juicios que desequilibran las cuentas de cualquier medio pequeño.
>
> Y, entre otras causas, la falta de incentivos y la mala distribución de la publicidad oficial que concentra partidas millonarias en los grandes medios y deja olvidados a las pequeñas empresas periodísticas que aseguran el flujo informativo en las comunidades. El resultado de este combo: miles de periodistas sin empleo (parr. 3).

De acuerdo al recorte espacio temporal de la siguiente investigación (periodo 2020-2021) es necesario tener en cuenta el aporte de Lewis (2020) sobre los efectos del Covid-19 en el periodismo freelance. En este sentido advierte que "la pandemia desatada por el coronavirus (COVID 19) afectó de una forma muy considerable a este ámbito. Las posibilidades en la búsqueda de trabajo de los periodistas independientes se vieron muy afectadas este año" (parr. 1). La autora aporta que la pandemia ha llevado a recortes presupuestarios en casi todos los niveles: "los periodistas independientes tienen dificultades para encontrar trabajo. Sin un medio que los respalde, muchos se han convertido en responsables de su

propia seguridad y bienestar, en momentos en que ambas se ven amenazadas" (par. 2).

Volviendo sobre el desarrollo del periodismo freelance y el teletrabajo, el Institución Universitaria ESUMER (2018) advierte que el freelance y el teletrabajo surgen como respuesta a los avances tecnológicos que han abundado las diferentes áreas de las empresas, llevándolas a efectuar estrategias y mecanismos de adaptación. En este caso el instituto plantea que "a lo anterior, se suman los cambios en las mentalidades de las nuevas generaciones, mediadas en parte por la tecnología, que plantean otras dinámicas de relacionamiento entre las organizaciones y sus empleados (p. 46).

Ahora bien, ¿qué entendemos por freelance y teletrabajo? En este caso el Institución Universitaria ESUMER (2018), apoyándose en Gerencie.com (2017) lo define de la siguiente manera:

> El freelance se caracteriza por ser un trabajo en el cual el empleado realiza su actividad de forma autónoma, o sea, el trabajador ofrece los servicios de su profesión a terceros los cuales se denominan sus clientes; tienen toda la libertad de organizar sus horarios y cobran por trabajo realizado, volumen o resultados. Los freelances van de la mano con la era de la información ya que estos pueden ofrecer sus servicios a cualquier persona o empresa sin importar el país en el que se encuentren (p. 47).

Según la Institución Universitaria ESUMER (2018) "desde la antigüedad la palabra freelance es conocida para darle nombre a los mercenarios, los cuales no tenían jefes ni una responsabilidad determinada. Actualmente este término es utilizado para describir a personas autónomas o independientes laboralmente" (p.47). En este sentido aclara que en los últimos años han aumentado en grandes cantidades los trabajadores freelance, y que esa tendencia seguirá en esa línea debido a los requerimientos de mayor autonomía laboral. La Institución aporta que ante este panorama cada persona debe potenciar su valor único que le permita destacarse en su campo laboral. "Los trabajadores independientes o autónomos asocian que el trabajo encontrado privilegia su utilidad procedimental más que su utilidad monetaria, lo cual hace del trabajo una apuesta placentera por la autonomía" (p. 47).

En el caso del teletrabajo la Institución Universitaria ESUMER (2018) explica que aparece en el contexto de la era de la globalización, impulsado por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Al respecto, el organismo aclara que se ha consolidado con"la generación de los Millenials, esa generación que se hizo adulta con la llegada del nuevo milenio y han incorporado la tecnología en toda su vida cotidiana. Y visto así, el teletrabajo aparece para transformar las relaciones laborales tradicionales" (pp. 49-50).

En este sentido el Institución Universitaria ESUMER advierte que la Teoría de la Autodeterminación es aquella en donde se establece que los seres humanos tienen 3 necesidades básicas psicológicas:

> Necesidad de autonomía: es aquella que consiste en que uno mismo pueda controlar y orientar sus propias acciones, la autonomía implica elección, integración y libertad; necesidad de competencia: es el deseo que se tiene por tener control o dominio sobre el entorno, de superar desafíos y de funcionar eficazmente dentro de este; necesidad de pertenencia: Es estar conectado, sentir afecto y el poder interactuar con otras personas (p. 47).

Así, para el organismo (2018) el desempleo es una condición estructural en la mayoría de países latinoamericanos, considerando que "existe desde hace algunas décadas un proceso continuo de degradación de las condiciones laborales, como la tercerización, la subcontratación, los contratos por prestación de servicios, entre otros fenómenos" (p. 48). En ese contexto el Instituto advierte que los jóvenes encuentran en el trabajo independiente una posibilidad de desenvolverse profesionalmente, aunque aclara, de la mano de Forero (2016), que esta opción de trabajo puede tomarse con gusto o porque no exista la posibilidad de conseguir un trabajo estable.

Respecto a la situación futura, el Institución (2018) advierte que ha aumentado en grandes cantidades, en los últimos años, el número de trabajadores autónomos, independientes o mejor conocidos como freelance.

> En efecto, en el año 2014 diecisiete millones de personas en el mundo trabajan ofreciendo sus servicios vía trabajo freelance; para el año 2024 se estima que el número de trabajadores freelance aumentará en un 40%,

> debido a la necesidad de cada persona al ser más autónoma e independiente en su vida laboral. (p. 49)

Ahora bien, profundizaremos un poco más sobre los alcances de la labor del periodista freelance. Henry (2013) explica que “los colaboradores son periodistas que se caracterizan por el hecho de que venden unidades de trabajo (artículos, notas) a uno o varios compradores, en este caso diarios o revistas” (p. 11). En este caso aclara que “existen básicamente dos estrategias por medio de las cuales logra vender su trabajo. Una forma consiste en presentar "sumarios" (resúmenes acerca del contenido de las futuras notas) en distintos medios que, si eventualmente le interesan al editor las comprará (p.11).

> Otra posibilidad es que el editor le encargue las notas al colaborador, lo cual generalmente sucede cuando ya existe cierta vinculación duradera de intercambios. En ambos casos, el editor de cada sección o suplemento es la persona que, a nombre de la empresa, se encarga de asignar qué contenidos serán realizados por el personal de planta y cuáles serán provistos por colaboradores. Esto se define en base a criterios editoriales y asimismo, en base a los recursos presupuestarios con que cuenta cada sección (pp. 11-12).

Henry (2013) enfatiza que “la situación de la mayor parte de estos trabajadores, es bastante diferente y se halla caracterizada por toda una serie de desventajas provenientes de los arreglos y prácticas prevalecientes en la modalidad en que desarrollan su actividad” (p. 12). Siguiendo con el tipo de vínculo contractual de estos trabajadores, explica que “la forma en que las empresas efectivizan este lazo -y que ya conforma una práctica ampliamente instalada- consiste en pedirles a los colaboradores que emitan factura en calidad de proveedores monotributistas” (p. 12).

> Así, bajo esta modalidad de contratación, lo que las empresas periodísticas realizan es una transferencia de riesgos, entregando una determinada actividad a trabajadores formalmente independientes que operan bajo su propia responsabilidad y que deben hacerse cargo de los costos de producción de sus notas. (pp. 12-13)

Ya veremos más adelante, de acuerdo a los datos que se desprenden de las encuestas realizadas, que esta situación no difiere demasiado de lo que ocurre en la ciudad de La Rioja. Ahora bien, Henry (2013) pone en evidencia que "estos acuerdos de tipo comercial evitan que las empresas tengan que asegurar cierta continuidad laboral para los colaboradores y que, por el contrario, puedan hacer uso de su fuerza de trabajo de acuerdo a sus necesidades puntuales" (p. 13). Asimismo, explica que, a través de la figura del editor, las "empresas de diarios y revistas imponen a los periodistas colaboradores un conjunto de exigencias en términos de calidad del producto, de cuestiones relacionadas con la exclusividad total o parcial del mismo y, más importante aún, de los plazos de entrega" (p. 13).

> Difícilmente estos trabajadores puedan contar con un grado de autonomía económica que les permita ejercer su actividad con holgura y con cierta certeza sobre su situación financiera inmediata. De hecho, lo que predomina en la actividad es un sistema de pagos altamente flexible y arbitrario que sitúa a los periodistas colaboradores en una posición muy frágil en términos de su sustento económico (p. 14).

En cuanto al monto de la remuneración, Henry (2013) explica que "los periodistas con calificaciones técnicas poco tradicionales o que gozan de cierto renombre pueden llegar a negociar altos honorarios. La mayoría reciben pagos mínimos en el marco de una actividad sin tarifas reguladas y que varían de una empresa a otra" (p. 14). En otro orden aclara que la cantidad de notas que pueden generar nunca debe ser elevada (en torno a tres o cuatro por semana) debido al tiempo que conlleva elaborar cada una. "De esta forma, aunque quisieran generar más dinero, estos trabajadores tienen un límite material e intelectual para aumentar su productividad" (p. 15).

> Además, estos ingresos nunca son ganancia neta ya que también cubren aquellos costos asociados a su trabajo y de los cuales se desentienden las empresas: viáticos, compra y mantenimiento de los insumos y herramientas, tarifas de servicios (teléfono, celular, internet), entre otros. (p. 15).

Por ello Henry (2013) señala que se trata de trabajadores precarizados cuyo "posicionamiento en la esfera del mercado los enfrenta a una individualización extrema y a una serie de desventajas que se ven obligados a aceptar en un

contexto donde las empresas son reticentes a contratar personal fijo para las redacciones" (p. 15).

METODOLOGÍA Y ANÁLISIS

En términos metodológicos, este texto es el producto, en primer lugar, de una revisión de documentos (artículos científicos, tesis, publicaciones periodísticas, publicaciones de organismos que nuclean a periodistas, libros etc.), y el abordaje de dos cuestionarios a periodista de la ciudad de La Rioja, información que nos permitió establecer nuestras primeras conclusiones sobre el desempeño del periodismo freelance en la ciudad capital en el periodo 2020/2021. Nuestros resultados son producto de un acercamiento cualitativo y cuantitativo que tuvo como ejes: conocer la franja etaria y porcentaje de periodistas que ejercen la profesión de forma independiente (freelance) en la ciudad capital de La Rioja, como así también cómo fueron las condiciones laborales durante el periodo 2020 y 2021, años marcados por la pandemia de coronavirus; indagará acerca del contenido del servicio periodístico que ofrecen los freelance (fotos, notas escritas, o material audiovisual); y por último los condicionamientos generales que presenta el ejercicio profesional de este tipo de periodismo emprendedor, y en ese sentido saber cuáles son los factores que los han llevado a optar por este modo de hacer periodismo.

Considerando la posibilidad de que exista un escaso número de periodistas freelance, en la ciudad capital, se tomó también como parte del corpus a periodistas tradicionales con el objeto de conocer qué aspectos han influido en ellos a la hora de elegir el trabajo en relación de dependencia en un medio de comunicación.

Así, para abordar el objeto de estudio, en la instancia de recolección de información se incluyeron documentos bibliográficos, y cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas a periodistas radicados en la ciudad de La Rioja, teniendo en cuenta técnicas y herramientas que comprenden al contenido pertinente. A través de esta investigación consideramos que es importante conocer el contexto local donde se desarrolla la actividad periodística,

considerando los espacios de luchas en el ejercicio profesional, donde pueden entran en juego los factores económicos, los condicionamientos políticos y editoriales, entre otros. De esta manera, de acuerdo a la clasificación que realiza Danhke (1989) la investigación aporta alcance de tipo exploratorio y descriptivo.

De esta manera nos ocupamos de mostrar las condiciones de trabajo reales de los periodistas colaboradores y tradicionales, y las prácticas establecidas en este campo laboral a los fines de reflexionar acerca del tipo de independencia que se configura en este marco productivo. De esta forma, examinamos la organización de su trabajo y el tipo de vinculación que efectivamente establecen con las empresas, más allá de los arreglos contractuales formales. Asimismo, indagamos en la dimensión de los ingresos de estos trabajadores para conocer los grados de autonomía económica con los que cuentan. Por último, realizaremos algunos comentarios a modo de conclusión.

De ahí la necesidad de un enfoque cualitativo y cuantitativo, que desde una óptica microsociológica rescate las realidades de estos trabajadores y nos permita conocer sus condiciones de trabajo reales, así como sus problemas específicos.

En relación al universo de la muestra, el tipo de muestra seleccionado para esta primera parte de la investigación, ha sido intencional, debido a que seleccionamos periodistas que trabajan en diferentes medios de comunicación de la ciudad capital de la provincia de La Rioja, y como técnica de recolección de datos del tema investigado, como primera aproximación al objeto de estudio, se realizaron cuestionarios precisamente a los periodistas que forman parte de la muestra. Así se encuestaron una cantidad de quince periodistas de un total de 70 (aproximadamente) que habitualmente están trabajando de forma activa en medios de esta ciudad.

La sistematización de los datos que se desprenden de los primeros resultados obtenidos de los cuestionarios entregados, nos ha permitido incorporar información relevante a la investigación. De esta manera se elaboraron dos cuestionarios uno para periodistas freelance (independientes) y otro para periodistas en relación de dependencia. Respecto al análisis de las encuestas a periodistas tradicionales, se les consultó por qué eligieron ser periodista tradicional y no freelance. En este sentido, los participantes de la muestra en un

porcentaje del 60% dijo que eligió ser periodista tradicional por seguridad económica a pesar de los bajos salarios, un 20% como oportunidad laboral, mientras que el otro 20% lo consideró como una experiencia. En cuanto al segundo interrogante que apuntaba a si conocían con precisión la labor de un periodista freelance, el 100% de los entrevistados no tiene claro o desconoce la especialidad del periodismo freelance o lo confunde con el reportero móvil. Respecto al tercer interrogante que indagaba acerca de qué aportes daría el periodismo freelance al periodismo tradicional, los participantes demuestran una confusión respecto del trabajo freelance; algunos lo perciben como desestructurado, espontáneo, en tanto otro porcentaje lo relaciona con el periodismo de investigación por lo tanto no se muestran claridad entre el aporte que harían y el concepto. En la cuarta pregunta, que gira en torno a si ha tenido ofrecimientos para desempeñarse como periodista freelance, de los entrevistados solo un 60% manifestó haber recibido propuestas para trabajar como freelance, y el resto no lo precisó. En la quinta y última pregunta en la que se indagaba acerca de que si les gustaría ser periodistas freelance en algún momento, un porcentaje del 80% de la muestra respondió que lo haría, mientras que un 10% dejaría para más adelante y que les gustaría (a pesar de no tener bien claro de que se trata), en tanto que el otro 10% manifestó que no lo haría.

En cuanto a la segunda encuesta, que estaba dirigida al periodismo freelance específicamente, cuando se les consultó sobre el tiempo que llevan prestando el servicio, la mayoría respondió que entre un año y más. En cuanto a cómo transitó su trabajo durante la pandemia, un porcentaje de la muestra manifestó no haberlo hecho, enfocándose en trabajos de relación de dependencia en medios tradicionales, mientras que otro porcentaje explicó que lo realizó desde su casa por los riesgos sanitarios. Respecto a la consulta si se puede vivir de esta profesión, un porcentaje de la muestra comentó que sí, aunque prefieren hacerlo como segunda opción laboral; mientras que otro segmento manifestó que en La Rioja hace falta otro trabajo. Cuando fueron consultados acerca de cuál es valor del trabajo, un porcentaje dijo que era variable, como así también que no hay tarifas acordes a la prestación. También aclararon que esa variación depende si es multimedia, texto o solo video y fotografía. En todo caso los valores expresados en pesos no superan por el servicio multimedia los 40 mil. Otro de los interrogantes giró en torno a la relación y contacto que tienen los periodistas con los medios a

los que ofrecen sus servicios, y en este caso la mayoría comentó que son los medios los que se conectan para consultar sobre el trabajo que necesitan.

CONCLUSIONES

Del análisis de las encuestas surge que, entre las preferencias de los encuestados, mayoritariamente eligen trabajar como periodistas en medios tradicionales porque estos les brindan seguridad económica. Más allá de conocer el trabajo del periodismo freelance y haber tenido ofrecimientos, no lo toman por el bajo costo que reciben por el servicio periodístico ofrecido. En relación a los clientes o medios de comunicación en los que eligen trabajar, advierten que prefieren empresas a las que les puedan ofrecer servicios de forma esporádica, ya que consideran que este trabajo no aporta el dinero suficiente para tener un sustento económico.

Entre otras cosas también se pudo deducir que los profesionales encuestados trabajan desde hace más de un año en los diferentes medios de la ciudad capital, y que en su mayoría tienen formación como periodistas o locutores, sumado a esto la práctica del ejercicio que les aporta la experiencia.

Otro de los puntos importantes que surgen del relevamiento de los datos es que no existe colegiatura profesional o gremial que los respalde en términos de salarios y tarifas y que el consumo de notas de periodistas freelance es escaso.

Así, de esta aproximación analítica sobre nuestro objeto de estudio podemos concluir que los datos recabados hasta el momento no discrepan de la realidad que vive en periodismo freelance en la Argentina, considerando, de acuerdo a lo aportado por Henry (2013), que bajo la figura de trabajadores independientes cuentapropistas y registrados en calidad de monotributistas, los “periodistas colaboradores se insertan como los eslabones más débiles dentro de los procesos productivos de la prensa, constituyendo una reserva de proveedores de contenidos que las empresas pueden aumentar o reducir a discreción en función de sus necesidades productivas” (p. 16).

BIBLIOGRAFÍA

- Henry, L. (2013). Flexibilización productiva y difusión del trabajo independiente en la prensa escrita argentina. Un estudio sobre las condiciones de empleo de los periodistas colaboradores. *Dialnet*, *21*. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5207393
- -Institución Universitaria ESUMER. (2108). *El freelance y el teletrabajo: Nuevas tendencias en el ámbito laboral*. infocoponline. http://www.infocoponline.es/pdf/El%20freelance-y-el-teletrabajo.pdf
- FOPEA (2019). Informe 2017-2018 Observatorio y alerta laboral de periodistas (FOPEA) Informe especial crisis en los medios y situación laboral de los periodistas. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Pino, A. (2021, 14 octubre). Medios locales argentinos no tienen periodistas contratados. Dale Concepción. https://www.daleconcepcion.com.ar/medios-locales-argentinos-no-tienen-periodistas-contratados/
- Danhke, G.L. (1989). Investigación yomunicación Comunicación. En C. Fernandez -Collado y G.L. Danhkw (Eds.) La comunicación Humana: ciencia social (pp.385-454) Mexico Mcgraw Hill.
- Lewis, K. P. (2020, 4 junio). Los efectos del COVID-19 en el periodismo freelance. Red internacional de periodistas. Recuperado 4 de junio de 2020, de https://ijnet.org/es/story/los-efectos-del-covid-19-en-el-periodismo-freelance

Biografía

- Asociación Argentina de Periodistas Independientes. (s. f.). Recuperado 20 de septiembre de 2022, de https://periodistasporelmundo.com/es/contenidos-para-formarte/asociaciones-de-prensa/sudamerica/argentina/97-asociacion-argentina-de-periodistas-independientes
- Contrata a freelancers y encuentra trabajo freelance en línea. (s. f.). Recuperado 20 de septiembre de 2022, de https://www.freelancer.es/?gclid=CjwKCAjwyaWZBhBGEiwACslQoyfjuozThd7UkOPhCfxOywM8OiM5ntLDmwwTvNp2mL4lrCqf8xzhnhoCqXoQAvD_BwE
- Emprendedor o freelancer: Impuestos y facturación. (2020, 27 abril). Recuperado 20 de septiembre de 2022, de

https://blog.gestorando.com/emprendedor-freelancer-impuestos-facturacion/
- Fuentes Sauma E (2011) Historia del Periodismo Riojano (grafica) – Lic. En comunicación social- Universidad Nacional de La Rioja. Recuperado del link: https://www.youtube.com/watch?v=nkZFBY6ZMVs&list=PL0D80181E8B566DE1
- Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio – 2003
- Rojo, R. (1991) Historia del Periodismo Riojano. Editora del Norte. La Rioja

RADIO DIGITAL Y REDES SOCIALES: UN ESTUDIO EXPLORATORIO DE LOS USOS, PRÁCTICAS Y PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA EN LÍNEA DE LAS PRINCIPALES RADIOS DE LA CIUDAD DE SAN LUIS, CAPITAL, REPÚBLICA ARGENTINA.

Ponce Viviana Mercedes
vivianaponce@gmail.com

Cuello María Inés
cuellomariaines@gmail.com

Orozco Analia Ivana
analiaorozco@gmail.com

RESUMEN:

Como parte del proceso de mediamorfosis experimentado por los medios de comunicación con la irrupción de la tecnología, la radio, no solo se ha adaptado en estos últimos años a las características intrínsecas de los medios digitales sino que ha recibido y recibe el aporte de los nuevos oyentes, quienes a través de su participación con mensajes de texto, correo electrónico y redes sociales, entre otros, se comunican, interrelacionan y nutren y/o incrementan su cantidad y calidad informativa.

Centrándonos específicamente en las redes sociales, las interacciones entre conductores/productores y su audiencia abren un abanico de posibilidades en las que la radio puede potenciar las comunicaciones e informaciones. A través de la

creación de perfiles sociales digitales se posibilitan las relaciones, el suministro y recepción de los intereses de los oyentes por determinados temas, problemáticas que afrontan, sus historias, sus pedidos y las respuestas a propuestas por parte de quienes se sienten convocados y pueden acercar, desde cualquier lugar donde se encuentren, datos y/o grabaciones de voces y videos elaborados con las prestaciones de sus teléfonos celulares.

El panorama que se presenta es complejo y diverso, conforme a las características y realidad social de cada medio radial y oyentes concretos. Por ello, y para este trabajo en particular, nos proponemos indagar acerca de los usos de las redes sociales, las prácticas periodísticas y la producción de contenidos que se derivan de éstos, en el caso particular de las principales radios de la ciudad de San Luis, Capital, República Argentina.

El propósito es contribuir con un estudio exploratorio acerca del estado actual de las relaciones que se derivan entre la radio y las redes sociales, en tiempos donde la tecnología conlleva cambios constantes y acelerados.

Para su organización, comenzamos describiendo las principales redes sociales existentes en la actualidad, sus características y sus alcances e implicaciones en la radio digital. Luego se describen los principales medios radiales que constituyen el objeto de estudio y las estrategias teórico-metodológicas que permiten abordarlo. Para finalizar se concluye con las primeras aproximaciones y una propuesta de trabajo a futuro que nos permita seguir ampliando lo que se ha desarrollado.

Palabras clave: Radio y Redes Sociales, Radios Digitales, prácticas periodísticas radiales en redes sociales

REDES SOCIALES: CARACTERÍSTICAS, ALCANCES E IMPLICACIONES EN LA RADIO DIGITAL

Desde sus orígenes, los medios de comunicación se han nutrido de los avances tecnológicos producidos en las telecomunicaciones, Internet y la informática:

contenidos, lenguajes, redacciones y producción periodística se fueron adaptando, conforme los procesos derivados de la digitalización, la evolución de la técnica y las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías.

La media morfosis experimentada por los medios de comunicación favoreció una mejora en la calidad de los servicios informativos y un aumento en su diversidad, flexibilidad, segmentación, integración y especialización, lo que llevó a reconfigurar su propia esencia, condicionada por las nuevas demandas sociales [1] (Jódar Marín, 2010).

Como parte del abanico de posibilidades que se desprenden de Internet, las redes sociales, entendidas como: "...servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general, mantenerse en contacto" [2] (Orihuela, 2008, p. 58) se erigen hoy como "arma vital" [3] (López, 2017) en los procesos de producción, distribución y consumo de la información.

Convertidas en soportes de información e inmejorable oportunidad de llegada a numerosos destinatarios [4] (Ríos, 2017), las características de Facebook (con su gran popularidad y diversidad de perfiles de individuos, figuras públicas y empresas, con modos de relación personales o de círculos cercanos), Twitter (como espacio de comunicación con famosos, primicias, discusiones de temas de interés y acompañamiento de eventos en tiempo real), Instagram (como vehículo de fidelización de la marca con el público a través de las imágenes) y Linkedin (con orientación en profesionales y empresas) [5] (Vázquez Brotto, 2015), entre otras, posibilitan un uso y complemento del trabajo periodístico con importantes alcances y desafíos.

En la radio particularmente, las redes sociales se constituyen en una puerta de entrada al sitio oficial del medio en la web y posibilitan un espacio de presencia digital desde el cual es posible escuchar y captar información, comunicarse y socializar con la audiencia, promover y difundir contenidos generales y exclusivos (Vázquez Brotto, 2015) y [6] (Barrios Rubio, 2013) y enriquecer el rol tradicional de los oyentes, que pueden interactuar, enviar información y obtener respuesta. Además permiten acercar a las audiencias alejadas geográficamente favoreciendo el sentido de pertenencia y de identidad comunitaria, y publicar información de forma instantánea y personalizada, lo que obliga a corroborar o chequear fuentes o dichos [7] (Durante, 2012).

La situación expuesta conlleva sin dudas a un importante desafío por parte del profesional de la radio digital, puesto que deberá adaptar su técnica de trabajo tradicional a un nuevo formato, en donde los datos circulan a gran cantidad y velocidad, la interacción se desarrolla con consumidores de noticias que pueden dejar comentarios y reaccionar a las publicaciones y donde los usos de las herramientas tecnológicas, plataformas y técnicas varían, al igual que la producción de contenidos y prácticas periodísticas, en cada medio social [8] (Botella Santana, 2018).

OBJETO DE ESTUDIO: SELECCIÓN DE LAS PRINCIPALES RADIOS DE LA CIUDAD DE SAN LUIS, CAPITAL, REPÚBLICA ARGENTINA

Con el objeto de aportar a las relaciones existentes entre la radio digital y las redes sociales, tomamos en consideración a un conjunto de radios de la ciudad de San Luis, Capital, República Argentina, que comparten una historia y espacio común, dado que surgieron con la democratización de la radio a través del sistema de FM que se dio en todo el país, ya no solo para emitir contenidos musicales con alta calidad de sonido, sino también para aprovechar esa posibilidad técnica al servicio de otros contenidos.

Estas emisoras tienen una historia consolidada en el tiempo y son reconocidas por la gente con un perfil propio en cuanto a programación y estilo. La primera en surgir en este marco fue Radio Dimensión, LRJ 241, en AM 9.40 KHz, que comenzó sus transmisiones el 16 de mayo de 1986 con el objetivo de ser un medio independiente y con una fuerte propuesta informativa que abarcaba distintos ámbitos repartidos en distintos programas, pero a la vez, con programas musicales de diferentes géneros.

Luego Radio Popular comenzó sus transmisiones en FM en el 98.5, un 20 de junio de 1986 con una programación variada y con un estilo particular que se dirigía a la barriada y a las clases sociales populares. Busca ser una radio comunitaria, popular y ciudadana. Para ello desde sus orígenes comenzó a prestar servicio social y a hacer participar a los oyentes con pedidos y reclamos de distinto tipo. A pesar de ser una radio FM a través de repetidoras su cobertura se extiende a toda la provincia de San Luis.

Posteriormente el 10 de mayo de 1991 fue inaugurada Radio Universidad, de la Universidad Nacional de San Luis, que según destaca en su sitio web, su objetivo es reforzar la ineludible relación que debe existir entre la universidad y la comunidad, subrayando el concepto de una radio pública al servicio de los intereses colectivos. La Universidad presenta una programación informativa y de contenidos variados que se ofrecen no solo a una audiencia universitaria sino también a la comunidad en general. Sus posibilidades técnicas le permiten llegar a toda la ciudad a través de la recepción por aire y zonas aledañas.

Actualmente todas estas radios pueden ser escuchadas vía online, puesto que adoptan el modelo de "radio en internet" o "ciber-radio", ofreciendo la señal de la emisora análoga tradicional, conocida como en vivo y en directo, en un portal web, es decir, en una señal on-line. En esta modalidad, Internet tiene un rol de re-difusor de la señal producida en la emisora tradicional, con el atributo añadido de accesibilidad por parte de los internautas de cualquier parte del mundo con acceso a dispositivo digital y a Internet [9] (Barrios Rubio, 2013).

ESTRATEGIAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS PARA EL ABORDAJE DEL OBJETO DE ESTUDIO

A fin de obtener unas primeras aproximaciones en relación al uso, prácticas periodísticas y producción de contenidos en redes sociales por parte de las tres emisoras radiales seleccionadas: Dimensión, Universidad y Popular, se adoptó como estrategia teórico-metodológica a la investigación cualitativa con alcance exploratorio y descriptivo [10] (Denzin y Lincoln, 1994 en Emanuelli, Egidos, von Sprecher, Ortúzar, García Lucero, Dorado y Ulla, 2009).

Cualitativa, en cuanto a que posibilita investigar la construcción social de significados desde las perspectivas de los actores sociales implicados, en este caso puntual, integrantes de los programas radiales de la media mañana que se emiten de lunes a viernes, desde cada una de las radios elegidas.

Exploratoria, pues permite recabar información con el objeto de reconocer, ubicar y definir problemas, fundamentar hipótesis, recoger ideas y sugerencias. Y descriptiva, dado que ayuda a caracterizar los fenómenos, identificando sus propiedades, significado, usos, funciones, frecuencias y variaciones.

La muestra incluyó a tres programas radiales: “Radio revista informativa” de Radio Dimensión, “Sonido urbano” de Radio Universidad y “Radio mañana” de Radio Popular y adoptó el criterio de no probabilístico y por conveniencia. No probabilístico, dado que se seleccionaron radios y programas en función de un criterio razonado y explícito del investigador. Y por conveniencia, puesto que se buscó conocer cómo se utilizan las redes sociales en los medios seleccionados a partir de su surgimiento. Estas radios tienen una trayectoria de más de 30 años de salida al aire y en sus comienzos han realizado productos radiofónicos en los cuales la producción de contenidos y el contacto con la audiencia, era diferente. Los oyentes generalmente dejaban un mensaje de audio grabado en un contestador automático y para la producción de contenidos se recurrió a publicaciones escritas, partes de prensa, boletines informativos, y tiempo después, a la información que enviaban al correo electrónico de la radio o que se publicaba en páginas web de distintos organismos o instituciones.

Respecto del periodo de indagación, corresponde al mes de agosto de 2022 y comprende a los principales actores del equipo de trabajo (conductores, comunicadores, periodistas, productores, redactores) de los tres programas y radios antes mencionados.

En cuanto a los instrumentos de recolección de información, cabe mencionar que se utilizó como principal técnica de obtención de información a la encuesta con carácter abierto, de forma tal de brindar libertad y flexibilidad en la amplitud y descripción de las respuestas. Sus principales interrogantes se organizaron en ejes, tendientes a recabar:

- *Información institucional*: nombre de la radio, ubicación física si posee, dirección web, nombre del programa, horario y días de salida al aire, nombre y función dentro del programa.
- *Uso de las redes sociales*: redes que utilizan y propósito.
- *Comunicación y participación de/con la audiencia:* estrategias de promoción de comunicación y/o participación, rol del oyente en el proceso de producción y uso del contenido recepcionado en el programa.
- *Producción de contenidos en redes sociales*: prácticas periodísticas desarrolladas en redes propias o ajenas, criterios para la búsqueda, selección, construcción de la agenda y difusión en los medios sociales.
- *Reflexión sobre el rol periodístico en los medios sociales*: visión de la proyección del perfil profesional, las competencias de redacción para las

redes y las fortalezas, debilidades y desafíos que plantean este tipo de prácticas.

Todas estas consideraciones sirvieron de guía al trabajo y favorecieron a la construcción de significados y valores construidos respecto de los modos de trabajo, sus particularidades, experiencias y actitudes respecto al uso de las redes sociales en distintas modalidades.

USOS, PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS EN MEDIOS RADIALES DE LA PROVINCIA DE SAN LUIS, CAPITAL, REPÚBLICA ARGENTINA

A partir de las radios y programas radiales seleccionados y de la aplicación de las encuestas puede obtenerse un primer análisis con la siguiente información.
La radio digital Dimensión fija su domicilio en calle Pedernera N° 1228 y posee dirección web: http://www.radiodimension.com.ar. El horario y días de salida al aire de su programa radial "Radio revista informativa" tiene lugar de lunes a viernes, de 7 a 12 hs. y es conducido por un periodista de larga trayectoria en el medio radial, integrante del primer equipo de la radio en el año 1986. Lo acompaña una estudiante de la carrera en producción de radio y televisión en el rol de producción, operación técnica y manejo de redes sociales y cuenta con la participación de dos móviles en exteriores que cubren toda la información local.
Utilizan de forma constante las redes sociales propias de Facebook, Twitter e Instagram para difundir sus principales informaciones vinculadas a reportajes en vivo y otros temas considerados de importancia y relevancia. En la mayoría de los casos además, vuelven a difundir la información desde/hacia las redes sociales de la radio y su periódico digital: El Chorrillero (https://elchorrillero.com) en un flujo de intercambio continuo.
Como estrategia de comunicación emplean el whatsapp y el teléfono, además de las redes sociales, complementando con la cobertura de los móviles en caso de ser necesario. En cuanto a la participación de sus oyentes, posibilitan que pueda ser realizada desde cualquier vía que incluya o no a sus redes, dada la heterogeneidad generacional de quienes los escuchan.

En sus prácticas periodísticas y si bien digitan una agenda, toman también la información de sus oyentes chequeando los datos, antes de salir al aire o difundirlos por las redes mencionadas. Se consideran autodidactas en el rol de su perfil profesional, se actualizan de forma continua y resaltan la necesidad de disponer de personal idóneo en la producción de contenidos para los medios sociales.

La radio digital Universidad se encuentra ubicada en avenida Italia N° 1500 y su dirección web es: http://www.radiounsl.com.ar. El horario y días de salida al aire del programa radial "Sonido urbano" se realiza de lunes a viernes, de 9:30 a 12 hs. y presenta un formato de radio revista informativa.

Su equipo se encuentra conformado por una locutora con una trayectoria de más de 20 años en la radio, una periodista que aporta información con noticias universitarias, un estudiante de periodismo como productor de contenidos y la cobertura de exteriores, realizada por dos mujeres periodistas.

Poseen redes sociales propias en Facebook e Instagram con el objeto de comunicar y difundir información o entrevistas. Utilizan estrategias de difusión al aire con recordatorios, tanto del WhatsApp como de sus redes sociales, para que los oyentes puedan comunicarse y participar, reaccionando a sus publicaciones con los botones de Me gusta, Compartir información o Comentarios a los audios subidos desde la emisora. Los oyentes participan mediante mensajes públicos o privados en las redes y sobre temas concretos. En tal caso y desde la emisora, se brinda una respuesta en vivo, se contesta por mensajes y si es una información que el oyente proporciona, se procede a verificar por otras fuentes: oficiales, de prensa, móviles exteriores, llamadas telefónicas... y luego se decide si se difunde o no, en función de su importancia y perfil de su audiencia.

Como parte de sus prácticas seleccionan la información con criterio periodístico y alcance en la comunidad universitaria y en general. Además incorporan entrevistas que permitan educar sobre temas sociales y ambientales, entre otros.

El contenido producido se edita y redacta con adaptaciones al medio digital y se difunde en las redes sociales de Facebook e Instagram, tanto del programa como así también de la universidad, con actualizaciones de estado o publicaciones.

En su rol profesional, reconocen que éste se desarrolla con tareas cada vez más vinculadas a la difusión por medios diversos. En este sentido, el periodista que trabaja en radio, debe pensar en contenidos aptos para su salida al aire, redes y sitios web. Situación que les exige y demanda mucho tiempo no solo por la

adaptación del contenido a cada medio y tipología de red social concreta, sino porque no disponen de personal que se dedique a subir contenidos exclusivos para redes: son los mismos periodistas, locutores y productores que salen al aire quienes se encargan de esta tarea, aspecto que vivencian como una debilidad.

Por otra parte y como fortaleza, destacan la llegada a otros públicos, que no solo escuchan, sino también comentan, comparten y valoran los contenidos. La existencia de estadísticas que permiten determinar las características de las audiencias, la totalidad de las reproducciones y los lugares geográficos desde los que se acceden, es también otro aspecto sobre el que desean destacar.

Finalmente, y en relación a la radio Popular, con domicilio en avenida Junín N° 565 y con dirección web: http://www.radiopopularsanluis.com.ar, el horario y días de salida al aire del programa radial "Radio mañana" se realiza de lunes a viernes, en el horario de 9:30 a 14 hs.

Su equipo de conducción se conforma por un locutor con más de 20 años en la radio, una locutora, un columnista y tres movileros hombres que aportan información desde exteriores.

No poseen red social propia y en el caso particular de difusión de información en medios sociales, la realizan a partir de las redes de Facebook e Instagram de la radio, fundamentalmente para la difusión de noticias vinculadas a coberturas especiales de eventos, accidentes de tránsito, entrevistas en vivo y publicidades del medio. Como estrategia de comunicación y/o participación con sus oyentes utilizan al WhatsApp como único medio.

En el tratamiento periodístico de la información realizan móviles con temas urgentes de último momento, o bien, con otras notas de relevancia. La información de interés provista por la audiencia, es chequeada previamente por los movileros antes de su cobertura periodística y difundida después en las redes de la radio, a partir de textos adaptados en Facebook o placas informativas en Instagram. En todos los casos, las notas se evalúan teniendo en cuenta el criterio noticiable de la radio y la hoja de ruta del programa.

PRIMERAS APROXIMACIONES Y PROPUESTA DE TRABAJO A FUTURO

Ante los cambios producidos en el consumo social de los medios de comunicación y tal como lo anticipamos cuando analizamos los alcances e

implicaciones de las redes sociales en la radio digital, son numerosas las posibilidades que se derivan de su uso, tanto en la producción de contenidos como en las prácticas periodísticas. Y sin ninguna duda, las radios analizadas, las incorporan en mayor o menor medida.

Destacamos ante ello, el proceso de adaptación realizado por parte de los profesionales, quienes asumen el desafío de trabajar la reformulación de contenidos acordes a la convergencia de los medios y el nuevo ecosistema mediático. Se trata de un trabajo periodístico que por su complejidad no solo demanda de tiempo, conocimientos, mayores esfuerzos y concentración, sino que requiere de un profesional específico, dedicado específicamente a la tarea de la construcción y difusión de información en medios sociales específicos.

Uno de los cambios más significativos que aún prevalece en el contexto actual es el paso del consumo mediático individualizado y personalizado al consumo como una práctica en red (Jenkins, 2008) [11] y este es un aspecto crucial en el que se deberá trabajar desde el medio a fin de aprovechar y potenciar al máximo la complementariedad entre radio y redes sociales. Caso contrario, se seguirá encontrando en el camino de establecer, por un lado, sus funciones y deberes para con su audiencia en relación a su presencia en los sitios sociales, y por el otro, intentando integrar sus perfiles sociales en sus rutinas profesionales [12] (Carrera Álvarez, Baranda Andújar, Herrero Curiel & Limón Serrano, 2012).

Teniendo esto en consideración, constituirá un trabajo a futuro el poder indagar acerca del aprovechamiento del valor agregado de las redes sociales en otros medios radiales de la provincia, a fin de poder obtener un panorama más amplio en relación a los aspectos aquí planteados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrios Rubio, A. (2013). La radio en la era de la sociedad digital. *adComunica: Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 5, 37-54. Recuperado el 16 de setiembre del 2022 de: https://core.ac.uk/download/pdf/61419278.pdf
- Barrios Rubio, A. (2013). La radio en el escenario digital. Escuela de Ciencias de la Información. VI Encuentro Panamericano de Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba. Recuperado el 16 de setiembre

del 2022 de: https://www.researchgate.net/publication/305651694_La_radio_en_el_escenario_digital

- Botella Santana, A. (2018). *Las redes sociales como herramienta de trabajo en las redacciones de los periódicos de Canarias* (tesis de grado). Universidad de la Laguna. San Cristóbal de la Laguna, Tenerife, España. Recuperado el 16 de setiembre del 2022 de: https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/12300/Las%20redes%20sociales%20como%20herramienta%20de%20trabajo%20en%20las%20redacciones%20de%20los%20periodicos%20de%20Canarias.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carrera Álvarez, P., de Baranda Andújar, C. S., Herrero Curiel, E. & Limón Serrano, N. (2012). Periodismo y Social Media: cómo están usando Twitter los periodistas españoles. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 1 (18), 31-53. Recuperado el 16 de setiembre del 2022 de: https://www.redalyc.org/pdf/168/16832256006.pdf
- Durante, N. (2012). El uso de Internet en la producción periodística radiofónica. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. *Congreso de Periodismo y Medios de Comunicación (COPEM)*. Universidad Nacional de la Plata, Buenos Aires. Recuperado el 16 de setiembre del 2022 de: https://perio.unlp.edu.ar/congresos/sites/perio.unlp.edu.ar.congresos/files/mesa_3-durante_final.pdf
- 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.
- Jódar Marín, J. A. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y palabra. 15* (71), 1-11. Recuperado el 16 de setiembre del 2022 de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf
- Jenkins, H. (2008). La cultura de la convergencia de los medios de comunicación, Barcelona: Paidós.
- López, A. (2017). ¿Qué papel juegan las Redes Sociales en el día a día de las emisoras de radio. *Prnoticias.com.* Recuperado el 16 de setiembre del 2022

de: https://prnoticias.com/2017/01/27/redes-sociales-emisoras-radio

- Orihuela, J. A. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista*. 119, 57-62. Recuperado el 16 de setiembre del 2022 de: https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/2962/1/nueva_revista_08.pdf
- Ríos, C. (2017). Redes sociales: el mejor aliado y el mayor enemigo del periodismo. *Cuadernosdeperiodistas.com.* Recuperado el 16 de setiembre del 2022 de: https://www.cuadernosdeperiodistas.com/redes-sociales-mejor-aliado-mayor-enemigo-del-periodismo/
- Vázquez Brotto, E. S. (2015). Redes sociales y participación radiofónica: Análisis de caso de Twitter y Facebook en la Cadena SER. *Ámbitos: Revista Andaluza de Comunicación.* 25, 03-18. Recuperado el 16 de setiembre del 2022 de: https://www.redalyc.org/pdf/168/16832256006.pdf

NARRATIVAS PANDÉMICAS DE NO FICCIÓN: LO REAL COTIDIANO DE LA VIDA DE LOS PERIODISTAS COMO OBJETIVO DE LAS ESCRITURAS MEDIÁTICAS.

Reviglio María Cecilia | Universidad Nacional de Rosario.
maria.reviglio@fcpolit.unr.edu.ar

Palabras clave: Narrativas periodísticas, lo real cotidiano, escrituras mediáticas

INTRODUCCIÓN:

Durante los años 2020 y 2021 ha circulado una cantidad significativa de textos que podríamos inscribir en un espacio difuso que aquí llamaremos lo real cotidiano (Calamari, 2018) o bien lo real circundante (Costa, 2019) con la característica central de retratar —o intentar hacerlo— las experiencias de la vida en pandemia. Publicaciones periodísticas en línea e impresas, ficciones, diarios de la peste en redes sociales en Internet, en libros, por entregas, a pedido o, incluso, a través de concursos, así como también publicaciones espontáneas han poblado el horizonte narrativo de un paisaje pandémico desde la perspectiva de los actores/autores.

Si bien es esperable que uno de los retratos privilegiados de la época están delineados por los trazos de las coberturas periodísticas respecto de la pandemia, no deja de sorprender que entre ellas haya, no decimos nacido pero sí consolidado cierta tendencia a centrar algunas de esas narrativas en la figura del periodista, en su experiencia, en su vivencia de la pandemia y no en tanto profesional de la prensa, sino ciudadano común.

En esta oportunidad, me detendré, en especial, en una zona del corpus de un proyecto En esta oportunidad, me detendré, en especial, en una zona del corpus de

un proyecto mayor [16], cuyas fronteras se han trazado a partir de los patrones del género discursivo y la trama textual —narraciones periodísticas—, por un lado, así como también, por el otro, por la presencia de la primera persona del singular en esas narraciones en las que el periodista, más que como testigo, opera como actor. La zona del corpus referida emergió y fue tomando cuerpo, en una primera instancia, a partir de la intuición de cierta singularidad, de cierta novedad presente en algunas de esas ocurrencias textuales que, luego, delimitaron un espacio donde esa singularidad adquirió forma. De las reflexiones suscitadas por estos textos es que hablará este trabajo.

¿Cuáles son esas singularidades? En primer lugar, un cierto uso peculiar del yo en este tipo de narraciones que se podrían nominar como periodísticas vinculadas con la pandemia. En segundo lugar, cierto mundo referencial de esos textos en los que, lejos de retratar el mundo del momento, ese esquivo objeto del periodismo y de las ciencias de la comunicación —la actualidad—, se habla del mundo del periodista —sus vivencias, sus experiencias, su real cotidiano pandémico. Como si el repliegue hacia lo íntimo, hacia el interior de las casas que supuso el aislamiento, por un lado, y la nominación de esencial que tuvo la tarea periodística desde el inicio del confinamiento, por el otro, hubieran generado un volverse hacia sí mismo también del actor periodista que trascendió los tiempos de mayor aislamiento y permeó su trabajo aún cuando había muchos otros actores circulando por las ciudades. Como si algo de ese repliegue de los individuos en general hubiera dejado alguna marca en algunas de las rutinas de trabajo periodístico, convirtiendo al actor periodista en objeto de su propia reflexión, más aún, en objeto de sus narraciones.

El mundo pandémico no sólo fue en muchos casos narrado desde la perspectiva del periodista —cuya principal función ha sido siempre la de dar cuenta del mundo, del afuera, función referencial, tal como la describe Roman Jackobson (1985) en su memorable trabajo, Lingüística y Poética—, sino que lo narrado fue el mundo del periodista, su cotidianidad, su relación familiar con el virus, con la vacunación, con el aislamiento —cuando le tocó hacerlo—, con las aperturas graduales, etc.

ALGUNAS CONSIDERACIONES QUE PERMITEN ENMARCAR EL TRABAJO

[16] "Nuevas escrituras, nuevos relatos: Narrativas pandémicas de no ficción en América Latina a partir del año 2020", proyecto de investigación evaluado y aceptado por el Consejo de Investigaciones de la Universidad Nacional de Rosario y radicado en el Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM), UNR, el 20 de octubre de 2021.

Las relaciones entre experiencia y narración; ficción y verdad; narración e información han sido problematizadas largamente durante el siglo XX y con más énfasis aún durante el siglo XXI. La proliferación de lo que luego dio en llamarse narrativas del yo en toda su diversidad (autobiografía, autoficción, diarios, crónicas, narrativas auto etnográficas, etc.) sumada a cierta tendencia autorreferencial aún en textos periodísticos, hoy renueva las discusiones en torno, no sólo del género, sino también de las relaciones entre periodismo y literatura, la ponderación de qué es cada una de estas áreas, los criterios para valorar los textos, la legitimidad de ciertas narrativas y, más aún, la noción misma de escritura.

Lo real cotidiano o real circundante se ha vuelto materia de escritura pública más que nunca antes, convirtiéndose casi en un género en sí mismo, trascendiendo la categoría, tal como la describe Bajtin (2005), que hacía referencia a "esferas del uso de la lengua" (p.248). Hoy encontramos textos que refieren a lo real cotidiano en el campo literario pero también y sorprendentemente en el periodístico, así como en zonas preexistentes de fronteras borrosas donde se alojaban diarios íntimos y otras versiones de escrituras privadas que por diferentes razones se convierten en públicas. Las redes sociales en Internet son una escenografía más donde proliferan discursos que de otra manera difícilmente hubieran alcanzado alguna visibilidad masiva (Thompson, 1998).

Este trabajo se enmarca en un proyecto más amplio que se propone responder preguntas tales como ¿cuáles son las figuraciones de lo real cotidiano pandémico construidas por las narrativas de no ficción?, ¿qué características formales presentan dichas narrativas?, ¿cómo se representan allí las marcas del yo? La respuesta a estas preguntas busca construir conocimiento en dos sentidos: por un lado, profundizar los saberes respecto de cierto tipo de narraciones de no ficción en la actualidad y, por otro, pesquisar representaciones circulantes en el espacio público mediático —entendiendo espacio público mediático en sentido amplio, en el marco de lo Verón (2008) llama la sociedad pos massmediatizada— respecto de la vida en pandemia y que, por tanto, adquieren visibilidad mediática (Thompson, 1998) y/o visibilidad a través de redes (Raimondo, Reviglio y Diviani, 2016).

RECONSTRUYENDO UNA TRADICIÓN DONDE INSCRIBIRSE

Aunque la pandemia por Covid-19 se haya presentado como primera situación social y sanitaria de este tipo en mucho tiempo, es posible bocetar un mapa donde ubicar trabajos de indagación con los que este texto pretende hacer serie. Por un lado, se encuentra un conjunto de trabajos que aborda diferentes problemáticas respecto de las narrativas de no ficción. Entre ellos, destacamos un subgrupo dedicado a la literatura de no ficción (Giordano, 2008; Palmeiro, 2010; Vigna, 2015; Musitano, 2016; Garramuño, 2016), que a partir de diferentes corpus de análisis abordan cuestiones diversas que cruzan las nociones de escritura, tecnologías, literatura, narrativas del yo, etc. Así, la discusión sobre términos como autoficción, autobiografía, novela personal se desarrollan en estos trabajos para intentar dar algún orden al paisaje narrativo actual. Por su parte, Calamari, Reviglio y López Verrili (2019) presentan una lectura respecto de los modos en que las vidas de los escritores aparecen como objeto de tematización en una serie de narrativas autobiográficas. Imposible no referir aquí el trabajo de Josefina Ludmer (2009) sobre las literaturas postautónomas que funcionan como paraguas para pensar estas narrativas. Otro subgrupo lo forman los trabajos sobre crónicas (Añón y Rodríguez, 2009; Teglia, 2009a, 2009b, 2009c; Rotker, 2004; Bonfilgio, 2005; Zanetti, 2010; Colombi, 1997; Chivite Fernández, 2005; Valenzuela, 2004; Rossano, 2009; Euler, 2011; Sierra, 2007; Amar Sánchez, 2008; Juárez, 2008) en el que se encuentran trabajos de características muy diversas, incluso algunos sobre nuevas tendencias en la crónica periodística actual en los que se exploran formatos como el de la crónica simultánea (Porto López, 2014, 2019).

Por otro lado, algunos estudios se acercaron a los registros de situaciones extraordinarias que podríamos englobar en el sintagma “narrativas de la peste” y que abordan tratamientos de situaciones de pandemia en la ficción (Reati, 2020; Peris Blanes, 2018; Nespereira García, 2015) y en la no ficción (Meneses, 2020).

DEL PERIODISTA COMO SUJETO DE SU PROPIA NOTA SOBRE SU PROPIA VIDA/PESTE

En este trabajo, de corte exploratorio, se compartirán algunas primeras impresiones respecto de un grupo acotado de narrativas con las características ya mencionadas publicadas en medios de comunicación diversos de Argentina: la versión digital de un diario de alcance local y de otro de alcance nacional, una revista autodefinida como "nativa digital de crónicas y ensayos" y, finalmente, una revista también digital que, dice, intenta combinar dos tradiciones, "la de las revistas como lugares de ideas e imaginación y la de los medios públicos como foros de ciudadanía– con los ritmos y el sentido del humor del mundo digital[17]". Los textos elegidos para este trabajo con fines ilustrativos componen un collage de cinco escenas sucedidas en tiempos diferentes dentro de la larga temporalidad de la pandemia —el primer relato elegido es de abril de 2020 mientras que el último es de diciembre de 2021—: el relato del proceso de la infección durante las primeras épocas de los confinamientos, la experiencia de estar varada en una ciudad extranjera cuando se cerraron los aeropuertos, un paseo a una plaza con un niño por primera vez luego de los tiempos de ASPO y DISPO en Argentina, el propio proceso de vacunación y, finalmente, en el marco de un rebrote del virus, la crónica de un día de calor agobiante, sin energía eléctrica y con los primeros síntomas de Covid. En ese particular mosaico encontramos dos textos escritos en los primeros tiempos, cuando el confinamiento era total y la incertidumbre grande; un texto que refiere ya a ciertas aperturas durante el primer año, el tiempo de vacunación de 2021 y las cosas de la pandemia en el final del segundo año.

DE LOS TEXTOS SELECCIONADOS: CINCO ESTAMPAS DE UNA TENDENCIA ACTUAL

El signo distintivo del primero de los relatos —ordenados temporalmente— pasa por las referencias al olfato. El texto abre y cierra con ese sentido como protagonista. Aunque en ese discurrir del discurso, aparecen, además, otras cuestiones, otros sentidos, el foco está puesto allí. Eran los primeros tiempos de la pandemia. Lo novedoso era —entre todas las cuestiones novedosas— que el virus

[17] Se trata de los diarios *La capital*, de Rosario y *La Nación* y las revistas digitales *Anfibia* y *La agenda Buenos Aires*.

bloqueaba esa capacidad. Sobre la anosmia —su anosmia— habla la autora de la nota. Aparece ya presente en el título y estamos advertidos de que será un texto testimonial dado que lleva por antetítulo "Coronavirus en primera persona".

A lo largo del relato podemos apreciar cómo el olfato —su ausencia en realidad— es un signo de la enfermedad, indicio seguro de la presencia del virus. Una ausencia como indicador de una presencia otra. Así, la autora registra la posibilidad cierta de estar infectada. Así, unos párrafos más adelante, una médica en un hospital confirma el diagnóstico, incierto antes de que ella, la autora y paciente, refiriera ese síntoma. Pero la falta del olfato es también —porque de eso hablará el texto, de su falta, su carencia, su ausencia, su desaparición, su incapacidad—, en este relato, lo que nos pone en peligro como especie, como parte del reino animal: "Oler es el sentido más animal", dice, luego de afirmar que no poder oler, implica "No percibir la proximidad del predador". Y también, sobre el final, cuando el olfato tímidamente vuelve a aflorar, oler se representa como gesto de reconocimiento del otro, como gesto del amor [18]

El texto se organiza en torno a la experiencia del encierro con Covid de la escritora. Es cierto que va y viene de sus sensaciones y vivencias con el encierro, el virus, la anosmia, hacia cuestiones generales, fragmentarias, ¿ensayísticas?, respecto del olor, del paisaje desierto de la ciudad camino al hospital, pero no tendría razón de ser sin la experiencia de la narradora, sin ese yo que vertebra el relato, que se pone como centro de la experiencia a contar. No sólo narra sus sensaciones, no solo narra su cuerpo —es un texto en el que el cuerpo está presente todo el tiempo—, sino que también boceta escenas: el diálogo telefónico con la médica, los diálogos a través del portero eléctrico con un repartidor y con alguien que toca el timbre equivocado, la transcripción de una carta que le envía una amiga. La dimensión íntima se vuelve pública, al punto de dar cuenta de correspondencia privada con apenas la reducción a una inicial de alguien nombrado en esa carta cuyo remitente, en cambio, se identifica con nombre y apellido.

Este primer texto tendrá en común con el segundo —además de aquello que los hace parte de esta serie—, el hecho de que sus narradoras están en una ciudad extranjera —Madrid, un caso; París, el otro— y, de un modo u otro, refieren a esa ciudad. Sin embargo, mientras el primero se presenta como una narrativa

[18] Leo el texto, escribo estas notas y recuerdo esa primera escena de la novela *El perfume*, de Patrick Süskind, cuando el protagonista nace entre pescados en medio de una feria y además de la indiferencia de su madre, pasa desapercibido —en ese momento pero esa es también la cifra de su vida— justamente por ser un cuerpo que no tiene olor.

estructurada a partir del yo desde el cuerpo de titulares, en el segundo caso, nada en el título hace pensar en una narrativa personal [19]. Lo que se intuye desde el título, en uno y otro caso, se confirma en el relato.

El segundo texto se configura como un relato que, si bien comienza y termina con referencias fuertes a la persona de la narradora, tanto desde el uso de la primera persona como del contenido de lo que narra —la historia de la primera vez que no pudo irse de París y la historia de por qué quince años después, en el presente de la enunciación tampoco puede hacerlo en la fecha prevista, en el inicio; y esa espera y las sensaciones de la espera, sobre el final—, el tema de la nota es la ciudad de París que emerge dibujada en el texto antes y durante la pandemia. Si bien hay consideraciones sobre la ciudad, sobre su pulso, su ritmo, su gente que se atribuyen a la autora directamente —aún sin modalizaciones explícitas— el texto responde más al tono de una columna periodística tradicional donde una pequeña escena de la vida privada del periodista funciona como puntapié, casi como excusa, como artificio retórico para abordar el tema del que realmente quiere ocuparse el texto: un tema que si bien interesa e interpela a su autora, es ajeno a su interioridad, a su experiencia singular. En esta nota —publicada en uno de los diarios más antiguos de la Argentina pero que tiene la peculiaridad de ser, al mismo tiempo, conservador en sus ideas y profundamente innovador en lo que refiere a formato, soporte, etc[20]. Y más allá de las apariciones de la primera persona, del yo narrativo, lo que importa es el referente del que se habla: la ciudad de París en la pandemia.

Este matiz, este uso restringido del yo, también se observa en la conformación singular de la primera persona del plural. Hay un nosotros exclusivo que engloba a la narradora, a los habitantes de París que no son, en sus palabras, "parisinos de souche por nacimiento, talento o naturalización" y también por momentos, a quienes sí lo son. Es decir, hay un nosotros exclusivo que se configura de modos diferentes en diferentes momentos o pasajes del texto, hasta alcanzar un grado de peculiaridad mayor sobre el final, cuando se muestra una diferencia: "Los parisinos recuperaban su ciudad como quien recupera una vieja herencia, como el príncipe de los cuentos de hadas reconquista el reino usurpado. ¿Cuánto tiempo nos duraría la sensación aristocrática de estar paseando dentro de los

[19] "Y un día, los parisinos recuperaron París. Tras el confinamiento, las calles de la capital francesa, por una vez libres de turistas, se abrieron en exclusiva para sus habitantes".

[20] A diferencia del primer texto, publicado en una revista nativa digital, en la que se mezclan entrevistas, crónicas, ensayos.

jardines enrejados del rey?". En este pasaje observamos una oscilación entre esa tercera persona colectiva ("los parisinos") que recuperaba la ciudad —solo de este colectivo se podría decir que la recuperaba en tanto a él la ciudad le pertenecía realmente y la había visto invadida— y esa primera del plural en la que, suponemos, también está incluida la tercera aludida en la primera parte del enunciado, que tiene la sensación de pasear en una ciudad monárquica.

Así como la ciudad es el tema del segundo caso, el tercero [21] se ocupa, también de un territorio público, urbano: la plaza, pero no ya en su dimensión política, de espacio de discusión sobre la cosa pública, sino la plaza en tanto territorio de socialización: la plaza donde se lleva a los hijos. Y es justamente desde ese lugar, el de padre, desde donde habla el periodista en este caso, en el que retrata la vuelta a la plaza del barrio con su hijo pequeño luego de un tiempo en el que, por sus dimensiones reducidas, permaneciera cerrada por un lapso mayor al de otras plazas de la ciudad de Buenos Aires. En la nota se despliega una fotografía del lugar, una serie de sentimientos respecto de esa apertura —la nota, de hecho, comienza con una exclamación: "¡Abrieron la plaza!"—, una suerte de crónica sobre esa tarde durante la que desfilan una serie de personajes —todos ellos madres, padres e hijos pequeños, a excepción de la "empleada de la ciudad" que controla el uso del barbijo y ofrece alcohol en gel— que el periodista va describiendo desde ese lugar de enunciación singular formado por la mezcla de los colores de periodista y padre. Es como si en la prosa, en el tono, lo intuyeramos periodista, leyéramos al periodista, no obstante, la mayoría de esas observaciones, la vertebración del relato estuviera a cargo de un enunciador definido como padre. De hecho, en ese registro aparece, sobre todo, la primera persona del plural: o bien indicando un plural formado por él y el hijo al que lleva a la plaza; o bien, indicando el colectivo de padres y madres; o bien el de las familias congregadas en ese espacio recuperado.

La primera persona del plural no excluye, sin embargo, la presencia del yo singular. Ese yo es el sujeto padre en relación con su hijo o con otros padres ("Estoy a punto de llevarme a Emilio..."; "Por un momento pierdo de vista a mi hijo"; "Una abuela me contó que en el Parque Centenario..."; "encuentro a Emilio con una nena..."). También aparecen dos ocurrencias de ese yo imbricado en la desinencia verbal que no están relacionadas con los otros (ni el hijo, ni otros

[21] Aquí, nos encontramos con un antetítulo que identifica el texto bajo el genérico "Vidas" y un título y una bajada que combinan lo referencial con la primera persona del plural: "La vuelta al parque. / Al volver a la plaza Gurruchaga la primera sensación fue de extrañeza, como si el lugar nos quedara chico, o como si resultara insuficiente para tantas personas".

adultos con los habla o que le hablan). En dos oportunidades, el narrador dice “No sé” (“No sé si la normalidad es escaparse a la plaza, o seguir la rutina de la distancia en cada cosa que se hace en el mundo” y “No sé si las cosas conocidas se volvieron raras a partir de la distancia social y el aislamiento, o si más bien somos un poco más conscientes de un margen de extrañeza que siempre tuvieron, como otra cara que estaba oculta”). Ese no saber se inscribe una vez más en la incertidumbre no ya propia de la crianza, de eso que aparece tan menudo en el discurso de los padres y madres respecto del no saber qué o, sobre todo, cómo con los hijos, sino que aquí parece más un saber respecto del tiempo excepcional comprendido dentro de la pandemia, con todos los intervalos y las escansiones que hubo, que hay, —¿seguirá habiendo?— en estos tiempos.

El cuarto caso es un poco más singular. Breve, mucho más que los anteriores, está consignado como una reflexión[22] y ya se nota el paso del tiempo con más contundencia. Mientras que en la primera nota el confinamiento era casi total, en la segunda, vemos a los habitantes de París caminar la ciudad —aún con bares cerrados— y en la tercera, a los niños volver a las plazas, en este cuarto caso, publicado al promediar el año 2021 ya no se mencionan barbijos ni el alcohol en gel, presentes en las tres narraciones previas. Podríamos aventurar que esta omisión no se da porque hayan desaparecido del paisaje, sino, todo lo contrario, porque se volvieron parte de él. No llaman la atención ni son dignos de mencionarse, tal como la afirmación de Borges cuando explicaba por qué en el Corán no hay camellos. El tema es la vacuna y el territorio que irradia: las vacunas, la vacunación, los turnos para vacunarse. El título de la nota marca esa articulación entre la primera persona de la periodista y el mundo de referencia, pero que, encomillados adquieren cierta relatividad: "Me llegó", "le llegó". El relato del momento en que la periodista recibe en su casa el turno para vacunarse y de cómo eso lo eclipsa todo es una escena breve, fuertemente emotiva —en el sentido usado por Jackboson (1985)— en la que la protagonista es ella y su felicidad frente a la noticia que, al mismo tiempo, le remite a la felicidad experimentada consecutivamente frente a la llegada de los turnos de vacunación de los diferentes grupos, con referencias a los vínculos personales contenidos en cada uno de esos grupos. A la experiencia personal de la pérdida del olfato, de una ciudad de pronto en movimiento pero sin habitantes ocasionales en sus calles, del regreso a la plaza donde juegan los niños, se le suma ahora, la

[22] La bajada de la nota reza: “Una reflexión sobre la vacunación, la gran final de Master Chef Celebrity y cómo es posible alcanzar la felicidad en pandemia”

experiencia de recibir un turno para vacunarse. Del grupo de textos aquí analizados este es el que presenta la función emotiva casi exclusivamente. No hay reflexiones, no hay referencias extensas o concretas al contexto —más que una sobre el breve final—, no hay menciones a otros textos. Hay pura interioridad, pura expresión de la emotividad del yo narrador. De pronto, un sentimiento se vuelve tema periodístico. De pronto, los sentimientos de una periodista se vuelven tema de agenda. La palabra "feliz" se repite párrafo a párrafo en un ejercicio ajustado y preciso de la anáfora que cumple con creces su cometido retórico: percibimos, vemos y sentimos esa felicidad. Algo que, podríamos aventurar, es propio del periodismo literario o narrativo [23]. Lo singular aquí es que de lo que da cuenta es de la interioridad de la periodista.

Finalmente, llegamos a nuestro último texto que acompaña los últimos días de un año aciago: el 2021 que osciló —al menos en la Argentina— entre aperturas y cierres, curvas que descendían y volvían a crecer cíclicamente, cepas viejas y nuevas. En este caso, estamos en presencia de un texto cien por ciento narrativo, cien por ciento en primera persona, cien por ciento singular, con eso tan propio que hace que ilustre lo general. Sin embargo, una vez más, es la experiencia en primera persona del periodista el objeto de la nota. Se trata de una crónica de un día, como ya dijimos, de calor furioso, corte de energía eléctrica y Covid puertas adentro de una casa y con un bebé de siete meses, posiblemente también infectado.

A diferencia del resto de los textos, el Covid aparece apenas como telón de fondo de la escena, como la razón por la cual los habitantes de esa casa no pueden buscar sosiego al calor y al corte de energía, puertas afuera. Es más una crónica de un día de calor que de un día con Covid, en lo que marca una diferencia visible con el primero de los textos de esta serie donde el Covid lo permea todo. Aquí, en los estertores de diciembre de 2021 es apenas un detalle, un agravante, un matiz más para la escena. Tampoco hay referencias a barbijos ni alcohol. Hay, sí, alguna referencia a malestares físicos pero tampoco se habla del olfato.

Resulta curioso que la nota está publicada en la sección opinión del diario cuando la trama textual es claramente narrativa y el único rasgo que podría atribuirse a la opinión, a cierta mirada singular, es que el periodista habla de su día, de su cotidianidad, de su vida. No hay nada del orden de la opinión en la nota. A pesar del tono narrativo y de que, efectivamente, se cuentan acciones que

[23] "El periodismo narrativo (...) acepta las emociones porque sabe que le dedican más atención y lectura que la razón" (Amado, 2021, p. 197). Pero la emotividad debe estar en lo que el periodista cuenta, no en sí mismo.

son las que hacen avanzar al relato, aquí también hay un fuerte componente emocional más que referencial en tanto da cuenta de las sensaciones y sentimientos del narrador respecto de ese día en un texto en el que la estrella es el yo.

A MODO DE CIERRE

Como empezamos diciendo en este trabajo, hace ya tiempo que lo real cotidiano se ha vuelto un elemento reiterativo en las escrituras contemporáneas y, también, un elemento de estudio y análisis de la discursividad, en tanto las narrativas en primera persona han inaugurado un campo de estudios en sí mismo. Sin embargo, de ese campo discursivo, lo que me resultó particularmente novedoso por recurrente en el último tiempo es cierta autorreferencialidad que comenzó a aparecer en el discurso periodístico e intenté ilustrar con un puñado de casos en esta ponencia. Hay muchas definiciones de periodismo pero ninguna de ellas —al menos ninguna de las que conozco— refieren a que se trata de la práctica de contar el mundo propio —interno, íntimo, singular— del periodista, más bien todo lo contrario.

De todas las metáforas sobre periodismo a las que Adriana Amado (2021) pasa revista en su último libro —del lazarillo, del productor, del cuarto poder, del servicio público, de la verdad, de contar una historia, de la libertad de prensa, del mejor oficio del mundo, del periodismo mutante— ninguna hace referencia al periodista como centro del relato y sin embargo, y más allá del pequeño collage que presenté en esta ponencia, encontramos a la primera persona del periodista salpicando aquí y allá los espacios de los medios de comunicación escritos cada vez con más frecuencia, cada vez menos como excusa para hablar de otra cosa, del mundo, de lo común, de aquello que ayuda a sentirnos parte de una misma realidad, y cada vez más como fin en sí mismo, con ese deseo tan contemporáneo de hablar de sí mismo. Si hoy lo hacen todos los actores sociales, ¿por qué no habría de hacerlo el periodista? ¿Por qué no habría de hacerlo en el mismo terreno donde escribe sobre el mundo? ¿Por qué no dejar de lado el oficio por un rato, "la obra", y ser un poco sujeto y objeto de su propia práctica? Si, como plantea Waisbord (2021).

Hasta hace poco tiempo, el periodismo podía atribuirse el papel de dar certificado de realidad, la presunción implícita que una edición de papel o un noticiero de una hora constituían un documento veraz y medianamente

completo de lo acontecido, lo importante, lo necesario, lo curioso. O en el peor de los casos, un documento imperfecto, una aproximación sensible, un resumen comprensivo (p. 17-18). Si eso podía hacer hasta hace poco tiempo y ya no puede, tal vez una de las posibles salidas sea empezar a dar cuenta de las vidas singulares de quienes antes contaban el mundo. Habría que preguntarse si a eso, entonces, podemos seguir llamándole periodismo o habría que buscar otro nombre para esa práctica.

Sin embargo, y tal vez sin dejar de cumplir con esas tareas, hay una tendencia en el periodismo actual a tomar al periodista como objeto de escritura, desdibujando, así, esa idea de narrar el mundo.

BIBLIOGRAFÍA:

- Amado, Adriana (2021). Las metáforas del periodismo. Mutaciones y desafíos. Buenos Aires: Ampersand.
- Amar Sánchez, A. M. (2008). El relato de los hechos. Rodolfo Walsh: testimonio y escritura. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.
- Añon, V. y Rodríguez, J. (2009). "¿Crónicas, historias, relatos de viaje? Acerca de los nuevos estudios coloniales latinoamericanos". En VII Congreso Internacional Orbis Tertius de Teoría y Crítica Literaria. La Plata. Noviembre. Disponible en http://goo.gl/1k96W
- Bajtin, M. (2005). El problema de los géneros discursivos, en Estética de la creación verbal. Buenos Aires: Siglo XXI. Pp. 248/293.
- Bonfiglio, F. (2005). La máscara involuntaria de José Martí: la construcción del sujeto a través de la lectura de los Otros. Revista de literatura y crítica literaria, Orbis Tertius, año X, número 11, Centro de Estudios de Teoría y Crítica Literaria, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata. Disponible en http://goo.gl/1k96W
- Calamari, A. (2018). Lo real cotidiano en las escrituras contemporáneas. Narrativas, fragmentación, autobiografía, intertextualidad y ensayística. Proyecto de investigación. Programa de Incentivos (Mincyt). Universidad Nacional de Rosario. ---------- Reviglio, M.C. y López Verrili, M.C. (2019). "Lo real cotidiano en las escrituras contemporáneas". En Actas V Coloquio internacional Literatura y vida. Centro de Estudios de Teoría y

Crítica Literaria. Centro de Estudios en Literatura Argentina. Facultad de Humanidades y Artes, Universidad Nacional de Rosario. Disponible en https://www.cetycli.org/publicaciones/actas-de-coloquiosinternacionales?filter[categoria]=35

- Chivite Fernández, J. (2004). José Luis Castillo-Puche: un periodista viajero. Análisis de sus crónicas de viajes: "América de cabo a rabo, Misión a Estambul, El Congo estrena libertad, Guía de la costa blanca y costa de la luz, Tierra de campos más bien mares de tierra". Tesis doctoral en Periodismo. Universidad Complutense de Madrid. España. Disponible en http://goo.gl/rQJFX
- Colombi, B. (1997) "Peregrinaciones parisinas: Rubén Darío". En Orbis Tertius, año II, n° 4, Centro de Estudios de Teoría y Crítica Literaria, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata. Disponible en http://goo.gl/1k96W
- Costa, I. (2019). Había una vez algo real. Ensayo sobre filosofía, hechos y ficciones. Buenos Aires: Mar dulce.
- Euler, M. (2011). "El sí mismo en las crónicas del libro Zanjón de la Aguada, de Pedro Lemebel, o 'yo hablo por mi diferencia'". En Al Sur de Todo. Revista multidisciplinaria de género y cultura, número 4. Disponible en http://goo.gl/kGWPZ
- Garramuño, F. (2016). "Arte inespecíficos y mundos en común". En Corro, P. y Robles, C. (eds.). Estética, medios masivos y subjetividades. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile, Facultad de Filosofía, Instituto de Estética. Pp.15/29.
- Jackobson, Roman (1985) Lingüística y Poética. Madrid: Cátedra. Pp.25/75
- Juarez, L. S. (2008). "Escritores argentinos en la prensa. Roberto Arlt y Enrique González Tuñón 'al margen' de la noticia (1937-1942)". En Revista Olivar, año 9, n° 12. Pp. 77-97. Disponible en http://goo.gl/ooocD
- Klein, I. (2009). La narración. Buenos Aires: Eudeba.
- Ludmer, J. (2009). "Literaturas postautónomas 2.01". En Propuesta educativa. N°32. Vol.2. Año 18. Noviembre. Pp. 41/45.
- Meneses, J. (2020). "Literatura de no-ficción, animales y pandemia. El caso del libro La vida de una vaca". En dA. Derecho Animal (Forum of Animal Law Studies). Vol. 11, N° 4. Pp.157/161. Disponible en https://revistes.uab.cat/da/article/view/v11-n4- meneses/527-pdf-es

- Musitano, J. (2026). “La autoficción: una aproximación teórica, entre la retórica de la memoria y la escritura de recuerdos”. En Acta Literaria, N° 52. Primer semestre. Pp. 103/123.
- Nespereira García, J. (2015). Narrativa epidémica. La construcción social de las crisis sanitarias en la ficción literaria. En Tonos digital. N°28. s/p. Disponible en http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/1233/762
- Palmeiro, C. (2010). “Escrituras contemporáneas: tecnología y subjetividad”. En Viso. Cadernos de estética aplicada. Revista electrónica de estética, N°8, jan jun/2010. Pp. 65/84.
- Peris Blanes, J. (2018). “Ficciones inmunitarias. Sobre la lógica de la inmunidad en la cultura contemporánea”. En Papeles del CEIC. Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva, vol. 2018/1, CEIC, UPV/EHU Press, Disponible en https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/41781/17680-70740-4-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Porto López, P. (2014). “Minuto a minuto: ¿El live blogging como nueva instancia de construcción del acontecimiento en directo”. En Letra imagen sonido. LIS. Ciudad Mediatizada. Año VI, N° 11. Buenos Aires. Pp. 127-150. ---------- (2019). “Los usos de Twitter en las crónicas simultáneas”. En Estudios sobre el mensaje periodístico. 26(1). Pp.277-283.

Raimondo Anselmino, N., Reviglio, M.C. y Diviani R. (2016) “Esfera pública y redes sociales en Internet: ¿Qué es lo nuevo en Facebook?”. En Revista Mediterránea de Comunicación, Vol. 7, N°1. Pp. 211/229. Disponible en https://www.mediterraneacomunicacion.org/article/view/2016-v7-n1-esfera-publica-y-redes-sociales-en internet-que-es-lo-nuevo-en-facebook

- Reati, R. (2020). “La ciencia ficción en tiempos de pandemia: ¿una crónica del presente?”. En Estudios de Teoría Literaria. Revista digital: artes, letras y humanidades. Julio, vol. 9, n° 19. Pp. 134-140.
- Rosano, S. (2009). “Pedro Lemebel ante las lógicas de la exclusión”. En VII Congreso Internacional Orbis Tertius de Teoría y Crítica Literaria. La Plata. Noviembre. Disponible en http://goo.gl/rcqY1
- Rotker, S. (2005) La invención de la crónica. México: Fondo de Cultura Económica. Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano.

- Sierra, M. (2007). “Los espacios de la crónica en la esquina es mi corazón de Pedro Lemebel”. En Tras las huellas de una escritura en tránsito. La crónica contemporánea en América Latina. La Plata: Ediciones Al Margen. Pp 89-109.
- Teglia, V. M. (2009 a). “Viaje a las Indias: recorridos utópicos de los primeros cronistas”. En VII Congreso Internacional Orbis Tertius de Teoría y Crítica Literaria. La Plata. Noviembre. Disponible en http://goo.gl/1k96W ..... (2009b). “Bartolomé de las Casas: entre la utopía y la otredad”. En II Congreso Internacional “cuestiones críticas”. Centro de Estudios en Literatura Argentina de la Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Nacional de Rosario. Rosario. Octubre. Disponible en http://goo.gl/jHZkp ..... (2009c). “Ecos, espejismos y analogías en la Historia de las Indias de Bartolomé de las Casas: un análisis de su coherencia narrativa”. En Bibliographica Americana. Revista interdisciplinaria de estudios coloniales, número 5. Disponible en http://goo.gl/Flh0a
- Thompson, J. (1998). “La transformación de la visibilidad”. En Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Traversa, O. (1997). Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918- 1940. Barcelona: Gedisa.
- Valenzuela, A. (2004). “Tengo miedo torero, de Pedro Lemebel: Redes micropolíticas y la ficción paranoica”. En XXV International Congress of the Latin American Studies Association. Las Vegas. Octubre. Disponible en http://goo.gl/b2iSM
- Verón, Eliseo. (2008). La televisión, ese fenómeno ‘masivo’ que conocimos, está condenada a desaparecer. Entrevista al autor realizada por Scolari, C. y Bertetti, P. En Revista Alambre. Comunicación, información, cultura, Buenos Aires, N° 1, Consultado en: http://www.revistaalambre.com/Articulos/ArticuloMuestra.asp?Id=13
- Vigna, D. (2015). “Escrituras del yo en el campo literario argentino: intimidades, extimidades y pruebas narrativas en blogs de escritores”. En Astrolabio. Nueva época. N° 15. Pp. 16/48.
- Waisbord, Silvio (2021). Prólogo en Amado, Adriana. Las metáforas del periodismo. Mutaciones y desafíos. Buenos Aires: Ampersand. Pp. 15 -19.

MESA 2:

MEDIOS UNIVERSITARIOS

Coordinador de mesa:
Romano, Pablo

REALIDAD VIRTUAL Y VIDEO 360 EN UNIVERSIDADES ARGENTINAS: EXPERIENCIA 360 Y PISAR MALVINAS.

Julieta Casini | Universidad Nacional de Tres de Febrero
jcasini@untref.edu.ar

Nathalia Castro Gomez | Universidad Nacional de Tres de Febrero
ncastro@untref.edu.ar

RESUMEN:

Esta presentación estudia la producción local de contenidos inmersivos (Realidad Virtual y videos en 360) en el ámbito universitario a través de dos casos de estudio: "Experiencia 360" (2019) de UN3TV, el canal de la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTREF) y "Pisar Malvinas" (2022), de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM). El artículo es parte de una investigación cuyos objetivos son identificar, describir y analizar los desafíos, posibilidades y limitaciones de la producción de contenidos inmersivos producidos en Realidad Virtual y videos en 360 en Argentina. A partir de relevar y registrar las principales producciones inmersivas en el país se evidencia que las universidades ocupan un rol central en su desarrollo. Estos ámbitos como espacios de generación de conocimientos deben seguir el ritmo de las transformaciones impulsadas por el avance de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Según el informe realizado en 2017 por TRENDS (INCAA)[24], la explosión de

[24] Trends/Ventana Sur (2017). Catálogo Empresas Inmersivas Argentinas. Buenos Aires, Argentina: Autor.

realizaciones inmersivas en Argentina se produjo entre 2011 y 2015, al ritmo de "la fiebre del oro de Silicon Valley" (Owen, Pitt, Aronson-Rath, y Milward, 2015), tal como se denominó al recobrado interés por este tipo de contenido y tecnología. En este escenario, la pregunta de investigación central es ¿cómo son las prácticas de producción de contenidos inmersivos en el ámbito universitario nacional? A través del análisis de contenido de "Experiencia 360 y "Pisar Malvinas" así como de entrevistas a los responsables de los equipos de producción, el estudio permite comprender las formas de producción de contenido realizado con videos en 360 y Realidad Virtual, su evolución, apuestas, restricciones y desafíos [25]

COORDENADAS TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS

El desarrollo de esta investigación tiene como principal marco teórico los estudios en medios, comunicación y cultura (Ford,1994;2005). Nuestro objeto de análisis articula conceptos teóricos vinculados al campo de las denominadas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), la producción audiovisual y la educación. Para las nociones vinculadas a las tecnologías y narrativas inmersivas recurrimos a trabajos hoy clásicos que analizan y definen sus particularidades centrándose en dos conceptos clave: inmersión y presencia (Murray, 1999; Ryan, 2004; De la Peña y otros, 2010; Dominguez, 2013); aspectos que definen a las narrativas inmersivas producidas en videos en 360° y/o de RV como aquellas que, a partir de las propiedades tecnológicas de los dispositivos, permiten brindar al usuario una sensación de realidad frente a un escenario representado virtualmente. Es decir que los contenidos inmersivos se promocionan como una oportunidad para sobrepasar las fronteras de la realidad; estas narrativas no buscan "contar o mostrar una historia" sino que la audiencia pueda "vivirla y sentirla en primera persona", "como si estuviera presente". Este pasaje suele resumirse como pasar

[25] Entre noviembre de 2021 y septiembre de 2022 se realizaron entrevistas vía Meet, intercambio de correos electrónicos y WhatsApp con el equipo de producción de UN3 TV: Martín Froilan, actual productor general, Marian Rodriguez, productora y supervisora de contenidos, Diego Salinas y Laura Seijoo, guionistas; Edgardo Fernandez, postproductor de sonido y Rocio Carbajo, ex Productora general de UN3, activa durante el desarrollo del proyecto. Así mismo, se entrevistó a Gabriel Pomeraniec, director de Virtual 360, a cargo de la dirección y dirección de fotografía y a Alex Teper, director de animación de "Experiencia 360". Por su parte, en julio de 2022 se realizó una entrevista en las instalaciones de la UNSAM con Federico Ledesma, director de Pisar Malvinas y Agustin Álvarez, codirector de la tecnicatura Animación 3D y Efectos Visuales de la Universidad Nacional de UNSAM y productor ejecutivo del proyecto.

del *storytelling* al *storyliving* (Maschio, 2017). Advertimos, no obstante, que varios analistas se ocupan de definir y problematizar el concepto de inmersión y presencia en la RV (Ryan, 2004; Dominguez, 2013; Gifreu, 2016; Watson, 2017). Asimismo, consideramos trabajos de investigación locales como los de del Árbol y Nielsen (2019) quienes también analizan las producciones argentinas en 360 aunque desde el punto de vista de la industria y no desde la educación, como es nuestro caso. Estos productores, realizadores e investigadores toman "como marco de referencia el cine, como el lenguaje audiovisual por antonomasia" (2022: 117) y proponen una guía para el "Diseño y realización de video inmersivo". Por otro lado, para el análisis de "Pisar Malvinas" (UNSAM) acudimos a aportes teóricos sobre análisis de interfaces digitales y videojuegos (Domínguez, 2013). En este último caso, nos asiste especialmente Frasca (2011) quien analiza la creación de sentido a través del acto de jugar con juegos, videojuegos y juguetes. Así explica sus tres principales dimensiones: el playworld (mundo del juego), las mecánicas del juego (sus reglas) y la playformance (o dinámica de juego) (Frasca, 2011).

La metodología de este estudio es cualitativa, ya que las preguntas de investigación no refieren a aspectos cuantificables sino descriptivos. A su vez, el camino metodológico elegido es el estudio de caso que nos permite un enfoque progresivo (Malcom Parlett y David Hamiton, 1976). En palabras de Stake (1999)- de quien tomamos esta propuesta- esta perspectiva nos posibilita " reorientar la observación para precisar sustancias y significados" y, además, "si las primeras preguntas no funcionan, si aparecen temas nuevos" cambiar el diseño (Stake, 1999, p. 21). Este aspecto es central, en tanto este caso, es el puntapié de una investigación mayor respecto a las producciones audiovisuales inmersivas en nuestro país.

La elección de UN3TV se debe tanto a la pertenencia y, entonces, pertinencia institucional de las autoras en tanto articulación de diferentes áreas y campos de conocimiento y producción en una universidad pública, sino también por tratarse de un medio de referencia, nativo digital, premiado y reconocido a nivel mundial. Por su lado, el trabajo producido por la UNSAM es oportuno por tratarse de una instalación de RV; es decir que está producida íntegramente por imágenes digitales (animación 3D). Esto nos permite estudiar otras formas de producción del contenido inmersivo, escasamente estudiado y poco producido en la

actualidad dado su costo. Asimismo, introduce otras variables ya que es un proyecto que nace de un estudiante de la carrera de "Animación 3D y Efectos Visuales" de la Universidad Nacional de San Martín y lejos de la lógica de producción audiovisual tradicional. Dadas las características, este trabajo no presenta los resultados del análisis de contenido realizado previamente, sino que se concentra en la voz de los productores para identificar rutinas, desafíos y limitaciones en su producción.

UN3 TV

El canal de la UNTREF fue creado en 2013 a partir de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) 26.522. Desde su origen tuvo como objetivo crear contenido para un público joven teniendo en cuenta la convergencia digital y las transformaciones en los hábitos de consumos culturales, mediadas por dispositivos móviles, múltiples pantallas, consumo a demanda, entre otras características. Con el lema de que "la TV puede ser otra cosa" encontró su sello en las series web, inaugurando un campo de experimentación donde se gestaron las primeras producciones de contenidos argentinos pensados para ser consumidos ondemand en dispositivos móviles a través de una plataforma online [26]. Este recorrido permitió que el canal universitario pasará a ser un referente en la producción de contenidos "short form", galardonado en festivales nacionales e internacionales.

Precisamente, la apuesta por la innovación alrededor de la producción y distribución de contenidos audiovisuales a través de una plataforma nativa digital pensada por fuera del sistema tradicional de medios, convirtió al canal en un ámbito ideal para la experimentación y, por lo tanto, pudo incursionar en el video 360° con menos limitaciones que otros medios.

En este contexto, UN3TV se asoció con *Virtual 360*, productora especializada en proyectos cinematográficos, institucionales y publicitarios en 360° creada por el realizador y director de fotografía Gabriel Pomeraniec a partir de su antecesora

[26] Rocío Carbajo, comunicación personal, 27 de octubre de 2021.

25P Films. Entre sus producciones más importantes está *Brooklyn Experience* (2016)*, la primera* película de ficción en video 360, dirigida en New York por José Celestino Campusano, otro de los pioneros junto a Pomeraniec en la producción de contenido en este formato.

La primera experiencia de producción de vídeos en 360 entre la productora y el canal universitario fue en 2017 con el disco "Ni antes ni después" de Soledad Villamil. El show tuvo una escenografía circular que recrea el living de una casa, permitiendo la experimentación por parte del equipo de UN3TV con la tecnología y el formato 360. Ese mismo año trabajaron en otros dos proyectos inmersivos: "Punto de Quiebre", estrenada en 2021 y reconocida como la primera serie en Realidad Virtual del país y la "Biblioteca virtual Experiencia 360", una serie de videos didácticos producidos a demanda para el Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación, entre los que se destacan "Casa tomada", "Ascenso a la cumbre de un volcán" y "Viaje al interior del cuerpo humano". Ese último proyecto será el que analizaremos en profundidad.

EXPERIENCIA 360

La "Biblioteca virtual Experiencia 360" se realizó en el marco del Plan Aprender Conectados del Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación, una política de alfabetización digital creada en 2017 con el objetivo de promover la innovación pedagógica y tecnológica en el aula. Con el lema "Recursos educativos innovadores para vivir la educación como una aventura", "Experiencia 360" está conformada por 18 videos cuyo público objetivo son estudiantes del 2do ciclo del nivel primario y del nivel secundario. Cada video aborda un contenido de los Núcleos de Aprendizajes Prioritarios (NAP) y está acompañado de guías pedagógicas disponibles en el portal Educ.ar, que proponen actividades para ser desarrolladas en diferentes áreas como Lengua, Matemática, Ciencias Sociales, Ciencias Naturales, etc.

De esta manera, a instancias de un acuerdo con el Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, la UNTREF se asoció con la productora *Virtual 360* para el desarrollo de la propuesta. Así, encontramos que a nivel local se produce la

relación entre diferentes tipos de empresas e instituciones, un rasgo característico de las producciones inmersivas también observado en el periodismo inmersivo de grandes medios nacionales e internacionales como Clarín, The Guardian, The New York Times o El País, entre muchos otros (Casini, 2019).

RUTINAS PRODUCTIVAS

Las entrevistas a los profesionales que conformaron el equipo de producción de "Experiencia 360" revelaron que las formas de producir contenidos inmersivos se valieron de roles y rutinas (*workflow*, por su nombre en inglés) derivadas del audiovisual tradicional (lineal). En este sentido, las etapas de preproducción, producción y post producción tradicionales siguen vigentes, aunque podemos identificar diferencias. En primer lugar, la puesta en escena se transforma a partir de la captura esférica de la imagen; Del Árbol y Nielsen (2019) identifican este cambio como un pasaje de una narrativa de encuadre a una de entorno. Cabe destacar que el vertiginoso desarrollo de los dispositivos de captura y visionado hacen que algunos de los inconvenientes a los que tuvieron que hacer frente para esta producción hoy ya están resueltos, como por caso el *stichting* de las imágenes en el terreno de la edición. Las primeras cámaras de captura en 360 obligaban a realizar el trabajo de "costura" de las imágenes, mientras que los dispositivos actuales traen un software nativo que une automáticamente el video grabado por cada uno de lentes.

UN3TV estuvo a cargo de roles clásicos como la producción general, la creación de contenidos y su supervisión; mientras Virtual 360 se ocupó de la dirección general,la dirección de fotografía y la postproducción, así como de convocar a técnicos y profesionales con experiencia en estos formatos. Estos son: el gaffer, electricista, asistente de cámara, sonidista, director de arte, vestuarista y animador 3D. Hay que tener en cuenta que estos roles podían variar de acuerdo a las necesidades de cada uno de los contenidos y sus géneros: documental, ficción o animación.

En el caso estudiado, en la etapa de preproducción, todos los profesionales involucrados realizaron un trabajo previo con Gabriel Pomeraniec alrededor del visionado de contenidos y el diseño de producción que logró organizar el flujo de

trabajo de acuerdo a los requerimientos técnicos y lenguajes del formato inmersivo. En palabras del director de Virtual 360:

(...) la comunicación suple cualquier falta de experiencia en la especificidad inmersiva. Un buen diseño y una buena pre producción y comunicación con el equipo, mostrarle a los actores previamente contenidos en 360 y charlar mucho sobre el manejo del valor del plano que pueden generar con su distancia frente a la cámara, o sobre las pequeñas limitantes técnicas contra las grandes libertades técnicas que les daba el sistema de captura conocido.

Al tratarse de un nuevo formato, la producción de los videos en 360 requirió la capacitación y discusión de sus características. Un rasgo relevante con respecto a las técnicas y herramientas necesarias para producir contenido inmersivo es que, en muchos casos, los entrevistados indicaron que estos fueron adquiridos en espacios virtuales como foros y videotutoriales, así como también en workshops o charlas de especialistas internacionales y en grupos de plataformas como Facebook. Es decir, que los conocimientos sobre la producción se fueron adquiriendo en espacios no formales y con un alto nivel de curiosidad y motivación individual.

LAS TRANSFORMACIONES

En el caso de “Experiencia 360” la adscripción institucional de los contenidos a los Núcleos de Aprendizaje Prioritario (NAP) del sistema educativo argentino, implicó una larga cadena de aprobación por parte de las personas designadas por el Ministerio de Educación; un especialista en cada temática, un responsable del área de contenidos y otro de la validación pedagógica. La escritura de los guiones estuvo a cargo de cuatro profesionales de UN3TV que fueron rotando por los videos en diferentes etapas, de acuerdo a la asignación de trabajo del canal. Una productora de UN3TV operaba como mediadora entre los guionistas y los especialistas designados por el Ministerio hasta obtener la aprobación final del contenido. A su vez, los guionistas dialogaban con el director del proyecto

que se encargaba de hacer devoluciones relacionadas con los recursos que podían funcionar o no en el formato 360.

Este intercambio se dio en un contexto de experimentación que impuso desafíos a las técnicas del cine tradicional; aspectos básicos como el uso de planos, capaces de generar emociones y guiar la atención del espectador, se vieron modificados con la imagen esférica donde el espectador elige el punto de vista. El equipo de guionistas de UN3 TV puso en práctica algunas herramientas adaptadas de los formatos del cine tradicional como un guión en cuatro columnas para registrar las acciones de todo el entorno, sin embargo, el mayor desafío consistió en pensar en recursos para crear historias visualmente novedosas sin la ayuda de inserts o planos detalle o resumir la información de forma tal que no interrumpiera la experiencia del usuario.

Otros roles como dirección de arte, fotografía y sonido también vieron afectadas las dinámicas clásicas de la producción audiovisual como la presencia en la escena del equipo de producción, así como de trípodes, luces, micrófonos y cableado. La ausencia del "detrás de cámaras" implica entonces el desafío de que todo lo que no corresponde a la escena debe ser borrado en post producción o ser integrado a la diégesis de la historia (a través de la escenografía y el mobiliario, por ejemplo).

En este orden, el diseño sonoro es un elemento que opera como recurso para guiar la atención del usuario en la medida que la tecnología restringe aspectos de la fotografía como la profundidad de campo.

"En las narrativas inmersivas el espectador propone el punto de vista y el punto de escucha, cuanto mejor esté pensada la estrategia narrativa para que el realizador lleve al espectador al punto de vista y al punto de escucha, es más efectiva la pieza", explica Edgardo Fernández, postproductor de sonido de "Experiencia 360".

En esta medida, el trabajo de post producción de sonido tiene el desafío de crear un entorno sonoro envolvente capaz de generar la sensación de inmersión. Esto

es posible gracias a la tecnología del sonido 3D o sonido ambisónico, que permite vincular el sonido a un objeto independientemente de su fuente sonora real.

LA DISTRIBUCIÓN

Al tratarse de un proyecto realizado por UN3TV a demanda del Ministerio de Educación, la distribución de los videos de la Biblioteca "Experiencia 360" corrió por cuenta del organismo estatal. Por un lado, se consideró la diversidad del público objetivo y se trabajó en el diseño una App para acceder a los videos en espacios sin conectividad, haciendo uso de cascos de realidad virtual o cardboards (visores de cartón de bajo costo) y teléfonos celulares; lo cual ratifica la importancia y las posibilidades que brindan los dispositivos móviles para el consumo de contenidos inmersivos. Así mismo, los videos también están disponibles en el canal de YouTube del portal Educar y pueden consumirse a través de dispositivos de escritorio o tabletas; es decir que para visualizar las imágenes en 360° el usuario debe desplazarse con el cursor. Consideramos que estas estrategias buscan llegar a una mayor cantidad de audiencias, aún no familiarizadas con el contenido inmersivo y sus dispositivos de consumo.

Por su parte, UN3TV lideró la distribución de contenidos como “Casa tomada”, la adaptación en 360 del cuento de Julio Cortázar que, con un factura más cercana a las producciones de ficción del canal, circuló en espacios vinculados con las tecnologías inmersivas como Virtuality Buenos Aires en 2018, donde fue premiado por la Embajada de Francia en Argentina como Mejor corto de ficción en Realidad Virtual.

En síntesis, las características tecnológicas actúan como condicionantes de la producción. Según los entrevistados el cambio fundamental opera en función de la transformación del punto de vista de la audiencia. Es decir, en el video en 360 la cámara ocupa el lugar del espectador, por lo tanto, el guión se diseñará a partir de la experiencia que se pretende brindarle. Asimismo, la pérdida de encuadre y profundidad de campo obliga re pensar la fotografía así como las

acciones, las cuales deben diseñarse en función de la atención que se pretende generar en la audiencia. Por último, el sonido es un recurso que completa la sensación de inmersión.

PISAR MALVINAS - UNSAM

"Pisar Malvinas" es el segundo caso de estudio del cual se ocupa esta investigación. Se trata de una instalación de Realidad Virtual realizada por un equipo de alumnos y docentes de la carrera de Tecnicatura Animación 3D y Efectos Visuales de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM). El proyecto propone "un recorrido arqueológico y geológico con tecnología 3D y técnicas de modelado y fotogrametría instaladas en distintas porciones del archipiélago"[27]. A diferencia de un video en 360 que es consumido de manera individual, esta propuesta es del tipo multijugador, es decir, que participa más de una persona. En este caso, la pieza está disponible para ser consumida con visores de realidad virtual *Oculus*. Asimismo, más próximo a un videojuego que a un audiovisual tradicional, la acción de los usuarios en el relato es permanentemente requerida por una voz en off que guía el recorrido donde, gracias a un sistema de trackeo de manos, también pueden interactuar con los objetos que forman parte de la instalación.

El proyecto comenzó a gestarse a partir del trabajo de grado de Federico Ledesma, en ese entonces alumno de la tecnicatura, y su financiamiento tuvo como puntapié inicial la beca Activar Patrimonio de la Secretaría de Patrimonio Cultural del Ministerio de Cultura de la Nación. En este contexto, la forma de producción de "Pisar Malvinas" estuvo determinada por un ámbito de formación universitaria y el interés de organismos públicos de la cultura por apoyar e integrar la producción inmersiva universitaria a su objetivo de innovación y transformación digital.

[27] Ver Pisar Malvinas, Sitio web Museo Malvinas e Islas del Atlántico Sur. Disponible en https://museomalvinas.cultura.gob.ar/experiencia-pisar-malvinas/

RUTINAS PRODUCTIVAS

La preproducción de “Pisar Malvinas” comenzó en el 2020 durante el desarrollo del trabajo de grado de Federico Ledesma, quien realizó un cuidadoso proceso de investigación en el museo Malvinas e Islas del Atlántico Sur, instancia en la cual estudió el guión museológico, comenzó a escribir el primer guión de Realidad Virtual y a extraer información topográfica para diseñar los paisajes y reconstruir los primeros objetos digitalmente. El resultado de esta etapa fue un *demo* que presentó a la convocatoria Activar Patrimonio, cuyo reconocimiento le permitió iniciar un camino de producción ejecutiva que derivó en el financiamiento por parte del Ministerio de Cultura.

En este contexto, a diferencia de “"Experiencia 360"” que fue desarrollada en el marco de un canal universitario inserto en las dinámicas productivas de la industria audiovisual, “Pisar Malvinas” pasó de ser un Trabajo de Grado a un proyecto con financiamiento y apoyo institucional. Así, para su concreción requirió de la conformación de un equipo integrado por docentes y alumnos de primer y último año quienes pusieron en práctica sus conocimientos. La dinámica de trabajo fue colaborativa e integral, el cual les permitió desarrollarlo de manera remota durante la mayor parte de la pandemia por Covid 19. Los roles que se identificaron son: Guión, dirección, Producción ejecutiva, Dirección técnica, Programación, Dirección de Arte, Artistas 3D, Asistente de Programación, Sonido, Asistente de sonido, Asesora de investigación y Asesora de contenidos. Es decir, que también se identifican los roles tradicionales de una producción audiovisual a la que se suma un programador y especialistas en animación.

Al igual que "Experiencia 360", al tratarse de proyectos educativos encontramos el intercambio con especialistas sobre la temática. Aquí, una vez finalizados los guiones fueron supervisados y corregidos por instancias como el Museo Malvinas y la Cancillería. Este mismo proceso se hizo con los textos curatoriales que forman parte de la instalación, corregidos por un equipo de biólogos, abogados, e investigadores del museo que hicieron devoluciones con el ánimo de sintetizar y validar la información para su divulgación

EL GUIÓN

Para la escritura del guión Ledesma partió de un formato no lineal en formato de radar que consiste en seis planos: frontal, posterior, derecha, izquierda, arriba y abajo. La primera versión estaba pensada como un museo virtual y como una "*experiencia contemplativa" (*Agustín Alvarez, codirector de la tecnicatura y productor ejecutivo del proyecto), la cual se transformó hasta su versión final con asesoría de la carrera de Cine documental de la UNSAM. En este aporte, se pone en evidencia el peso de la narrativa audiovisual tradicional ya que, según indican sus realizadores, les permitió pensar aspectos como el punto de vista y su relación con la interacción. El resultado, entonces, es una estructura narrativa pero organizada por niveles de juego.

Toda experiencia inmersiva produce cambios en el punto de vista del usuario y un desafío al diseño del guión. Mientras en "Experiencia 360" no hay posibilidad de intervención en la trama, en "Pisar Malvinas" ésta se construye con la acción de la audiencia. Aquí, entonces, ya no es solamente a dónde va a mirar sino qué acciones debe realizar para que el relato avance y cobre sentido. Siguiendo a Frasca (2011) encontramos que esta propuesta desarrolla un mundo del juego con sus mecánicas y dinámicas.

Ahora bien, no todas las acciones son posibles. Según sus realizadores la construcción del punto de vista y su relación con la experiencia de usuario presentan dos retos principales. En primer lugar, el cambio de perspectiva y ubicación del usuario en el entorno debe ser paulatino y, en relación a esto, la poca experiencia de la audiencia en el consumo de este tipo de formatos obliga a ofrecer propuestas simples. En palabras de Agustín Álvarez:

Una de las últimas correcciones que nos marcaron los visitantes de sala tiene que ver con la necesidad de dar un espacio entre los saltos de niveles. Primero, entrás a la experiencia y te conectas con lo que pasa y lo entendés; pero en un momento te llevan a 40 mil pies de altura a ver una plataforma continental (...) Si nosotros invadimos al espectador con muchos salto, genera algo de rechazo (...) Muchos usuarios están probando por primera vez un formato, ya de por sí novedoso y complejo, y no hay que sumarle más complejidad.

SONIDO REAL

Entre los recursos de la retórica inmersiva Dominguez (2013) destaca el sonido ambiental constante. Este es un rasgo que se destaca en “Pisar Malvinas” y también contó con el aporte de la narrativa audiovisual tradicional. Así el sonido estuvo a cargo de Martín Grignaschi, quien se había desempeñado en producciones audiovisuales relacionadas con Malvinas como “Iluminados por el fuego” de Tristán Bauer (2005) y puso a disposición del proyecto las grabaciones de sonido directo del viento de las islas. La configuración visual del terreno, las texturas y la importancia del viento como gran protagonista fueron recomendaciones hechas por ex combatientes que se tuvieron en cuenta a la hora de tomar decisiones como prescindir de musicalización.

Por su parte, la voz en Off realizada por la actriz Malena Solda fue pensada para generar empatía y cercanía con el usuario. En términos de guionización, la información fue sintetizada para no “invadir lo inmersivo” y darle tiempo al usuario para concentrarse en el lugar y poder interactuar con la propuesta.

100% IMÁGENES DIGITALES

“Pisar Malvinas” se encuentra entre las piezas que están producidas 100% a partir de imágenes generadas por computadora (IGC). En este sentido, el diseño y modelado 3D se concentró en la recreación de superficies o terrenos reales. Con este fin se realizó un trabajo de reconstrucción de la topología de las islas a partir de mapas e imágenes satelitales. Asimismo, se usaron la fotogrametría y diferentes técnicas de modelado digital.

ANIMAR Y PROGRAMAR

Entre los condicionantes tecnológicos de esta producción, la programación tiene un rol protagónico para definir las formas y niveles de interactividad; una vez concluido el diseño de los paisajes, los programadores analizaban qué tipo de interactividad se le podía plantear al jugador, como por ejemplo el trackeo de manos. En este sentido, la *gamificación* o la dinámica del juego “se piensa en el

momento del guión, desde lo analógico a lo digital" explica Federico Ledesma. De esta forma, el diseño y planificación de un video de RV se acerca al desarrollo de producciones informáticas donde la iteración es un parte central del flujo de trabajo.

Desde la idea hasta su producción y realización final, el rol del supervisor técnico y también programador del proyecto es central. En palabras de Ledesma es "un cable a tierra a la hora de identificar las restricciones técnicas y tomar decisiones sobre aspectos que pudieran afectar temas de rendimiento, como por ejemplo usar imágenes con texturas de resolución muy alta".

DISTRIBUCIÓN

La instalación de Realidad Virtual realizada por el equipo de la UNSAM se inauguró en abril de 2022 en la sala inmersiva del Museo de Malvinas e Islas del Atlántico Sur, allí los usuarios comparten un espacio físico/real de nueve por nueve metros que converge con el espacio virtual que recorren con ayuda de un casco de realidad virtual. Esta modalidad de juego "es diferente al metaverso, explica Federico Ledesma, donde el sistema multiplayer consiste en que vos tenes una aplicación de Realidad Virtual y te conectas con otras personas pero cada uno está en su casa. En Pisar Malvinas vos compartís un espacio virtual y a la vez un espacio físico". Esta tecnología también trae restricciones en términos de exhibición y distribución que el equipo está buscando resolver; en primer lugar la necesidad de un espacio físico para el uso de la aplicación de Realidad Virtual y en segundo lugar, la necesidad de acceder a ella a través de un visor Oculus.

Sobre la primera restricción, actualmente el equipo está trabajando en una versión de Pisar Malvinas que permita resolver el problema del espacio "(...) que sea adaptable a espacios más reducidos y que incluya la opción del *singleplayer*. Una vez que tengamos esa versión programada, vos podés subirlo al portal del museo y si alguien está en Japón y tiene un Oculus en su casa, se descarga la aplicación, la pone en su casco y la mira", asegura el director del proyecto.

En segundo lugar, Pisar Malvinas se desarrolló con la tecnología Oculus, el primer casco de realidad virtual que no necesita estar conectado a una computadora y, por lo tanto, permite que el usuario se mueva por el espacio e interactúa con los

objetos con total libertad, lo cual no hubiera sido posible con dispositivos cableados. La dependencia al dispositivo limita el consumo del contenido a una tecnología que no es tan accesible en términos de costos. En esta vía, el apoyo y la articulación institucional con el Ministerio de Cultura aporta al proyecto la posibilidad de articular con Polos Tecnológicos a nivel federal que puedan contar con esta tecnología.

El proyecto está pensado para su circulación gratuita, además de estar presente en el Museo Malvinas, actualmente forma parte de la muestra “El mar como territorio” en el parque temático Tecnópolis, una muestra de sus posibilidades de circulación.

Sobre el interés de las entidades públicas de la cultura y la educación por las tecnologías inmersivas, Agustín Álvarez piensa que hay un terreno fértil para explorar y producir contenido desde esos lugares. Así mismo piensa que, “las universidades tienen que empezar a vincularse, hay un montón de universidades produciendo, la Universidad de Rafaela, UNTREF, UNICEM y la Universidad Nacional de Tierra del Fuego”.

CONCLUSIONES

El cine y la televisión con más de 100 años de historia, no sólo forjaron un lenguaje e identidad audiovisual, con una sintaxis y una composición propias sino también una industria. Estos aspectos se complejizan con el tiempo “de manera creciente” no solo en sus aspectos narrativos sino también “en las formas en que espectadores y audiencias acceden y consumen las narraciones”, es decir en términos de “usos y apropiaciones” (Murolo, 2019, p. 15). Sin embargo, hay convenciones en su formas, estructuras y estilos que sirven tanto a la audiencia como a los productores, guían y facilitan el trabajo de unos y otros. Ahora bien, la producción de videos esféricos o en 360, modifica aspectos básicos de la producción audiovisual tradicional. En otras palabras, el pasaje de una narrativa de encuadre a otra de entorno produce un quiebre en las tomas, los planos, la iluminación, el lugar de la cámara y, en consecuencia, el guión, el montaje y la post producción.

Estos aspectos se transforman en desafíos tanto para una industria y sus profesionales capacitados y con rutinas consolidadas para formatos de encuadres, como para las audiencias habituadas a otros tipos de consumos. En una de las pocas investigaciones académicas realizadas en el país, Del Árbol y Nielsen (2019) señalan cómo los profesionales dedicados a la RV conforman un grupo heterogéneo de "programadores, desarrolladores de software, constructores de hardware y gripería, ingenieros, diseñadores, guionistas, productores y directores, entre otros". A la vez que refuerzan su estado incipiente al reconocer que "por el momento, [es] un campo de relativamente pocos jugadores" (2019, p. 86). En este artículo revisamos la experiencia de producciones provenientes de universidades públicas y nacionales con dos ofertas diferenciadas pero en las cuales se evidencia tanto el peso del audiovisual tradicional como la necesidad de asociación entre diferentes actores. "Experiencia 360'', una producción audiovisual esférica de baja interactividad, fue posible gracias al trabajo conjunto entre profesionales del campo del audiovisual tradicional junto a productores especializados en contenido en 360. Por su lado, "Pisar Malvinas", un proyecto realizado a partir de imágenes generadas por computadora -IMG- con alta interactividad, fue el resultado de la convergencia de diversas áreas disciplinares: la animación, el videojuego, la programación y el cine documental.

Asimismo, los casos ponen en evidencia los desafíos y limitaciones que implica producir contenidos inmersivos en el país. Los resultados indican una etapa de desarrollo experimental de la producción en 360 y de RV, así como también el impulso necesario de diversos sectores, sobre todo estatales para cubrir la demanda por la innovación tecnológica en diversos ámbitos como la educación y la cultura. Sostenemos que el apoyo de este tipo de iniciativas permitirán, a largo plazo, construir un campo disciplinar como, por caso, el cine tradicional. En este sentido, compartimos con del Árbol y Nielsen (2019) la hipótesis de encontrarnos frente a oportunidades creativas similares a las experimentadas en el surgimiento del cine.

BIBLIOGRAFÍA

- Casini, J. “Realidad Virtual y video en 360 grados. Orígenes, desarrollos actuales y su uso en el periodismo”. Congreso REDCOM XXI Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo. Universidad Nacional de Salta. Salta, octubre de 2019.
- Del Árbol, L. , Nielsen, M.(noviembre-diciembre 2019). Cambiando encuadre por entorno. *Revista Directores* (21), 79-81.
- De la Peña,N., Weil, P. Llobera,J. Pomés, G. 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. Massachusetts Institute of Technology, Volume 19, Issue 4, p.291-301.
- Domínguez, E. (2013). “El periodismo inmersivo digital: sentir y jugar”. En Periodismo inmersivo: Fundamentos para una forma periodística basada en la interfaz y la acción [Tesis Doctoral]. Facultad de Comunicación Blanquerna. Universidad Ramón Llull.
- Frasca, Gonzalo (2011). “Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción”. En Manna, Matias. Cuarto Foro Internacional de Periodismo Digital : convergencias redes y móviles / Matias Manna; Dardo Ceballos; Fernando Irigaray. - 1a ed. - Rosario, Laborde Libros Editor.
- Gifreu-Castells, A. (2016) “Inmersión en narrativas interactivas y transmedia” En Transmediaciones. Buenos Aires: Futuribles. Parmenia Grupo Editorial.
- Murray, J. (1999). Hamlet en la holocubierta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio, Barcelona, Paidós.
- Murolo, L. (2019) *Series web en la Argentina*. Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes.

16

- Owen, T. Pitt,F. Aronson-Rath, R y Milward, J. “Virtual Journalism” The Tow Center for Digital Journalism, Columbia University, noviembre 2015. [Versión electrónica en español], Recuperado del sitio web http://elfuturodelperiodismo.udp.cl/periodismo-de-realidad-virtual/
- Ryan, M. L. (2004). La narración como realidad virtual. La inmersión y la interactividad en la literatura y en los medios electrónicos. Barcelona, Paidós.

- Stake, R. (199) “El caso único” en Investigación con estudios de caso. Madrid, Morata.
- Trends/Ventana Sur (2017). Catálogo Empresas Inmersivas Argentinas. Buenos Aires, Argentina.
- Watson, Z. (2017) Vr for news: the new reality? Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford. Recuperado el 6 de marzo de 2018, de http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/vr-news-new-reality

LA TRANSMISIÓN DE EXTERIORES COMO EXPERIENCIA DE TRABAJO COLABORATIVO ENTRE EMISORAS UNIVERSITARIAS

Gastón Colaprete | Universidad Nacional de Luján
gastonlujan@yahoo.com.ar

Elizabeth Furlano | Universidad Nacional de Tres de Febrero
eafurlano@untdf.edu.ar

Esdenka Sandoval | Universidad Nacional General Sarmiento
esandova@campus.ungs.edu.ar

Palabras claves: #RadioUniversitaria #RadioColaborativa #Radioenred

RADIOS UNIVERSITARIAS. MISIÓN, FUNCIÓN Y ¿PARA QUÉ ESTAMOS?

En las radios universitarias existe una búsqueda que atraviesa múltiples dimensiones de aquello que nombra el derecho a la comunicación y la información. Entre las fortalezas que las radios más reconocen están garantizar información diversa y plural para las audiencias, ofrecer distintas perspectivas sobre los temas a tratar, así como visibilizar y promover expresiones culturales locales. Las Universidades Nacionales consideran a la comunicación como un Derecho Humano inalienable, al servicio de las necesidades sociales y en beneficio de la pluralidad de la palabra; tal como lo señala la LSCA; poniendo énfasis en la información como un bien social que debe estar al alcance de todas las personas.

En esta línea las emisoras universitarias se reconocen en los proyectos comunicativos que refieren al vínculo de la universidad con la sociedad, con abordaje de temas desde una perspectiva de Derechos Humanos interviniendo en la agenda pública, el desarrollo cultural de la sociedad, con pluralidad de información fundada en la producción académica y científica. desde el reconocimiento y explícita conciencia que representan los medios de comunicación para la construcción de una democracia justa, pluralista y al servicio de las minorías.

El sistema universitario, desde el advenimiento democrático, ha profundizado su reflexión sobre los temas de la realidad, y el compromiso por la comunicación. Fortaleciendo, desarrollando y creando nuevos medios universitarios (radios y canales de televisión) y procesos educativos que incluyen nuevas tecnologías de la información y la comunicación; y fundamentalmente una fuerte declaración por una comunicación como un Derecho Humano inalienable, al servicio de las necesidades sociales y en beneficio de la pluralidad de la palabra.

Esto constituye una mirada estratégica de la Universidad que, sumándose a la docencia, la investigación, la extensión y vinculación, tiene como función primordial el fortalecimiento, la consolidación y la visibilización del sistema universitario en/con la comunidad.

LAS RADIOS DEL CIN: TRABAJO COLABORATIVO, FEDERAL Y EN RED

La radiodifusión sonora de interés público tiene como propósito satisfacer necesidades de comunicación con la sociedad; contribuir al fortalecimiento del patrimonio cultural y natural de la nación; difundir la cultura y la ciencia; fomentar la productividad del país; promover los valores cívicos, la solidaridad, la seguridad, el ejercicio ciudadano y la cultura democrática; servir de canal para la generación de una sociedad mejor informada. En este sentido, las tecnologías de la información y las comunicaciones juegan un rol protagónico en el fortalecimiento de la capacidad de informar, formar y educar a través de la radio.

Desde esta perspectiva, uno de los componentes para impulsar la apropiación y

uso educativo de las radios está dado sobre la producción y gestión de contenidos educativos culturales que abordan temáticas específicas. Estas contribuyen -no solo en el marco de las políticas universitarias de renovación de la enseñanza, a la creación de espacios que propicien el desarrollo de estrategias pedagógicas, sino que además promueven enseñanza activa, interdisciplina y la integración de funciones universitarias, con los actores sociales en sus áreas de influencia.

El crecimiento y la expansión de las Radios Universitarias en la Argentina es hoy, merced a la Ley Nacional N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, una realidad que transforma la comunicación regional y nacional. La existencia de más de sesenta emisoras a lo largo de todo el territorio nacional, nos obliga a pensar y proponer un planteo en la organización y modos de producir que ha tenido hasta el momento la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales de Argentina ARUNA, red integrante del Consejo Interuniversitario Nacional (CIN). Potenciar la producción radial de acuerdo a las regiones que componen ARUNA, y que fuera aprobada por sus miembros en Asamblea, en septiembre de 2015, en la Universidad Nacional de La Matanza resulta imperante en el contexto actual. “Proponer formatos con contenidos atractivos y formativos que amplíen los referentes, informen y formen a los ciudadanos como actores partícipes de lo público es el gran desafío que tenemos las radios universitarias y estamos dispuestos a llevar a cabo”postulaba el Director de Radio Universidad Nacional de Luján Gastón Colaprete[28] en la CRES2018. Es desde esta cosmovisión que sostenemos que la generación de producciones radiales en red, en colaboración y cooperación para el intercambio, adaptación y redistribución de contenidos educativos contribuiría a cerrar la brecha de acceso a la información y promovería el acceso público y abierto al conocimiento.

Reseña de Experiencia I

Cobertura de la Conferencia Regional de Educación Superior CRES2018

La CRES 2018, realizada por primera vez en Argentina, fue organizada de manera

[28] Op cit. Declaraciones en entrevista realizada en programa “CRES2018” desde la UNC 14 de Junio de 2018. Conducción José Trovato y Andrea Romero.

conjunta entre el Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC) de la UNESCO, la Universidad Nacional de Córdoba, el Consejo Interuniversitario Nacional de Argentina (CIN) y la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación y Deportes de la República Argentina (SPU).

La III Conferencia Regional de Educación Superior CRES2018, se desarrolló entre el 11 al 15 de junio en la ciudad de Córdoba; considerada por los debates expuestos y los documentos firmados, el evento regional más importante de este nivel educativo en el Continente Americano. El encuentro reunió a rectores, académicos, trabajadores, estudiantes y representantes de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales América Latina, el Caribe. Los antecedentes al encuentro se ubican en un foro que tuvo su reunión inaugural en La Habana (1996) y un segundo encuentro en Cartagena de Indias (2008). A su vez la CRES2018 funcionó como preparatoria para la Conferencia Mundial de Educación Superior, que se realizó en París en 2019.

Este evento de características únicas; se realizó en el contexto de los 100 años de la Reforma Universitaria de Córdoba de 1918; con más de cinco mil inscriptos, entre ellos rectores, académicos, estudiantes, asociaciones profesionales, centros de investigación, sindicatos, representantes de gobiernos y ONG de 33 países (CRES 2018).

COBERTURA DE LA CONFERENCIA REGIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CRES2018

A mediados de marzo de 2018, el Director de Radio UNLu (FM 88.9) Prof. Gastón Colaprete quien ocupaba la presidencia[29] [2] de ARUNA, propuso a las emisoras asociadas acompañar el evento a realizarse en Córdoba con una cobertura especial, para ésto se solicitó la adquisición de equipamiento por parte del CIN, con el fin de armar un equipo para transmisiones radiales de exteriores de uso

[29] Presidencia de ARUNA 2016-2018

permanente, para los eventos y/o actividades que permitan la participación de las radios que integran la red (Colaprete, 2018).

El plan de trabajo incluía: cobertura diaria con registro de las actividades en forma permanente y transmisiones “en vivo” dispuestas por streaming al servicio de las radios universitarias argentinas y de las internacionales con las que ARUNA CIN formaba parte a través de la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe (RRULAC) hoy re nominada RIU Red de Redes Radio Internacional Universitaria.

Transcurridos varios meses, y con la anuencia de una decena de rectores que apoyaron la iniciativa entendiendo el rol de los medios universitarios en la CRES, se logró a través de viáticos cubiertos por cada universidad el traslado desde distintos puntos del territorio nacional de locutores, periodistas y productores que formaron parte de lo que internamente denominamos el “Equipo de la CRES 2018”.

RADIO UNIVERSITARIA Y GESTIÓN DE RECURSOS

Las radios de la Universidad Nacional de Luján (UNLu), de Chilecito (UNDEC) y de la Universidad Nacional de la Rioja (UNLaR) facilitaron el equipamiento para exteriores y móviles; para edición y producción se utilizaron computadoras personales de las y los productores y periodistas que asistieron. La provisión de stand e internet fue otorgada por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), al igual que el mobiliario,la red eléctrica. Lamentablemente no se logró el equipamiento solicitado al CIN.

El stand de la radio en la UNC se armó el domingo 10 de junio de 2018. El espacio fue compartido con otros stand de universidades latinoamericanas, organismos nacionales, y espacios de esparcimiento creados para la ocasión. Entre el 11 y el 15 de junio de 2018 se realizaron dos emisiones diarias en vivo, de tres horas de transmisión radial cada una, de 09 a 12 y de 15 a 18hs; paralelamente se cubrió diversas actividades que tenían lugar en el predio de la UNC y en distintos

escenarios de la ciudad. La información fue presentada en diversos formatos: informes, móvil, flash, notas o entrevistas, análisis.

Si bien el proyecto proponía conformar dos equipos de trabajo, con dos conductores para cada programa, sólo se conformó una única dupla a cargo de un periodista de Radio UNER Paraná (FM 100.1) y uno de Radio Universidad de Bahía Blanca (AM 1240). El equipo se completó con dos operadores (ambos integrantes de Radio UNDEC), una periodista editora y una periodista movilera (ambas de radio UNTDF FM 106.9), tres periodistas productores movileros (integrantes de radios UNLaR, UNDAV y UNPA), un responsable de redes y coordinador (ambos de Radio UNLU).

Las radios del CIN en la CRES2018

Radios universitarias participantes y colaboradoras		Radios universitarias con retransmisión total o parcial			
Radio UNLU	Radio UNPA	Radio UNLU	Radio UNPA	Radio UNGS	Radio UNRC
Radio UNDEC	Radio UNSur	Radio UNDEC	Radio UNSur	Radio UNNE	Radio UNAM
Radio UNTDF	Radio UNDAV	Radio UNTDF	Radio UNDAV	Radio UNLAR	Radio UNL
Radio UNER	Radio UNLAR	Radio UNER	Radio UNLAR	Radio UNT	Radio UNCCALF

Días	10/6	11/6	12/6 13/6	14/6	15/6
Hs de transmisión en vivo	Armado	6hs	6hs 6hs	6hs	6hs
Producciones generadas	Artística presentación de móviles Artística de programa Artística avance programa diario Programa de 9hs a 12hs AM Programa de 15hs a 18 hs PM. Servicios de envío de flashes vía mail (audio editado, más imágenes de cobertura para uso en redes o web) 20 Dúplex (incluidas radios universitarias de México y España)				

Entrevistas a funcionaries nacionales y provinciales, autoridades universitarias, académicos y científicos, estudiantes, docentes, público asistente.	Se registraron 180 testimonios de entre 2' (dos minutos) y 18' (dieciocho minutos).
Redes	Se realizaron más 500 Publicaciones en Facebook[30]; y aproximadamente 600 Twitter[314]

Imagen superior izquierda: Equipo ARUNA CRES2018 Foto Prensa UNC; Imagen superior derecha: entrevista al Dr. Enrique Barros, nieto de uno de los Reformistas de 1918 Foto Aruna; imagen inferior izquierda: Entrevista al Dr. Paulo Speller, Sec. General de la Organización de Estados Iberoamericanos OEI Foto Aruna; imagen inferior derecha:Conductores Trovato J. Romero A. Foto Aruna.

Reseña de Experiencia II

Cobertura a 40 Años de Malvinas desde la Capital Nacional de la Vigilia.

Reseña

[30] Aruna- Cres 2018 en Facebook accesible desde https://www.facebook.com/profile.php?id=100063704943863
[31] Aruna- Cres 2018 en Twitter accesible desde https://twitter.com/ArunaCres2018

Desde 1995, en Río Grande se realiza la vigilia conmemorativa y de concientización sobre la causa Malvinas. En 2013 la actividad fue reconocida a nivel nacional a través de la Ley Nacional N° 26.846 que declaró a la ciudad de Río Grande "Capital Nacional de la Vigilia por la Gloriosa Gesta de Malvinas". La vigilia se realiza durante la noche del 1° y la mañana del 2 de Abril, a la vera del Mar Argentino, en el sector "Monumento a los Héroes de Malvinas" ubicado entre las calles Elcano, Thorne y Av. Santa Fe. Asisten más de diez mil personas en cada edición de la Vigilia, donde la población fueguina y Veteranos de Guerra -de todo el país- se reúnen de manera espontánea a conmemorar la memoria de la gloriosa "Gesta de Malvinas desde el mayor de los respetos para sus combatientes y enalteciendo el justo reclamo soberano por las Islas Malvinas y sus espacios marítimos circundantes"[32]

En este marco, del 25 marzo al 2 de abril de cada año, el Centro de Veteranos Malvinas Argentinas de Río Grande levanta una carpa de campaña y desarrolla actividades de concientización sobre Malvinas y el reclamo de Soberanía. A propuesta de Radio UNTDF, en noviembre de 2021 y en un contexto de reinicio de actividades presenciales por las restricciones que había impuesto la pandemia por COVID 19, se invitó [33] a las radiodifusoras universitarias integrantes de la Red ARUNA CIN, a realizar la cobertura periodística para todo el país de las actividades que tuvieron lugar en el territorio fueguino en el marco de los 40° años de la Guerra de Malvinas, emulando el trabajo realizado en la CRES2018.

La agenda conmemorativa de eventos inicialmente fue elaborada por los Centros de Veteranos de Guerra de Río Grande y Ushuaia de la Pcia. de Tierra del Fuego A.e I.A.S. y contaba con la colaboración del gobierno provincial, el municipio de Río Grande, cancillería Argentina, diversos ministerios y secretarías nacionales.

La expectativa era muy grande en la población tras dos años sin encuentros presenciales por la pandemia. Durante los meses de enero y febrero de 2022, ante la presencia de la variante Ómicron de Covid 19 en todo el territorio, y atendiendo

[32] Somos la Capital Nacional de la Vigilia. Información del Municipio de Río Grande. Acceso a través del link: https://www.riogrande.gob.ar/malvinas/
[33] Nota enviada por RadioUNTDF Radio de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur a C.D. ARUNA 30 de noviembre de 2021.

a la edad de riesgo de muchos de los Veteranos de Guerra, los organizadores temieron tener que cancelar la Vigilia. Recién el 1° de marzo de 2022, tras la aprobación de los organismos de salud nacional y provincial, se confirmó la realización de la misma, por lo que los tiempos administrativos para reserva de hoteles, traslados, pasajes y/o tramitación de expedientes se tornó más complicado.

LAS RADIOS DEL CIN EN LA VIGILIA A 40° AÑOS DE MALVINAS.

Se realizó una cobertura diaria desde el sábado 26 de marzo al sábado 2 de abril de 2022, con base en la "Carpa del Centro de Veteranos Malvinas Argentinas" ciudad de Río Grande, Capital Nacional de la Vigilia por Malvinas Ley N° 26.846.

RADIO UNIVERSITARIA Y GESTIÓN DE RECURSOS

Con el propósito de repetir la experiencia de trabajo articulado y colaborativo realizado en la Conferencia Regional de Educación Superior (CRES 2018 – UNC), se solicitó al Centro de Veteranos Malvinas Argentinas autorizar el armado de un mini estudio de radio en el interior de la Carpa de Veteranos en la semana de Malvinas. La propuesta incluía: radio abierta, transmisión en vivo y para todo el sistema de radios universitarias desde el 26 de marzo al 02 de abril de 2022, con presencia permanente en el stand de 10 a 18hs.

El armado del estudio móvil a la vera del Mar Argentino y por las condiciones climatológicas de la Isla, tenía características singulares que requirieron una logística particular. Por otra parte, RadioUNTDF sólo contaba con algunos recursos técnicos para solventar la transmisión de exteriores; atendiendo esas necesidades y las posibilidades de traslados vía aérea de equipamiento técnico, se diseñó el stand, la producción periodística y las coberturas posibles de la agenda local.

En este sentido, la Radio de la Universidad de Luján (FM 88.9) aportó una valija de estudio móvil con consola de cuatro canales y micrófonos, y garantiza la provisión de una señal de streaming alternativa y realizó un registro audiovisual

documental de las actividades con entrevistas a Veteranos movilizando dos trabajadores no docentes a Tierra del Fuego.

Por su parte, la Radio de la Universidad Nacional de General Sarmiento (FM La UNI 91.7) facilitó el traslado de una periodista/productora a TDF que cumplió roles de conducción, producción y móvil durante la Vigilia del 1° de Abril y aportó desde la técnica una grabadora de mano con micrófono y notebook personal para coberturas y ediciones varias.

Por otro lado, Megafón, radio de la Universidad Nacional de Lanús (UNLA) facilitó la locución de todas las artísticas utilizadas y la provisión de música alusiva, la misma integraba parte del cancionero Malvinas grabado en el marco del 30° aniversario de la Guerra de Malvinas, en esa emisora.

Asimismo, la Radio de la Universidad Nacional de la Patagonia Austral (FM UNPA 99.9) facilitó el traslado de un productor periodista que tuvo a su cargo la producción de notas y registros a través del móvil de exteriores, y tareas de co-conducción. El agente asistió con equipo de registro y edición propio. El estudio -concebido como estudio híbrido- también permitió la realización de un programa de emisión en dúplex anclado en la Carpa de Veteranos, con conducción desde Mestiza Radio de la Universidad Nacional Arturo Jauretche (FM 88.5) y con entrevistados a través de sistema meet situados en Ushuaia, Florencio Varela y Capital Federal.

Todo lo vinculado a traslados dentro de la ciudad de Río Grande, internet, mobiliario, banner, afiches, folletería de mano, gorras/cuelleras, credenciales y pases o identificación institucional fue provisto por la radio local de la Universidad de Tierra del Fuego, A.e.I.A.S. Al igual que una PC para conexión de streaming, otra para operación en vivo, una computadora portátil para producción/edición en el lugar y auriculares. Esta puesta requirió desarmar una parte del estudio de radio situado en la sede la UNTDF en la ciudad de Río Grande; por la emisora fueguina participaron tres trabajadoras de Radio UNTDF (FM 106.9), con el apoyo técnico de personal de infraestructura, de la Secretaría de Extensión y de Secretaría General.
La producción periodística de la cobertura de este evento relevante para nuestro

país, requirió la tarea de realizar una indagación histórica de los hechos y su relevancia política, social, cultural no sólo para la provincia sino para cada uno de los territorios en los que está situado cada radio. Relevar las diferentes políticas públicas llevadas adelante desde 1982 y una escucha atenta a los veteranos y familias. Una cobertura donde hechos periodísticos están atravesados por vidas de cientos de personas que volvieron y tantos otros que quedaron en la isla. Para ésto se recurrió a diversas estrategias de comunicación apelando a diversso formatos como notas, entrevistas en piso, edición de informes y móviles desde distintos puntos de la ciudad vinculados a la conmemoración del 40° aniversario de la Guerra de Malvinas; se invitó a todas las emisoras nucleadas en ARUNA CIN a formar parte de una producción colaborativa formato podcast con testimonios de veteranos sobre su experiencia de participación en el Conflicto del Atlántico Sur en el año 1982, bajo los ejes de Memoria, Verdad, Justicia y Soberanía los aportes debían ser de carácter testimonial, documental y/o informativo. A su vez la radio participante de esta mini producción debía registrar la autorización de reproducción del/la entrevistado/a del material enviado a la producción colaborativa. Los podcasts fueron lanzados en la Semana de Malvinas en todas las emisoras involucradas, alimentó la programación emitida desde la carpa en diversas franjas horarias y se sostuvieron durante el mes de abril de 2022 en diversas radios del sistema. Las radios involucradas fueron Radio UBA (FM 87.9), Radio Universidad Nacional de Río Cuarto (FM 97.7), Radio de Universidad Nacional de Río Negro, Radio UNER Paraná (100.3).

Las radios del CIN en el 40° Aniversario de Malvinas en Tierra del Fuego

Radios universitarias participantes y colaboradoras		Radios universitarias con retransmisión total o parcial			
Radio UNTDF	Radio UNLA	Radio UNTDF	Radio UNLA	Radio UNICEN	Radio Chilecito
Radio UNLU	Radio UNAJ	Radio UNLU	Radio UNAJ	Radio UNDAV	Radio UNCCALF
Radio UNGS	Radio UBA	Radio UNGS	Radio UNER	Radio UNICEN	Radio UNMP
Radio UNPA	Radio UNRC	Radio UNPA	Radio UNR	Radio UNSur	Radio UNSE
Radio IUPA	Radio UNER	Radio IUPA	Radio UNDAV	Radio UNLP	Radio UNCA
		Radio UBA	Radio UNRC		

Días	26/3	27/3	28/3 29/3	30/3 31/3	01/4	02/4
Hs diarias de transmisión	1hs	1hs	4hs 4hs	5hs 5hs	12hs	2hs
Producciones colaborativas generadas	Ciclo de ocho (8) podcast “Archivo: Voces de la Guerra de Malvinas” (disponible en Ivoox/Spotify) Artística presentación de móviles desde TDF. Artística del programa “Malvinas nos Une”. Artística avance programa diario “Malvinas Nos Une desde la capital nacional de la Vigilia” Artística avances de transmisión especial Vigilia “Programa Malvinas Nos Une 01-04-2022 de 19hs a 01 AM”. Corto documental audiovisual “Malvinas: historia viva” Clip musical con registro gráfico documental “40° años Malvinas” 25 Servicios de envío de flashes vía drive (audio editado, con información contextual en archivo .doc, más imágenes de cobertura para uso en redes o web).					
Entrevistas realizadas a veteranos	32 registros de entre 8’ (ocho minutos) y 30’ (treinta minutos).					
Notas a funcionarios/as nacionales y provinciales	12 registros de entre 4’ (cuatro minutos) y 21’ (veintiún minutos).					
Notas a autoridades universitarias	3 registros de entre 4’ (cuatro minutos) y 12’ (doce minutos).					
Notas varias entre miembros de la comunidad fueguina y/o visitantes a la carpa	16 registros de entre 2’ (dos minutos) y 6’ (seis minutos).					

Las Radios del CIN en el 40° Aniversario de Malvinas en Tierra de Fuego

Imagen izquierda: Entrevista a VGM Raúl Villafañe Pte. Centro de Veteranos Malvinas RG Stand en Carpa 2022; Imagen derecha: Cobertura Nocturna 1° de Abril 2022 Vigilia Nacional; Fotos Aruna.

Imagen izquierda: Programa especial Radio UNLU desde UNTDF registro de documental a VGM iniciador de la Vigilia; imagen derecha: Equipo de trabajo local ARUNA CIN 40° Malvinas. Fotos Aruna.

CUSTODIA, CONSERVACIÓN Y ACCESO AL ARCHIVO SONORO DE LAS RADIOS UNIVERSITARIAS

Los dos eventos descritos de carácter histórico por las particularidades de los mismos y por el trabajo realizado por las radios universitarias nacionales participantes, también nos invita a pensar respecto del acervo y patrimonio cultural inmaterial que genera la/s radio/s.

Nos referimos a la historia viva, el registro diario de eventos y situaciones que formarán parte de la historia futura aún no escrita por la academia y sí registrada por los medios de comunicación pública, en este caso universitarios. Hablamos de un banco de archivos sonoros que, si estuviera disponible y accesible, resultaría en insumos primarios para consulta o empleo en investigación, docencia o extensión de nuestras propias casas de altos estudios, pero también de un menú a la carta a disposición de cualquier ciudadano/a de la aldea global.

El debate en torno a la preservación de los archivos sonoros lleva ya algunas décadas. Inicialmente vinculado a la preservación de archivos analógicos, y la consecuencia natural del deterioro y la fragilidad de los soportes que contienen esos registros, así como por la obsolescencia de los equipos de grabación y reproducción mecánica a la que estamos expuestos y que el mercado nos impone. En ese sentido, no solo es una pérdida de material con un gran potencial desde el contenido, sino también parte de la historia que conforma la memoria colectiva de las sociedades donde estos archivos se generaron (Furlano, Mangin. 2022). El concepto de patrimonio cultural inmaterial se institucionalizó en 2003

cuando la UNESCO aprobó la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, que es un acuerdo internacional para la gestión y protección integral por parte de los Estados Nacionales. Dicho acuerdo fue aprobado por la República Argentina mediante la Ley 26.118

Tal como expresa la UNESCO el patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también “tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional” (2011).

Con el objetivo de salvaguardar el patrimonio vivo la UNESCO creó un "registro" de los documentos más relevantes de la humanidad. En él figuran colecciones de grabaciones sonoras, un recordatorio de que los países necesitan salvaguardar ese tipo de patrimonio.

Pero ¿dónde están las colecciones sonoras de las radios universitarias? Una simple búsqueda en internet, nos permite afirmar que al menos una emisora universitaria ha comenzado a custodiar su acervo. Es el caso de LW1 Radio Universidad Nacional de Córdoba quien a partir de un convenio entre las Facultades de Artes y de Filosofía y Humanidades con los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la UNC trasladó un archivo sonoro compuesto por 1.115 cintas abiertas, 2.560 casetes de audio y una cantidad menor de otros soportes (magazines, cds) con registros producidos y emitidos por LW1 Radio Universidad desde 1960 al 2000, al Centro de Documentación y Conservación Audiovisual para su custodia, sistematización, preservación y puesta a disposición de consultas públicas (UNC.2014)

Sabemos también que la Universidad Nacional de la Plata cuenta con un repositorio institucional que permite acceder al registro de al menos 189 audios de testimonios de personalidades de la cultura, la ciencia, la política que transitaron esa casa de estudios o en los que participó la universidad durante el Siglo XX.

Como ya mencionamos, el sistema de radios universitarias nacionales se integra por más de 60 emisoras. Según el informe “Radios Universitarias Argentinas Múltiples Voces (ARUNA. 2021) existen 63 emisoras, de las cuales el 89,3% transmite por FM, mientras que el 7,1% por AM y el 3,6% restante son radios

digitales. Recordemos que entre 2003 y 2015 se sancionaron 17 leyes en el Congreso nacional que establecieron la creación de universidades en todas las provincias del país que no contaban con una y en los distritos más grandes del conurbano bonaerense ampliando las posibilidades de acceso a educación superior en esas comunidades. Se crearon también medios de comunicación con licencias otorgadas por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) en el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522. Esta treintena de emisoras son consideradas "*modernas*" en el sentido de que desde sus inicios trabajan con materiales y soportes digitales, acceso a internet, publicación en páginas web o redes sociales. Por lo que la utilización de soportes sonoros analógicos: discos, casetes, cinta abierta, entre otras, es probable (no lo sabemos) que no sean conocidas por sus noveles trabajadores. Ingresando de manera directa al mundo digital sin conocer también el proceso documental, de archivo y catalogación de los registros sonoros.

Los avances en comunicación y tecnologías nos permiten trabajar la palabra, voces y sonidos en archivos digitales en formato mp3, wav u otras extensiones aptas para la reproducción de sonidos.

Pero, cuál es el ciclo de vida de un documento digital sonoro (Rodríguez Reséndiz. 2017). ¿Cómo se preserva digitalmente un archivo sonoro? ¿Qué procesos técnicos, administrativos y de recursos presupuestarios se deben activar para que la producción de las radios universitarias argentinas forme parte de la historia oral de nuestro país?.

Un intento de ello fue la búsqueda realizada en el marco del centenario de la radiodifusión argentina celebrado en 2020 que en un intento de puesta en valor de lo propio producido, y de la preservación de nuestra historia radial universitaria logramos producir 100 cápsulas radiofónicas, con fragmentos de sucesos y hechos que nuestras emisoras universitarias destacaron en su programación, pero la mayoría de esos contenidos datan de los últimos 20 años .

Esta debilidad es también una amenaza; por eso nos preguntamos ¿dónde quedaron los testimonios históricos y el debate por el futuro de la Educación Superior Latinoamericana registrados en la CRES2018? Nuestros veteranos y veteranas de Malvinas, son historia viva. Entonces ¿Qué hacemos con esas historias que recién ahora empiezan a ser escuchadas por la academia lejos del

discurso castrense? Preservar los contenidos sonoros producidos en la/s radio/s universitaria/s, es un tema pendiente que compete a la totalidad del sistema universitario nacional. Los insuficientes recursos humanos, técnicos y económicos que atraviesan las emisoras universitarias en general y o de las áreas institucionales que tienen la misión de preservar estos materiales, y en ocasiones hasta el propio desconocimiento de aquello que atesoran los medios de radiodifusión de las universidades públicas amenaza la propia existencia del medio.

A MODO DE CIERRE

Podemos afirmar a partir de las experiencias expuestas, que el trabajo articulado por regiones genera mayores beneficios para nuestras emisoras en general y para sus trabajadores en particular, no solo por la inserción territorial, el reconocimiento público de los temas, los abordajes y la potencia del alcance a nivel país, sino también por las posibilidades de compartir e incorporar nuevos conocimientos técnicos, la circulación de la palabra, y el sentido de pertenencia e identidad para con el sistema universitario nacional.

Es por ello que en tanto trabajadores de medios radiales universitarios, promovemos la realización periódica de eventos como los descriptos, de gran interés social, cultural y político. Hemos comprobado que la conformación de pequeños equipos Inter regiones aporta y potencia una mejor comunicación con las audiencias realzando el rol de nuestras emisoras interna y externamente. Es a través del diálogo permanente y la planificación centralizada que este formato de trabajo redundará positivamente en el conjunto de las emisoras universitarias.

Por último, reiteramos las preguntas ¿Quiénes acceden y/o podrían acceder hoy al archivo oral de las radios universitarias? ¿Cómo preservar el acervo que generan nuestras emisoras universitarias? ¿Qué otros usos podría hacer la comunidad universitaria si preservamos estos registros?

Contar con colecciones sonoras, fondos sonoros, audiotecas digitales habilitará entre otras cosas a la indagación sobre el abordaje informativo, comunicacional de diversos procesos culturales de la historia reciente, que vinculan al mundo académico con la producción de conocimientos que circulan por fuera de estos, abriendo a nuevos debates. Creemos que contar con algunas de estas posibilidades puestas a disposición de la ciudadanía, permitirá conocer también

la historia de las instituciones desde la oralidad.

Tal como expresa la UNESCO (2003), resulta imprescindible custodiar, conservar y revisar las colecciones de documentos de sonido. Vale recordar que, en nuestro país, está vigente la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina N° 26522, la cual promueve e incentiva la recuperación de documentos sonoros y audiovisuales como patrimonio cultural. Son nuestras universidades los lugares adecuados para realizar esta tarea.

Tal como afirma la investigadora de la UNLP-UNQ, Lic. Claudia Villamayor, "escuchando las historias, las formas de mirar y comprender el mundo cercano y lejano, que transmite un proyecto político cultural y comunicacional de una emisora, sabremos cómo una comunidad relata su historia, su memoria".

BIBLIOGRAFÍA

- Acta Asamblea ARUNA Septiembre 2015. Universidad Nacional de la Matanza 2015. Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial accesible desde https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003
- Nota: "Los archivos sonoros de Radio Universidad se podrán consultar en el CDA"
  Fuente:https://ffyh.unc.edu.ar/noticias/06/2014/los-archivos-sonoros-de-radio-univers idad-se-podran-consultar-en-el-cda/ consulta 15 de agosto 2022.-
  Furlano, E., Mangin, N. (2002). "Haciendo Memoria: reflexiones sobre la identidad fueguina a partir del rescate de archivos sonoros". *VIII Congreso de la Asociación Argentina de Estudios sobre Cine y Audiovisual (AsAECA) "Cartografías del devenir: Territorios, Prácticas, Políticas y Lenguajes"*.
- Rodríguez Reséndiz, P. O. (2017). Gestión documental sonora: el ciclo de vida digital en los archivos sonoros. Palabra Clave (La Plata),7(1), e030. Accesible: https://doi.org/10.24215/
- Entrevista al Profesor Gastón Colaprete Director Radio Universidad Nacional de Lujan (2022).

RADIOS UNIVERSITARIAS, CRECIMIENTO Y DESAFÍOS

Diego Javier Ibarra | Facultad de Ciencias Sociales, Universidad del Centro
Ibarradiego@gmail.com

.

Palabras Clave: Investigación-radios-universidad

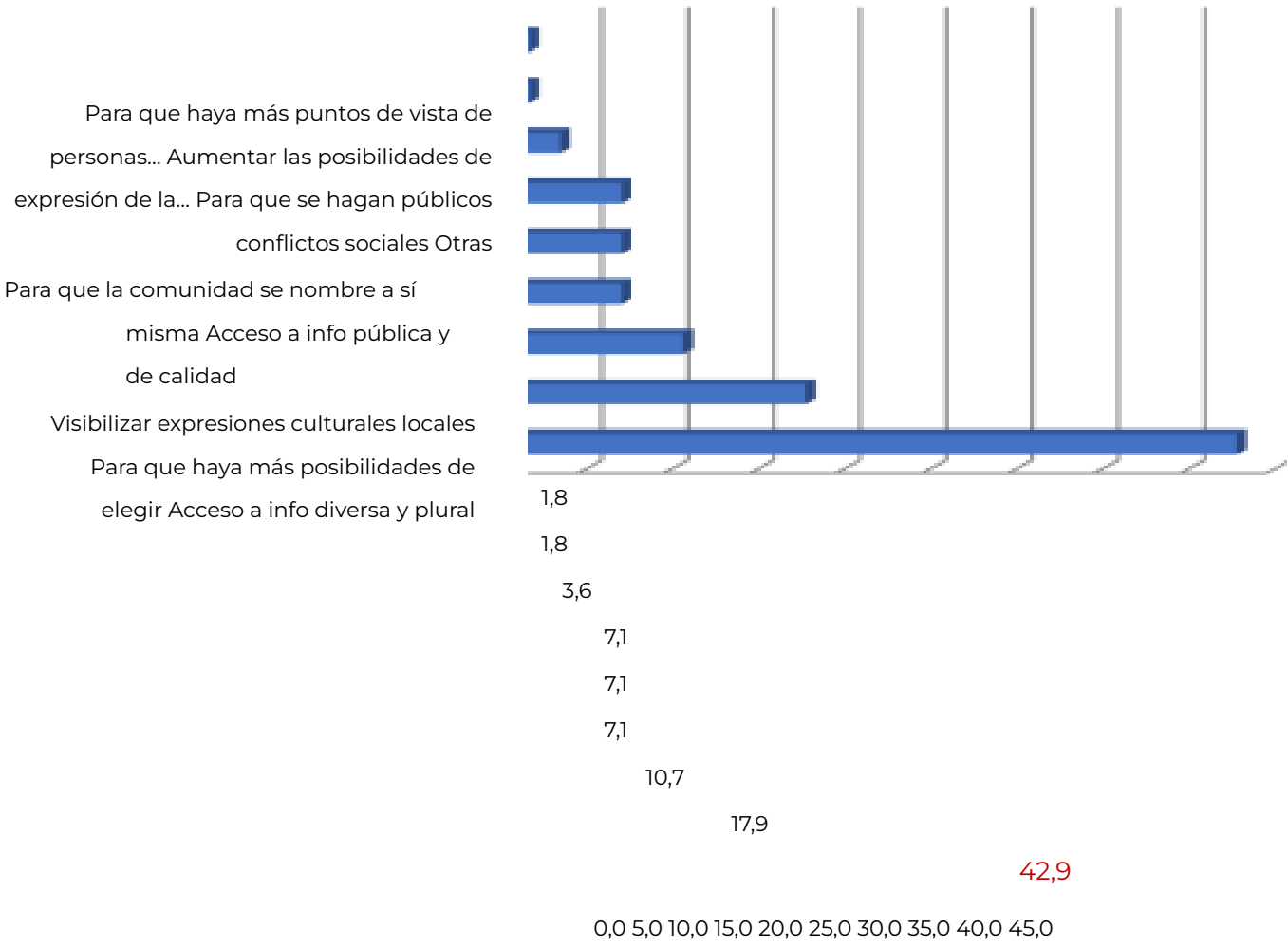
El propósito de la ponencia es presentar los resultados del relevamiento "Radios universitarias: múltiples voces" como primer paso para comprender sus desafíos futuros. Lo primero a considerar es que las radios universitarias argentinas se definen como radios fundamentalmente periodísticas informativas con amplitud en el tratamiento de la actualidad.

Esta primera afirmación se desprende de la investigación que la Asociación de radiodifusoras universitarias de la República Argentina (ARUNA) realizó junto a diferentes cátedras de radio, bajo la premisa: *"Saber quiénes somos, cómo somos y desde donde nos constituimos" y* que se constituyó en el fundamento para realizar entre 2020 y 2021 una indagación y relevamiento de los proyectos comunicacionales de las emisoras universitarias con el objetivo de identificar realidades compartidas que permitan precisar aspectos de la gestión de las mismas (política, organizacional, tecnológica, económica) y sus necesidades a partir de lo cual poder orientar políticas de estado que fortalezcan al sector y a la democratización de las comunicaciones en la Argentina.

Entre los datos relevados se pudo observar que en las radios universitarias existe una búsqueda que atraviesa múltiples dimensiones de aquello que nombra el derecho a la comunicación y la información.

Entre esas múltiples dimensiones que las radios más reconocen están: garantizar la información diversa y plural para los oyentes para ofrecer distintas perspectivas sobre los temas que se tratan.

DIMENSIÓN COMUNICACIONAL: PROPUESTA MÁS SIGNIFICATIVA

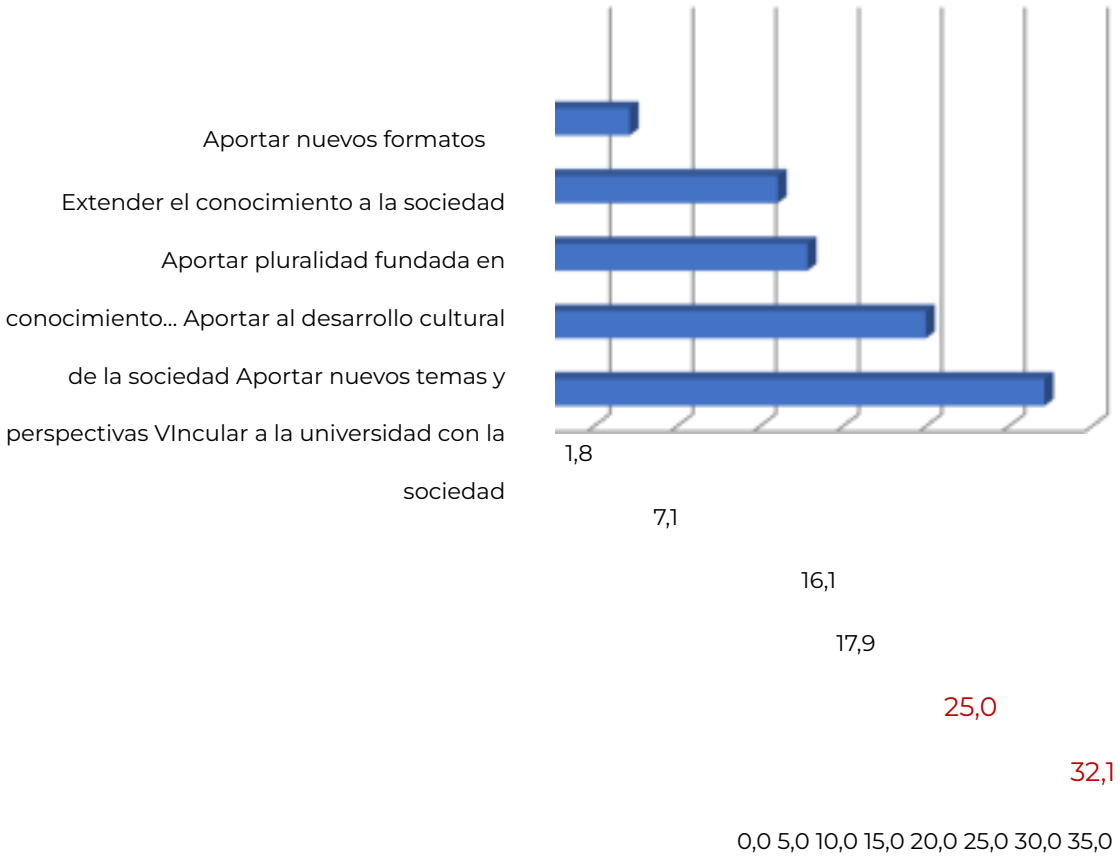


Fuente: Las radios universitarias de múltiples voces. Relevamiento 2020. ARUNA. Mayo 2021.

Esta pluralidad se la concibe desde información fundada en la producción académica y científica de las universidades. En este orden las emisoras universitarias se reconocen en los proyectos comunicativos, que refieren al vínculo de la universidad con la sociedad al pensar en promover nuevos temas y perspectivas para configurar y ampliar la agenda pública en el desarrollo cultural de la sociedad. Al mismo tiempo que visibilizar y promover expresiones culturales locales. Tanto la producción de información desde las producciones científicas como posibilidad de ampliar la agenda implican desafíos constantes para las emisoras en la búsqueda de los formatos y lenguajes adecuados para la vinculación de las radios universitarias (la universidad) con la sociedad en términos de construcción y ampliación de audiencias, tanto externas como internas (la propia comunidad universitarias), aunque en la práctica se conciba como una sola.

La RR. UU al ser consultadas sobre este aspecto son muy claras. La alta adhesión a vincular la universidad con la sociedad y aportar nuevos temas y perspectivas son, entre otros, los aportes que más se reconocen como propios y que se ponen de manifiesto.

APORTE QUE LAS RR. UU RECONOCEN COMO PROPIOS

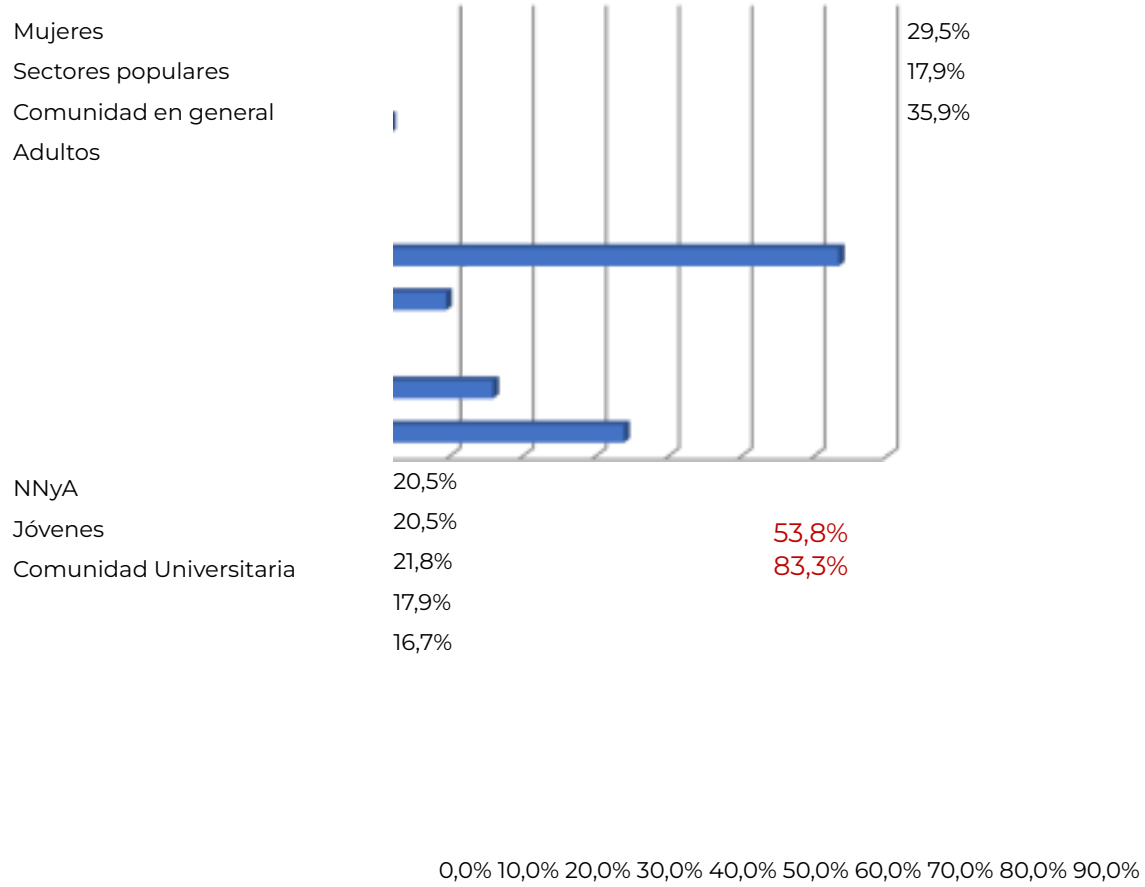


Fuente: Las radios universitarias de múltiples voces. Relevamiento 2020. ARUNA. Mayo 2021.

En relación a los públicos que las radios conforman también se manifiesta en la misión de las radios universitarias en cuanto búsqueda de audiencias y destinatarios. Puede observarse en la orientación que toman desde sus propuestas programáticas y los públicos que se constituyen a su alrededor, donde se destacan la comunidad general y la comunidad universitarias, aunque esta última también pertenece a la primera.

RR. UU: Públicos hacia dónde se orientan

Otros Sectores organizados de la comunidad Profesionales



Fuente: Las radios universitarias múltiples voces. Relevamiento 2020. ARUNA. Mayo 2021.

Por otra parte, cabe resaltar que si las radios tienen claras sus audiencias destinatarias en su gran mayoría no tienen estudios de audiencias que precisen usos y modalidades de recepción o necesidades y preferencias de las mismas. Aquí otro desafío conocer más a las audiencias, sobre todo a las más jóvenes, lo que posibilitará re enfocar los modos de producción y circulación

Al mismo tiempo en concordancia entre las audiencias y la propuesta comunicacional establecida que plantea el acceso a la información diversa y plural, el 91% de las radios universitarias señalaron que utilizan el género periodístico de actualidad como el principal para su programación.

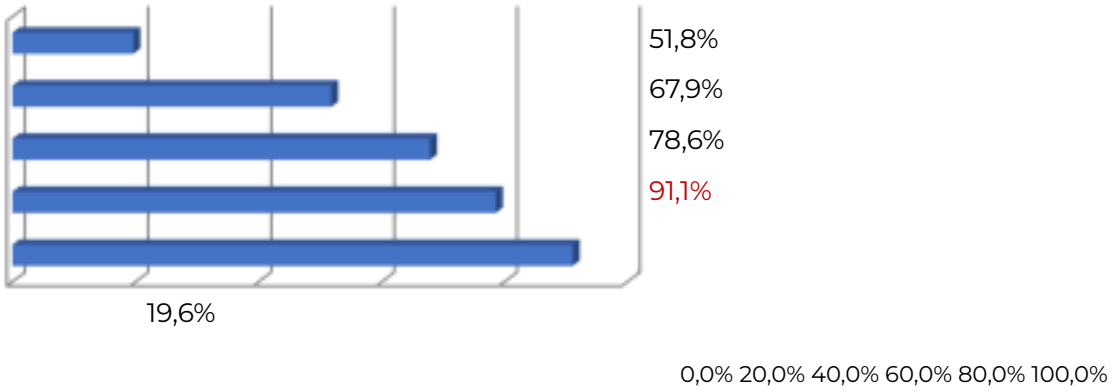
RADIOS UNIVERSITARIAS PRINCIPALES GÉNEROS Y FORMATOS.

Documental

Entrevistas

Magazine

Periodísticos temáticos Periodístico de actualidad



Fuente: Las radios universitarias múltiples voces. Relevamiento 2020. ARUNA. Mayo 2021

Esa propuesta de actualidad periodística informativa implica un gran desafío para las radios y el sistema de medios universitarios. Los que han transitado por los medios saben que es mucho más económico un programa de opiniones y comentarios, que uno de información y mucho más si se pretende como en este caso construir una nueva agenda de temas o temas instalados, pero desde otros enfoques. Esto tiene un costo por la cantidad de periodistas y comunicadores que se necesitan para una tarea productiva y responsable que en parte nos diferencie de la uniformidad de las radios del "sistema" como: búsqueda de (la) información, (las) fuentes, edición, producción de formatos diversos, al que hoy se tiene que agregar la producción de podcast y uso de las redes sociales. Aunque es justo aclarar que todo esto se hace con mucho esfuerzo en las radios universitarias, por lo que entonces sigue como desafío constante, por los escasos recursos económicos que en general las radios no poseen. De revertirse esto las RR. UU podrán desplegar con mayor énfasis del que ya tienen su potencial como red de medios públicos desde sus sesenta y tres emisoras en todo el país.

RR. UU: Principales aportes hacia la comunidad universitaria

Fuente: Las radios universitarias múltiples voces. Relevamiento 2020. ARUNA. Mayo 2021.

En relación con su carácter universitario, el rol que las radios consideran y reconocen que desempeñan con sus propias comunidades, se vincula con la difusión de las iniciativas, aportes y perspectivas de esa comunidad, así como informar sobre la vida institucional, política y académica de las instituciones.

Como se indicó en términos de audiencias, las radios universitarias a partir de sus proyectos comunicacionales buscan establecer relación con un público general y con la comunidad universitaria, en ese orden.

No obstante, desde los contenidos informacionales que suponen una diferenciación inicial, éstos no son tales frente a las audiencias debido a que comunicar e informar sobre las iniciativas de la comunidad universitaria y temas de la vida institucional pueden contener a ambas audiencias. Como ejemplo una entrevista a un grupo de investigación sobre sus desarrollos y avances, puede ser importante para el conocimiento de la propia comunidad universitaria sobre lo que se hace y produce, pero al mismo tiempo es de una trascendencia informativa para la comunidad en general que conoce así las iniciativas de la comunidad universitaria. A lo que se puede sumar los proyectos de extensión con la comunidad. Para la comunidad en general los temas universitarios pasan a ser parte de una agenda generalista, lo que implica desarrollar un tipo de tratamiento que los acerque de manera natural a esas audiencias, esto es otro desafío. No está demás decir que muchos temas de estricto orden interno en cuanto a información transitan por canales específicos dentro de los límites de la comunidad universitaria.

CONCLUSIÓN

En esta ponencia se destacan algunos de los aspectos que definen y describen a las radios universitarias:

1. Radios que se consideran fundamentalmente periodísticas informativas con amplitud en el tratamiento de la actualidad.
2. Radios que proponen garantizar que la información sea diversa y plural. Radios que proponen ofrecer a los oyentes distintas perspectivas sobre los temas que se tratan.
3. Radios que conciben la pluralidad desde una información fundada en la producción académica y científica de las universidades.
4. Radios que se proponen ampliar la agenda de temas y presentar otros enfoques para las agendas generales de la actualidad.
5. Radios que se proponen producir desde una variación de géneros y formatos. 6. Radios que reconocen en principio dos grandes audiencias definida como comunidad general y comunidad universitaria.
7. Radios que frente a la comunidad universitaria proponen la difusión de las iniciativas, aportes y perspectivas de esa comunidad e informar sobre la vida institucional, política y académica como parte de sus agendas.

Todas estas descripciones que están presentadas como propuestas tienen en la actualidad presencia en las diferentes emisoras. Lo mismo que las agendas constituidas por temáticas de género mayoritariamente en un sentido transversal, derechos de las infancias, derechos humanos en toda su amplitud, economía social, por mencionar algunos.

El conjunto que se describe implica una serie de desafíos que en un primer recorte puede comprenderse como un desafío económico. La mayoría de las emisoras necesitan una ampliación presupuestaria, cuando no un presupuesto propio, para poder profundizar las propuestas indicadas que están ligadas directamente a las condiciones de producción. Aunque también a las condiciones de equipamiento, para potenciar el lugar de las radios universitarias como red dentro del sistema de medios públicos necesarios en la disputa por el sentido de la cotidianeidad. Las condiciones de producción a su vez están vinculadas con el incremento de la

planta de periodistas, productores y técnicos para abordar las agendas propuestas y los formatos diversos con mayor impacto comunicacional. Tanto en la producción estricta como en sus alcances y circulaciones.

Esto implica además una capacitación constante y un conocimiento de las audiencias constituidas en torno a cada radio universitaria.

Como se dijo, todo esto está en marcha dentro de las posibilidades de cada emisora con el aporte y compromiso de las trabajadoras y trabajadores en sus diferentes roles, como se dice “transpiran la camiseta”. Una mención para un desafío final, comprender el sentido estratégico de las radios universitarias y el potencial de esta red.

CORRESPONSALÍAS BARRIALES: UNA EXPERIENCIA DE COMUNICACIÓN TERRITORIAL

Josefina Bolis | Prosecretaria de Medios y Publicaciones, Universidad Nacional de La Plata
josefinabolis@gmail.com

Daiana Bruzzone | Prosecretaria de Medios y Publicaciones, Universidad Nacional de La Plata.
daibruzzone@gmail.com

Melina Maraschio | Prosecretaria de Medios y Publicaciones, Universidad Nacional de La Plata
meli.maraschio@gmail.com

RESUMEN:

La siguiente ponencia sistematiza las acciones realizadas en el marco del proyecto de extensión “Corresponsalías Barriales”, llevado a cabo por la Prosecretaría de Medios y Publicaciones de la Universidad Nacional de La Plata. Este proyecto, comenzó en febrero de 2022 y se inscribe en la Convocatoria “Universidad, Cultura y Territorio 2021” de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación.

El proyecto propone realizar un abordaje integral del proceso de producción audiovisual, circulación y recepción de contenidos informativos socialmente relevantes para los barrios de la periferia de la ciudad de La Plata, en pos de consolidar un espacio de debate público

regional, así como potenciar la articulación entre los medios de la universidad y la ciudadanía en general.

Desde los medios de la UNLP se sostiene que la información es un bien público esencial para la sociedad y, por tal motivo, la Universidad tiene entre sus misiones desarrollar políticas comunicacionales para contribuir a la construcción participativa y multiagencial de la comunicación; abonar a la pluralización de las voces; defender el derecho a la comunicación y aportar a la democratización del acceso a la información. En el presente trabajo, evaluamos los resultados de la primera etapa de ejecución del proyecto de Corresponsalías Barriales y presentamos sumariamente sus fundamentos teórico-metodológicos.

Palabras clave: UNIVERSIDAD - COMUNICACIÓN - TERRITORIO

LOS MEDIOS COMO POLÍTICA DE EXTENSIÓN

Desde sus orígenes, la Universidad Nacional de La Plata ha asumido la gestión de políticas comunicacionales como proceso de relevancia nodal para ampliar su vinculación con la comunidad, incorporando la agenda de problemáticas de la región a la planificación estratégica de sus funciones sustantivas: la docencia, la investigación y la extensión. Este posicionamiento ha motorizado el desarrollo de sus dispositivos mediáticos desde principios de siglo XX, lo que la ha consolidado como la pionera en el ámbito de la radiodifusión.

Entre los pilares fundamentales de la UNLP se encuentra el desarrollo de la extensión universitaria, definida en el artículo 17 de su estatuto como “como un proceso educativo no formal de doble vía, planificada de acuerdo a intereses y necesidades de la sociedad, cuyos propósitos deben contribuir a la solución de las más diversas problemáticas sociales, la toma de decisiones y la formación de opinión, con el objeto de generar conocimiento a través de un proceso de integración con el medio y contribuir al desarrollo social”.

En esa línea, es pertinente mencionar que en 2018 se crea la Prosecretaría de Medios y Publicaciones, dependiente de la Secretaría de Extensión Universitaria, con el fin de poder profundizar el compromiso de nuestra universidad con la construcción de una comunicación plural, participativa y democrática, en pos de hacer efectivo el ejercicio del derecho humano a la comunicación. De esta forma, la Prosecretaría se erige como el espacio encargado de llevar adelante iniciativas referidas a la producción de contenidos críticos y creativos, entendiendo a la información como un bien público y esencial para la ciudadanía en su conjunto.

Los medios de la UNLP tienen el propósito de intervenir en la disputa por el sentido de lo común y su gestión se corresponde con una apuesta estratégica de articulación con la comunidad que se inaugura con la creación de Radio Universidad en 1923 (primera radio universitaria del mundo); a la que le siguieron la Editorial (EDULP) en 1987 y TV Universidad en 2012, tras la reglamentación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522. Los dispositivos mediáticos universitarios son concebidos como políticas de extensión y, como tales, constituyen una plataforma ineludible en la creación de sentidos sociales y una arena de disputa de los destinos políticos y culturales de nuestros pueblos. Desde aquí, la extensión universitaria es concebida como el principal medio para alcanzar la función social de la UNLP, ligada al tratamiento de los problemas que afectan al bienestar de la comunidad, a la reconstrucción del tejido social, al desarrollo económico sustentable y al fortalecimiento de la identidad cultural. Para el cumplimiento de tales objetivos se llevan adelante múltiples políticas, que gestionan y articulan diferentes herramientas y dispositivos territoriales (Palma, 2022).

En este punto, resulta clave repensar el rol de los medios públicos universitarios en el fortalecimiento de nuestras democracias, en particular, en un contexto atravesado por la escalada de hechos violentos y en una América Latina que continúa siendo el continente más desigual del planeta (Cepal, 2016). En este plano, la hiperconcentración mediática y tecnológica atenta contra los derechos y pone en riesgo la ciudadanía. De hecho, es posible advertir que las prácticas de los medios hegemónicos basadas en la gestión del miedo, la estigmatización de las otredades y la circulación de discursos que incitan al odio y a la segregación, contribuye al estado de

situación actual en Argentina y en toda la región.

Entendemos que la comunicación es constitutiva de la ciudadanía en tanto es la interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y proyectos; pero también porque dota de existencia pública y política a los sujetos

> permitiendo verse y representarse ante sí mismos y los demás. Este reconocimiento de la comunicación como condición de posibilidad de la ciudadanía es, a la vez, condición de posibilidad de la política y de nuestras democracias.

La construcción de una soberanía cultural, comunicacional y tecnológica supone la defensa de un Estado de derechos y de la justicia social. Para ello, es imprescindible la democratización de la palabra que, como sostiene Graciana Peñafort (2015), “es uno de los recursos estratégicos que tienen las poblaciones para ser sujeto de su propia historia. Allí donde no hay voz, no hay historia posible. (...) qué son los pueblos sin un relato cultural, un relato de identidad, de vivencia, de sueños y de futuro. (...) relato es lo que dice quiénes somos, cómo llegamos a ser quiénes somos y hacia dónde queremos ir”.

En este camino, las corresponsalías barriales se configuran como una posibilidad para fomentar el diálogo entre diferentes actores teniendo en cuenta la importancia de fortalecer y generar información que visibilice contenido producido desde los diferentes barrios de la ciudad puesto que, en la actualidad, esas voces no encuentran representatividad en los medios de comunicación masivos y hegemónicos de la ciudad de La Plata y la región.

SOBRE LAS CORRESPONSALÍAS BARRIALES

La figura de las/os corresponsales barriales hace referencia, por un lado, al rol periodístico de dar cuenta de las noticias acaecidas en un territorio diferente al que se emplaza el medio de comunicación del que participa. Y, por otra parte, las/os corresponsales barriales también remiten a la noción de correspondencia: tanto en su sentido de conexión/comunicación, como

en su acepción en tanto relación de concordancia, de simetría entre las partes. De esta manera, la acción de concordar, de corresponder, invita a reflexionar sobre la praxis de las corresponsalías barriales en tanto vínculo de reconocimiento y de construcción conjunta de un sentido de pertenencia entre los medios de la UNLP y los diferentes territorios de la comunidad.

En el marco de una sociedad donde los centros y las periferias no solo marcan distancias geográficas, sino también otras que son profundamente sociales y políticas (Segura, 2015). Estas distancias demarcan límites físicos dentro de una misma región, y establecen un adentro y un afuera de la ciudad y de sus barrios, así como formas más o menos posibles de transitar cada espacio, de narrarlo o de silenciarlo.

La ciudad de La Plata es un caso de construcción de urbanidad muy característico, en tanto ésta suele identificarse sólo con su casco urbano, enmarcado en un cuadrado con calles arboladas y diagonales, diseñado por el arquitecto francés Pedro Benoit a fines del siglo XIX, algunos años antes de la nacionalización de la Universidad que lleva el nombre de la ciudad. En los albores del nuevo siglo, identificar a la ciudad con su casco resulta, por lo menos, una mirada sesgada y políticamente excluyente, en la medida en que los barrios que rodean al centro de la ciudad enriquecen y diversifican la vida social, económica y cultural de la misma.

Sin embargo, tales barrios cuentan con distancias e identidades muy heterogéneas, de las que no solo los recorridos de los transportes públicos dan cuenta, sino también el mapa comunicacional de la ciudad y la presencia de los diferentes barrios en los medios de comunicación. Así, por ejemplo, para algunos barrios ubicados al norte del casco urbano (Tolosa, Ringuelet, Gonnet, City Bell, Villa Elisa) existe más de una empresa y variadas frecuencias de colectivos (además del tren); mientras que para los barrios ubicados al sur y al oeste de la ciudad (Altos de San Lorenzo, Villa Elvira, Sicardi, Los Hornos, Olmos, El Retiro) disminuye la conectividad.

Asimismo, en los medios de comunicación locales con mayor audiencia (radios y diarios de gestión privada) las representaciones de los barrios mencionados están subordinadas y son habitualmente ubicadas en las

sección de policiales o en noticias sobre la inseguridad. Eventualmente, es posible ver reclamos de vecinos sobre la deficiencia de los servicios municipales y, muy excepcionalmente, estos medios dan cuenta de las identidades culturales y de las demandas políticas presentes en los barrios de la ciudad.

En este sentido, las corresponsalías barriales se configuran como un espacio de intercambio, de visibilización de las voces subalternizadas por los medios hegemónicos de la ciudad y, especialmente, como un dispositivo territorial que fomenta la producción de contenidos informativos socialmente relevantes para la comunidad. Estos contenidos se producen en y desde los barrios, para luego ser emitidos por TV Universidad en su canal de TDA y en sus redes sociales (Youtube y Twitch).

Muestra 1: Lista de reproducción de Youtube

La presencia de los medios de la UNLP en los diversos territorios que conforman la ciudad de La Plata a través de sus corresponsales barriales implica también un proyecto formativo para la revisión y actualización de criterios periodísticos en el marco de los medios públicos. Es en esta línea que la figura de las corresponsalías barriales atiende al fortalecimiento de perfiles integrales en torno a la extensión, la investigación y la docencia, como tres pilares inseparables de las trayectorias universitarias y de los dispositivos territoriales. A su vez, esta experiencia se configura como una práctica profesional en el marco del desarrollo de sus carreras de grado y/o

primeras experiencias para las/os recién graduadas/os.

LA EXPERIENCIA *DESDE EL BARRIO:* SISTEMATIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA PRIMERA ETAPA (FEBRERO 2022 - AGOSTO 2022)

En la ejecución del proyecto, desde la Prosecretaría de Medios y Publicaciones de la UNLP, nos proponemos alcanzar a los barrios que se encuentran por fuera del casco urbano de la ciudad: localidades que históricamente atraviesan desigualdades tanto materiales como simbólicas. En este sentido, la articulación con dichos territorios se configura como un sustancial aporte para potenciar la producción de contenidos y saberes críticos situados, que se pregunten por las realidades locales y se propongan resolver los problemas de la región.

Esta propuesta busca recuperar historias sobre las localidades platenses y ampliar las voces que las narran, para así garantizar que la comunidad pueda informar y ser informada y, a su vez, que pueda sentirse representada en una agenda constituida con y desde los territorios de la ciudad y la región. A través de los corresponsales barriales, los medios de la Universidad fortalecen el contacto con la ciudadanía y potencian el vínculo recíproco en pos de ampliar el intercambio de información.

Los destinatarios directos de este proyecto son los y las ciudadanas/os habitantes de las localidades de la periferia de la ciudad de La Plata y las organizaciones sociales, políticas, culturales y deportivas que desarrollan sus acciones en dichos barrios. Asimismo, a partir de la difusión de las actividades que los equipos extensionistas de la UNLP ejecutan en estos territorios, el proyecto hace posible la sistematización de las prácticas y la producción en comunicación de la comunidad universitaria. Por otra parte, son también destinatarios las/os estudiantes que integran el equipo extensionista quienes, como corresponsales barriales, llevan a cabo sus prácticas periodísticas en este ámbito. Tales espacios extra-curriculares permiten un acercamiento al contexto profesional y a la cotidianidad de las distintas áreas de trabajo de los medios.

El equipo de trabajo está conformado por siete corresponsales que residen en diferentes barrios de la ciudad, entre los que se encuentran Villa Elvira,

Los Hornos, Altos de San Lorenzo, Tolosa-Ringuelet, Lisandro Olmos, San Carlos-Romero, y Sicardi-Arana. Es preciso destacar que es un grupo heterogéneo, conformado por integrantes de diversas edades, trayectorias y experiencias. El equipo está constituído por tres varones de 27, 30 y 43 años y cuatro mujeres de 33, 43, 56 y 59 años. Consideramos relevante destacar el dato generacional en la medida en que permite ver que estas/os corresponsales llegan a la Universidad de la mano de las políticas extensionistas, como primera generación de estudiantes universitarios/as de sus familias, y desarrollan sus carreras en su etapa adulta, donde estudiar es una de las tantas responsabilidades de sus vidas cotidianas. Dichas/os corresponsales son recientes egresados y estudiantes de diversas carreras de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social y de la Facultad de Artes de la UNLP. Además, tres de ellos han cursado la Tecnicatura en Comunicación Popular en las sedes barriales que la Facultad de Periodismo y Comunicación Social posee en “La Casita de Los Pibes” en Villa Elvira y el “Club Corazones de El Retiro” en Lisandro Olmos.

Foto 1: Registro de coberturas y Acto de entrega de credenciales.

Cabe mencionar que el equipo del proyecto Corresponsales Barriales se completa con dos editores audiovisuales que también son estudiantes de las facultades anteriormente mencionadas; una productora general, egresada de la Licenciatura en Comunicación Social; y las directoras del proyecto de Extensión.

Ante la novedad del proyecto en los medios de la UNLP y la diversidad de trayectorias de las/os corresponsales, las actividades iniciales estuvieron vinculadas al desarrollo de capacitaciones con el equipo de trabajo, donde también se hizo entrega de las credenciales de prensa para inaugurar el segmento. En los primeros encuentros, se debatieron nociones teóricas de la producción audiovisual vinculadas con las realidades actuales de los medios de comunicación. En ellas, se apuntó a reflexionar sobre las dificultades, potencialidades y desafíos propios de cada medio tensionando las realidades globales con las realidades locales.

Foto 2: Taller de formación

También se realizaron talleres donde se presentó el protocolo de preproducción y registro y donde se estableció la metodología de trabajo para la organización de los materiales, con la finalidad de orientar a los/as corresponsales en la producción de sus propias coberturas así como en el modo en que deben enviar los materiales producidos. La carga de los

mismos se realiza a través de la herramienta Google Drive y, luego, se completa una planilla de logueo donde, además de mencionar los datos centrales de las personas entrevistadas, se seleccionan los fragmentos de la entrevistas y se detallan los zócalos que acompañan las imágenes registradas.

BARRIO	#DESDE EL BARRIO			
	NOMBRE Y CARGO (45 CARACTERES)	TRACK	CONTENIDO	ZÓCALO 1 (45 CARACTERES)
ENTREVISTADX 1				ZÓCALO 2 (45 CARACTERES)
	NOMBRE Y CARGO (45 CARACTERES)	TRACK	CONTENIDO	ZÓCALO 3 (45 CARACTERES)
ENTREVISTADX 2				ZÓCALO 4 (45 CARACTERES)
	NOMBRE Y CARGO (45 CARACTERES)	TRACK	CONTENIDO	ZÓCALO (45 CARACTERES)
ENTREVISTADX 3				ZÓCALO 5 (45 CARACTERES)

Muestra 2: Planilla de logueo para coberturas

Luego de las primeras experiencias, se realizaron encuentros con la finalidad de compartir los materiales producidos y exponer sus inquietudes en función del trabajo realizado.

Es preciso mencionar que la primera etapa de este proyecto comprendió el período de febrero a agosto de 2022. Durante los primeros 7 meses de trabajo se produjeron 129 videos desde diferentes puntos de la ciudad de La Plata, donde se trabajaron las siguientes temáticas:

CULTURA: La intención es mostrar la identidad cultural del barrio en la que se incluyen expresiones artísticas, murales, grupos musicales, grupos

de baile, murgas, grupos de rap, arte callejero, centros culturales y actividades que se lleven a cabo (talleres, cursos, festivales, etc.). Nos interesa conocer su historia, a quienes formaron parte de la iniciativa, su trayectoria.

DEPORTE: Coberturas que abordan las realidades de los clubes de barrio, su trayectoria e historia. También, se priorizan las historias de deportistas destacados/as, equipos femeninos e infantiles. Resulta clave el reconocimiento de sus demandas así como también la difusión de eventos, colectas y jornadas con fines sociales.

SALUD: Incluye la difusión de campañas de prevención y promoción de la salud, actividades en los centros comunitarios de salud, información sobre vacunación, donación de sangre, jornadas interministeriales, entre otras.

AMBIENTE: Contempla actividades sobre concientización, cuidado y preservación del ambiente. También, se jerarquiza el tratamiento de acciones de puesta en valor de diferentes espacios públicos o de las problemáticas generadas a raíz de los basurales que existen en la periferia platense.

MUJERES/DIVERSIDADES: Difusión de la lucha y organización llevada a cabo por mujeres y disidencias en todos los territorios de la ciudad.

INSTITUCIONES/ORGANIZACIONES SOCIALES: Se recupera la historia de aquellos lugares que llevan a cabo acciones sociales en los barrios, entre los que se encuentran los Centros Comunitarios de Extensión, centros de día, centros de jubilados/as, comedores populares y merenderos. Se aportará a la difusión de sus actividades, lo que significa para el territorio, sus necesidades/demandas, objetivos y proyectos.

UNIVERSIDAD: Acciones vinculadas a la Universidad Nacional de La Plata entre las que se encuentran los diferentes proyectos de extensión, acciones del voluntariado, actividades en los Centros Comunitarios de Extensión Universitaria (CCEU), jornadas llevadas a cabo por el Sistema Universitario Regional de Salud, entre otros. También se aportará a la difusión de actividades que se realicen en las Sedes Barriales de Extensión, la difusión de eventos, inscripciones al ciclo lectivo, etc.

NOTICIAS: Iniciativas que surjan de demandas de los/as vecinos/as entre las que se incluyen la situación de las calles, acceso a los servicios públicos, la conectividad, el transporte público, etc.

Actualmente, los/as corresponsales realizan una cobertura semanal y, luego de la etapa de edición, el segmento es difundido en el noticiero que se emite de lunes a viernes a las 19 en TV Universidad. Por otro lado, el equipo de producción y edición del proyecto se encarga de la publicación de los materiales completos en el canal de Youtube y de la realización de síntesis y adelantos que son divulgados en las redes sociales tanto de TV Universidad como de la Prosecretaría de Medios y Publicaciones. También se realiza una sistematización de los productos donde se detalla el nombre de el/la corresponsal, barrio en el que se realiza, título de la nota, temática, personas entrevistadas, link de youtube y se selecciona el recorte del video para publicar en redes sociales.

CORRESPONSAL	BARRIO	TÍTULO	TEMÁTICA	ENTREVISTADOS	LINK	RECORTE VIDEO en REDES
Pinky	El retiro	Semana de Promoción de los Cuidados en Salud Mental	Salud	Silvia Guanziarossa - María Laura Ramírez	https://www.youtube.com/watch?v=kcr8xr1k8vH0	00.05 a 00.19
Josefina	Arana	Vecinos quieren ser parte del plan de obras publicas municipal	Reclamo	Diego Salas - Valeria Santi	https://www.youtube.com/watch?v=1oE-d0X1kkQ4	00.14 a 00.30
Shalma	Altos de San Lorenzo	Olla Popular "ÁRBOL DE LA VIDA"	Organización social	Antonela Vitanza - Daniel Arias	https://www.youtube.com/watch?v=uqY-xVemhN5Qg	00:12 a 00:27
Carlos	El Mondongo	Situación de los trabajadores de la cultura	Reclamo	Nicolas Orfano	https://www.youtube.com/watch?v=oemhSUrv3ja	00.15 a 00.19
Coty	Melchor Romero	Jornada de vacunación itinerante	Salud	Carina Vega Paola Ponillaus	https://www.youtube.com/watch?v=fYXUJvyKO6I	00.27 a 00.39
Pinky	El Retiro	Homenaje a Carlos Jáuregui	Organización social	Marta Jáuregui - Negra Ramírez	https://youtu.be/WeLRed5Z7ZM	01.03 a 01.16
Shalma	Varios	Marcha contra el codigo de convivencia de Julio Garro	Reclamo	Valentina Pereyra - Marisa Cantariño	https://www.youtube.com/watch?v=GZkiAYKAA7s0	00.08 a 00.20
Shalma	Arana	Florece identidad	Cultura	Ana Negrete, Laura, Pablo Giudici, Ana Eugenia Punzo.	https://www.youtube.com/watch?v=vBf9HkSRvQ	00.01 a 00.15
Carlos	Los Hornos	Operativo interministerial	Salud	Eva Mercado, Cecilia Arabel	https://www.youtube.com/watch?v=BZdIHcLUpkE	00.59 a 01.05
Josefina	Arana	Reclamo por la situación de la escuela	Reclamo	Andrea Duarte, Iris Barrios	https://www.youtube.com/watch?v=1nDpdJrkbMw	00.59 a 01.05
Migue	Villa Elvira	Homenaje al diego	Cultura	Hugo Figueroa, Sol Marcos, Luis Montiel	https://www.youtube.com/watch?v=FxHTaVvBv68	00.05 a 00.10
Josefina	Arana	Arroyo el Pescado	Ambiente	Elena y Colette	https://youtu.be/KAUEYIuEBN8	01.20 a 01.24
Coty	Don Fabián	Fútbol femenino	Deporte	Integrantes del cuerpo técnico	https://youtu.be/qFpo9q_12ro	00.11 a 00.14

Muestra 3: Matriz para la sistematización de coberturas

Consideramos importante destacar que durante la semana de los/as periodistas que se desarrolló desde el 6 al 10 de junio del corriente año, se llevaron a cabo diferentes actividades en los medios de la UNLP y, en ese marco, el equipo de “Desde el Barrio” realizó un programa especial en el estudio de TV Universidad. La finalidad fue sumar una nueva experiencia en el estudio y que todos/as los/as corresponsales puedan formar parte de la realización del programa ocupando diferentes roles en función de sus áreas de interés. De este modo, participaron de la conducción del programa, como columnistas temáticos y, también, se utilizaron sus registros audiovisuales e informes especiales. Para finalizar, hubo una entrevista a la banda “Tercer Mundo”, quienes luego tocaron un tema en formato acústico.

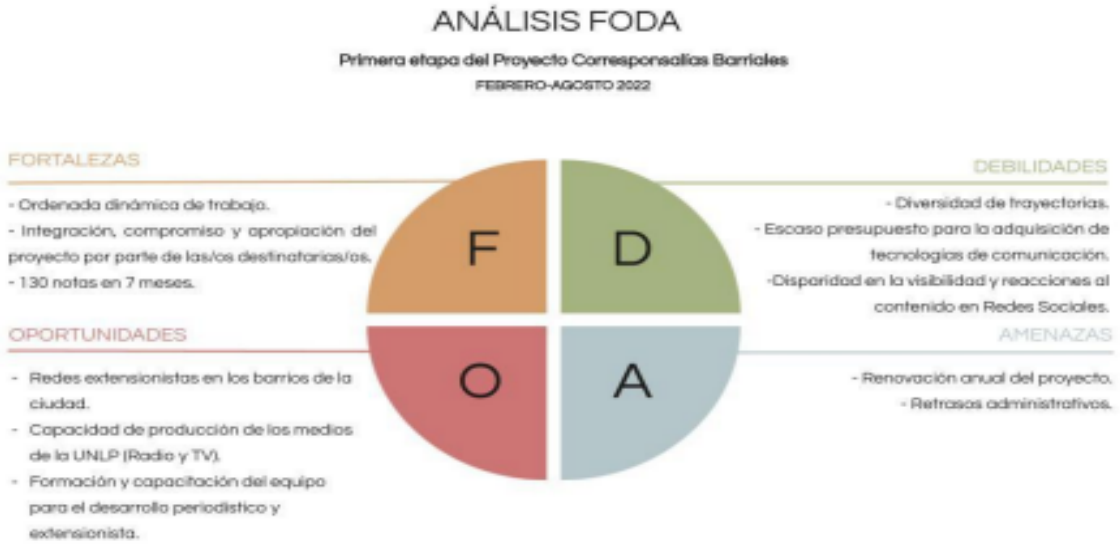
Dicha emisión, que pudo llevarse a cabo gracias a la articulación con el equipo de coordinación de TV Universidad, se configuró como la síntesis de todo el trabajo realizado durante los meses previos. La experiencia en el estudio dio cuenta de la apropiación de las herramientas periodísticas, así como del sentimiento de pertenencia de las/os corresponsales con el proyecto y con los medios de la UNLP. A su vez, para muchos/as fue su primera participación en un programa en vivo, lo que permitió que se genere una instancia muy productiva de aprendizajes y de disfrute para todos/as.

Foto 3: Programa especial por la semana de los/as periodistas

Durante esa misma semana, una de las corresponsales junto con la productora general del proyecto participaron de la columna que realiza la Prosecretaría de Medios y Publicaciones en el programa "Contacto Universitario" de AM Universidad. El objetivo de la entrevista fue contar la experiencia de "Desde El Barrio" desde las voces de quienes a diario trabajan en diferentes roles pero en pos del crecimiento de un espacio de formación que aporte a la comunicación popular. Tanto la participación en radio como el programa especial en TV Universidad no sólo enriquecieron y aportaron al trabajo realizado diariamente, sino que funcionaron como espacio de difusión del proyecto y de los materiales producidos. De esta forma, las corresponsalías barriales potencian habilidades y herramientas para esta etapa de formación, como así también para la continuidad del ejercicio periodístico, estrechando, al mismo tiempo, su vínculo con la comunidad universitaria.

PALABRAS FINALES

Para esta primera etapa del proyecto consideramos de vital importancia realizar un análisis que nos permita evaluar los objetivos cumplidos y, a la vez, trazar nuevas metas para profundizar y continuar el proyecto. Para ello, nos proponemos establecer un diagnóstico a través de la matriz FODA, entendida como "una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de *Fortalezas y oportunidades reconocidas:* el inicio del proyecto de corresponsalías barriales tiene lugar en un escenario de oportunidades brindado por la existencia de amplias redes de extensión universitaria en los barrios platenses, así como también, por la capacidad de producción de los medios de la UNLP (TV y Radio). De esta forma, las corresponsalías barriales emergen como una oportunidad en sí misma en términos de desarrollo periodístico, extensionista y formativo para las/os destinatarias/os directas/os e indirectas/os del mismo.



Entre las fortalezas halladas en la primera etapa del proyecto es preciso mencionar una adecuada organización y seguimiento/coordinación de las tareas de las y los corresponsales, las coberturas, post producciones y emisiones (junto a su correlato en redes sociales). Estas tareas permitieron sistematizar una ordenada dinámica de trabajo. Asimismo, es importante señalar el trabajo atento sobre las heterogeneidades del grupo de corresponsales, así como también el sostenimiento de la participación y la apropiación del proyecto por parte de las y los destinatarias/os, quienes se han constituido como equipo y han logrado identificarse con el rol de corresponsales barriales.

En términos cuantitativos, se realizaron 130 notas en 7 meses. Este dato permite dar cuenta de que la generación de contenido informativo relevante para los barrios es otra de las fortalezas de este proyecto, plasmada tanto en la cantidad de coberturas realizadas como en sus visualizaciones. Junto a ello, es preciso destacar una fuerte contribución a la programación y la agenda informativa de los medios de la UNLP.

Debilidades y amenazas encontradas: una de las debilidades detectadas al inicio del proyecto fue la diversidad de trayectorias y la desigualdad en

acceso a a las tecnologías entre quienes constituyen el grupo de corresponsales; ya que tales diferencias se tradujeron en la disparidad de la frecuencia en coberturas y emisiones. Sin embargo el trabajo de contención, formación y seguimiento revertir y equilibrar las diferentes condiciones de las/os integrantes del equipo.

Por otra parte, este proyecto se sustenta económicamente en el financiamiento otorgado por la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación. Dejar de contar con dichos fondos, se configura como una amenaza para la continuidad de los objetivos preestablecidos.

De allí que el aspecto financiero sea el foco de las principales debilidades con las que cuenta el proyecto: los retrasos administrativos para la compra de materiales y las limitaciones presupuestarias suponen una dificultad en el acceso a la tecnología de coberturas o móviles. De hecho, el formato utilizado exige el uso de celulares y en este caso cada corresponsal utiliza su teléfono personal, lo que en varias oportunidades obstaculiza la producción de contenido debido al surgimiento de eventualidades de distinto tipo.

Por otra parte, es importante mencionar que durante esta primera etapa la visibilización del contenido fue dispar, la instalación en la agenda mediática y en las redes sociales resulta todavía incipiente, aspectos ambos que por ahora puede traducirse, también, en una debilidad.

El aspecto mencionado anteriormente, se configura en un desafío para la segunda etapa que comenzó en agosto con el relanzamiento estético del formato que, acompañado de una instalación de afiches en diferentes puntos de la ciudad, esperemos que sean de aporte para generar mayor alcance y visibilización del material.

Proyecciones y desafíos: de acuerdo a la ejecución de la primera etapa del proyecto y a este primer ejercicio de evaluación de la misma, nos proponemos ampliar el equipo de trabajo para generar coberturas que abonen a la amplitud y pluralidad de voces. Para continuar esta línea de trabajo, durante el mes de agosto comenzó a conformarse otro equipo de corresponsales barriales para realizar coberturas radiales en AM y FM

Universidad.

Asimismo, la segunda etapa del proyecto está caracterizada por la búsqueda en la variedad de temas, puesto que durante la primera etapa (y por un contexto de emergencia sanitaria) gran parte de la mismas estuvo abocada a temáticas que se vinculan a la salud. Además, este segundo momento contempla una planificación de las visualizaciones y reacciones en redes de las coberturas, así como la medición de la incidencia de las corresponsalías en los barrios. En ese sentido, se buscará diversidad y amplitud temática para realizar un abordaje equitativo de las áreas de interés.

Todo lo expresado a partir de la experiencia de las corresponsalías barriales permite comprender a este proyecto como un aporte sustancial a la formación en comunicación popular digital y transmedia de los y las estudiantes que participan de él. A la misma vez, la integración de las producciones de nuestras/os corresponsales a la programación general de los medios de la UNLP implica la promoción de la pluralidad de voces y la efectivización del derecho a la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA:

- SEGURA, R. (2015). Vivir afuera. Antropología de la experiencia urbana. San Martín: Universidad Nacional de General San Martín.
- SORIA, R. (2019) Diagnóstico situacional y planificación de una red interna para la implementación del Programa de TeleSalud en el Hospital Nacional Dr. Baldomero Sommer. Posgrado Especialización en Comunicación en Salud. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- PALMA, S (2022) Secretaría de Extensión Universitaria. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Recuperado de: https://unlp.edu.ar/extension/organigrama_de_la_secretaria_de_extension_universita ria-2046-7046/
- Estatuto de la Universidad Nacional de La Plata (2008). La Plata: Universidad Nacional de La Plata.

- PEÑAFORT, G (2015) Soberanía y medios de comunicación. Recuperado de: http://www.agustinrossi.com.ar/wp-content/uploads/2015/01/Graciana-Penafort.pdf

LA RADIO UNIVERSITARIA POST PANDEMIA

Angela Carolina Torres | Universidad Nacional Arturo Jauretche
acarolinatorres2903@gmail.com

Cintia Vidal | Universidad Nacional Arturo Jauretche
cintiaradiounaj@gmail.com

Palabras Clave: Virtualidad, producción, audiencia

Preguntas clave:

¿Cómo continuar aplicando la virtualidad en los espacios de producción radiofónica? ¿Cómo se configuran las nuevas audiencias radiales? ¿Impulso para el podcast y la radio on demand?

El objetivo de este trabajo radica en adoptar nuevas formas de trabajar, simplificarlas y sumarlas a una producción más ágil y específica en clave de nuevos públicos y productos.

La radio como medio va adaptándose a los cambios que la sociedad impulsa y a veces, acelera. A nuevas audiencias, demandas, consumos culturales y en definitiva, formas de vida. Sin perder su esencia, su estructura, su magia, se transforma y reconvierte.

Quienes forman parte de la producción, creación y puesta en marcha enfrentan

múltiples desafíos para seguir adelante sin franquear los bordes que definen un modo de comunicación con historia, formas y características particulares.

Como para todos los ámbitos laborales y creativos, la pandemia interpela y pone en juego nuevas formas de organización y vinculación fuera y dentro del aire. La pandemia no terminó pero las nuevas costumbres continúan y mantienen una transición con antiguas tradiciones.

Los interrogantes que aparecen giran en torno a ordenar estas nuevas dinámicas, pensando en diversas formas de producción, nuevas audiencias y formas de consumo cultural.

Los límites del estudio se expanden, sumando nuevos espacios y voces. La producción contempla nuevas plataformas y acorta distancias. La inmediatez cede ante productos de libre demanda elaborados y pensados para nichos específicos, el podcast adquiere una nueva supremacía y se readapta. Asistimos a una categorización en clave de tiempos y públicos más delimitada: inmediatez, vivo, coyuntura, atemporalidad, on demand, temáticas de nicho.

El impacto en los equipos enfrenta nuevos desafíos, producción y generación de contenidos en distintos espacios físicos que ponen a prueba la calidad de sonido y el desafío de un trabajo en particular sobre la producción sonora.

Este trabajo indaga estos ejes en clave de la propia experiencia en Mestiza Radio, la emisora universitaria que nunca dejó de emitir en época de pandemia e incertidumbre, *pero con la particularidad de hacerlo montando ese gran estudio virtual*. El contenido se genera a partir de un marco teórico específico y un trabajo testimonial de trabajadores/as quienes plantean resoluciones concretas a partir de la experiencia transitada y los futuros desafíos.

COMIENZA EL AISLAMIENTO Y CRECE LA NECESIDAD DE COMUNICAR

La radio se ha convertido, en esta crisis sanitaria, en el medio de comunicación más representativo de los pueblos, ya que ha servido de canal para llegar a más

público en cualquier rincón del planeta (ONU, 2020). Igualmente, ha sido la herramienta más versátil para que todas las personas puedan expresar sus opiniones e ideas, tomando en cuenta el pluralismo, la representación y la diversidad[34].

Cuando se decretó la cuarentena nacional, las emisoras comprendieron que esta crisis realmente sería una oportunidad para recuperar terreno y reformular la receta tradicional de la radio. Era un llamado a la adaptación. Pero el camino a esta adaptación, primero requería resolver nuevos inconvenientes e interrogantes: ¿cómo virtualizar la operación de la emisora?; en vista de la situación, ¿cómo mantener los espacios de la parrilla de programación?, ¿qué campañas de prevención emitir para evitar la propagación del virus?

Algunas emisoras continuaron emitiendo desde los estudios, adoptando las medidas de prevención dispuestas por el gobierno nacional. Otras, "desarmaron" los estudios, dispersaron las áreas y montaron un nuevo estudio virtual.

En el caso de las radios universitarias en general, y de la nuestra en particular, la radio cobró un lugar de importancia al convertirse en un medio elemental por el cual emitir todo tipo de mensajes internos y externos. En un primer momento, todos los agentes universitarios tenían mensajes que transmitir y encontraban en la radio un canal natural para hacer llegar a sus destinatarios la información pertinente. Autoridades, docentes, no docentes necesitaban acercar sus comunicados a miles de estudiantes, trabajadores y miembros de la comunidad universitaria que parecían "aislados", pero que sin embargo, más tarde descubriremos que estaban "pendientes". La radio profundiza es un aspecto que siempre la ha caracterizado y sin embargo muchas veces queda desdibujado, el servicio. La radio es servicio.

Según Martin Pena y Giorgi (2019), la transferencia social que llevan a cabo las radios universitarias está relacionado con la función que desempeñan como servicio público. Todo esto, mediante la formación, la información y consiguiendo que el oyente se considere una pieza clave. Es fundamental hacer una reflexión, preocuparse y dar valor para que este modelo radiofónico social exista. Sin duda,

[34] Gutiérrez et al., 2008

es necesario en un mundo en el que domina el consumo de medios audiovisuales de carácter comercial. La radio universitaria cumple con el papel de servicio público, dando voz a personas y temas que para otros tipos de emisoras no son relevantes[35].

Retomando la experiencia de Mestiza Radio, lo más urgente era avisar qué nuevos modos iban a tomar las cursadas, pero también hacer llegar los comunicados de cada área de la universidad, como sus horarios de atención y sus vías de comunicación.

Al mismo tiempo que se preparaba el campus virtual para facilitar al estudiantado un método de continuar su carrera, se enarbolaba la función educativa de la radio, así surgieron clases por radio y programas educativos que apuntaban a aprovechar cada espacio para mantener a los estudiantes informados e interesados. Mientras tanto se forjaba un vínculo estrecho entre docentes y estudiantes que utilizaban a la radio de la universidad como lo que es, un medio.

Mestiza transmitió el programa “Seguimos Educando”, una propuesta elaborada por el Ministerios de Educación de la Nación, para que los estudiantes de todos los niveles pudieran seguir, en diversos formatos: TV, radio, cuadernillos, el recorrido educativo.

“Desde el portal educ.ar ponemos a disposición esta colección de materiales y recursos educativos digitales organizados por nivel educativo y área temática, para acompañarlos en a las medidas preventivas anunciadas por el Ministerio de Educación de la Nación respecto de la situación epidemiológica del coronavirus (COVID-19)”[36]. A la vez, como productores de sentido enclavados en la universidad pública no queríamos que se nos escapara nada de las acciones que se llevaban a cabo como parte de la vida universitaria, conferencias, charlas, eventos virtuales; y sobre todo el despliegue de tareas concretas, como los programas de voluntariado de salud, la asistencia en los barrios, e infinidad de tareas que

[35] Navarro Horta, José Antonio “LA RADIO UNIVERSITARIA SERVICIO PÚBLICO E INCLUSIÓN SOCIAL” 2021
[36] Seguimos Educando 2022, https://www.educ.ar/recursos/150936/seguimos-educando

surgían a partir de los desafìos que nos propone este nuevo tiempo atravesado por la incertidumbre pero tambièn por la necesidad de seguir concretando acciones; y todo lo que tenía un valor noticiable. Fue mucho, y constante, la universidad parecía que crecía cada día, que siempre se hacían más cosas, que estaba más involucrada que nunca (y seguramente lo estaba).

Pero además, la radio seguía con su función social de circular la información proveniente de las fuentes oficiales de salud y los principales datos científicos del estado del virus y la pandemia. Luego llegaría la oportunidad de generar contenidos específicos que se salían del trabajo diario y que apuntaban a otro tipo de consumo como son los podcasts.

En esos momentos surgió la necesidad de generar spots de salud que alentaran a la población a mantener las normas de cuidado de la salud. Se produjeron muchísimas piezas cortas, claras y contundentes con el objetivo de concientizar. Primero por pedidos explícitos, luego por haber adoptado el ritmo de producción e identificar la necesidad de elaborar un mensaje útil.
Fueron momentos de celeridad y de incertidumbre, pero también de mucho protagonismo y una gran responsabilidad. Todas las producciones estaban hechas a conciencia, con sensibilidad y manteniendo la ética propia de circular información importante para la comunidad.

La organización del equipo fue clave. La adaptación de los roles de trabajo también. Hubo que canalizar las demandas, ordenarlas y darle curso, siendo los integrantes de la radio nuevos en este tipo de metodología. Necesitábamos muchas reuniones diarias, entre todos, y por sectores, para estar al tanto, para ponernos de acuerdo y para realizar las tareas en tiempo y forma sin caer en los tiempos dudosos de las jornadas laborales que se mezclaban con las vidas familiares y privadas de cada
uno. Sin darnos cuenta, estábamos entrando a esa “nueva normalidad” que entre otras cosas suponía el teletrabajo.

TELETRABAJO: NUEVO PARADIGMA PRODUCTO DE LA PANDEMIA

El teletrabajo surge a mediados de los años 70 cuando los países de la OPEP duplicaron el precio del petróleo y eso acentuó la crisis que ya se estaba produciendo y generó cambios realmente importantes. Permite reducir los costos fijos, efectuar tareas sin necesidad de desplazarse del domicilio, al mismo tiempo que evitar las aglomeraciones de vehículos a motor para reducir el consumo de combustibles y las emanaciones de CO2. Es un cambio impresionante después de cinco siglos de relación salarial [37].

La introducción de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) contribuyó a migrar los trabajadores y las trabajadoras a sus domicilios para hacer un trabajo remoto a distancia y conectado (TRADC), con o sin relación de dependencia. El teletrabajo puede adoptar diversas modalidades: un modo de relación salarial –regido por la Ley de Contrato de Trabajo–, un trabajo precario como monotributista o autónomo, o un trabajo no registrado –y no solo el informal– que se expande progresivamente. El porcentaje de teletrabajadores se encontraba en proceso de crecimiento, pero la crisis económica actual y la pandemia aceleraron vertiginosamente su porcentaje en muchas ramas de actividad. Todo hace prever que, cuando se logre controlar la pandemia, no será posible volver completamente al estado de "normalidad" anterior.[38]

¿Conviven hoy en las radios ambas modalidades? ¿Cuál es la situación, en términos de contratación, de los trabajadores y trabajadoras de las radios universitarias?

Según el informe *Las Radios Universitarias Argentinas, Múltiples voces* llevada adelante por representantes de radios universitarias nucleadas en ARUNA:
"En el sistema de radios universitarias coexisten diferentes tipos de vínculos laborales. En casi la totalidad de los casos relevados se cuenta con personal de planta, mientras que las figuras de becarios y voluntarios alcanzan a más de la mitad de las radios. En general, la referencia a otras formas de vínculo laboral con

[37] NEFFA, JULIO CÉSAR, en NATURALEZA, SIGNIFICACIÓN E IMPLICANCIAS DEL TELETRABAJO, 2021
[38] Neffa, JULIO CÉSAR, idem.

las radios alude a distintos modos de presencia estudiantil en el desarrollo cotidiano de tareas. Sin embargo, cuando preguntamos cuál es la forma de vínculo laboral más importante en las radios, el 64,3% corresponde a personal de planta, el 14,3% a voluntarios, y el mismo porcentaje a contrataciones, mientras que el 3,6% corresponde a becarios o pasantes. Finalmente, el 3,6% señaló otros tipos de vínculos laborales que son llevados a cabo para el sostenimiento general por parte de estudiantes. Por otro lado, indagamos sobre las modalidades de ingreso a las emisoras universitarias de las personas que tienen algún tipo de remuneración. Del mismo modo que en la pregunta anterior, en las radios coexisten diferentes tipos de ingreso a las actividades remuneradas, entre las que destacan la selección interna a la institución universitaria y el concurso. Ahora, si consideramos cuál es el principal modo de ingreso a las actividades remuneradas de las radios universitarias, predomina el concurso (37,5%), la selección interna (26,8%) y la designación directa (21,4%). El porcentaje restante corresponde a otras modalidades de ingreso a actividades remuneradas[39].

Lo cierto es que nos dejó varios ítems pendientes a negociar en cuanto a lo estrictamente laboral: la seguridad, los gastos, el control horario, el derecho a la desconexión o las herramientas necesarias para llevarlo a cabo. Esos debates están vigentes hoy.

PRODUCCIÓN DE CONTENIDO: NUEVOS ESPACIOS Y DESAFÍOS

Producir contenidos radiofónicos desde la virtualidad fue una experiencia novedosa, más allá de algún antecedente puntual. Y la novedad se presentó como un desafío, que parecía cómoda y también desconcertante. Durante el proceso de aislamiento, comunicar desde la radio universitaria era una obligatoriedad necesaria, había que seguir contando, había que contar más cosas.

[39] Informe sobre el relevamiento de radios universitarias pertenecientes a la asociación de radiodifusoras universitarias nacionales argentinas (ARUNA)

Los principales obstáculos venían por el equipamiento técnico. Nadie estaba preparado para montar un estudio de radio o una oficina de producción en su propia casa, y sin embargo, casi sin darnos cuenta lo hicimos.

Claro que tuvimos que lidiar con todo lo que ello implica, no contar con equipamiento necesario, utilizar las herramientas personales, adaptar los espacios físicos de los hogares, y asumir lo imponderable: cortes en los suministros eléctricos y los servicios de internet.

Sin embargo, el equipo se las ingenió para responder a la demanda, y transmitir de continuo todos los días, adaptando la programación de ese momento e incluso sumando nuevos programas y contenidos especiales.

Sin dudas el hecho de mantener el aire en un contexto virtual fue un reto que tuvo sus vaivenes. Más allá de las falencias técnicas, y según la experiencia de productores, conductores y operadores, las dificultades sobrevienen al momento de coordinar un programa en vivo con varios participantes, como fue el caso del programa ómnibus de la mañana.

Los principales inconvenientes fueron el manejo de los tiempos, a pesar de utilizar herramientas de mensajería instantánea; la comunicación inmediata que se mantiene cuando todos los integrantes conviven en un mismo lugar, la imposibilidad de hacerse señas, gestos. Tuvimos que realizar varias modificaciones, se redujo la posibilidad de la espontaneidad o la capacidad de interactuar de forma fluida al aire; así como los contenidos del programa debieron ser planificados con mayor antelación y se redujo la agenda cotidiana.

Así y todo, se impusieron por necesidad reuniones de producción diarias, generales y específicas como un modo de suplir ese espacio contenedor que supone el estudio y la redacción en donde es más sencillo estar informados de lo que ocurre o está por ocurrir, y nos permite el contacto humano entre compañeros y colegas. Una dinámica que se impuso en tiempos de pandemia y que resultó útil, en tanto que hacían que el contenido fuera más planificado, más pensado, decidido y con objetivos específicos.

En cuanto a lo laboral, la producción de contenido durante el aislamiento, y más allá de lo expuesto, los horarios de trabajo, las jornadas especiales y las tareas que surgieron fue lo que provocó un terreno pantanoso que hubo que sortear. Muchos tuvimos que adaptar los itinerarios para cubrir las responsabilidades laborales, sin descuidar la producción y sin sacrificar la salud mental que ya estaba afectada de por sí por el contexto sanitario.

CAMBIAN LOS CONSUMOS, CAMBIAN LAS AUDIENCIAS

Como parte de todos los cambios, acelerados, improvisados y demandantes, el mundo de internet, la posibilidad de acceso a la información, la comunicación rápida, y la necesidad de sentirnos conectados acrecentaron el impacto de los consumos virtuales en el mundo.

Las redes sociales que ya estaban encaminadas a arrollar con la producción de nuevos contenidos y nuevos lenguajes, no tuvo opción más que aumentar. Parecido sucedió con el consumo de productos culturales virtuales y a demanda, como por ejemplo los podcast (tan relacionados a la radiofonía).

Por supuesto que en medio de la crisis también estalló la posibilidad. Se generaron contenidos para ser reproducidos en cualquier parte, en cualquier momento, y a un clic de esfuerzo. La oferta y la demanda de productos online se disparó.

El informe elaborado por la Cámara Argentina de Radios Online (CADERO) y fuentes secundarias revela el incremento en el consumo de contenidos a través de las mencionadas plataformas. Hubo incrementos en estas plataformas entre el 30% y 65%. (ENACOM)

Es posible que algunos medios estuvieran mejor preparados que otros cuando se decretó el estado de alarma, pero la realidad es que la pandemia fue igual para

todos, obligando de manera general a medios de comunicación y profesionales a cambiar por completo los modelos de trabajo, las rutinas establecidas, y la oferta de productos.

En el caso de Mestiza Radio, tuvimos la oportunidad de potenciar el trabajo que veníamos realizando previo a la pandemia. Fue un momento clave para producir contenidos alternativos, que se iban fusionando con las distintas propuestas que nos llegaban. Y dadas las circunstancias, producirlos de manera virtual se volvió un escenario natural. Es decir, productores y conductores trabajan juntos y online la propuesta estética y el guión, los editores recibían el material, lo editaban y realizaban, y en última instancia se difundió a las audiencias.

Así se nutrió lo que llamamos “Mestiza Podcast”, un espacio en línea que nos permite explorar nuevos formatos, y repreguntarnos acerca de nuestros oyentes, incluso por fuera del ámbito académico universitario.

LO QUE LA EXPERIENCIA NOS DEJÓ

Sin dudas, que la radio de nuestra universidad acompañará la emergencia sanitaria, se adaptara y no dejará de transmitir, aunque sea con la modalidad virtual, nos ha servido en varios sentidos. No solo a nivel experiencia laboral de nuestros trabajadores, sino también nos ha afianzado en un lugar preponderante como medio de comunicación, y ha revitalizado la función social y de servicio que cumple nuestro medio.

El desempeño de Mestiza Radio durante la pandemia se trató de una experiencia adquirida que marcó un rumbo y fundó las bases para el trabajo actual, que aborda la metodología mixta, virtual y presencial, a la hora de pensar, crear y gestionar nuevos contenidos.

Sabemos que nos queda mucho por adquirir y aprender, pero también sabemos

que en un contexto de emergencia, con la urgencia de comunicar, la radio universitaria, la radio pública, sigue siendo capaz de informar, servir, acompañar, y en definitiva de establecer lazos sociales.

Anexo

Entrevistas a trabajadores de la radio

1. ¿Qué ventajas y desventajas trajo la virtualidad?
2. ¿Cómo afectó a la producción/ conducción / producción específicamente? 3. ¿Dónde se logró mayor adaptación?
4. ¿Qué plataformas se incorporaron?
5. ¿Cómo afecta al aire la expansión del estudio o armado de estudio virtual?

Daniel Symcha - periodista

1.- La virtualidad en mi caso permitió una optimización en el uso del recurso digital y la posibilidad de combinar herramientas de ese tipo para alcanzar el objetivo que eran los diferentes trabajos a cubrir cotidianamente. Como desventajas yo anotaría la imposibilidad de poner un punto final a una jornada laboral determinada ya que uno se acordaba de algo, se sentaba y lo hacía inmediatamente más allá del horario. También que toda la actividad (Laboral, académica y social) transcurría en el mismo espacio físico, no había posibilidad de cambiar de lugar, todo era en casa, en la misma computadora y en la biblioteca. Ahora en la presencialidad la combinación de las herramientas se mantiene ya que es muy práctico.

2.- No creo que haya afectado la producción ya que la distribución de tareas que tuvimos en el grupo de trabajo dió buen resultado y pudimos mantener la transmisión en más del 90% del tiempo total de pandemia teniendo en cuenta que todos los integrantes aportamos equipamiento tecnológico ya que no teníamos previsto un protocolo ante una situación de riesgo biológico

3.- En la combinación de las herramientas (PC+Internet+Celular+WSP+TV)

4.-Frente a la concentración temática del momento y ante la cantidad de noticias falsas y campañas contrarias al control y prevención de la pandemia hubo que ampliar muchísimo las agencias de noticias con las que trabajamos para tratar de alcanzar una buena calidad en la información que suministramos. En lo referido a programas para trabajar sonidos experimenté con el Audacity, Adobe audition, WavePad y algunos

otros que no recuerdo ahora.

5.- Si nos referimos a la expansión del estudio en lo físico, creo que el mismo en sí es un poco más grande que el anterior pero restamos demasiado en lo referido a operadores y producción, aunque ganamos en luminosidad dentro del estudio propiamente dicho. La propuesta de una armado de estudio virtual si lo entendemos como que cada uno produzca materiales sonoros en crudo y se envíe el material a un espacio concentrador para su armado y posterior emisión, creo que puede ser una buena idea para los materiales grabados no así para los programas en vivo.

Gabriel Wainstein - conductor

1) La virtualidad vino acompañada por una notable ventaja: con el trabajo domiciliario se logró un notorio aumento de la productividad cuantitativa y cualitativa de algunos programas, no sólo por el tiempo de viaje sino por la disminución del consecuente desgaste físico.

2) Una vez adecuadas las condiciones acústicas del domicilio y adquirido un micrófono se recuperó la capacidad de producir en buenas condiciones sonoras. 3) El trabajo de preproducción y el de guión se optimizaron.

3) Ocasionalmente Zoom, Jitsi y Google Meet, pero no como herramientas permanentes.

4) En el caso de los programas que realizo, no hay diferencias sustanciales.

Laureano Ciappa - productor periodístico

1) Las ventajas que trajo la virtualidad creo que fue lograr hacer radio de manera remota y que sucediera de manera exitosa, siendo algo que ningún integrante de la radio había hecho hasta ese momento. Tuvimos que afinar la coordinación entre el equipo y utilizar nuevas herramientas de comunicación. Las desventajas fueron que creo nunca las herramientas que ofrece la virtualidad logra reemplazar la presencialidad a la hora de coordinar un programa en vivo por ejemplo. Además, tuvimos varias limitaciones técnicas como los equipos propios, la rotura de los mismos o la dificultad para lograr una conectividad óptima. Creo que lo que se mantiene después de la etapa de pandemia es:

una comunicación fluida, el uso de herramientas y plataformas virtuales; y coordinación del aire más dinámica.

2) Hubo muchas modificaciones, porque redujo la posibilidad de la espontaneidad o la capacidad de interactuar de forma fluida al aire. Los contenidos del programa debieron ser planificados con mayor antelación y se redujo un poco la cuestión de la agenda cotidiana.

3) La mayor adaptación creo que se logró en realizar reuniones cotidianas de producción que hacían que el contenido del programa fuera más planificado, más pensado y con objetivos más específicos.

4) Incorporamos las plataformas de video llamadas, como Zoom, Google Meets e incluso la herramienta de video llamada de Whatsapp.

5) Para el aire la principal modificación fue que había ciertas dificultades de comunicación en el momento mismo del aire a diferencia de la presencialidad. Además, había una limitante técnica que reducía los tiempos del aire también.

Cristian Zarate - Operador Técnico

1. Las ventajas del trabajo virtual es la posibilidad de generar nuestro propio lugar físico para realizar nuestras actividades y la posibilidad de enfocarnos en tareas específicas, sin interrumpir las funciones de nuestros compañeros. Y por el lado de las desventajas es la complejidad de establecer franjas horarias.El uso de audios, llamadas o videollamadas, el uso de redes sociales.

2. En mi parecer hasta hoy cuesta conseguir que los invitados vengan al estudio, de igual manera por una cuestión de salud no es recomendable la aglomeración de personas ya que no tenemos condiciones seguras para esto.En cuanto al contenido, creo que se obtienen mejores resultados trabajando en el lugar de uno, aunque uno no reciba una compensación por usar herramientas propias.

3. En mi caso, con el tema de la edición. Y de la capacitación, tanto en edición como en uso de herramientas, recursos y plataformas.

4. Algunas que para muchos eran de normal uso y para mi, no lo eran.

5. Creo que en éste sentido la mayor dificultad fue la conectividad, el equipamiento, por la distancia; distintas realidades, por ejemplo en distintas ciudades o barrios podía o no haber luz, o conectividad. En mi caso no conseguía prestadores del servicio de internet en mi barrio (estando en el 2020 a 45 mts de Ruta 2, aguante Varela) y tampoco era algo que me quitara el sueño y me ví obligado a resolverlo. Específicamente al programa en vivo, bajó mucho la calidad del audio de las llamadas telefónicas a lo que es el micrófono en el estudio.

Reynoso Sergio - Operador técnico

1 - La virtualidad vino acompañada por una notable ventaja: con el trabajo domiciliario se logró un notorio aumento y también fue adaptarse a los tiempos de grabación que rotaban permanentemente. Las desventaja fue no poder tener una estabilidad de la virtual de todo tipo.exponer equipamiento propio y arriesgar a que dejen de funcionar de un momento para otro.

2 - el efecto que se notó fue en la baja de programas ya que muchos no se adaptaron a la virtualidad y al no entender decidieron parar temporalmente

3 - la mayor adaptación la hicieron los programas que decidieron seguir y adaptarse a las plataformas de trabajo.

4 - Incorporamos las plataformas de video llamadas, como Zoom, Google Meets e incluso la herramienta de video llamada de Whatsapp.

5 - El único defecto que podías tener era los cortes de internet , y hacer cambios rápidos y adaptar otros estudios propios y tratar de salir al aire de la mejor manera.

Gabriel Barrios - Operador Técnico

1) Ventajas: La pandemia y el trabajo a distancia permitió poner en práctica capacidades y formas de trabajo que la presencialidad en la Radio Mestiza no contemplaba, ni contempla en la actualidad. Para los compañeros que nunca había trabajado de formas similares también jugó como una capacitación laboral. Desventajas: En mi caso, durante la pandemia se me quemaron equipamientos propios que había puesto a disposición del trabajo diario en la radio de la Universidad Nacional Arturo Jauretche. Una computadora y una consola que estaban destinadas a otro proyecto personal (y que por la pandemia no pudo continuar), y un celular. Otra desventaja fue el incremento de gastos en energía, y comunicación. También, el trabajo 24 x 7 ; el estar en emergencia fue una excusa para la

distorsión horaria en cuanto al trabajo de algunos.

2) En algunos casos fue positiva la modificación de modalidades de trabajo; en otros costo por las cuestiones técnicas y de conectividad. Y en otros no llegaron a adaptarse a esas formas de trabajo.

3) En mi caso personal, fue adaptarme a los tiempos de otros compañeros que nunca habían hecho o trabajado con modalidad a distancia, ya que por trabajos anteriores o servicios prestados para otros medios o producciones propias ya venía trabajando con estos mecanismos y estaba acostumbrado al trabajo remoto o con plataformas como Skype y Dúo (google meet) o “transmisiones a ciegas” (Por ejemplo Transmisiones de fútbol) en mi estudio u otra radio dónde nunca le vi la cara al conductor y nos guiamos por los pies dados.

4) Al trabajo diario se incorporaron algunas de las nuevas plataformas de video llamada o multiconferencia como Zoom o google meet.

5) En el momento que nos agarró la pandemia ya veníamos de dos años de no tener aire y solo transmitimos por internet, por lo que el cambio físico de transmisión no afectó de forma importante las transmisiones (durante la pandemia los problemas mayores eran los cortes de electricidad, o internet). Hoy en día, ya con aire, este se vería considerablemente afectado, ya que la radio no cuenta con la estructura y cuestiones técnicas necesarias para realizar el mismo trabajo que se realizó en pandemia o montar un estudio en exteriores o móvil; de hecho la mayor parte del tiempo que se transmitió virtual, los equipamientos eran propios.

MESA 3:

COMUNICACIÓN POPULAR

Coordinadores/as de mesa:
Altieri, Leonardo; García, Laura; Icardi, Marcos; Maffullo, Eliana

EL SENTIDO DE LA COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN LIBERADORA: LA HERENCIA DE PAULO FREIRE.

Andrea Viviana Alvarado | Universidad Nacional de la Patagonia Austral
aalvarado@uarg.unpa.edu.ar

Esteban Andres Lehue | Universidad Nacional de La Patagonia Austral
estebanlehue@gmail.com

RESUMEN

Desde la aparición del concepto de extensión universitaria hasta la actualidad, han variado sus formas de implementación y los modelos para definirla. Dentro de la tradición crítica, un referente de influencia ineludible ha sido Paulo Freire, quien a través de su publicación *Pedagogía del oprimido* comenzó a cambiar el paradigma de la educación y el conocimiento.

El presente trabajo indaga sobre la importancia de la *comunicación* en el desarrollo de la extensión desde la perspectiva crítica. Para ello nos basaremos en algunos lineamientos de Paulo Freire, como precursor del modelo de educación liberadora en América Latina en los años 60.

Si bien los aportes del autor se pueden abordar desde múltiples aspectos, en esta ocasión nos ocuparemos de analizarlos desde un *enfoque comunicacional,* con el objetivo de exhibir aquellos matices que potencian el sentido de la comunicación en las prácticas extensionistas. Por ende, haremos hincapié en una

serie de cuestionamientos que Freire propone, como la domesticación, la opresión y la invasión cultural, y también revisaremos los aspectos más importantes del proceso dialógico, teniendo en cuenta la importancia de la *palabra crítica* como herramienta para transformar la realidad.

Se trata entonces de explicar la dialogicidad en el proceso de la educación liberadora que nos permita abrir la puerta hacia el conocimiento compartido en pos de criticar nuestra realidad para intervenir sobre ella.

En este sentido, entenderemos a esa *dialogicidad* como el motor que conlleva a la transformación del mundo a través del conocimiento, de la educación como práctica de la libertad, en la que el sujeto se reconoce conociendo. Esta forma de entender la comunicación de Freire se aleja de los modelos teóricos más clásicos y conservadores, y se centra en la circulación de la palabra a través del diálogo. Son varios los autores que han rescatado su herencia en la comunicación. Un ejemplo práctico en la historia del siglo XX muestra cómo han surgido los cambios en el campo de la comunicación alternativa, como fue el caso de la radiofonía comunitaria.

Palabras clave: Extensión crítica - Comunicación – Educación Popular -

El que enseña sin emanciparse, embrutece.
JOSEPH JACOTOT[40]

INTRODUCCIÓN: UNA APROXIMACIÓN HISTÓRICA A LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

El análisis sobre el surgimiento de la extensión universitaria trajo consigo una serie de discrepancias respecto de sus orígenes. Carlos Tünnermann Bernheim, escritor y abogado nicaragüense, sostenía que la preocupación de las universidades por extender su acción más allá de los linderos académicos había

[40] *El maestro ignorante*, de Jacques Rancière (Libros del Zorzal, 2018).

comenzado con la Reforma Universitaria de 1918. Sin embargo, otros datos históricos demostraron que dicha génesis había comenzado a escribirse décadas anteriores, lo que da origen a la tesis de que la extensión universitaria no fue un producto propio de la Reforma.

En otras palabras, podemos decir que: La extensión universitaria no nació con la universidad. Fue concebida cuando su madre ya era bien mayor. El largo embarazo atravesó el medioevo, el renacimiento y la ilustración. A poco del parto (Siglo XIX) se empieza a oír desde el mismo seno de aquellos claustros, al último hijo recién nacido, cuestionando a su madre desde la cuna. (De Michele y Giacomino, 2015, p. 99). Por otra parte, ya en 1907 Joaquín V. González, quien fue abogado y rector por cuatro períodos en la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), en uno de sus escritos se refería a los reformadores de Inglaterra, EE.UU. y Francia que lucharon contra la idiosincrasia del perfil monasterial que la Universidad tenía a mediados del siglo XIX, concebida como el templo del saber casi inmaculado. Ya en 1867 este paradigma fue cuestionado por James Stuart, quien fue un gran reformador y tuvo un rol muy importante en el nacimiento de la extensión universitaria.

Este profesor de Cambridge sostiene la idea de que la educación universitaria debía ser impartida a la mayor cantidad de personas, y bajo este postulado se posicionó como un defensor acérrimo del acercamiento de las mujeres y de la clase trabajadora a la educación superior. Fue así que propuso que la Universidad de Cambridge gestionará un sistema de conferencias por fuera del ámbito áulico. “Este hecho es considerado fundacional de la extensión universitaria, y en contexto fue revolucionario: Stuart fue uno de los primeros en sacar la universidad a la calle, rompiendo el perfil de clausura que ella misma eligió por siglos” (De Michele y Giacomino, 2015, p. 100).

Desde el plano sociopolítico, la Revolución Industrial en Inglaterra favoreció a la producción de mano de obra apta para que los trabajadores operan sobre nuevas máquinas, mientras que en EE.UU. la política en materia legislativa habilitó el sistema de extensión en 1860, lo que permitió que se construyera una universidad en cada estado, en un contexto mediado por la agricultura. Sin dudas, esto produjo una revolución en todo el país, y lo puso primero en la línea de producción del mundo.

En los albores del siglo XX los cambios llegaron al sur de América, lo que se

tradujo en una fuerte expresión de reclamo en el Congreso Internacional de Estudiantes realizado en 1908 en Montevideo, que fue un gran puntapié para lo que se avecinaba: el movimiento de la Reforma Universitaria de 1918 en Córdoba. Este último hecho fue un precedente de transformación que luego tuvo su expansión en toda Latinoamérica.

La Extensión Universitaria fue trascendente en el ámbito de la educación superior porque posibilitó que ese saber encapsulado y casi inmaculado que asomaba a mediados del siglo XIX traspasara las barreras de la Universidad, con el fin de perfilarse hacia una perspectiva más democratizadora. Es así que Paulo Freire se convirtió en uno de los referentes de influencia de la tradición crítica, quien en los años 60 con la publicación *Pedagogía del oprimido* comenzó a cambiar el paradigma de la educación y el conocimiento.

El pedagogo brasileño manifestaba que la educación tenía que dejar de ser *bancaria*, es decir, dejar de tener a sujetos pasivos ante un educador como poseedor exclusivo del conocimiento. Esto plantea un nuevo escenario, en el que la comunicación juega un papel muy importante y es aplicable a la hora de analizar el camino hacia la extensión de manera crítica. De hecho, Cano Menoni (2017) agrega que un hito muy importante para entender la extensión (sobre todo la de la corriente crítica) en el continente es "el surgimiento de la elaboración pedagógica del movimiento de educación popular encabezado por Paulo Freire" (p. 12).

FREIRE Y SU MIRADA CRÍTICA A LA EXTENSIÓN

Paulo Freire (1984) analiza la palabra *extensión* de modo crítico. Hace un recorrido por la lingüística con respecto a los estudios semánticos, sobre los cuales rescata la relevancia de los aportes de Ferdinand de Saussure que fueron motores para las investigaciones posteriores. Si bien menciona a Jost Trier por sus contribuciones sobre los *campos lingüísticos,* lo cierto es que prefiere centrarse en el análisis que hace uno de los discípulos de Saussure, Charles Bally, sobre la idea de los *campos asociativos*[41]. Es así que el pedagogo brasileño analiza el

[41] Se entiende por campos asociativos al espacio lingüístico donde se vinculan grupos de palabras que tienen correspondencia directa con un mismo tema o situación de la realidad. Estas asociaciones pueden ser de carácter subjetivo y estar arraigadas a nuestro conocimiento del mundo.

término extensión desde sus dimensiones asociativas, y reflexiona acerca de esa relación que deriva en palabras tales como "transmisión, entrega, donación, mesianismo, mecanicismo, invasión cultural, manipulación", entre otras (Freire, 1984, p. 21).

Luego de este repaso de historicidad lingüística, llega a una conclusión respecto de la utilización de la palabra *extensión*. Después de realizar dicho análisis asociativo, Freire manifiesta que pareciera que la acción extensionista se basará en la necesidad de quienes llegan hasta la *otra parte del mundo,* considerada inferior, para *normalizar acorde* a las características del mundo de quienes llegan, y no de quienes están. He de aquí que podemos entender que nada de lo expuesto se corresponde con un quehacer educativo liberador.

Justamente, en la ejemplificación y análisis que hace sobre la intervención agrónoma en el ámbito rural, manifiesta que las acciones de *persuasión* y *propaganda* no persiguen otra cosa que la *domesticación* de los campesinos. "Educar y educarse, en la práctica de la libertad, no es extender algo desde la ´sede del saber´ hasta la ´sede de la ignorancia´, para ´salvar´, con este saber, a los que habitan en aquella" (Freire, 1984, p. 25).

Por ende, no cabe modo alguno de sometimiento cuando existe una opción liberadora. Es así que el extensionista[42], como educador, debe trabajar con los otros hombres para interpretar la realidad en la que vive y actuar críticamente sobre ella, cuyas acciones deben estar lejos de la domesticación. Cuando este proceso se cumple, Freire dice que ya no estamos frente a un modelo de extensión, sino de *comunicación*. De esta forma, y respecto de ese abandono léxico, el autor propone "utilizar el término *Comunicación* para identificar procesos dialógico-horizontales de intercambio de saberes": (Tommasino et al., 2020, p. 89). Siguiendo esta línea temática, otros autores resumen la visión de Freire de la siguiente manera: *"(...) rechaza el término extensión, relacionándolo a procesos de invasión cultural, manipulación y educación bancaria, es decir, relaciona el concepto con las relaciones de dominación y opresión a que se han*

[42] Durante el desarrollo del trabajo utilizaremos el término *extensionista* como sinónimo de *educador*, tal como lo utiliza Paulo Freire.

visto y ven sometidos amplios sectores populares urbanos y rurales. Propone a cambio, designar como comunicación a aquel proceso revelador y modificador de la realidad que conduce a la liberación de las clases subalternas. (Tommasino et al., 2006, p. 122)".

Por otra parte, desde los equívocos gnoseológicos, se supone que la extensión aparece en lo dinámico de la práctica que se reduce a extender un contenido que, en sí mismo, resulta estático. En esta relación hay un sujeto que extiende *algo* y uno que recibe *eso extendido* (Freire, 1984). En tal proceso sólo se pueden mostrar esos contenidos extendidos, sin revelar o descubrir, a los individuos, una presencia nueva. Es decir que la mera captación de éstos no garantiza que quienes los reciben tengan un conocimiento real, dado que este proceso sólo permite que se den cuenta, pero que no lleguen a conocerlos (Freire, 1984).

Asimismo, y luego de indagar los aspectos semánticos y los equívocos gnoseológicos que plantea el autor, podemos arribar a otro postulado con respecto a la crítica que hace de la extensión: su carácter anti dialógico. He aquí, quizá, su mayor problema.

EL SENTIDO DIALÓGICO DE LA COMUNICACIÓN

Desde que nacemos hasta que adquirimos el lenguaje nuestra relación con el mundo está dada por la dimensión de la presencia, es decir, por la expresión del cuerpo que permite comunicarnos. A medida que crecemos e internalizamos las primeras palabras con su ritmo y prosodia, evocamos el lenguaje en ausencia de los objetos (Piaget, 1995). Su utilidad define nuestros modos de habitar el mundo, dándonos la posibilidad de construir relatos que narran acontecimientos a distancia, permitiendo otra relación con el tiempo (Petit, 2015).

Así, entendiendo el lenguaje desde su micro visión aparece en escena la *palabra*, elemento esencial de la humanidad que posibilita el diálogo. Freire (2005) da un paso más y se inmiscuye no sólo en la consideración de la palabra como medio, sino también indaga en sus elementos constitutivos. Es aquí cuando aparecen la *acción* (verbalismo) y *reflexión* (activismo), entendida cada una desde su génesis

solidaria, dado que ambas están tan intrínsecamente relacionadas, a tal punto que si se sacrificara a una de ellas, inmediatamente, la otra resentirá su ausencia. Por ende, "no hay palabra verdadera que no sea (...) praxis" (Freire, 2005, p.105). En otras palabras, Paulo Freire reflexiona: *La existencia, en tanto humana, no puede ser muda, silenciosa, ni tampoco nutrirse de falsas palabras sino de palabras verdaderas con las cuales los hombres transforman el mundo. Existir, humanamente, es "pronunciar" el mundo, es transformarlo. El mundo pronunciado, a su vez, retorna problematizado a los sujetos pronunciadores, exigiendo de ellos un nuevo pronunciamiento. (2005, p.106)*

Siguiendo esta misma sintonía, la antropóloga Michèle Petit (2015) afirma que el lenguaje define nuestros modos de habitar el mundo y que habitar es disponer cosas en nuestro entorno con el objetivo de reabsorber la distancia con la extrañeza de lo que es externo a nosotros. Justamente, sobre esta idea respecto de la importancia de habitar sabiendo reconocer aquello que nos es ajeno, Freire (2005) en la década del sesenta ya se adelantaba a esta representación desde la noción liberadora de la educación, sobre la que descarta todo tipo de posibilidad de domesticación y opresión sobre los hombres en base a una realidad impuesta.

Una opción liberadora, tal como hicimos alusión anteriormente, implica que el educador trabaje en forma conjunta con los otros hombres para interpretar la realidad y así actuar mancomunadamente sobre ella, en tanto que su rol no se basa en imponer su visión del mundo, sino en dialogar con ellos para conocer sus realidades, anhelos y esperanzas. Así, el diálogo se constituye en el encuentro entre estos hombres con un pensar verdadero, crítico sobre la realidad entendida como proceso, que atiende al devenir constante no como algo estático, sino todo lo contrario.

Esta teoría de la dialogicidad se sustenta en base a cuatro pilares fundamentales: la colaboración, unir para la liberación, la organización y la síntesis cultural. Todas estas características tienen una relación solidaria con la otra, en tanto que por separadas, todas carecería de sentido desde la perspectiva de Freire.

Básicamente, la acción dialógica necesita de la colaboración entre los sujetos, la que se da a través del diálogo que siempre es comunicación. ¿Y por qué es

importante que se unan para la liberación? Porque de esta forma, ellos pueden reconocer el porqué de su adhesión a cierta praxis, bajo su conciencia liberadora que les permitirá transformar su realidad.

En igual sentido, con la organización, las masas populares podrán unirse y relacionarse, alejándose de la característica motora de la antidialogicidad: la manipulación. "La síntesis cultural no niega las diferencias que existen entre una y otra visión sino, por el contrario, se sustenta en ellas. Lo que sí niega es la invasión de una por la otra. Lo que afirma es el aporte indiscutible que da una a la otra" (Freire, 2005, p. 162).

Por todo lo expuesto, entendemos que esta *dialogicidad* es el motor que conlleva a la transformación del mundo a través del conocimiento, de la educación como práctica de la libertad, en la que el sujeto se reconoce conociendo de manera libre.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN POPULAR

Esta forma de entender la comunicación de Freire se aleja de los modelos teóricos más clásicos y conservadores de la comunicación de manera unidireccional. Por el contrario, en los postulados freirianos se apunta a la circulación de la palabra a través del diálogo. En este sentido, son varios los autores que han rescatado su herencia en la comunicación; un ejemplo práctico en la historia del siglo XX muestra cómo ha surgido la comunicación alternativa: el caso de la aparición de la *radiofonía comunitaria*. Así, Adrián Puleiro (2012) analiza experiencias en el terreno del campo comunicativo: *En la década del 60 la mayoría de aquellas primeras experiencias educativas inspiradas en Radio Sutatenza y las que fueron influenciadas por las posiciones más progresistas e incluso vinculadas a la búsqueda de transformaciones estructurales, que se gestaban en ese momento al interior de la propia Iglesia católica. Concretamente esas radios educativas incorporarán concepciones provenientes de la pedagogía liberadora de Paulo Freire y de la Teología de la liberación. (p. 34)*

Tal como manifiesta el autor, la radio alternativa nace de la mano de dos actores principales: los sindicatos y una fuerte influencia de la Iglesia. Fue así que en Colombia, en los años 40, esta nueva forma de hacer comunicación empezaba a asomarse a través de Radio Sutatenza. Fue el sacerdote José Salcedo quien se inmiscuye en el mundo de la radio, con el objetivo de abordar el problema del analfabetismo desde una óptica que vinculaba directamente la pobreza de los campesinos con la falta de educación.

Si bien al principio se transmitieron programas de alfabetización para enseñar a leer a través de la radio, lo cierto es que con el tiempo este tipo de estaciones comenzaron a implementar acciones innovadoras para la época y para la forma en que se realizaba la práctica radial. Fue así que se empezaron a tomar en cuenta las necesidades de la población y, de esta forma, fueron las propias comunidades las que comenzaron a participar en la radio.

Indudablemente, este hecho produjo una transformación educativa y cultural en la vida de los campesinos, que hasta ese momento no tenían otras conexiones por fuera de su trabajo en el campo. Pero también "fue importante para que el resto de la sociedad colombiana percibiera la complejidad del mundo rural" (Radio Nacional de Colombia, 2017).

Debido a la aceptación que tuvo en todo el pueblo de Sutatenza, la radio se fortaleció con la participación de la comunidad y comenzó a ampliar su programación, sumándole espacios sobre matemática, salud, alfabetismo, producción agropecuaria y espiritualidad. Entonces, "en el campo de la radio alternativa la etapa más extensionista de la propuesta pedagógica de Freire influenciará gran parte de las radios educativas, sobre todo rurales, que basaban su trabajo en la educación formal e informal" (Puleiro, 2012, pp. 37-38).

Este modelo que resultó exitoso en Colombia, también se convirtió en referente para otras emisoras latinoamericanas, como fue el caso de la Radio Pionera de Brasil en los años 60. Si bien al principio brindaba una programación más religiosa y alfabetizadora, luego comenzó a transmitir contenidos orientados a la participación popular, a la utilidad pública, al debate y a la cultura. Esta radio,

perteneciente al Movimiento de Educación de Base, comenzó a trabajar con artistas populares de Brasil y con organizaciones sociales. De esta manera, empezaron a cambiar el paradigma de la radio educativa, transformándola en un modelo de radio popular, basado en los lineamientos de Freire.

EL DESAFÍO COMUNICACIONAL PARA EVITAR LA INVASIÓN CULTURAL

Tal como desarrollamos en párrafos anteriores, Freire (1984) prefiere trabajar desde el concepto de comunicación las tareas del sujeto extensionista, a través del proceso revelador y transformador de la realidad por el que conlleva a la educación liberadora de las clases oprimidas, denominadas subalternas. Y también sostiene que no podemos esperar resultados positivos de un programa/espacio educativo que no respeta ni valora la visión del mundo que tenga o esté teniendo el pueblo al momento del acercamiento del educador.

Sin embargo, cuando esa visión del mundo no se respeta, ese programa se constituye en una *invasión cultural,* siendo ésta una de las características de la teoría de la acción antidialógica[43]. Para Freire (2005): *"La invasión cultural, que sirve a la conquista y mantenimiento de la opresión, implica siempre la visión focal de la realidad, la percepción de ésta como algo estático, la superposición de una visión del mundo sobre otra. Implica la "superioridad" del invasor, la "inferioridad" del invadido, la imposición de criterios, la posesión del invadido, el miedo de perderlo". (p. 209)*

Indudablemente, esta penetración cultural surge por medio de un proceso de dominación de los invasores, quienes siempre ejercen algún tipo de violencia simbólica, amenazando la creatividad y originalidad cultural de aquellos que son invadidos. Por cierto, en este contexto "las relaciones de poder claramente se expresan como parte integrante del modelo de colonialidad que es considerada uno de los elementos constitutivos y específicos del patrón mundial de poder capitalista" (Quijano, en Rincón et al., 2015, p.82)

[43] Si bien las características de la teoría de la acción antidialógica son la conquista, división, manipulación e invasión cultural, a los efectos del presente trabajo nosotros nos centraremos en desarrollar esta última.

En este sentido, y reforzando la miradas críticas de Freire analizadas anteriormente, podemos decir que en estas relaciones de poder se entretejen la exploración, la dominación y el conflicto, que logran controlar diversos ámbitos en los que se desarrolla la existencia humana. Asimismo, y retomando el término de invasión cultural, podemos afirmar que éste ha sido de gran influencia para muchos pensadores del siglo XX. Uno de ellos fue el sociólogo Heriberto Muraro (1987), quien a fines de los años 80 retoma el trabajo del pedagogo brasileño para explicar la industria cultural en América Latina.

A diferencia de Freire, aquel desarrolla el término con el objetivo de "denunciar el carácter represivo de la cultura de los medios en manos del poder transnacional" (Muraro, 1987, p.19). Justamente, esa invasión cultural demostró la incapacidad y pasividad de los estados nacionales latinoamericanos para controlar y regular el ingreso de las empresas multinacionales en la industria cultural. Así como para Freire la invasión cultural tuvo su génesis en el ámbito educativo, para Muraro dicho concepto fue útil al momento explicar el desarrollo de los medios de comunicación latinoamericanos en la década del 80[44].

Por otra parte, nos parece necesario destacar una observación que hace Freire respecto de las causas por las cuales fallaron algunos programas de naturaleza política y/o docente. En líneas anteriores dijimos que en el marco de una educación liberadora se debe considerar la visión que *otro* tiene sobre su realidad, sin mediar oposición alguna. Cuando esto no se da y se parte desde la visión personal del extensionista, indudablemente, las interferencias aparecen en la comunicación. Si no consideramos a los hombres a quienes se dirige el programa, difícilmente algo funcionará. "La visión del mundo del pueblo reflejada en sus formas de acción refleja su situación en el mundo en el que se constituye" (Freire, 2005, p.78).

Sobre esta complejidad, Freire (2005) manifiesta que por esas razones, muchas veces, los educadores y políticos hablan sin ser entendidos por los demás. "Su

[44] Resulta importante señalar que dicha perspectiva fue parte de una importante corriente de pensamiento entre los comunicadores latinoamericanos que llevaron adelante los Estudios Críticos de la Cultura.

lenguaje no sintoniza con la situación concreta de los hombres a quienes hablan. Y su habla es un discurso más, alienado y alienante" (p. 79). Teniendo en cuenta que nuestro ámbito de estudio es la comunicación, nos centraremos en este aspecto sobre esta falta de sintonía. Para ello nos basaremos en algunos aspectos teóricos que desarrolla Daniel Bougnoux (1999) en su análisis introductorio a las ciencias de la comunicación.

A diferencia de las operaciones técnicas (sujeto-objeto), las relaciones pragmáticas se constituyen entre sujetos, en cuanto que "es el hombre que actúa sobre (las representaciones del) hombre por medio de los signos" (Bougnoux, 1999, p. 13). Por esta razón, teniendo en cuenta que un sujeto no es una máquina, no se puede actuar sobre él con una certeza anticipada sobre su respuesta. Es aquí cuando aparece otro concepto clave de la comunicación: la *incertidumbre comunicativa*.

Por consiguiente, el fracaso siempre es posible, en tanto que a diferencia de una operación técnica, una cadena comunicativa sostenida desde las relaciones pragmáticas siempre puede romperse. "Toda comunicación presenta dos aspectos: el contenido y la relación, de modo tal que el segundo encierra al primero y, en consecuencia, es una metacomunicación" (Bougnoux, 1999, p. 23).

Por lo tanto, al descifrar un mensaje o comprender un comportamiento debemos presuponer en qué *marco* entramos, en otras palabras, debemos saber en qué tipos de relaciones nos estamos manejando en esa situación comunicativa. Es así que el reconocimiento del marco es la condición esencial para la percepción del mensaje.

En la crítica que Freire hace sobre la utilización del lenguaje de algunos educadores y/o políticos que se encuentran fuera de sintonía con respecto a la situación en que se encuentran, justamente, subyace la falta de interpretación del marco comunicativo de quien enuncia, siendo disonante (desafinado) en esa relación pragmática.

Bougnoux (1999) utiliza la metáfora de la *orquesta* para decir que comunicarse implica entrar en ella. No nos podemos comunicar cuando somos disonantes o si

nuestra música no se armoniza con las partituras de los demás y los códigos vigentes. Es así que al momento de emitir un mensaje debemos preguntarnos para quién y con qué *instrumento* vamos a *tocar*.

CONCLUSIÓN

Luego de haber analizado ciertos aspectos de la relación extensión-comunicación, desde la óptica de autores como Freire y otros que adhieren a una visión crítica de la extensión, entendemos que cualquier iniciativa que se desarrolle en este campo no debería olvidar las observaciones citadas anteriormente.

La domesticación, la opresión y la invasión cultural son algunas de las falencias, consideradas graves, que pueden aparecer en la implementación y desarrollo errado de las prácticas extensionistas. En los términos freirianos resulta fundamental que el educador dialogue con los sectores subalternos con los que trabajará, para que de manera conjunta puedan establecer los objetivos del proyecto a desarrollar. Ambos actores necesitan conocer la realidad del otro, a los efectos de que a través de la *palabra crítica* puedan transformarla.

Asimismo, una buena práctica extensionista implica saber escuchar al otro, y al mismo tiempo poder criticar su saber, generar intervenciones realmente participativas, además de un aspecto que tiene un valor fundamental y que le da sentido a las relaciones comunicativas: el educador debe abrirse al cuestionamiento de su propio saber, porque una comunicación unidireccional está sentenciada al fracaso.

Se trata de establecer una lógica de diálogo y no de una invasión cultural, relación desigual entre conocimientos, donde uno se impone al otro de un modo autoritario. Desde esta concepción, establecer una *dialogicidad* resulta fundamental.

Para Eduardo Galeano (2007) “la fuerza del conjunto del sistema imperialista descansa en la necesaria desigualdad de las partes que lo forman, y esa desigualdad asume magnitudes cada vez más dramáticas” (p. 17). Esto lo

manifestaba en los años 80 y, sin embargo, esta visión de las relaciones desiguales sigue teniendo vigencia en los múltiples aspectos en que la humanidad se desarrolla.

En este sentido, y tal como plantea Freire (2005), necesitamos de una educación liberadora que nos dé la llave para abrir la puerta hacia el conocimiento que nos permita criticar nuestra realidad para intervenir sobre ella.

BIBLIOGRAFÍA

- Bougnoux, D. (1999). *Introducción a las ciencias de la comunicación*. Ediciones Nueva Visión. Cano Menoni, A. (2017). La extensión universitaria y la Universidad Latinoamericana: hacia un nuevo "orden de anticipación" a 100 años de la revuelta estudiantil de Córdoba. *Revista +E versión en línea*, *7*(7), 6-23.
- De Michele, D. y Giacomino, M. (2015). Curricularización de la extensión universitaria. Primeras experiencias en la UNER. *Los caminos de La extensión en La universidad argentina*, 97.
- Freire, P. (1984). *¿Extensión o comunicación?* Siglo Veintiuno Editores. ----------(2005). *Pedagogía del oprimido*. Siglo Veintiuno Editores.
- Galeano, E. (2007). *Las venas abiertas de América Latina* (23ª ed.). Catálogos. Muraro. H. (1987). *Invasión cultural, economía y comunicación*. Legasa. Petit, M. (2015). Las palabras habitables y las que no lo son. *42° Feria Internacional del Libro de Buenos Aires*, Buenos Aires, Argentina. https://www.fundacionluminis.org.ar/video/michele-petit-las-palabras-habitables-y las-que-no-lo-son
- Piaget, J. (1995). *Seis estudios de psicología*. Ariel.
- Puleiro, A. (2012). *La Radio Alternativa en América Latina*. Cooperativa Gráfica El Río Suena. Radio Nacional de Colombia (2017, 20 de agosto).

Radio Sutatenza: la primera revolución educativa del campo para el campo. https://www.radionacional.co/cultura/radio sutatenza-la-primera-revolucion-educativa-del-campo-para-el-campo

- Rancière, J. (2018). *El maestro ignorante*. Libros del Zorzal.
- Rincón, O., Millán, K. y Rincón, O., (2015). El asunto decolonial: Conceptos y debates. *Perspectivas. Revista de historia, geografía, arte y cultura, 3*(5), 75-95. http://biblioteca.clacso.edu.ar/Venezuela/ceshc-unermb/20170219052712/RPS45.pdf
- Tommasino, H., González Márquez, E., Guedes, M. y Prieto, M. (2006). Extensión crítica: los aportes de Paulo Freire. En H. Tommasino y P. De Hegedüs (Eds), *Extensión: reflexiones para la intervención en el medio urbano y rural* (pp. 121-135). Universidad de la República.
- Tommasino, H., Bianchi, D. y Gandolfo, A. (2020). La praxis de Paulo Freire: algunas de sus contribuciones a la emergencia y consolidación de la Extensión Crítica en las Universidades Públicas de América Latina. *Freire Hoje, Freire Hoy*, DSE, 85-99

SEMBRANDO COMUNICACIÓN: RELEVAMIENTO EN LA PROVINCIA DE SALTA DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIAS, POPULARES, ALTERNATIVOS, COOPERATIVOS Y DE PUEBLOS ORIGINARIOS

Ramon Burgo | Universidad Nacional de Salta
burgosramon@hum.unsa.edu.ar

Ana Muller | Universidad Nacional de Salta
mullerana@hum.unsa.edu.ar

María Florencia Tolava | Universidad Nacional de Salta
tolavamariaflorencia@hum.unsa.edu.ar

RESUMEN:

Esta presentación da cuenta del trabajo realizado en el marco de una investigación financiada por el Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta (CIUNSa) que focaliza localmente lo desarrollado en una primera etapa en la investigación realizada por la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP), que en los años 2018-2019 relevó 346 medios de comunicación comunitarios, populares,

alternativos, cooperativos y de pueblos originarios en todo el territorio nacional[45].

En este sentido, el equipo de investigación constituido en su amplia mayoría por mujeres docentes, egresadxs y estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Salta (UNSa), tuvo como objetivo principal construir un relevamiento exhaustivo de la existencia y de las principales características de los Servicios de Comunicación Audiovisual comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios en la provincia de Salta para producir información sistemática acerca de estos medios orientado a: construir un mapa actualizado; relevar las condiciones legales de cada medio; sistematizar el área de cobertura y las condiciones de cada uno de ellos en términos de equipamiento tecnológico; dar cuenta del acceso de las emisoras a Internet y los usos que hacen para la multiplicación de sus contenidos y el contacto con las audiencias; identificar las necesidades en materia de capacitación y acceso a las tecnologías para encarar los procesos de digitalización y convergencia comunicacional; recoger las principales características organizacionales de cada medio. En definitiva, este informe se constituye en un punto de partida que sirve como diagnóstico situado para la construcción de políticas públicas de comunicación efectivas orientadas a fortalecer al sector de los medios de comunicación sin fines de lucro y construir indicadores que permitan ponderar las contribuciones de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios a la producción local de contenidos que partan de las territorialidades y las realidades diversas en las distintas zonas de la provincia y el país desde una perspectiva federal.

La investigación se realizó en la provincia de Salta durante los años 2017 al 2021. La recolección de datos se produjo durante el período 2018-2019 y el análisis en los años 2020-2021. Respecto a la metodología, se trabajó cuantitativamente a partir

[45] Una version previa de este trabajo fue presentado junto a María Virginia Collivadino en el XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) "*La Comunicación como Bien Público Global: Nuevos lenguajes críticos y debates hacia el porvenir"*, realizado del 26 al 30 de septiembre de 2022 en CABA. El *Relevamiento en Salta de los Servicios de Comunicación Audiovisual Comunitarios, Populares, Alternativos, Cooperativos y de Pueblos Originarios* (RICCAP, 2021) fue coordinado por Ana Müller, redactado también por Cintia Rosalía Ortega Portal, María Florencia Tolava, Abigail Fernanda Velázquez, María Virginia Collivadino, Rosa Analía Pérez y Anahí Ailin Cardoso Plaza, revisado por Ramón Burgos y Liliana Lizondo. En el relevamiento de datos también participaron Daiana Carolina Mayorga, María Guadalupe Macedo y Agustina Silly.

de un formulario de 71 preguntas, la gran mayoría de ellas cerradas, con múltiple opción y otras abiertas. Los cuestionarios fueron guiados y se gestionaron telefónicamente y de manera presencial visitando a las emisoras. Los requisitos para la selección de estas fueron el de haber transmitido hasta agosto del año 2017 y cumplir con al menos dos de los cuatro criterios siguientes que permiten considerar si se trata de un medio comunitario, popular, alternativo, cooperativo e indígena: autopercepción como medio popular, alternativo, cooperativo, indígena o de pueblo originario; autopercepción como proyectos sin fines de lucro; tener personería jurídica constituida o en trámite sin fines de lucro o de pueblo originario y pertenecer a un medio que nuclea al sector.

Con relación al mapeo nacional realizado por la RICCAP (2019), complementamos ese primer análisis nacional desde la realidad local. Es por eso que llevamos a cabo una lectura focalizada para dar a conocer la complejidad de las particularidades locales, en tanto Salta representa el 3,10% del total nacional, con nueve emisoras radiofónicas existentes a la fecha de cierre del relevamiento, las cuales están vinculados a la agricultura familiar -de acuerdo a su zona de cobertura son rurales-, forjando lógicas y estrategias diferentes a las de la comunicación urbana. Este relevamiento complementa diferentes trabajos que venimos desarrollando sobre la ruralidad y la comunicación desde hace años donde entendemos a las personas vinculadas a estos medios como “sujetos que se posicionan como transformadores de su medio, entran en juego sentidos, saberes y prácticas a partir de la propuesta de generar y fortalecer espacios de comunicación que ayuden a solucionar problemas de sus territorios” (Müller y Agüero, 2021: 63).

La interpretación de los datos se organizó en base a los siguientes ejes preestablecidos en el cuestionario aplicado: de Identificación, de Características Técnicas, de Características Legales, de Características Organizacionales, de Acceso a Políticas Públicas y de Producción de Contenidos.

Palabras Clave: mapa, RICCAP, políticas públicas.

EJE DE IDENTIFICACIÓN

Autopercepción

Para relevar las formas de autorreconocimiento el cuestionario incluyó una pregunta cuya respuesta debía ser espontánea: ¿con cuáles adjetivos identificaría a la emisora donde trabaja/participa?

La mayoría de las emisoras consultadas se reconoce como comunitaria (88, 9%) y como indígena y/o de Pueblos Originarios (77,7%). Otras autopercepciones que surgieron ante esta pregunta fueron campesina/rural (22,2%) y alternativa (11,1%).

Contextualizando la población de Salta y su autoidentificación, remarcar que la nuestra es la provincia de Argentina con mayor diversidad de pueblos originarios: existen más de trece pueblos reconocidos por el Instituto Nacionales de Asuntos Indígenas (INAI) y el Instituto Provincial de Pueblos Indígenas de Salta (IPPIS). Sin embargo, según el censo nacional de 2010, sólo el 6,5% de la población total, se reconoce como perteneciente o descendiente de pueblos originarios (INDEC, 2015), porcentaje relativamente mayor respecto al resto del país.

Gran parte de los medios relevados están situados y tienen alcance de coberturas en zonas urbanas y periurbanas. Para llegar a este dato, se les preguntó a los medios la zona de cobertura y la cantidad de habitantes, lo que arrojó que un 56% del total tiene una cobertura rural/urbana aunque están en localidades con más de 2000 habitantes. Mientras que el 44% tienen una cobertura rural, en poblaciones que tienen menos de 2000 habitantes. En cualquiera de los dos casos, la relevancia de las radios en los ámbitos rurales es ampliamente significativa en Salta.

EJE CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS:

Interferencia/Discontinuidad

Uno de los problemas técnicos más recurrentes que se les presentan a los medios comunitarios, populares, alternativos y de pueblos originarios (CPACyPO), es la discontinuidad en la transmisión. Se consultó a las emisoras si entre los años 2014 y 2018 habían tenido algún tipo de interferencia, a lo que respondieron que más de la mitad interrumpieron temporalmente su transmisión. Entre las causas de esta discontinuidad, el 22,2% mencionó el robo de los equipos o atentado a las instalaciones, otro 22,2% destacó la rotura y mal funcionamiento de los equipos, y el 11,1% reconoció la interferencia por motivos económicos.

Conectividad

El 44,4% de los medios relevados no tienen acceso a Internet. Este es uno de los elementos que nos interesa problematizar, entendiendo a la conectividad como parte constitutiva del derecho a la comunicación. La mitad de este porcentaje, no acceden por dificultades para encontrar un proveedor de servicio en la zona y, la otra mitad, por motivos económicos para el pago del mismo.

Este no es un dato menor, no solo por el acceso de la información, sino por la gestión de programas de financiamiento, como Fondos de Fomento Concursable (FOMECA), que desde el año 2017 se realizan exclusivamente de manera virtual.

Software

Los medios radiofónicos consultados utilizan el software para el desarrollo de sus tareas, tales como: la producción de contenidos, la grabación y edición de sonidos y la salida al aire. Un dato relevante es que el 44,4% utiliza software libre, el 33,3% utiliza software privativo y el 22,2% restante NS/NC.

Sin embargo, la mayoría de lxs trabajadorxs y/o colaboradorxs de estos medios desconocen la diferencia entre software libre y privativo. Un gran porcentaje de los programas informáticos para la creación de contenidos y puesta al aire son instalados por actores externos (técnicos, capacitadores, talleristas). En este sentido, consideramos que existe una discusión (y un proceso de formación) pendiente sobre la conectividad, el uso político de la red y el software libre desde una perspectiva de derecho.

EJE CARACTERÍSTICAS LEGALES

De todos los medios radiofónicos consultados, el 78% cuenta con reconocimiento legal. Destacamos que desde la sanción de la LSCA y la creación de la Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy[46] Se posibilitó el acompañamiento para el acceso a las políticas públicas de la mayoría de estos medios.

Desde el año 2014 se vienen realizando de forma anual los Encuentros de Comunicación y Ruralidad con el objetivo de generar espacios de encuentro, participación y discusión entre los medios de CPACyPO de Salta y Jujuy, en materia de comunicación comunitaria, popular e indígena. Parte de la articulación y el interés de este relevamiento está directamente vinculado con conocer y profundizar líneas de trabajo con las organizaciones e instituciones se vienen consolidando en estos encuentros.

[46] La Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy surgió en el año 2012 tras un convenio entre ProHuerta, Radio Nacional y AFSCA, al que luego se sumaron el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), las Universidades Nacionales de Salta y Jujuy, la Secretaría de Agricultura Familiar, el Instituto de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Agricultura Familiar (IPAF) y la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC) con el objetivo de generar procesos de articulación y apoyo para el ejercicio del derecho a la comunicación principalmente en espacios rurales. Tras el cambio de gobierno, a fin del año 2015, muchas de dichas instituciones se vieron imposibilitadas de continuar con su participación. Por lo cual, desde 2016 la Mesa se constituye como una organización autónoma que cuenta con el apoyo de instituciones, como las universidades nacionales (UNSa y UNJu), SAFCI, el INTA y FESCOL (Fundación Friedrich Ebert).

Pueblos Originarios

Del total de medios relevados en el informe nacional, 34 se auto percibieron como indígenas o de pueblos originarios. Las líneas que siguen tienen el propósito de describir sintéticamente las características legales de este conjunto de emisoras.

El 67,6% son gestionadas por comunidades indígenas: el 58,8% por comunidades indígenas con personería jurídica reconocida por el INAI y Estados provinciales, el 5,9% por comunidades con personería jurídica en trámite y, el 2,9% por comunidades sin personería jurídica. Por otra parte, el 29,4% está gestionada por personas jurídicas sin fines de lucro: el 26,4% cuenta personería jurídica constituida y el 2,9% en trámite. Finalmente, el 2,9% restante no contestó esta pregunta.

Asimismo, todos los medios auto percibidos como indígenas tienen reconocimiento legal. En el 85,3% de los casos se trata de autorizaciones y en el 14,7%, de licencias obtenidas por el artículo N°49 de la LSCA.

En Salta

A partir del acompañamiento territorial que venimos realizando como equipo de trabajo en Salta y en vinculación con la UNSa en proyectos de investigación y extensión, tesis de grado y posgrado[47], vemos necesario mencionar la amplia presencia de Pueblos Originarios en los medios comunitarios salteños, independientemente del marco legal con el que hayan tramitado sus experiencias. Entre ellas se manifiesta la presencia de comunidades Wichí, Guaraní, Toba, Kolla, Avá Guaraní, Chané, Qom, Chorotes, Diaguíta Calchaquí, entre otras.

[47] Entre las tesis de grado finalizadas en la UNSa se encuentran las de Abán (2022), Collivadino (2022), Velázquez (2021), Garzón (2021) y Villagra (2016); la Tesis de Doctorado en la Universidad Nacional de La Plata de Lizondo, (2020) y de Maestría (2015), la Tesis doctoral en la UNC de Emilia Villagra (2021). Actualmente se encuentra en proceso de realización las tesis de grado de Peréz (UNSa) y de maestría Ana Müller (CEA UNC) Comunicación en la ruralidad. Comunicación en organizaciones de la agricultura familiar en Salta (2012-2018).

Por otro lado, resulta relevante recordar, como aparece en el eje de identificación, que el 77,7% se autopercibe como pueblos originarios y/o indígenas. La diferencia entre la autopercepción y la tramitación legal en un 22,2%, puede estar determinada por el año de inicio previo a LSCA, cuando no existía como posibilidad la autorización por pueblo originario. Recordemos que a partir de la sanción y aprobación de la LSCA en su artículo N° 37 expresa que la: Asignación a personas de existencia ideal de derecho público estatal, Universidades Nacionales, Pueblos Originarios e Iglesia Católica. El otorgamiento de autorizaciones para personas de existencia ideal de derecho público estatal, para universidades nacionales, institutos universitarios nacionales, Pueblos Originarios y para la Iglesia Católica se realiza a demanda y de manera directa, de acuerdo con la disponibilidad de espectro, cuando fuera pertinente (Ley 26.522, 2009).

EJE CARACTERÍSTICAS ORGANIZACIONALES

En este eje nos interesa recuperar la importancia de las personas implicadas en los medios radiofónicos comunitarios. Los datos arrojados por el relevamiento dan cuenta que existen ciento treinta y dos (132) participantes, de los cuales el 83% no percibe ningún tipo de remuneración.

La situación descripta dificulta la sostenibilidad y continuidad de las radios afectando a la conformación y permanencia de los equipos de comunicadorxs, a los procesos de gestión e identificación de las emisoras, entre otras. En base a la zona de cobertura, el 44% se encuentra en zonas rurales, por lo que es relevante dar cuenta que asumir la participación en la radio como un trabajo remunerado, se debe leer desde las realidades como agricultorxs y trabajadorxs de la tierra. Se debe tener en cuenta que la producción y gestión de estos medios no es la principal actividad de estas comunidades y que la misma tiene lugar en el tiempo extra de su jornada laboral.

EJE POLÍTICAS PÚBLICAS

En este eje recuperamos las políticas públicas destinadas a fortalecer el sector de medios de comunicación comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios; desde los organismos nacionales, tales como: Defensoría del Público, Universidades Públicas, Gobiernos nacional, provincial y municipales. Según el cuestionario realizado las líneas que recuperamos son: FOMECAS, pautas oficiales y apoyo en capacitación y gestión desde universidades públicas.

Fondos de Fomento Concursable (FOMECAS)

Para relevar información acerca de los fondos de fomento para servicios de comunicación audiovisual comunitarios y de pueblos originarios establecidos por la LSCA 26.522 (artículo 97 de la LSCA) se consultó a los medios CPACyPO sobre sus respectivas presentaciones y resultados en el período 2013-2018. De la misma manera que a nivel nacional, en Salta el acceso a FOMECAS también tuvo su punto de crecimiento en el año 2015, a partir de 2016 comienza a descender también de modo sostenido (RICCAP, 2019). Si comparamos la relación entre las emisoras que se presentan a concurso y las que finalmente ganaron el financiamiento, podemos observar que a partir de 2016 no sólo disminuye el porcentaje de medios que se presentan, sino que se profundiza la distancia entre los que se presentaron a concurso y la obtención efectiva de subsidios (RICCAP, 2019).

En todo el período analizado (2013–2017), podemos observar que un 37,2% de los medios CPACyPO accedió a fomento para la producción de contenidos radiofónicos o audiovisuales, y que un 23% accedió a fomento para infraestructura y un 16% para gestión.

En detalle: en Salta, entre el 2013 y 2015, las líneas que más se financiaron fueron equipamiento, infraestructura y producción. En el periodo de 2016, no solo no hubo financiamientos, sino que no se realizaron convocatorias a concursos y se presentaron múltiples dificultades e irregularidades para los pagos de los

concursos de los años anteriores con una leve mejoría en 2017, donde se reactivó paulatinamente el pago solo a algunas líneas de los fondos concursables.

Pautas oficiales

El acceso a las pautas oficiales resulta un dato alarmante. El relevamiento demostró que el acceso tanto a fondos nacionales como provinciales es inexistente en nuestra provincia. La mayoría de los medios de estas características se encuentran en zonas donde no es común generar publicidad privada y donde son ellos quienes cumplen, en sus territorios, una función pública esencial. Por ello, y para garantizar el derecho a la comunicación, sostenibilidad y sustentabilidad de las emisoras el acceso a la pauta oficial resulta primordial. En este sentido, podemos mencionar que, de los datos recabados, sólo el 22% de las emisoras han tenido algún tipo de apoyo de algún municipio en todo el período analizado[48].

Si recuperamos los datos nacionales, el panorama desigual se vuelve más claro aún. En el país, la distribución de este tipo de pauta es despareja entre provincias. Hay 8 Estados provinciales que no publicitaron en ningún medio comunitario (Tucumán, Salta, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Formosa, San Luis y Chaco), mientras que otros sí lo hicieron, en diversos grados.

Apoyo de universidades nacionales

Desde el relevamiento se evidenció que a nivel nacional las dos universidades nacionales que mayor acompañamiento han brindado a los medios CPACyPO son las universidades nacionales de La Plata (UNLP) y de Salta (UNSa). A nivel provincial, del 67% de los medios que reciben apoyo de Universidades Públicas, en

[48] Para febrero de 2022 podemos decir que el panorama no varió, muestra de ello fue el comunicado que sacó públicamente la Confederación de Medios Cooperativos y Comunitarios de la Argentina "Pauta oficial: la Secretaría de Medios ignora a los medios cooperativos y comunitarios"? (https://radioestacionsur.org/2022/02/12/pauta-oficial-la-secretaria-de-medios-ignora-a-los-medios-cooperativos-y-comunitarios/).

mayor proporción, mencionan el aporte en capacitaciones, seguido de investigación, asesoramiento y conformación de redes.

A partir del año 2012, mediante múltiples proyectos de extensión, voluntariado e investigación, y en articulación con la Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy -de la cual formamos parte- y las cátedras Práctica en Comunicación Comunitaria e Institucional y Comunicación Popular y Alternativa de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UNSa, se vienen realizando encuentros, capacitaciones, asesoramiento, procesos de vinculación organizativa y acompañamiento territorial con las emisoras.

Dificultad de acceso a políticas públicas

Alrededor del 70% de las emisoras encuestadas manifestaron tener dificultades para acceder a convocatorias de políticas públicas. De las cuales se enumeran las siguientes razones:

1. Falta de acceso a internet,
2. Dificultad en la tramitación de documentación,
3. Distancia geográfica,
4. Acceso a la información,
5. Lengua (diversidad de idiomas)

Reconocer y resolver las dificultades de accesibilidad facilitará el pleno ejercicio de las políticas públicas.

EJE DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

En este último apartado analizaremos la cantidad de horas de transmisión y la producción local de contenidos en Salta. La mayoría de las emisoras, es decir el 44.4%, transmite entre 6 y 11 horas diarias. El 55% de las emisoras produce menos de 6 horas de contenidos locales, el 22% entre 6 y 11 horas, y el 11% entre 18 y 23 horas de contenido local. Las temáticas más recurrentes que se identificaron en

esos contenidos:

- Memoria e identidad.
- Producción propia.
- Problemática tierra y territorio.

Estas emisoras asocian que el abordaje de estas temáticas, generan un sentido de pertenencia y crean vínculos con sus audiencias. La música y la estética, más la participación de las personas de la comunidad y los servicios que brinda, también fueron remarcados como una práctica destacada en su relación medios-públicos: ¿Reconocen a sus públicos? La totalidad de las emisoras contestó que sí. Entonces, ¿quiénes escuchan la radio?

Entre la gran diversidad de repuestas, pudimos codificarlas en dos grandes grupos:

- Identidad (población indígena y criollos).
- Grupos definidos por la ocupación.

CONCLUSIONES

A modo de cierre, consideramos que este trabajo nos ha permitido poner en vidriera varias cuestiones. En primer lugar, y coincidiendo con el informe general de RICCAP (2019), la construcción de conocimiento de manera colaborativa y situada contribuye al fortalecimiento del ejercicio del derecho a la comunicación en la Argentina. Sobre todo, teniendo presente una mirada desde el campo de la comunicación popular, comunitaria, alternativa, cooperativa e indígena en Salta. En ese sentido, este informe constituye un punto de partida que sirve como diagnóstico para la construcción de políticas públicas efectivas que partan de las territorialidades y las realidades diversas en las distintas zonas de la provincia y el país.

Consideramos que el relevamiento salteño es crucial para conocer el impacto de las políticas vinculadas a la comunicación y la articulación con la Universidad Nacional de Salta, a su vez con los proyectos de extensión e investigación en la provincia. En muchos casos, los datos nacionales y de otras regiones tienen una trayectoria dada por varias décadas de existencia y consolidación del campo de la

comunicación. En el caso de Salta, los datos estadísticos constituyen un primer aporte para poner en evidencia la situación concreta de nuestra región, la cual tiene a nivel país, particularidades vinculadas a la *autopercepción indígena y rural*. Tener los datos nacionales y poder compararlos con una mirada que profundice la situación local, nos permite hacer visibles las desigualdades que vivencian las emisoras. Esto posibilita la identificación de las necesidades territoriales situadas, como así también, el aporte y la potencia con respecto a la comunicación con identidad, la visualización de una diversidad cultural nacional con énfasis en los idiomas y oralidades, la complementariedad y convivencia entre la práctica radiofónica con los propios procesos productivos y de organización de la vida social.

En el caso de Salta, todos los medios relevados son emisoras radiales, destacándose una curva ascendente de inicio de transmisión que se da de igual manera que a nivel nacional, durante los años 2008 a 2015 y que coincide con la sanción de la LSCA. Podemos decir, entonces, que para los medios de esta provincia las políticas públicas fueron claves para su inicio y permanencia. Gran parte de los medios de esta región están vinculados a la agricultura familiar -de acuerdo a su zona de cobertura son rurales- forjando lógicas y estrategias diferentes a las de la comunicación urbana, que han sido objeto de estudio durante mucho tiempo.

A partir de esta investigación, un punto clave que nos interesa destacar es la urgencia impostergable para el impulso y toma de acciones reales, concretas y más equitativas en cuanto a la distribución y acceso a la pauta oficial en todos sus niveles. Creemos que esto es fundamental para garantizar ingresos fijos y continuos y, en consecuencia, para garantizar la consolidación y permanencia de los medios de CPACyPO.

Por otra parte, dentro de los ejes que nos interesa profundizar en una segunda etapa, es el reconocimiento y visibilización de la participación de mujeres, lesbianas, gays, travestis trans, no binaries, intersex y todas las identidades políticas sexogenéricas en los medios de comunicación comunitarios, populares e indígenas. Si bien, todos los datos de la investigación han sido estudiados desde una perspectiva de género, resulta imperioso proponer otras y nuevas preguntas

que permitan dar cuenta de los roles, funciones, gestiones y cargos, de las mujeres y personas de la comunidad LGBTIQ+, en sus procesos, participaciones, en sus medios comunitarios, populares e indígenas.

Previo a la pandemia, la conectividad se volvió un eje que este equipo de investigación incorporó como parte de los procesos y mecanismos de comunicación en todos los territorios y escenarios, también profundamente desiguales. Se participó de espacios y encuentros en América Latina y en Argentina (CLRC y CARC). En la Pandemia se profundizó la preocupación y las acciones Por ello, queremos profundizar este eje, y vamos a conocer y analizar las redes de conectividad comunitaria, como estrategias sumadas a la de los medios comunitarios, populares, indígenas. Si bien, en este primer relevamiento la conectividad apareció vinculada a la accesibilidad a políticas públicas o la retransmisión de sus grillas, creemos que la conectividad es mucho más que ello, ya que es un servicio escencial y un proceso vinculado al derecho a la comunicación.

Con respecto a las audiencias identificamos otra vacancia que nos incentiva a promover investigaciones, trabajos de tesis y/o relevamientos a futuro que les permitan a las radios una lectura actualizada, con mayores precisiones acerca de sus públicos y proyectos editoriales.

Asimismo, algunos de los interrogantes que nos quedan sin responder aún son ¿qué ocurrió con los medios que dejaron de transmitir?, ¿Los que nunca pudieron aún hacerlo, teniendo las autorizaciones otorgadas? ¿a qué se debieron las principales razones? ¿Es posible revertir esta situación?

Cómo síntesis, uno de los principales aprendizajes que integramos como equipo, es acerca de lo fundamental que se vuelve el transcurso del tiempo para cualquier proceso. Tanto para la consolidación de equipos de trabajo de investigación, para el desarrollo y apropiación de los medios, como para la consolidación de vínculos e intercambio entre la universidad y los territorios. Podemos decir, entonces, que se vuelve fundamental, cíclicamente, parar y analizar para reconocer los enormes aprendizajes y construcciones que se vienen realizando, que en la cotidianeidad y, dado los tiempos de presentaciones, no se pueden valorar como se merecen y

nos merecemos.

Por último, es fundamental desde este relevamiento y los intercambios realizados, seguir pensando el rol de las universidades, y , en relación a la construcción de sociedades más democráticas con mayor justicia social y comunicativa. La apuesta se da, desde allí, a poner el foco en los perfiles de comunicadores y comunicadoras como facilitadores y puentes hacía el Buen Vivir en todos los territorios.

BIBLIOGRAFÍA

- Abán, Yanina (2022): *Radio comunitaria FM Libertad. Colectividades campesinas que toman la palabra. Experiencia de la organización "Comunidades Unidas de Molinas (CUM)". Salta*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Salta.
- Agüero, María Laura y Müller, Ana (2018): "Comunicación y territorio: resistencias en el noroeste argentino", en *Mediaciones No19*: 32-47. UNIMINUTO, mayo.
- Collivadino, María Virginia (2022): *Los procesos comunicacionales de la FM La Voz de la Quebrada: una mirada a los sentidos, la participación y la gestión de la emisora comunitaria*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Salta.
- Garzón, Pablo (2021): *FM OCAN Radio comunitaria de Nazareno. Una experiencia de comunicación comunitaria y popular del norte de Salta*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Salta.
- INDEC (2015): *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010: Censo del Bicentenario. Pueblos originarios: región Noroeste Argentino*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Instituto Nacional de Estadística y Censos INDEC (https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/pueblos_originarios_noa.pd

f).

- Lizondo, Liliana (2015): *Comunicación con identidad o comunicación comunitaria. El caso de la FM "La Voz Indígena"*. Tesis de Maestría en Gestión y Planificación de la Comunicación, Facultad de Periodismo Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Lizondo, Liliana (2020): *Para una perspectiva del debate naturaleza/cultura desde los medios de comunicación La cobertura de inundaciones del río Pilcomayo en 2018 según la composición de los mundos.* Tesis de Doctorado en Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- Müller, Ana y Agüero, María Laura (2021): "La comunicación popular en y desde territorios rurales", en Rincóm, Omar (editor): *Cultura Bastardas: entre lo popular y lo coolture*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Prometeo Libros: 59-76.
- RICCAP (2019): *Relevamiento de los Servicios de Comunicación Audiovisual Comunitarios, Populares, Alternativos, Cooperativos y de Pueblos Originarios en Argentina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (https://riccap.com.ar/wp-content/uploads/2020/12/RICCAP-Informe-Final.pdf)
- Velázquez, Abigail (2021): *Las oralidades culturales como elemento constitutivo de la identidad de la radio y la comunidad. El caso de FM Libertad 89.3-Cieneguilla. Salta, 2015-2018*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Salta.
- Villagra, Emilia (2016): *"Queremos que la gente no pueda vivir sin la radio". Proceso de gestión y de construcción de contenidos en una radio comunitaria. El caso de la Organización Aborígenes de Nazareno (OCAN)*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Salta.
- Villagra, Emilia (2021): Comunicación, política y alteridad. Los procesos político-comunicacionales de una organización kolla en la provincia de Salta (1980-2020). Tesis de Doctorado en Ciencia Política, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba.

LA RADIO EN LA ESCUELA, ¿PARA QUÉ?

Naomi Calabrese | Universidad Nacional de San Luis
calabresenao@gmail.com

Silvina Romero | Universidad Nacional de San Luis
silvinar100@gmail.com

PRESENTACIÓN

El trabajo que presentamos forma parte de un proyecto de extensión[49] mayor que venimos realizando en la provincia de San Luis en el pueblo de Carpintería y alrededores. En el mismo nos propusimos generar a través de la radio un lugar de encuentro y pertenencia social de les vecines para que puedan expresarse y ejercer ciudadanía.

El proyecto en general se orienta a establecer vínculos que articulen y enriquezcan las 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 contribuyendo a la formación de sujetos críticos que puedan ejercer la participación ciudadana, hacer oír sus voces y hacer valer sus derechos.

[49] Proyecto de Extensión La radio y la Comunidad. SPU EU61-UNSL15168. Nosotras articulamos las acciones de docencia, extensión e investigación. En ese sentido participan estudiantes e investigadoras del proyecto: Prácticas emancipatorias: miradas desde la comunicación /educación: análisis de experiencias en la provincia de San Luis. PROIPRO 04/2420 UNSL Res. CS 138

En este marco una de las líneas de trabajo que construimos refiere a la inclusión del uso de la radio en el desarrollo de proyectos pedagógicos en las escuelas de la zona.

A continuación vamos presentar las características que asumió nuestro trabajo considerando la descripción de la propuesta y la sistematización y análisis de la misma como herramienta de investigación para la transformación social.

EL TALLER: PROYECTOS PEDAGÓGICOS Y USOS DE LA RADIO

FUNDAMENTOS

Entendemos a la formación docente como un proceso de búsqueda e interrogación acerca del sentido del trabajo de enseñar y de construcción de las condiciones que lo hagan posible; y el acompañamiento como el «estar al lado, cerca de...», sosteniendo, aportando, dejándonos interpelar por los problemas de las escuelas públicas, sus preguntas, sus preocupaciones, sus deseos, sus esperanzas, aportando nuestros saberes, nuestras miradas, perspectivas, pero sin ocupar su lugar, sin invadir. Se trata de pensar y construir juntos y juntas con los y las otras.

El trabajo que propusimos estuvo orientado a establecer vínculos que enriquezcan las prácticas educativas, mediante el intercambio de experiencias y conocimientos, como así también generar espacios de trabajo colaborativo, favoreciendo la conformación de redes entre instituciones educativas.

La propuesta pretendió brindar herramientas a los y las docentes de la zona de la costa de los comechingones en la construcción y desarrollo de proyectos pedagógicos en articulación con el uso de la radio como espacio de participación, expresión e intercambio entre la escuela y la comunidad.

El trabajo con proyectos pedagógicos contribuye a enriquecer y establecer una dinámica de trabajo en las aulas en la que los sujetos son agentes activos de su formación, se genera autonomía y autodisciplina en los estudiantes. "...los

proyectos de trabajo suponen una manera de entender el sentido de la escolaridad basado en la enseñanza para la comprensión, lo que implica que los alumnos participen en un proceso de investigación que tiene sentido para ellos y en el que utilizan diferentes estrategias de estudio, pueden participar en el proceso de planificación del propio aprendizaje, les ayuda a ser flexibles, a reconocer al "otro" y a comprender su propio entorno personal y cultural". (Hernández, 1998)

Existen diferentes tipos de proyectos en función de los propósitos y resultados, en ese sentido, apostamos a que los docentes construyan y desarrollen con sus estudiantes un tipo de proyecto pedagógico en función de sus intereses, de carácter social y atendiendo a la articulación de espacios curriculares.

A través de recursos, como en este caso, la radio, proponemos el abordaje de los contenidos que forman parte de la escuela. De esta manera se contribuye a una escuela más fortalecida, que incluye diversas formas y estrategias para desarrollar procesos de aprendizaje.

La comunicación/educación como supuesto de abordaje

La comunicación es construcción de sentidos, por lo tanto es plural, es colectiva y es un proceso. Por eso, nuestra propuesta, radica también en construir espacios de comunicación en donde la voz de los niños, niñas y jóvenes puedan oírse.

La educación es un derecho humano y es diálogo, es intercambio. La comunicación, que también es un derecho humano, implica tomar la palabra y otorgar la palabra.

No podemos dejar de ignorar 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. Por tanto, cuando pensamos en comunicación y educación debemos preguntarnos por el paradigma científico en que se inscriben ya que adquirirá sentidos y por lo tanto prácticas diferentes y hasta antagónicas. En algunos casos se las confundirá, en otros se fundirán en un solo proceso, o podrán articularse

para atender a una situación social particular.

La comunicación y la educación podrán ser transmisión de información y contenidos o podrán entenderse como diálogo y construcción de saberes.

Las tecnologías de la información y de la comunicación han transformado el modo de comunicarnos y relacionarnos. Los medios de comunicación constituyen un nuevo universo cultural que produce sentidos. Creemos que la escuela debe conocer y promover el uso crítico de los medios. Además, entendemos a la comunicación como un derecho y a la información como un bien social.

Comprender los lenguajes de la tecnología y de la comunicación permite apropiarse de saberes que permiten interpretar y evaluar la realidad para construir opiniones autónomas.

Cuando pensamos a la educación lo hacemos rompiendo el posicionamiento tradicional, cuando se educa, se comunica, se dialoga, se construye y deconstruye no sólo un contenido sino principalmente un conocimiento, un saber, un modo de entender el mundo, una forma de interpretarlo y transitarlo. Se educa, se comunica una cultura. De ahí que cuando entendemos y/o nos posicionamos en y desde la comunicación/educación lo hacemos en plena conciencia que esta relación implica otras: la cultura, lo político, lo ideológico.

Siguiendo a Freire, decimos que existiría un necesario correlato entre educación y comunicación. En donde la educación implica comunicación, y esta es entendida como un diálogo, una forma de relación que pone a dos o más personas en un proceso de interacción y de transformación continua y, en donde educar es concientizar acerca de las relaciones sociales de poder que existen en la sociedad con la intención de desarrollar la capacidad de actuar para transformarla.

Para Freire, la dialogicidad es una tarea creadora, re-creadora y transformadora, vehiculizada por una relación amorosa entre sujetos. Es, además, una tarea que requiere un esfuerzo, un empeño. Es, sobre todo, una tarea posible. Ser dialógico es no invadir, es no manipular, es no imponer consignas. Ser dialógico es empeñarse en la transformación, constante, de la realidad (Freire, 2008).

En este encuentro entre los hombres mediatizados por el mundo, Freire se refiere a la necesidad de la problematización de los hombres en sus relaciones con el mundo.

El auténtico proceso de comunicación/educación es el que posibilitará la humanización de los hombres, que no es otra que la búsqueda de ser más. Esta forma de entender los procesos de comunicación/ educación son los que guiaron nuestras prácticas.

ACERCA DE LOS ENCUENTROS

Bajo esta lógica de trabajo invitamos a docentes de escuelas públicas a participar del trayecto formativo en el que nos propusimos trabajar sobre 4 ejes: La reflexión teórica y metodológica de los proyectos educativos/Comunicacionales, las potencialidades de la radio como espacio comunicacional/ educativo, elaboración y desarrollo de proyectos, reflexiones sobre la evaluación de los aprendizajes y socialización de experiencias.

El trabajo estuvo organizado en tres encuentros presenciales acompañados de clases virtuales.

En la primera jornada de trabajo con les docentes la intención fue conocernos, reconocer nuestras experiencias en relación a los proyectos pedagógicos en general, problematizar y compartir las prácticas docentes. En ese marco nos pareció adecuado solicitar a les participantes que realizaran un audio en el que contarán un proyecto pedagógico. Audio que fue socializado en encuentros posteriores.

En el segundo encuentro nos preguntamos: la radio en la escuela ¿para qué? A partir de este interrogante se construyó un diálogo que nos permitió repensar sentidos y prácticas en torno a la comunicación y a la educación. Se buscaba además, profundizar en el proceso de creación de un producto radial y brindar herramientas para el mismo.

Se trataron temas como los formatos y géneros radiofónicos, la producción radiofónica y cómo llevarla a cabo; así como también se socializaron y pusieron en

común preguntas como qué representaba la radio para cada persona, qué significaba la radio en la escuela y para qué utilizarla.

Los intercambios fueron muy variados y diversos, ocasionando debates con posiciones opuestas respecto al tratamiento de algunos contenidos pedagógicos como el tratamiento de la educación sexual integral. Generar espacios de debate y cuestionamiento fue uno de los principales objetivos del taller; que les docentes se preguntarán por sus prácticas pedagógicas (qué se enseña, cómo, cuál es el sentido de los contenidos a enseñar) y se interpelen sobre cómo incorporar la radio en las mismas, así como, acercar a les estudiantes de la escuelas a la radio.

En la última instancia presencial el objetivo propuesto fue articular los contenidos abordados en las instancias anteriores: proyecto pedagógico y lenguaje radial y proponer la construcción de una propuesta educativa utilizando la radio con les propios estudiantes.

En el transcurrir del encuentro les docentes reflexionaron sobre posibles prácticas: propusieron abordar la problemática del Bullying, radioteatros para trabajar efemérides, realización de encuestas sobre público radial, vincular la música con la política entre otros temas.

Luego, presentamos, a manera de ejemplo, una producción sonora realizada en base a lo trabajado en el segundo encuentro: la radio en la escuela ¿para qué?

Con ello, buscamos por un lado, analizar las características de la producción sonora y recuperar los sentidos sobre la radio puestos en juego y por otro incorporar a los registros como instrumentos de análisis de la propia práctica docente.

En el registro sonoro recuperamos y analizamos lo dicho por les docentes con les docentes: "…. *La radio está buena, nos hace pensar, es un puente que permite socializarnos y trabajar contenidos; está bueno acercar a los chicos a la radio, es una herramienta que facilita el aprendizaje; los chicos pueden hacer un ejercicio político con la voz, yo quiero que los chicos tengan una radio del centro de estudiantes; hay chicos que les cuesta expresarse, no se animan; sirve para acercarlos a la lectura; podríamos abordar temas económicos de actualidad; para poder llegar a la comunidad es un nexo para vincular a los chicos con la*

comunidad, y que la comunidad también se entere y se acerque a la escuela; ir a la radio es un acontecimiento extraordinario, crea emociones, uno le cuenta a los amigos, amigas escúchame, se genera algo muy fuerte; sirve para debatir en matemática también para ver cómo entiende el tema cada uno; fomenta la creatividad, tomar derechos, normas de convivencia; formación política, la participación"

Con la escucha se volvieron a analizar los temas pero, en esta ocasión, acompañados de la teoría y en perspectiva de pensar intervenciones concretas con les propios estudiantes. Se recuperaron las características y supuestos de los proyectos pedagógicos, identificamos las características del lenguaje radial, pensamos entre todos y todas nuevas prácticas docentes.

SISTEMATIZACIÓN Y REGISTROS: UNA FORMA DE INVESTIGAR HACIENDO

Sistematizar implica, según Jara (s/f), realizar una interpretación crítica de las experiencias con el fin de descubrir o explicitar la lógica del proceso vivido, los factores intervinientes, sus relaciones y por qué se han relacionado de una u otra forma. Es una metodología que sirve para volver objeto de estudio lo vivido y brindarle una interpretación teórica.

A la sistematización siempre le precede un hacer, sobre el cual se construirán nuevos conocimientos de forma crítica y colectiva. La socialización del conocimiento se realiza de forma conjunta, ya que no se perciben a los actores como informantes sino como sujetos participantes del proceso. La sistematización es, además, una práctica política al perseguir la transformación de un cierto *status quo*; es a partir de su proceso que nos damos cuenta de las distintas problemáticas que afectan nuestra práctica y la realidad. La elección de sistematizar trae consigo una postura política e ideológica que implica no quedarse a observar y analizar solamente, sino que lo que se busca es analizar para intervenir, en nuestro caso, en pos de la construcción de un orden social más justo e igualitario. Se basa en procesos dialógicos y colectivos en donde se recuperan las subjetividades, el conocimiento circula para enriquecernos de los saberes de otros y otras y así, construir nuevos saberes y prácticas.

En el desarrollo de nuestro proyecto realizamos registros de todas las actividades realizadas, a veces fueron sonoros, otros escritos a través de observables, y también realizamos registros audiovisuales y fotográficos.[50]

Según Cohen y Rojas (2019) en: "[...] todo instrumento de registro se expresan las variables asumiendo diferentes formas de interrogación, de aproximación a la realidad, pretendiendo obtener registros u observables que pongan en diálogo al investigador con la realidad en estudio. Por lo tanto, se construye un instrumento de registro cuando la fuente de información es primaria; por ello, lo asociamos a la interpelación o a la intervención".

Desde la postura de nuestro proyecto la realidad se construye colectivamente por lo que los registros son formas de tomar fragmentos de la misma para luego analizarlos desde distintas perspectivas. La sistematización se enriquece al implementar otras formas de registros que no sean solo el tradicional escrito. Principalmente trabajamos con el registro sonoro para continuar con la línea abordaje de la radio y lo auditivo.

En nuestra experiencia los registros de audios tuvieron un doble propósito. Por un lado registrar la práctica para analizarla en los encuentros presenciales y por otro como ejemplo de producto radial para les asistentes al taller. En ese sentido fueron herramientas de análisis y recursos didácticos.

Así, con las respuestas de les docentes a la pregunta de *la radio en las escuelas ¿para qué?* buscamos propiciar una reflexión sobre lo pensado en un primer momento para luego poder profundizar en la construcción de los propios proyectos pedagógicos de cada docente.

Sin embargo, los registros también son el insumos de las sistematizaciones fueron instrumentos de análisis para el equipo de investigación ya que implican "un esfuerzo consciente de capturar los significados de la acción y sus efectos; como lecturas organizadas de las experiencias, como teorización y cuestionamiento" (Ghiso, 2015, p. 4) El objetivo de toda ciencia es poder intervenir en el campo social, pero la lógica de construcción del conocimiento científico generalmente se lo entiende como lineal primero investigo y, luego, otros actúan.

[50] En la realización de los registros colaboraron Fernanda Pereyra Jamenson, María José Busto y Lourdes Peduzzi.

En nuestro caso bajo el paradigma de investigación/acción investigamos al tiempo que intervenimos y nos comprometemos con el hacer social. En ese proceso el criterio de verdad del conocimiento está dado por la propia realidad donde se verifican o refutan los saberes.

CONCLUSIONES

Observamos que el proceso iniciado en el curso, de problematizar la radio como herramienta pedagógica en las escuelas, desencadenó una serie de acciones. Por una parte, hubieron docentes que comenzaron a participar de experiencias ligadas a la radio: presentarse a intercolegiales culturales, generar lazos con programas locales que se acercaron a las aulas a realizar entrevistas, algunos docentes organizaron proyectos pedagógicos de música creando canciones para ser presentadas en la radio, trabajar en conjunto con el proyecto de extensión en la aplicación de una encuesta radial para realizar un relevamiento de públicos de la zona incluyendo contenidos y aprendizajes tratados en el aula, entre otras propuestas que aún están surgiendo. Además, se vislumbra un gran interés por continuar participando de talleres relacionados al tema y de trabajar en conjunto con la comunidad.

Dicho proceso no fue despojado de conflictos y choques, pero consideramos que los resultados fueron positivos y acordes a lo que nos propusimos como objetivos. El trabajo en la localidad es muy fructífero, en especial para quienes formamos parte del proyecto, cuando sentimos la calidez con la que se nos recibe y los espacios de intercambios que se generan, los cuales nos permiten cuestionarnos lo aprendido y lo que nos falta por aprender, así como visualizar otras maneras de pensar la radio que quizás escapan de la academia y circulan por la cotidianeidad del día a día.

BIBLIOGRAFÍA

- Cohen, Néstor y Gómez Rojas, Gabriela (2019). Metodología de la investigación, ¿para qué? La producción de los datos y los diseños. Buenos Aires: Teseo. Cap. 1
- Freire,P. (2008). Pedagogía del Oprimido. Siglo XXI. Buenos Aires. Tercera edición.
- Ghiso, A. (2015). Del diálogo de saberes a la negociación cultural: Recuperar, deconstruir, resignificar y recrear saberes. En: Revista Pensamiento popular (002) 2015. Disponible: http://www.ceaal.org/v2/archivos/publicaciones/carta/Revista-Pensamiento-Popular.pdf
- Hernández, F (1998) Repensar a funçâo da escola a partir dos projectos de trabalho", Pátio, Revista pedagógica, 6.
- Jara, O. (s. f.) La Concepción Metodológica Dialéctica, los Métodos y las Técnicas Participativas en la Educación Popular. Recuperado de: www.alforja.or.cr/centrs/cp. (04/ 2017).

LINKS DE PRODUCCIONES:

- https://soundcloud.com/naomi-calabrese-868578320/la-radio-en-la-escuela-para-que-experiencia-de-sistematizacion?si=4179570079204877a5ce9774a1cbfed2&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing
- https://www.youtube.com/watch?v=Mm03uEl_ySU&t=2155s
- https://www.youtube.com/watch?v=kP8Kl5lZn5w

CONSUMO CULTURAL E IDENTIDAD: EL CASO DE LA FERIA DE PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS SABE LA TIERRA DE CABA

Giuliana Campos | Universidad Nacional de Quilmes
campgiuiliana@gmail.com

Abigail Herrera | Universidad Nacional de Quilmes
abigailherrera.unq@gmail.com

Abril Veccoli Pereyra | Universidad Nacional de Quilmes
abrilveccolip@gmail.com

RESUMEN

En el presente trabajo se abordará la relación entre la circulación y el consumo simbólico de alimentos y productos agroecológicos. Este fenómeno se evidenció a partir de la pandemia por COVID-19 con el aumento de la demanda de los llamados 'bolsones' de frutas y verduras como alternativa de abastecimiento para las despensas de las familias en el confinamiento y bajo preocupaciones más asentadas sobre la salud en la población.

En la Ciudad de Buenos Aires, comenzó un fenómeno de crecientes manifestaciones acerca de que la comercialización de estos productos y cosechas fueran desde un comercio 'justo y digno'. En respuesta, se comenzaron a gestionar diversos espacios de intercambio como las ferias, que se originaron bajo principios establecidos por las personas fundadoras. En estos lugares es donde es necesario reconocer que no sólo se intercambian los productos, si no que hay una serie de procesos de significación en cada interacción e intercambio.

El objetivo es analizar la construcción, producción y circulación de significados, así como la conformación de la identidad que surge de las interacciones entre pequeños productores y consumidores de Sabe La Tierra, una feria agroecológica con distintos puntos de venta en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Para esto, se hizo un trabajo de campo exploratorio en el primer semestre del año 2022, a través de entrevistas a productores y asistentes de la feria, así como mediante la observación participante en la misma.

La pregunta central guía es: ¿cuál es el consumo cultural y simbólico y su relación con la conformación de la identidad de las personas en ferias agroecológicas a través de la adquisición de esos productos? Se trabajará sobre el análisis de cómo estos productos agroecológicos se asocian a una idea de vida saludable y cómo se realiza esta conexión simbólica e identitaria. La relación entre los feriantes con los consumidores será clave para poder desentrañar las articulaciones que suceden en la feria. Las nociones del marco teórico son: comunicación, consumo, mediaciones e identidades. A modo de conclusión, se propone evidenciar si existe una unión entre el consumo de los productos de la feria Sabe la Tierra con las ideas de vida sana, consumo responsable, productos sustentables y protección del medio ambiente

Palabras claves: consumo cultural, ferias agroecológicas, identidad.

INTRODUCCIÓN

La pandemia por COVID-19 trajo consigo mayores preocupaciones de las personas por cuidar su salud, y con ello, el tipo de alimentos que consumen. Es en este contexto que los mercados globales de alimentos orgánicos tuvieron un crecimiento sin precedentes y que hasta ahora siguen en aumento, según la Organización Internacional Agropecuaria. Dicha entidad identifica que la pandemia resultó “en un aumento significativo en la demanda de productos orgánicos en muchos países” (2020, p. 2). Según el informe de 2020 del Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica (FiBL por sus siglas en suizo) Argentina se posiciona en el segundo lugar a nivel mundial de ocupación de millones de hectáreas de cultivos orgánicos (FiBL, 2020).

En concordancia con el contexto internacional, a nivel nacional hubo un desarrollo de la producción y consumo de frutas y verduras orgánicas, así como de productos artesanales. En la Ciudad de Buenos Aires y alrededores, el aumento del consumo de productos orgánicos y artesanales se observa en la proliferación de espacios como mercados y ferias que comercializan este tipo de insumos (Clave Urbana, 2015). A la par, estos espacios se gestaron bajo manifestaciones de crear un comercio justo y digno, de acortar las cadenas de distribución para que llegaran las provisiones directas del productor a las personas consumidoras y promover una vida saludable.

Ante este panorama, se reconoce a las ferias y mercados agroecológicos como espacios colectivos donde se observa que no sólo se comercializan los productos, si no que hay una serie de procesos de significación en cada interacción e intercambio. Una feria que ha ampliado su red de comercialización de productos agroecológicos y artesanales es Sabe La Tierra, una organización sin fines de lucro que comenzó en el año 2010 con un sólo mercado con la oferta de 30 productores, y que ahora cuenta con una red de alrededor de 350 productores, 10 mercados semanales y un estimado 25 mil consumidores en la Ciudad de Buenos Aires y alrededores (Infobae, 2021).

De acuerdo con sus postulados, la feria Sabe La Tierra busca “establecer un vínculo entre los pequeños productores y los consumidores, rescatando la relación humana más allá de la compra-venta”, así como “generar un cambio de conciencia que conduzca a un estilo de vida alternativo” (Sabe La Tierra, sf.).

Por consiguiente, el presente trabajo busca indagar sobre el consumo cultural y simbólico y su relación con la conformación de la identidad de las personas en ferias agroecológicas a través de la adquisición de productos agroecológicos. De esta manera, analizar la construcción, producción y circulación de significados, así como la conformación de la identidad tanto de los feriantes como de los consumidores. Para observar estas relaciones, en el primer semestre del año presente se realizó trabajo de campo exploratorio mediante entrevistas a productores y asistentes de la feria. Así como a través de observación participante

en la misma. En los siguientes apartados se exponen los principales hallazgos sobre la exploración de campo en la feria Sabe La Tierra.

Sorpresas y cambios en el trabajo de campo

El trabajo de campo consistió en realizar entrevistas en dos puntos de la feria Sabe La Tierra, ubicados en Microcentro y Villa Devoto sobre una totalidad de nueve mercados en la Ciudad de Buenos Aires. La experiencia de campo expuso las realidades comunicacionales y conceptuales que intervienen entre el trabajo de los productores y el rol de los consumidores en la perspectiva de “vida saludable”. Cabe resaltar que los postulados fundacionales de la feria Sabe La Tierra pueden asociarse a una dimensión auto-atribuida -desde la noción de Giménez (2005)- que las personas organizadoras y fundadoras buscan como forma de plantearse a la sociedad. Por lo tanto, parte de este trabajo exploratorio consistió en observar si los consumidores y productores comparten estas ideas y nociones, es decir, la dimensión alter atribuida de la feria. De igual manera, explorar las formas en que las interacciones conforman -o no- parte de las identidades de los participantes.

Las ferias de Sabe la Tierra están compuestas por productores y/o vendedores donde se intercambian productos asociados a la idea de “vida sana”, estos son pensados como naturales, orgánicos, saludables, sin aditivos y conservantes. Los vendedores se inscriben a la feria, si cumplen con los requisitos sanitarios y el tipo de producto que ofrecen está en consonancia con lo que requiere el perfil de la feria, pueden formar parte. Si bien el mercado y la movilización de Sabe la Tierra tiene sus propias consignas y eslóganes exhibidas en su página web, por ejemplo “consumir menos y de manera más responsable; apoyar el comercio justo; dar espacio a pequeños productores y a proyectos sociales de la zona; establecer un puente entre productores y consumidores", pudimos reconstruir por los testimonios de los feriantes que no son partícipes activos de esas propuestas ya que no están al tanto de las mismas. Por lo tanto, hay un desfasaje en la identificación exterior -dimensión alter-atribuida- de la feria sobre cómo se postula a la sociedad: agroecológica, de comercio justo, sustentable, etc. En palabras sencillas, la feria tiene una perspectiva clara de los productos que quiere ofrecer y cómo hacerlo, pero la mayoría de los trabajadores de la feria desconocen

estas premisas y sólo se abstienen a cumplir los requisitos normativos para poner el puesto. No obstante, cuando se realizaron las preguntas acerca de lo que propone la feria en su página web, los feriantes coincidieron que se establece un comercio justo y se apoya a emprendedores. Estos conceptos los desarrollaremos en el próximo apartado.

En este acercamiento con los productores se descartó una de nuestras hipótesis sobre la conciencia con la que los feriantes participaban en el espacio de Sabe La Tierra, aún sosteniendo una línea común alrededor de lo saludable, alternativo y orgánico. Por lo tanto, encontramos que el origen de la configuración de la identidad y de estas nociones compartidas no vienen por los postulados de la feria en sí.

Adicionalmente, otras de las hipótesis descartadas en el trabajo de campo tuvieron que ver con cuáles eran las mediaciones que intervienen para que los consumidores eligieron ese espacio de consumo y no otro. Suponíamos en primer lugar una actitud del consumidor comprometido con la vida saludable, interesado en productos orgánicos para adquirir otros hábitos de consumo. En cambio, la respuesta mayoritaria de los consumidores estuvo relacionada con la compra “al paso” y la curiosidad en probar los productos de la feria. Por lo tanto, no se identificó una relación sostenida en el tiempo con los feriantes y una compra habitual de los productos. Sin embargo, los entrevistados distinguían la oferta de la feria como más saludable en comparación con los productos de las grandes cadenas de supermercados y otro tipo de comercios. De igual manera, los participantes destacaron que consumir en esos espacios dependía de otras variables como la posibilidad económica y el apoyo a emprendimientos locales.

Surgieron tras estos encuentros nuevas hipótesis relacionadas concretamente con el consumo simbólico en la feria y la participación consciente (o no) de los consumidores.

CONSUMO SIMBÓLICO: SENTIDOS EN TORNO A LA FERIA

Es necesario comenzar por enmarcar que en el presente trabajo se considera a los consumidores como actores sociales activos, es decir, actores con capacidad de dar sentido a través del consumo. Desde las nociones de Sunkel (2002) se sostiene que todo consumo es cultural, ya que, conlleva actos que distinguen simbólicamente, integran y comunican. Por lo tanto, todo acto de consumo que realizan las personas que asisten a la feria Sabe La Tierra son hechos culturales. Especialmente si se considera que las mercancías de este espacio están claramente atravesadas de una atribución simbólica desde la fundación de la feria.

En el análisis, a través de las entrevistas con consumidores que asisten a las ferias, se puede observar que las personas eligen comprar en la feria porque "les queda de paso" y también la eligen por curiosidad, para probar un sabor nuevo, algo de elaboración artesanal o por la calidad de los alimentos. Este dato es interesante para pensar que no existe una búsqueda relacionada linealmente con el cuidado del medio ambiente o con el compromiso por una vida más saludable y/o sustentable, sino que es el resultado de un crecimiento objetivo de los discursos y propuestas comerciales en torno a estos ejes.

Esta afirmación puede verse en las prácticas sociales que actualmente forman parte de la cultura, entendida para efectos de este trabajo como proceso de producción, circulación y consumo de significaciones (García Canclini, 1997). Un ejemplo de esto se observa en la apertura de locales y emprendimientos online con productos de moda sustentable o el consumo de comida vegana y orgánica. La búsqueda de "consciencia" detrás del discurso de la protección del medio ambiente llevó a emprendedores a sostener prácticas relacionadas con causas ecologistas y ambientales, a la vez de proponer alternativas de consumo. Los productos de esta índole pueden ser variados, como por ejemplo la producción artesanal de almohadillas térmicas hechas de semillas y los productos de higiene sustentable como el shampoo sólido o los jabones naturales comercializados en la feria Sabe la Tierra. En esta línea, hay un auge en la comercialización del rubro del maquillaje con cosméticos 100% vegetales o *cruelty free* (libre de maltrato animal).

Por otra parte, aunque la relación entre los discursos que proliferaron en los últimos años en torno a la alimentación saludable y el cuidado del medio ambiente y las personas que asisten a la feria no es directamente proporcional, sí se puede observar por parte de quienes consumen la apropiación de un sentido particular. Podemos dar cuenta de esto en los testimonios de quienes compran en estas ferias, ya que lo ven como una alternativa al supermercado u otras formas de comercio. En palabras de una consumidora que compró una mermelada en la feria por primera vez: "la compro porque es más natural y es más rica". Aquí se observa la construcción de un sentido alrededor de la feria y sus productos, es decir, un consumo cargado de elementos culturales. Lo mismo se puede observar en el testimonio de otra consumidora que no conocía la feria previamente y se detuvo a comprar una mermelada para probar, y en palabras textuales de ella "porque ahora trata de comer menos grasa y harina". Como sostiene Martín Barbero, el consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: "*lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales" (Martín Barbero, 1987, p.3).*

El caso particular de una consumidora recurrente de la feria aporta más elementos para esta noción sobre el consumo cultural. La mujer expresa que no sólo asiste a la feria de Microcentro en cuanto puede después de su horario laboral sino que también concurre con frecuencia al otro punto de la feria en Barrancas de Belgrano. En su relato ella destaca lo positivo de la feria en tanto presenta distintas maneras de comer y sostiene que las verduras son más frescas que en una verdulería común. Sin embargo, cuando se le preguntó sobre la relación del consumo en la feria con los hábitos saludables, respondió que no cambiaría sus hábitos y que su consumo en la feria tenía que ver con la búsqueda de productos de mejor calidad, que sean más ricos y tengan otro sabor. Nuevamente desde la experiencia de una consumidora frecuente, el consumo no se relaciona con los objetivos que se plantean en el discurso de quienes venden o de quienes organizan las ferias, sino que responde a una preferencia individual que se vincula con la moda y con la oferta de productos atractivos y de calidad.

MEDIACIONES CULTURALES: RELACIÓN ENTRE FERIANTES Y CONSUMIDORES

Consideramos pertinente introducir en este análisis el concepto de mediaciones culturales desarrollado por Martín Barbero. Se parte de entender a la comunicación desde el paradigma interpretativo cultural como un enfoque que difiere de la clásica concepción de la comunicación como un esquema lineal que prepondera la mera transmisión de información.

El autor mencionado se refiere a las mediaciones como el lugar desde el que se puede interpretar la relación entre el espacio de producción y recepción de la trama cultural. A la hora de pensar la relación entre los consumidores y las ferias como Sabe la Tierra (espacios que ofrecen una serie de principios y discursos determinados sobre alimentos y cosmética) se puede ver que ésta se encuentra fuertemente condicionada por los usos sociales, las prácticas cotidianas, la temporalidad social y la competencia cultural de productores y consumidores. Un ejemplo de lo anterior, es que en la feria del microcentro porteño se vio un público más oficinista y no tan familiar como el que se encontró en plazas y parques independientemente del día que se concurrió a la feria, lo que puede brindar una pauta de las diferentes experiencias que viven los consumidores en este espacio.

En la exploración de campo, la dimensión de cómo se ven los feriantes desde afuera, es decir, la dimensión alter-atribuida según las nociones de Giménez (2005), no pudo ser respondida. A *priori* no parecería ser una preocupación de quienes producen y venden.

Otro elemento a destacar es que la feria Sabe la Tierra resalta que es un espacio para pequeños productores de la misma zona, sin embargo, en el trabajo de campo encontramos que en varias ocasiones los productores eran de diversos orígenes y que al ser un mercado con muchos puntos en la Ciudad de Buenos Aires y alrededores, los productores no son de cada barrio donde se instala la feria. Mayormente no eran productores los que nos encontrábamos en los puestos de la feria, sino empleados contratados por los productores u otras personas

encargadas para ocuparse de la venta directamente en las ferias. Este último hallazgo fue novedoso y será explicado a profundidad en los siguientes párrafos.

Asimismo, el espacio público cobra una relevancia particular en nuestro trabajo. Desde la feria, se subraya el rol del comercio de cercanía, como lugar de vinculación entre productores, emprendedores y vecinos. Lo que se pudo vislumbrar es que este espacio es un lugar de recreación y paseo más asociado al ocio que a un espacio estrictamente comercial. En el presente análisis la concepción del espacio público como lugar de interacción tiene interpretaciones un tanto ambiguas desde lo que proponen de la feria y lo que manifiestan los consumidores. Según la organización Sabe la Tierra se busca "transformar el espacio público en espacios de pertenencia y fortalecer la identidad barrial", algo que queda diluido en el momento en que los consumidores dan cuenta de lo que pasa en su propio barrio cuando salen a recorrerlo, y no porque sepan de la existencia de la feria con anterioridad o se relacionen con ella desde un lugar permanente en su barrio.

Una cuestión a resaltar es que la feria no puede ser montada si las condiciones climáticas son desfavorables, por lo tanto ocurre una interrupción en la propuesta de transformación. En síntesis, para los consumidores la feria es un lugar que suelen descubrir "por casualidad" o porque les llegó un mail sobre actividades de su comuna y no por tal transformación del espacio público. De hecho, algunas locaciones son itinerantes y no están una vez por semana, sino dos veces al mes. Para que sea posible una transformación y apropiación del espacio público esta debe ser constante y no suceder una vez por semana como está planteada la actividad de la feria o suceder en eventos puntuales como recitales, convenciones o festivales. Entendemos que la relación del espacio público con la feria Sabe la Tierra también está regulada y es organizada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires por lo que la percepción que tienen los consumidores de los vendedores es positiva, ya que no ven la instalación de los puestos como usurpación del territorio por estar regenteada por el Gobierno Porteño. En las entrevistas realizadas se objetó que la feria al ser regulada por el Gobierno de la Ciudad contaba con permisos que otros puestos de la calle no tenían y esa organización daba seguridad a la hora de comprar. En definitiva, el análisis del uso

del espacio público por parte de Sabe la Tierra es un tanto desigual en comparación con la puesta de otro tipo de venta callejera porque Sabe la Tierra al estar regulada por el Municipio de la Ciudad no tiene la connotación negativa de ser un "puesto de la calle" ni de ser "injusta" con los comercios que pagan un alquiler y los respectivos impuestos porque no están irrumpiendo en el espacio que le pertenece a todos los ciudadanos.

¿COMERCIO JUSTO?

¿Qué imaginamos cuando una feria de productos sustentables y agroecológicos propone un comercio justo? En una primera aproximación, se pensaría que todas las partes que intervienen en la compra-venta de productos de Sabe La Tierra salen beneficiadas. En su página web incluso ofrecen cursos de comercio justo, consumo responsable, desarrollo local y emprender con propósito. Todas estas propuestas a la hora de dialogar con los protagonistas de la feria parecerían quedar a mitad de camino. La mayoría de los feriantes como se ha comentado en párrafos anteriores desconocía estos criterios. No obstante, se destaca el testimonio de una vendedora que argumentó que cree que al comercializar en la feria ganan las tres partes de la cadena: el consumidor, el productor y el organizador. Sin embargo, el concepto de "comercio justo", postulado central de Sabe La Tierra, quedaría enmarcado en las posibilidades propias de participar en la feria y no tanto en el intercambio de valor y simbólico del "comercio justo". Antes de que sea justo, los feriantes deben cumplir con ciertos requisitos de la ONG para poder ser parte:

- Ser productores primarios.
- Elaboradores que trabajen a partir de insumos orgánicos y agroecológicos.
- Cocineros que cuiden la trazabilidad de sus productos.
- Diseñadores sustentables.

Estos condicionamientos a *priori* parecerían ser bastante excluyentes e inobservables a simple vista. La exploración de campo evidenció que los vendedores, es decir, empleados de los productores que se inscriben a la feria, en su gran mayoría son personas contratadas que desconocen la operación de cómo

se hacen los productos que venden. Algunos incluso hacen reventa de productos que se pueden encontrar en otros comercios como sahumerios, esencias o golosinas. Sin embargo, la idea de "comercio justo" asoma cuando los comerciantes ven a la feria como una vidriera para exhibir sus productos o un paso previo a un local propio.

Este tipo de *slogan* parecía estar más asociado a la idea de pagar lo que corresponde, ni más ni menos, por los productos ofrecidos. No obstante, muchos compradores aseguraron que los precios son un poco elevados pero en este tipo de ferias hay productos que en otras no se consiguen. Las personas entrevistadas que compraron en Sabe La Tierra afirman que el intercambio "justo" está en apoyar a emprendedores. Pero acuden a la feria por una cuestión de cercanía o de paseo, ya que está de paso y no se construye una fidelidad con el cliente. Los vendedores entrevistados dan cuenta de esto, ya que afirman que la gente que busca productos nuevos y por cercanía, no tiene una relación estricta con el producto sino por la relación de cercanía con el espacio. A su vez, los vendedores concuerdan que no hay un perfil determinado de los consumidores.

Sin embargo, un fenómeno destacable que ocurre aún sin conocer el postulado de la feria de "establecer un puente entre productores y consumidores" es el diálogo e interacción que hay entre los compradores y los vendedores. Este no está relacionado con la trayectoria de la elaboración de lo vendido, sino con las maneras de uso del producto o recomendaciones de materias primas en productos alimenticios, así como pedidos personalizados de lo que ofrecen los feriantes. Es en este intercambio donde se observa un proceso de comunicación y mediación muy importante. Además, estas son acciones que en un supermercado de cadena no podrían ocurrir. La opinión de los consumidores a los feriantes funciona como pedido a demanda o consejo para incidir en la variedad de las mercancías, y que de no ser por el pedido no existirían en otro lugar para comprarlas, ya que, son productos que son particularmente ofrecidos en estas ferias. En sintonía, muchas de las personas asistentes a la feria coincidieron que es un espacio en el que se puede consumir productos muy particulares.

Otra barrera que impide analizar la idea compartida del comercio justo es la

noción de precios que tienen los compradores, ya que argumentan no saber lo que es caro o barato debido a la inflación. Esta idea de comercio justo sólo asociado a valores y precios no alcanza para demostrar si se lleva o no a cabo. Además, en el trabajo de campo se enfocó más en hacer esta pregunta dirigida a vendedores y no en consumidores. Sin embargo, algo fundamental a destacar es que los consumidores creen estar ayudando directamente a emprendedores al comprar en Sabe La Tierra, dinámica de contribución que también realizan los feriantes entre sí al realizar compras a sus colegas. Por lo tanto, hay incluso un consumo por parte de los mismos feriantes.

Un hallazgo novedoso que resultó de las entrevistas es que las personas vendedoras -no productoras en sí- de las mercancías, consideraban que ser vendedoras en ese espacio era una forma de empleo mucho más “flexible” y “amigable”. Las personas explicaron que este empleo les permitía laburar en un espacio abierto que valoraban como más “libre”, un adjetivo muy destacable. De igual manera, estas personas vendedoras consideraron que era valiosa la interacción que tenían con las personas que asisten a sus puestos en la feria. Así, identificamos otro actor además de sólo productores y consumidores, sino que también existen empleados que son parte de las interacciones sociales en la feria.

CONCLUSIÓN

La información volcada en la página web de la feria fue al principio un puntapié para organizar las preguntas de las entrevistas dirigidas, pero puestas en acción condicionaron la respuesta de los feriantes y fue uno de nuestros mayores hallazgos comprender que el trabajo de las personas de la feria no estaba estrictamente atravesado por las premisas de “generar un cambio de conciencia que conduzca a un estilo de vida alternativo”, ya que se dudaba sobre qué es un estilo de vida alternativo o el comercio justo. A pesar de esto, se logró rescatar que sí ocurre una relación más directa con el cliente y no asimétrica entre productores y consumidores. Por otro lado, no está claramente determinado si se consume menos y de manera más responsable porque los compradores eligen la feria mayormente por cercanía y curiosidad. Las personas consumidoras concuerdan con la idea de que Sabe La Tierra propone algo distinto, artesanal y natural

asociado con lo casero pero no necesariamente sano. El fenómeno que nos habíamos propuesto dilucidar es que las personas que compran en la feria Sabe La Tierra lo hacían porque asociaban la compra y consumo de un producto sustentable, agroecológico, con una vida más saludable y amigable con el medio ambiente. A partir de este trabajo, se logró vislumbrar que en realidad los factores que influyen son la cercanía, la curiosidad alentada por lo "artesanal", lo "diferente", así como la variedad y la calidad de los productos. Interceden en este intercambio mediaciones, nociones de circulación, apropiación del espacio público de una manera regulada y la novedad de los productos ofrecidos. Pero lejos de ser conductas de consumo cultural-simbólico sostenidas en el tiempo son identificadas como modas dichas propiamente a través de los consumidores protagonistas y desconocidas a su vez por los vendedores. Podríamos pensar que la impronta, los propósitos y conceptos que propone la feria Sabe La Tierra se consideran más postulados anhelados a llevar a cabo qué premisas realizables en la actualidad.

BIBLIOGRAFÍA

- García Canclini, Néstor: *Cultura y comunicación: entre lo local y lo globa*l. Ed. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, 1997
- Giménez, Gilberto: "La cultura como identidad y la identidad como cultura", 3er Encuentro Internacional de Promotores y Gestores Culturales, Guadalajara, 2005.
- Orozco Gómez, Guillermo (2002). "Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionales". *Revista Signo y pensamiento*, 21(41), 21-33.
- Organización Internacional de Agropecuaria (OIA). (2020). *Mercado orgánico mundial: crecimiento sin precedentes en 2020*. Disponible en https://www.oia.com.ar/index.php/mercado-organico-mundial-crecimiento-sin-precedentes-en-2020-las-ventas-minoristas-organicas-crecieron-en-14-000-millon es-de-euros-y-superaron-la-marca-de-los-120-000-millones-de-euros/
- Scolari, Carlos: "Introducción: Des-haciendo teorías", en Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva.

Barcelona: Gedisa, 2008. Págs. 21 a 68.
- Sunkel, Guillermo (2002) “Una mirada a otra. La cultura desde el consumo”. En: Daniel Mato (coord.): Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.

Otros recursos

- Castro, Lucía. (7 de junio de 2021). Angie Ferrazzini: “Para alcanzar una vida más en consonancia con la naturaleza y con las personas tenemos que cuidar nuestra tierra y los alimentos”. *Infobae*. https://www.infobae.com/america/soluciones/2021/06/07/angie-ferrazzini-para-alcanzar-una-vida-mas-en-consonancia-con-la-naturaleza-y-con-las-personas-tenemos-que-cuidar-nuestra-tierra-y-los-alimentos/
- Clave Urbana (2015). Crecen los mercados y ferias orgánicas en la Ciudad de Buenos Aires. https://claveurbana.wordpress.com/2015/09/03/crecen-los-mercados-y-ferias-or ganicas-en-la-ciudad-de-buenos-aires/

Entrevistas:

- https://drive.google.com/drive/folders/1hucefT265riAe3Q7KMUj2vQRV7rk0OD9 ?usp=sharing

Punteo desgrabaciones de entrevistas:

- https://docs.google.com/document/d/16_UQ76NJkbhrBFMxjd-UnTOrn5fO-_yzR0XS0c 2n_Yg/edit?usp=sharing
- Sabe la tierra: https://sabelatierra.com/

POLÍTICAS NACIONALES Y SU VISIÓN DESDE LOS MEDIOS LOCALES: EL PERIODICO !PARA UD! DE MORENO Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA “CIUDAD CINEMATOGRÁFICA ARGENTINA” QUE NO FUE

Maria Belen Ferreyra | Universidad Nacional de Moreno
ferreyra.mbel@gmail.com

RESUMEN

Si bien se suele hablar del Conurbano Bonaerense como una totalidad urbana homogénea, la realidad es que, ya desde su origen, los diferentes distritos que lo componen tienen características geográficas, sociales, políticas e históricas muy diferentes.

Uno de los lugares dónde esas diferencias se traducen, es en los periódicos locales –o regionales[51], para ser más precisos- en los cuales podemos encontrar como diferentes procesos históricos incidieron en la vida social de una ciudad en particular.

Tal es el caso del proyecto de “Ciudad Gaucha”, ideada como una localidad donde se encontrarán tanto estudios cinematográficos, como fábricas de indumentaria y escenografía, y viviendas de actores y trabajadores de la misma. La relevancia del proyecto se vio reflejada en la propaganda hecha por el gobierno nacional del momento, y sobre todo por la activa participación de el periódico *Para Ud!..*[52],

51 Tomamos la caracterización de Medina Rubio al respecto. Buscar cita!!!

52 Así, con el signo de exclamación únicamente en el cierre, más los 2 (dos) puntos suspensivos, es la nomenclatura original del periódico, apareciendo desde su primer número hasta que dejó de editarse.

quién ocupó un lugar central al promover activamente –y no solo publicar noticias referidas al planeamiento- la planificación, la venta de lotes, e incluso gestionar un concurso a través del cual los lectores elegirán el nombre de la futura ciudad.

El presente trabajo busca dar cuenta cómo un proyecto nacional cobró relevancia en la comunidad, en la ciudad, y siendo dado a conocer a través de la pluma de periodistas locales.

PERIÓDICO PARA UD..!

El periódico Para Ud!, editado por Adolfo Pagano y Manuel Álvarez Pendás, inició su actividad en noviembre de 1935 bajo la PROA -Sociedad de Fomento Comercial y Propaganda Cinematográfica-, circulando de forma quincenal. Continuó hasta 1954 cuando se discontinuó, para reaparecer en 1965 bajo la sola dirección de Álvarez Pendás y de forma semanal. Desde entonces, tuvo continuidad hasta el año 2018, en el que dejó de editarse.

Tuvo una destacada preeminencia en la escena periodística local, retratando aspectos políticos, sociales, económicos y educativos de la localidad. El anclaje en la escena local resulta preponderante en estas publicaciones, que dan cuenta de la importancia en el desarrollo del partido de las políticas propuestas a nivel nacional.

Sus primeros números –perdidos todos, con excepción del primero, que se conserva en el archivo de la Universidad Nacional de Moreno, gracias a haber sido donado a la casa de estudio en el año 2019 por la hija de Álvarez Pendás-, eran casi exclusivamente referidos a noticias cinematográficas. Estas involucran tanto la cartelera de los cines teatros locales, como críticas de los films a proyectarse, e incluso noticias referidas al *star system* internacional o extensos observaciones sobre producciones nacionales.

Habiendo sido el cine uno de sus temas principales desde sus mismos comienzos, no es de extrañar que el periódico haya encontrado interés particular en el proyecto de una ciudad cinematográfica que pudiera no solo nuclear en un

mismo punto del país a todos los actores involucrados para su concreción y funcionamiento, sino también, una vez ya constituida y en pleno funcionamiento, competir directamente con localidades internaciones de la talla de Hollywood.

Pero hay otra característica fundamental del periódico en cuestión, además de su preferencia por el tópico cinematográfico. Y es su proselitismo a favor del localismo. Si bien no está de más recordar que, durante las primeras décadas de funcionamiento del *Para Ud!..* la ciudad de Moreno estaba mucho menos poblada y, por ende, aislada en lo que respecta a medios de transporte y rutas de acceso, el ímpetu con el que se defiende toda cultura local excede a otros diarios de la zona[53]:

"Quién no propende el desarrollo del pueblo en el que vive, no vive en él. Cree que vive, pero en realidad solo duerme." (Refrán puesto en la parte superior de todas las páginas - *Para Ud!..* N°42 - 1ra semana de octubre de 1937).

Dada la sociedad, en su mayoría rural y sin un centro urbano lo suficientemente grande, la presencia de los cines resultaba importantísima, lo cual se refleja en la gran cantidad de publicaciones al respecto. Estas publicaciones no solo son de lo que se proyectó esa semana en los cines locales, sino también todo tipo de noticias –incluso de páginas enteras-, referidas a la industria cinematográfica, tanto nacional como internacional: "Lucantis Film en Argentina. Una nueva filmadora local: con objeto de iniciar una serie de producciones cinematográficas argentinas, se ha constituido en Buenos Aires la 'Lucantis Film de la Argentina', empresa que, respaldada en sólidos capitales y con una seria responsabilidad moral se propone trabajar en nuestro medio." (*Para Ud!..* N°42, 1ra semana de octubre de 1937).

Estos dos elementos: el proselitismo en favor de la ciudad y el consumo comercial dentro de la misma, más el interés en los aspectos cinematográficos, resultaron imprescindibles en el buen recibimiento de la "Ciudad Gaucha" por parte de una comunidad que buscaba el pujante desarrollo de su localidad y bienestar de sus ciudadanos.

53 Y en esto nos referimos no solo a otros periódicos que se pudieron rescatar del mismo periodo de Moreno, como El orden; sino incluso cuando comparamos al Para Ud!.. con diarios de ciudades vecinas como General Rodríguez con su semanario Nuestra Acción. Estos ejemplos, si bien procuraban defender a los comercios y actividades de su ciudad, no lo hacían con tanto frenesí.

EN BÚSQUEDA DE LA HOLLYWOOD ARGENTINA

"[La pronta instalación de importantes estudios cinematográficos dentro de los límites del partido por la productora 'Imágenes Argentinas', sociedad anónima en formación [...] la iniciación de las obras y planificación de la futura ciudad cinematográfica que será emplazada en el pueblo de Moreno."[54]

Así, de manera escueta y en una pequeña nota dentro del periódico *Para Ud!*.. de la primera quincena del año 1948, apareció la primera de las noticias que dan cuenta del proyecto de lo que sería una ciudad cinematográfica dentro del partido.

Sin embargo, el trato sucinto dura muy poco: la fiebre por lo que sería la "Hollywood de Argentina" inunda el periódico, haciendo incluso que se edite una edición especial con los planos de lo que sería la ciudad y un concurso para que los mismos suscriptores elijan el nombre de la misma. Finalmente, el nombre que adoptan es el de "Gaucha".

La ciudad cinematográfica Gaucha, no sería solo un conglomerado de estudios cinematográficos, sino una verdadera ciudad en la que vivieran operarios, empleados administrativos, técnicos y artistas, y donde pudieran trabajar productores independientes -que, precisamente por su calidad de independientes, trabajan con más libertad y entusiasmo-. La construcción estaba proyectada en unas 338 hectáreas, en un terreno donado para tal fin, ubicado a la altura de lo que es hoy la estación de Francisco Álvarez en cuartel 4°, kilómetros 44 y 45, atravesado por el arroyo Las catonas. Estaba planificada una fuerte urbanización, que contemplaba una futura casa para todo el personal estable de la ciudad. Dependencias técnicas y administrativas; grandes talleres de preparación de decorados, yesería, carpintería, herrería, mecánica, depósito de muebles, ropería, vestuario, central eléctrica, cocina de obreros, etc. Además, una escuela de artesanos, pasando por un club deportivo y llegando incluso a una "huerta colectiva donde se proveerá al pueblo de verduras a precios insignificantes" [55]. Se proyectaba, incluso, construir hasta una montaña que sirviera a fines cinematográficos.

54 Periódico Para Ud!.., N°289. Año XII. Primera quincena de enero de 1948.

55 Periódico Para usted!, edición extra. Año XII. Enero de 1948.

Además, se buscaba que las producciones que allí se lograrán de manera integral, abordarán preferentemente la realización de películas de temas y argumentos netamente argentinos.

Plano de la futura ciudad Gaucha

Plano del proyecto de la ciudad cinematográfica, con la separación de las parcelas. Publicado en el periódico *Para Ud!..*, en el fascículo especial dedicado enteramente a ella, abril de 1948.

Sin embargo, así como apareció de improvisto, el sueño quedó en la nada. La última noticia que aparece en el periódico Para usted es de la segunda quincena de marzo de 1948, donde se habla de una maqueta de la futura ciudad exhibida en Buenos Aires... Luego, durante todo el resto del año, el periódico se sume en el silencio. Planeada hasta el más mínimo detalle, la construcción quedó en la nada.

En 1950, se retomará el proyecto, incluso llegando a promocionarse los lotes -necesario venderlos para poder solventar los gastos de la ciudad-, pero ya no en manos de Imágenes Argentinas sino otra empresa: Unión continental S.A. Sin embargo, este nuevo resurgimiento desapareció, igual que un par de años atrás, e incluso todavía más rápido.

El caso de la "Ciudad Gaucha" resulta relevante, además, dado que finalizó sin siquiera haber empezado: decantó en una estafa inmobiliaria. El historiador morenense Juan Carlos Ocampo, señala que, pese a la publicidad privada y la propaganda estatal, no fue más que un fraude que se terminó yendo de las manos, dada la magnitud del proyecto (Ocampo, 2008). Lo más siniestro del caso

es que no se encontraron culpables, y el sueño de la Hollywood argentina se esfumó, desapareciendo de un día para el otro.

Portada de periódico *para Ud!*..

La Ciudad Cinematográfica

"IMÁGENES ARGENTINAS" LEVANTARÁ SUS ESTUDIOS EN MORENO

UNA OBRA DE GRANDES PROYECCIONES

PARA UD!...

— PUBLICACION QUINCENAL —

ENERO DE 1948

EDICION EXTRA

Fascículo extra del periódico, publicada en enero de 1948, en la que únicamente se da cuenta del proyecto de "Ciudad Gaucha".

La importancia de la prensa regional

El periódico *Para Ud!*.. inició como una obra de divulgación cinematográfica, y aunque sus notas no se delimitaban a esa esfera, sí había (hasta la década del '50) preponderancia de esos temas. Estas noticias eran tanto de índole nacional como internacional pero además, predominaban aquellas que hablaban de las funciones que se proyectaban en los cines locales. El valor cultural agregado a los show y films que se fraguaba a través de las páginas del *Para Ud!*.., fue necesario en la vida social de la ciudad de Moreno.

Ahora bien, es necesario plantearse a la prensa regional[56]"no como una adición de fenómenos locales puntuales sino como una globalidad 'nacional'" (Botrel, 1992). Los periódicos locales no solo son un conjunto de noticias referidas a aspectos municipales, o replicadores de noticias nacionales; sino que, agregándole la localía pertinente, reconfiguran esas noticias haciéndolas parte de la historia de Moreno y resultando un ejemplo de las relaciones sociales de una época.

Además de todo esto, también hay una relación entre la prensa local y la urbanización: claramente ejemplificado en el entusiasmo con que el *Para Ud!*.. defendía la industria y el comercio dentro de la comunidad de la ciudad. Aunque es válido preguntarse cómo se veían esos progresos desde la mirada local, y si se sintieron los habitantes de Moreno interpelados por estos acontecimientos.

Lo que es indudable es que los periódicos locales –de Moreno o de cualquier otro municipio-, en definitiva, defendiendo las noticias de acontecimientos locales, terminaban luchando contra las hegemonías de los medios nacionales.

Para estudiar estos medios locales hoy, es necesario considerarlos como fuentes fidedignas de información, como objeto de estudio académico. Quitando, así, cualquier dejo despectivo que no nos permite verlos como productos acabados, que brindan información sobre comunidades particulares. Y, además, considerarlos como agentes de transformación social. En palabras de Botrel:

"Más que por el lado despectivo del provincialismo o provincianismo, pues

[56] Historia local como diferente de historia regional. Aunque ambas tienen similitudes estrechas, la primera se agota en los límites geográficos establecidos institucionalmente, mientras que la segunda apunta a ser más amplia

(concepto al fin y al cabo centralista y reductor), tendríamos que invertir la perspectiva y reconstruir, posiblemente a nivel de cabezas de partido o de capitales de provincia, el universo mental de todos aquellos protagonistas fijos institucionales, permanentes o temporales, de la «sociedad local» con sus tensiones, conflictos, dependencias, ilusiones, frustraciones...” (Botrel, 1992).

Como señala el autor, la prensa terminaba funcionando como una configuración, una reivindicación de la identidad colectiva de una región o localidad.

Siguiendo a Medina Rubio (1992), proponemos para este estudio, la siguiente noción de historia: “La historia es la memoria colectiva de una sociedad cualquiera, a partir de la cual los hombres tratan de comprender y de explicar el pasado en todas sus dimensiones y expresiones, descubriendo sus constantes —espacios de leyes sociales—y proponiendo líneas para el desarrollo ulterior de esos mismos hombres.”

Así, y dejando de lado la historia episódica, la de los ‘grandes hombres’ es como se abre lugar el estudio de la prensa local y regional como fuente de conocimiento histórico. Y, además, queda también desligada de lo meramente descriptivo, porque al analizar desde la comunicación, desde lo discursivo, el contenido de estos periódicos, es como podemos adentrarnos en las relaciones entre los actores sociales de ese momento. La historia recuperada de medios regionales no es una mera reproducción del pasado, sino que a través de ella se busca “la comprensión y explicación del devenir de los hombres en el tiempo” (Medina Rubio, 1992). Esta interpretación del pasado, está asociada invariablemente a la noción de espacio. Y, en este caso, más específicamente, a la de espacio geográfico de la ciudad de Moreno de la década del ‘40: un espacio definido por la semiruralidad, con un centro urbano comercial relativamente pequeño, pero con una comunidad que busca cohesionar cada vez más. El hombre, por ser hombre, establece un vínculo con el espacio en el que vive, y una de las fuentes para dilucidar esa relación, ese vínculo, es la de los medios locales.

De esta manera, la prensa local resulta necesaria para afianzar el vínculo de las personas de una comunidad con su propio espacio, su región. Esta propiedad mediadora de la prensa resultó fundamental para, por su poder de consolidar el sentido de comunidad, terciar en proyectos que fueran relevantes para la

sociedad morenense. Uno de esos proyectos, fue el de un complejo cinematográfico dentro del Partido, de dimensiones semejantes a una ciudad, que albergará tanto a varios estudios cinematográficos como a las personas que trabajaran en ellos. A través de una fuerte publicidad por parte del periódico *Para Ud!..*, sumada a la propaganda estatal, caracterizada por la misma vehemencia y entusiasmo que las notas del periódico, se fueron conociendo partes del proyecto.

¿Qué tan influyente pudo haber sido el *Para Ud!..*, considerado como un agente de socialización, y como tal cohesionador social de la comunidad morenense, en la cuestión de la "Ciudad Gaucha"? ¿Qué grado de responsabilidad le cabe, entonces, a los que resultaron damnificados? Aunque, por supuesto, no hay que perder de vista que, habiendo el mismo Estado promovido el proyecto –y no era para menos, considerada la magnitud del mismo-, el mismo periódico pudo haberse considerado, y con justa razón, como uno de los perjudicados. En parte esto último se sostiene si consideramos que, al menos hasta ahora, no se encontró registro alguno de quejas directas por parte de algún vecino estafado, dirigidas específicamente al *Para Ud!..*.

La responsabilidad del periódico en todo este entramado de publicidades va más allá de la mera publicación de notas de color sobre la obra en el partido: no es únicamente que el periódico, como tal, tuviera publicidades y noticias sobre un acontecimiento específico de la ciudad de Moreno. Cobra relevancia en cuanto a que, desde sus orígenes, y como dijimos más arriba, el mismo surgió como un semanario específico sobre cine. Y, aunque esta temática única duró poco, hasta entrada la década del '50, las noticias cinematográficas fueron altamente relevantes en el cuerpo del periódico quincenal.

Existía, así, una comunidad que se conformaba a través del cine, un cine que las nucleaba mucho más allá de la mera lectura e interpretación de los textos del *Para Ud!..* Siguiendo a Staley Fish (1982), la "comunidad interpretativa" no consiste tanto en un grupo de individuos que comparte cierto punto de vista, sino que en todo caso, estamos ante una perspectiva y forma de organizar la vida que "comparte individuos". Por eso, las categorías de comprensión compartidas terminan conformando la conciencia de los intérpretes individuales quienes terminan convertidos en miembros involucrados y extensiones de una

comunidad.

CONCLUSIONES

La importancia de la prensa como objeto de estudio es innegable. Tanto como medio de conocimiento –en el sentido de conocimiento histórico-, como configuradora de los espacios sociales. Esto último, ilustrado en el presente trabajo, a través de la activa actuación que desarrolló el periódico *Para Ud!*.. en el planeamiento y trunca construcción de la "Ciudad Gaucha".

Haber analizado las publicaciones en el medio local, referidas a un tópico particular, nos abrió un abanico de detalles sobre la vida social y cultural de ese momento. Así, la importancia de lo local, traducido en un proselitismo por parte del periódico, sumado al interés que todo lo referido a lo cinematográfico suscita en la sociedad del momento –interés retroalimentado a su vez por las publicaciones sobre cine del *Para Ud!*..- fueron el caldo de cultivo ideal para un proyecto que, no habiendo resultado, recibió todo el apoyo de la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo Tarazona, Á., & Villabona Ardila, J. (2020). La prensa como fuente documental para el análisis y la investigación social. Historia y MEMORIA, (20), 347-373.
- Botrel, J. F. (1992) "La prensa en las provincias: propuestas metodológicas para su estudio" en: Historia contemporánea. Las élites de la España contemporánea, número 8.
- Fisch, Stanley (1982). Is there a text in this class? The authority of interpretative communities. Massachusetts: Harvard University Press.
- Muñoz, K. (2014). "Los orígenes del peronismo en un partido del conurbano bonaerense: Moreno", 1943-1948. RED Sociales. Revista electrónica del Departamento de Ciencias Sociales, 4, 170-186.
- Ocampo, Juan Carlos (2008). La ciudad y partido de Moreno. Desde sus

orígenes más remotos hasta 1949. T I y II. Buenos Aires, Dunken.

- Passarelli, Oscar (2014). Imágenes de la memoria. La historia de Moreno en fotos. Moreno, García Ediciones. ---------- (2017). Moreno. Su historia, su gente. Moreno, García Ediciones.
- Rubio, Arístides Medina (1992). “Teoría, fuentes y método en historia regional”. Historia Regional. Siete ensayos sobre teoría y método.

COMUNICACIÓN POPULAR: ¿LITERATURA ARGENTINA O LITERATURA NACIONAL? *(CUANDO LA HISTORIA LA GANAN LOS QUE ESCRIBEN)*

Gustavo Gordillo | Universidad Nacional de Lomas de Zamora
gustgordillo@gmail.com

RESUMEN

Hay, seguramente, varias maneras de abordar el tema. Estamos en un congreso de la REDCOM, esta red que busca unir o lograr alguna confluencia entre las carreras de Comunicación que existen en nuestro país. Luego, nos encontramos en el eje temático 3, el de Comunicación popular y comunitaria. Podríamos estar también en el eje 15, de Comunicación política, o en el 16, el de Comunicación y cultura, arte y estética. Y por qué no en el eje 9, el de Comunicación y ciencia. Porque la temática a pensar es, en varios puntos transversal a todos esos ejes y sin duda se nutre de saberes desperdigados en la centralidad de cualquiera de ellos. Pero elegimos el de comunicación popular porque hace referencia a la problemática central de nuestra ponencia: lo popular y comunitario.

Empecemos diciendo que ese nombre tiene tan buen concepto entre quienes son parte de estas carreras como escasez de significancia y prestigio para la Academia en general. Suele relegarse a la exposición de pequeñas –por su escala- experiencias en el mundo de la comunicación: sistematización de prácticas en radios y televisoras de baja potencia, algún caso de transmisiones en streaming o directamente prácticas comunicacionales que ocurren en el territorio, si es en

barrios periféricos, mejor. De más está decir, espero, que esta segmentación –tan parecida a la discriminación- es un completo disparate: un sinsentido que atenta contra el espíritu mismo de la "disciplina madre" que abarca todos los ejes. Esto es, la comunicación.

Porque es evidente que toda comunicación ocurre en una comunidad, por lo que es necesariamente "comunitaria". Y si pensamos en alguna comunicación que no contemple el término "popular" –puede haberla- no parece que tenga la menor relevancia de ser pensada en un Congreso de comunicación de ninguna clase. Por lo menos, no de los que incluyen carreras que se dicten en universidades públicas que se dediquen al estudio de la comunicación. Quiero decir: podemos imaginar una conferencia que analice las comunicación empresarial interna de Techint o de Coca Cola, o de los sistemas de comunicación interna de cualquier empresa privada pero ¿Qué sentido tendría su exposición si no son extrapolables o útiles para la gran masa poblacional?

Dicho esto, vamos a pensar esta comunicación popular y comunitaria haciendo foco en una de las menos transitadas disciplinas o problemáticas de este eje: la literaria.

Y en este caso no queremos hacer trampa llamando "literario" a cualquier material escrito y producido para ser leído (que lo es). Ni los panfletos barriales, ni los graffitis, ni las instrucciones impresas, ni los afiches o carteles en la vía pública serán hoy materia de esta exposición. No porque no sean –o puedan ser- considerados "literatura", sino porque eso, nuevamente nos llevaría a la descripción de producciones o consumos de sectores de mínima escala. Quiero referirme –en esta exhortación a la literatura- llana y sencillamente a la construcción escrita de ficciones, de historias, de relatos, cuya funcionalidad se completa cuando encuentra lectores y lectoras. Es decir: de lo que vulgar y masivamente se entiende cuando decimos "literatura". Y pensar, entonces, en la literatura, pero argentina. Esto es, hecha por argentinos y argentinas en la busca y el encuentro (o no) de sus lectores y lectoras (¿nacional?) (¿popular?). La literatura nacional argentina y su relación con lo popular.

UN POCO DE HISTORIA

En nuestra patria, la literatura comienza –según la historia oficial y académica- con los grandes relatos producidos en el siglo XIX por los nombres más famosos: Sarmiento, Juana Manuela Gorriti, Echeverría, Mármol, etc. Hay quien comete la osadía de incluir los "cielitos" de Bartolomé Hidalgo, en un amago de "patria grande" o de anexionismo porteño (no queda claro). De cualquier modo, la exclusión institucional o la inclusión pintoresca de Hidalgo (de padres argentinos, nacido y criado en Montevideo, militante artiguista, exiliado en Entre Ríos y Buenos Aires, donde se casa con una porteña y vende sus poemas por las calles, fallecido en Morón), como su historia y producción literaria, merecen una conferencia –o un congreso entero- de dedicación exclusiva y están del todo relacionado con lo que pretendo plantear aquí.

De modo que, de momento, voy a ser cómplice de la conspiración anti Hidalgo –por montevideano, por patriota, por poeta, por popular- y me voy a centrar en lo que vulgarmente es conocido y académicamente aceptado como la "literatura argentina".

Decía, entonces, que la literatura argentina parece comenzar con los Sarmiento, Echeverría, Gorriti etc. No existen registros ciertos de la recepción lectora de estas tierras. Apenas hay algunas referencias sobre la importación de libros europeos y su circulación en tertulias –siempre restringidas a los habitantes de mayor poderío económico-, pero sobre el grueso de la población existente, nada. Sí se estima que en 1810 había unos 800.00 habitantes y que 60 años más tarde, guerras de independencia e internas mediante, cuando el sanjuanino era presidente, la cifra llegaba al millón ochocientas mil almas para toda la Argentina. Resumiendo: en 60 años –guerras mediante- la población recién se había duplicado.

En el censo ordenado por Sarmiento –el de 1869-, se constató que la población analfabeta era casi del 80 %. Dado que los fallecidos en la gesta emancipadora y en las batallas internas no solían ser en su mayoría pertenecientes a las elites ilustradas, se puede suponer que en 1810 –y durante todo ese lapso- el porcentaje alfabetizado era, siendo desmesuradamente optimistas, de similares proporciones.

Haciendo un simple cálculo, el crecimiento demográfico fue de poco más del 1% anual. Esto implica que, para 1846, digamos, cuando los "grandes autores" ya habían hecho o estaban haciendo circular los "grandes libros", los 800.000 habitantes se habían convertido en –seamos generosos- 1.300.000. Si –sigamos siendo optimistas y generosos- la población alfabetizada era del 20%, estamos hablando de un "público posible", de un universo total de 260.000 personas "con capacidad-lectora" en todo el territorio nacional. Cabe entonces intentar estimar cuántos de todos ellos se veían inclinados a ejercer esa capacidad lectora y luego cuántos, de entre ellos, se verían motivados a elegir, por ejemplo, El Facundo. El sentido común más básico nos dirá que las cifras no paran de decrecer. Es más que probable, en esta generosísima aritmética de la especulación, que, para seguir con el ejemplo, la obra magna de Sarmiento haya sido realmente intentada de leer, entre su publicación y la presidencia del sanjuanino (unos 25 años) por no más de cincuenta mil argentinos y argentinas. Y aunque hubieran sido todos y todas quienes ejercieran su capacidad lectora en beneficio del Facundo –algo poco creíble, sobre todo luego de haber tenido la experiencia de hacerlo yo mismo- siempre estaríamos hablando del ya estipulado 20 por ciento. Resumiendo: el 80 por ciento de quienes hollaban el suelo patrio desconocían minuciosamente las bravatas literarias del padre del aula, al igual que las de todos y todas –y eran una buena cantidad-- quienes insistían en usar la pluma y la palabra.

La pregunta que con toda inocencia puede surgir luego de este fárrago de aritmética especulativa es: ¿Para cuánta gente escribían estos señores y señoras? Es sencillo de entender que la respuesta es "para muy poca". La siguiente pregunta que la inocencia podría dictar es: ¿Y por qué razón estos literatos y literatas se esforzaron en producir textos si tan escasa era su consumición?

Tal cual decía: sería pecar de inocencia pensarlo de ese modo. Porque la pregunta no debería ser "para cuántos", sino "para QUIÉNES".

Es que, dadas las cuentas realizadas, es evidente que lo que llamamos "literatura argentina" nació con el objetivo de llegar –también por inevitabilidad estructural- a "unas pocas personas". Cuando las balas son pocas, la lógica dice que hay que seleccionar bien los objetivos.ni siquiera es imputable a la ideología de quienes escribían: simplemente, era lo que había. Claro está: tampoco se conoce esfuerzo

alguno por “aumentar” ese universo posible (las muy tardías campañas de alfabetización tenían más que ver con el temor de que las oleadas inmigratorias pervirtieron o hicieran olvidar directamente el idioma español que con el afán de “igualación de oportunidades”).

PORQUE EL SER GAUCHO… ¡BARAJO! / EL SER GAUCHO ES UN DELITO

Será recién a partir de 1872 en que José Hernández logrará –probablemente para su propia sorpresa- burlar la restricción de la miseria y el analfabetismo de las grandes mayorías (que, no se preocupen, tampoco es que votaran o tuvieran alguna participación en las decisiones políticas). Levantado su obligatorio exilio pero proscrito política y periodísticamente –el entonces presidente de la nación, el inefable Domingo Faustino Sarmiento, le permitió regresar al país bajo la condición de no dedicarse a ninguna de las dos tareas que había desarrollado toda su vida-, Hernández borroneará cuartillas en papel barato con los versos del Martín Fierro, que publicará con la indicación expresa de que el folleto tuviera bajo costo, con la mirada claramente puesta en los habitantes de *la campaña*, más que en los de la ciudad. Los habitantes *alfabetizados* de la campaña, claro está.

Si bien Hernández, con 38 años, era un veterano combatiente y activista político de toda su vida a través de las armas y la prensa –por lo que podemos asumir que entendía perfectamente el poder de la publicidad en esos campos-, no es probable que haya imaginado el suceso que acabaría de detonar. A las escasas librerías que existían en la ciudad se le opondrán las mucho más numerosas pulperías y almacenes de campo en las provincias del Litoral: allí la obra encontraría a su público[57]. Un público, como decía, que excede las posibles previsiones o estrategias de difusión que su autor pudo haber tenido: el folleto se vendía a 10 pesos, pero el salario de un peón rural, la mayoría de los cuales eran analfabetos, no supera los 150 pesos –como imaginarán, dado que el “Estatuto del Peón Rural” se sancionará recién 71 años después y constituyó una de las medidas más combatidas por la patronal antiperonista, no era una cantidad demasiado holgada-. ¿Cómo fue entonces que el «Martín Fierro» tuvo tanto éxito? Pues parece que en las pulperías siempre había una copia del folleto y un lector, quien

57 Ver LOIS, Élida y NÚÑEZ, Ángel, *Primera edición crítica de Martín Fierro*, 2001, Colección Archivos de la UNESCO

lo cantaba a los demás. Pronto se impuso la figura del recitador y cantante profesional, un payador que declamaba el poema acompañándose con su guitarra", tal cual subraya Lois (LOIS, Élida y NÚÑEZ, Ángel, 2001). Lo cierto es que en sólo 10 años, desde su publicación original y hasta cuando Hernández lanzó la 12° edición del poema -la última que corrigió en vida-, se vendieron 58.000 ejemplares. El mayor suceso editorial del siglo XIX, por lo menos, en Argentina. Reconocido éxito de ventas, calurosamente festejado por editores y almaceneros, también lo fue por los intelectuales más prestigiosos de su época: En 1894, el español Miguel de Unamuno, considera que el poema "es lo más fresco y más hondamente poético que conozco de América".

Pero no son las alabanzas culturales o sus méritos literarios –la vigencia de la obra, a 150 años de su publicación, me exime de meterme en los peliagudos y siempre opinables andariveles estéticos- lo que me interesa destacar. Tampoco su éxito de ventas, especificado como tal. No. Es, en todo caso, la respuesta aluvional que recibió, la repercusión y recepción inusitada y fuera de todo cálculo que aquelas cuartillas de Hernández recibieron y que constituyen, con toda probabilidad, en gran parte el origen y la motivación de su éxito de ventas y de críticas.

Voy a suponer que todos y todas conocen aquí, palabra más, verso menos, el contenido de la obra de Hernández. Un contenido que, si pensamos en la carta del Sarmiento de 1858 a Domingo de Oro, donde describe el proceso electoral de ese año y le dice que "*la audacia y el terror, empleados hábilmente, han dado este resultado admirable e inesperado [...]. Los gauchos que se resistieron a votar por los candidatos del gobierno fueron encarcelados, puestos en el cepo, enviados al ejército para que sirvieran en las fronteras con los indios y muchos de ellos perdieron el rancho, sus escasos bienes y hasta su mujer*", parece haberse edificado como minuciosa contestación y refutación política. No es totalmente delirante pensarlo así. En especial si tenemos en cuenta que, en primer lugar, el poema es escrito *durante* la presidencia de Sarmiento, quien era el responsable tanto del exilio del poeta como de su posterior "perdón" con proscripción absoluta. Amén de que el mismo Sarmiento era también sospechado responsable real del ese crimen en cuestión (el asesinato de Justo José de Urquiza). Y en segundo lugar *(last but not least)* si pensamos el texto de Sarmiento –la *boutade*,

el exabrupto enviado a Domingo de Oro- no como un "recorte particular y coyuntural" de su pensamiento sino como el espíritu fundante según el cual podían ser leídas las palabras y las acciones del entonces presidente a lo largo de toda su actuación pública. En especial para un claro opositor –durante toda su vida- a las ideas del partido gobernante en ese momento, como lo era Hernández.

Sintetizando: el Martín Fierro de 1872 es un texto esencialmente político, amén de las consideraciones literarias, poéticas, psicológicas, religiosas o metafísicas que se quieran aplicar. Y digo político en el significado más llano y claro del término, no sólo como "todo es político": es un texto escrito *para* intervenir en la disputa de poder, tanto fáctico como simbólico. Como lo había sido (¿Como lo era entonces? ¿Cómo está hoy?) el Facundo[58]. O como lo era –con mayor o menor énfasis panfletario- toda la literatura de la época. Podríamos dedicar horas y horas, páginas y páginas, para demostrar el posicionamiento de las obras de Gorriti, de Mármol, de Echeverría, de Cambaceres o de Cané, pero excede al tema que nos compete hoy.

A lo que quería arribar es a lo siguiente: tanto el *Facundo* como el *Martín* Fierro son obras políticas, son obras escritas en el siglo XIX y son obras que han trascendido su época, como las de los autores recién mencionados. Sólo que con una diferencia: salvo la de Hernández, ninguna de ellas traspasó el corral del analfabetismo para su recepción. Ninguna llegó a los miserables, a los desheredados, a los oprimidos, a los estructural y genealógicamente *fuera del sistema*. Es decir: ninguna se rozó siquiera con la inmensa mayoría de los habitantes de la nación de su época. Es de suponer que sus autores eran plenamente conscientes de ello. Aun mientras las escribían, sabían cuál sería su público lector. No obstante, igualmente las escribían y publicaban. No es difícil concluir que la idea de ser leídos por la mayor parte de sus compatriotas no era un tema que les preocupa en demasía. Al revés de Hernández quien, sabiendo de la imposibilidad de acceso de la mayoría analfabeta, intentó por todos los medios llegar a la mayor parte de la población posible. Con un resultado que –sin duda- superó sus propias expectativas.

58 "Remito a usted un ejemplar del Facundo... obra improvisada, llena por necesidad de inexactitudes, a designio a veces, no tiene otra importancia que la de ser uno de los medios tocados para ayudar a destruir un gobierno absurdo..." (Sarmiento - Carta a José María Paz, 22.12.1845.)

Alguien puede suponer una simple casualidad, una afortunada alineación estelar o una astuta demagogia estilística de Hernández. Sería tal vez atendible, si no fuera porque el resto de las obras de la época –incluido el *Fausto Criollo*, de Estanislao del Campo, también escrito en verso, también utilizando un lenguaje gauchesco y con un objeto humorístico- no sólo *no llegaban* al pueblo llano, sino que fortalecen las ideas de los sectores acomodados y de los gobiernos que se sucedían –con torpezas, desfalcos y matanzas- desde 1853 en adelante. Con toda coherencia, no se dirigían a la inmensa mayoría de los habitantes de estas tierras, no les *interesaban* esos habitantes de la Argentina, no defendían los intereses de *esos* habitantes de la Nación, sólo tenían ojos, voz y letras para una pequeñísima minoría: los triunfadores de Caseros. Total coherencia, como decía: llegaban a quienes les interesaba llegar. Eran leídos –en mayor o menor medida- y tenían el favor de aquellos a quienes querían favorecer y por quienes deseaban ser leídos. Eran autores y autoras nacidos en estas tierras que deseaban ser tenidos en cuenta *por un sector* de hombres y mujeres al que, por eso, o vaya uno a saber por qué, tenían especialmente en cuenta. Tal como le ocurrió a Hernández, en sentido contrario y contra sus propias previsiones.

El tema, el de la comunicación popular, el de la literatura, el de las políticas y el de cualquier relación humana, sigue siendo –ante la imposibilidad de complacer o llegar o tener en cuenta a la totalidad- quiénes son aquellos y/o aquellas que quedan excluidos y quiénes los y las privilegiados/as que sí quedan dentro. Es decir: ya no quiénes, sino cuántos. Cuántos sí y cuántos no. Puede parecer impropio hablar de números cuando nos referimos a personas y sin duda lo es si hablamos de 7325 contra 6790 –agréguense los ceros que se gusten-, por ejemplo. Pero si hablamos del 20% contra el 80% -como era el caso-, no sólo no es impropio, sino que es lo más cercano a lo humano que podemos pensar. Y que quede claro: no estoy postulando sobre el mensaje, sino sobre la intención *hacia*, la llegada *a*, y –en función por el esfuerzo para ello- la importancia dada *a* esos colectivos.

Ninguno lo hizo antes que Hernández y su *Martín Fierro*: es el primer caso de lo que podríamos llamar literatura popular. No sólo hablaba *de* sus compatriotas, no sólo denunciaba las injusticias que aquejaban a los desheredados, también *les hablaba a* ellos, tomando todas las medidas a su alcance para facilitar ese

diálogo. Devuelta con creces por caminos alternativos. No era sólo "literatura argentina" –en el sentido del lugar de procedencia del autor, o del de los personajes retratados-, ni "literatura popular" –en el sentido de la ocasional recepción de la misma-, no: era literatura argentina, popular y consustanciada con las problemáticas de las mayorías silenciadas o marginadas: realmente, literatura nacional.

Deberán pasar casi 60 años para que vuelva a quedar de relieve esa distinción que estaba marcando. Ocurre cuando –claro: siempre aparece alguno- surge un escritor que da la nota. Uno que –comprobada y explícitamente- intenta llegar a la mayor cantidad de compatriotas posible. Un escritor que toma como material literario a ese sector de habitantes –ya no todos ni todas "compatriotas" en sentido estricto- de estas tierras. Un escritor que, al igual que Hernández, denodadamente hace todo lo que está a su alcance para ser leído por el máximo posible de individuos (un máximo que ha aumentado sensiblemente en porcentaje)[59]. Y que, al igual que Hernández, pero esta vez *con la voluntad expresa de hacerlo*, lo logra.

OTRO POCO DE HISTORIA.

Las primeras décadas del siglo XX son un torbellino de acontecimientos mundiales y también nacionales. Si la cotidianeidad de los humanos de a pie se había visto deslumbrada por las maravillas de los adelantos tecnológicos (el avión, la luz eléctrica, la radio, la telefonía, el cine, etc), todos producto de la carrera científica enancada en un sistema de acumulación de riquezas que parecía destinado a concretar los sueños más osados sin que nada pudiera detenerlo, también comenzaban a aparecer, violenta y espectacularmente, los problemas que ese mismo sistema prohijaba: la Gran Guerra (como entonces se la llamó) de 1914, la Revolución Rusa en 1917, el Crack de la Bolsa en 1929, hablan de un mundo donde las "resquebrajaduras" eran de tamaño sideral. En el mundo entero, la

[59] El único dato que resulta conmensurable es el que arrojan los Censos Nacionales. Si el de 1869 arrojaba casi el 80% de analfabetos, el de 1914 apunta que el porcentaje era del 35%. En 1947, el Censo pudo constatar que el analfabetismo en la Argentina había bajado a poco más del 13% en total. Es lícito especular que, para la época de la que estoy hablando (los 20's, 30's), la cifra se situará por debajo de aquel 35% y en tránsito hacia el 13%. Aun si la cifra de 1914 se hubiera congelado por 15 años, estamos hablando de una significativa cantidad de aumento en el *universo lector*.

concentración de los habitantes en torno a donde estaban las posibilidades de trabajo y la maquinaria económica que exigía la fuerza laboral ingente de grandes cantidades de seres humanos produjo las primeras "inconveniencias". Baste recordar que uno de los primeros filmes de los hermanos Lumière, de 1895, es *La Sortie de l'usine Lumière à Lyon* (*La salida de la fábrica Lumière en Lyon*), donde se muestra la salida de los obreros de una fábrica de los mismos hermanos Lumière en Lyon (Francia), durante 46 segundos. Durante ese tiempo, los obreros que trabajan en la fábrica salen por la puerta que da a la calle Saint-Víctor, después de una jornada de trabajo. Son, a lo menos, más de cien y en su mayoría son mujeres. Hasta que, finalmente, después de salir los últimos, el portero cierra las puertas. Si a ese testimonio le agregamos lo ocurrido 9 años antes en Chicago (EEUU), la "revuelta de Haymarket", por la aplicación de una ley que impidiera a los obreros trabajar más de 8 horas diarias, que terminó con la ejecución masiva de sus líderes, a quienes desde entonces se conoce como "los mártires de Chicago", tendremos un panorama bastante evidente de lo que sucedía en el mundo.

En ese contexto, en la Argentina, aunque lejano furgón de cola de ese rampante sistema de explotación y progreso tecnológico, los problemas –con características propias-- eran los mismos. En plena consolidación del sistema agro-exportador, pero con una conducción fanáticamente unitaria y con el territorio repartido en unos pocos y poderosos latifundios, la circulación del dinero se concentraba en Buenos Aires. Lo escasamente poblado del territorio nacional, junto a las condiciones de opresión y miserabilidad estructural de esa población –recordemos: el censo de 1869 arrojó un total de menos de dos millones de habitantes, de los cuales el 80% eran analfabetos-, más el desprecio institucionalizado para con esa mayoría, condujo a poner énfasis en atraer la inmigración extranjera. Lejos de las fantasías sarmientinas/alberdianas de que acudiera masivamente "las mejores gentes" de Europa y los EEUU, quienes aprovecharon las promesas de bienestar y trabajo que alocadamente impulsan las autoridades argentinas fueron –como hubiera cabido suponer- aquellos y aquellas que peor la pasaban en sus tierras de origen. Las ciudades, así, se poblaron de italianos, españoles, y hombres y mujeres provenientes de la Europa oriental que buscaban "hacerse la América". Esto, unido a la inexistencia de derechos laborales y la avidez y desesperación por emular el "progreso" del

mundo tuvo un obvio colofón: la súper explotación de los trabajadores y la agremiación de estos para defenderse de ella. Los inmigrantes, entonces, para la "gente buena" de Buenos Aires, pasan así rápidamente de ser esperanza a problema. Empieza a manifestarse una suerte de "racismo socioeconómico" de parte de las elites ilustradas: la novela de Eugenio Cambaceres, un "bon vivant" de la época, titulada *En la sangre* (CAMBACERES, Eugenio, 1887) es un claro ejemplo de ese odio y terror que los extranjeros producían[60]. También se tomaban drásticas medidas políticas como la sanción de la Ley de Residencia, redactada y presentada por Miguel Cané en 1902 por expreso pedido de la Unión Industrial de la época[61]. Esta ululante xenofobia tendrá variadas consecuencias[62], como la entronización del *Martín Fierro* como obra capital de la patria, en 1912, a partir de las conferencias de un entusiasta y ya largamente oficialista Leopoldo Lugones.

QUE LOS EUNUCOS BUFEN...

En ese panorama internacional y doméstico crece y se desarrolla en los suburbios porteños un joven hijo de trabajadores inmigrantes prusianos. De tropezada y no demasiado extensa ni amplía educación formal, Roberto Arlt abandona el poco amable hogar paterno a los 16 años y va tratando de insertarse en al ámbito laboral. Pintor de brocha gorda, ayudante en una librería, aprendiz de hojalatero, peón en una fábrica de ladrillos, son sólo algunos de los oficios con los qué intentó ganarse la vida. También, a partir de los 20 años, en el periodismo, colaborando en periódicos de extrema derecha como *Patria* y luego en publicaciones como *Extrema Izquierda*, *Izquierda* y *Última Hora*. Sin fortuna familiar, antecedentes patricios, conexiones internacionales ni dominio de otro idioma que el propio,

60 Esto también ocurrió en los EEUU: la obra de Lovecraft tiene esa inspiración. A nosotros nos tocó Cambaceres.

61 La ley N° 4.144 de **Residencia de Extranjeros,** más conocida como **Ley de Residencia** o **Ley Cané**, fue una legislación argentina de 1902 que autorizó al Poder Ejecutivo a impedir la entrada y expulsar a extranjeros "cuya conducta comprometa la seguridad nacional o perturbe el orden público". El extranjero contra quien se hubiera decretado la expulsión tendría tres días para salir del país, pudiendo el Poder Ejecutivo, como medida de seguridad pública, ordenar su detención hasta el momento del embarco. A partir de esta ley, el Poder Ejecutivo podía acusar y castigar (expulsar) a personas extranjeras sin que en ningún momento interviniera el Poder Judicial. (Wikipedia)

62 Entre las cuales no sería delirante pensar la mismísima Ley Saenz Peña, que en 1912 deja fuera del sistema con precisión no a las mujeres, a quienes segrega de manera pragmática al no estar empadronadas, sino a quienes, según el Censo de 1914, constituían el 60% de quienes habitaban Buenos Aires y el 30% de los que lo hacían en la Argentina toda: los inmigrantes

logra hacerse un lugar mediante el periodismo y la escritura en el ambiente literario de la época. A partir de su amistad con Nalé Roxlo, en 1926 conoce a quien dirigía la revista *Proa* y era un caracterizado integrante de la elite literaria de la época, Ricardo Güiraldes. Él será quien, cuando Arlt le muestra su primera novela, *La vida puerca*, le sugerirá dos cosas: que la presente en el concurso de *Editorial Latina* y que le cambie el título –que consideraba un tanto brutal para la época-. Arlt sigue ambos consejos y la novela gana el concurso con un nombre cuyo significado todavía no termina de explicarse: *El Juguete Rabioso*, y es publicada. Güiraldes, hombre criado entre París y Buenos Aires, sin preocupaciones económicas de ningún tipo, abocado de lleno a la cultura, la literatura y la poesía –está por publicar su obra más recordable, *Don Segundo Sombra*-, es casi la contracara perfecta de ese joven brioso y buscavidas de quien se convierte en amigo y *protector*. Contribuye a paliar la complicada situación económica de Arlt y lo contrata como secretario, a la vez que publica en *Proa* un par de capítulos de la novela, como adelanto publicitario. Como se puede deducir, el "ganarse la vida" no era algo que le estuviera dando grandes frutos y constituía una preocupación cotidiana para Arlt. El tema del dinero será una constante preocupación en su vida y vertebrará su literatura, también. No quiere escribir para sus amigos, sino *trabajar* de escritor. Conseguir su sustento a partir de su escritura será algo a lo que dedicará todos sus esfuerzos. Sin registros precisos de las ventas o de la recepción lectora de su primera novela –hay una anterior, *Diario de un morfinómano*, de la que el propio autor prefería que nadie descubriera su existencia, que lo avergonzaba. El texto original no fue encontrado hasta ahora -, es lícito suponer que su éxito en ese rubro no fue importante.

El juguete rabioso presenta una distopía cruel donde el protagonista, Silvio Astier, es un muchacho humilde de los suburbios que intenta buscarse la vida como mejor le sale. Esto es: bordeando –o sumergiéndose, depende el momento-- en la delincuencia. Astier, casi lumpen, casi brillante, casi criminal, casi canalla, es el elegido por Arlt para que nos narra la historia. Resulta al menos curioso que, en esa historia poco elegante y plagada de miserabilidades –en consonancia absoluta con su título original-, su autor nos introduce, desde la primera línea, en la materia literaria: "Cuando tenía catorce años me inició en los deleites y afanes de la literatura bandoleresca…", dice, refiriéndose al personaje del zapatero. ¡En la

primera línea! En la primera línea de una narración en boca de un personaje, Silvio Astier, cuya biografía –pincelada por la novela- no nos permite, hasta donde se sabe, suponer grandes diferencias con la del propio autor. Sin embargo, entre esa voz experiencial de Astier y sus lectores, aparece subrayada y recurrentemente –como decía: desde la primera línea- *la literatura* como mediadora. Y esa literatura aparecerá durante toda la obra, mediando entre las descripciones del más crudo y sucio realismo y ese campo indefinible que es territorio de quien lee. Mediación. Literatura, para acercar mundos. Mediación entre el mundo de esos personajes que se nos hacen tan parecidos a cualquier persona viva del Buenos Aires de entonces y el de sus lectores.

La directa "exposición de males" que había hecho Hernández, con un responsable directo y una víctima que no obstante conserva su dignidad, da paso a la figuración de personajes irredimibles con un victimario inicial colectivo o abstracto: es el "sistema" en el que están insertos (hay que recordar que ya habían sucedido tanto la Gran guerra como la revolución rusa) el que no les permite salida ni dignidad ni honor alguno. Por eso Astier termina traicionando a su cómplice –el Rengo- para congraciarse con el poderoso en un final imposible de aplaudir desde la concepción de "belleza" que el literaturismo mandaba.

A falta de éxito editorial o de público, Arlt busca un modo más directo y cotidiano para ganar su dinero escribiendo: consigue trabajo como periodista. Cronista de policiales en Crítica primero y "figura literaria" en el naciente diario "El Mundo" después. Si el Parnaso cultural porteño lo miraba de reojo y con desconfianza, la cercanía con los lectores que la labor periodística le daba le iba a permitir el reconocimiento económico y público que buscaba. En "El Mundo" comienza a publicar sus aguafuertes –único artículo firmado del periódico- y logrará que se duplique la tirada con ellas. Sus Aguafuertes, escritas en lenguaje llano, serán siempre críticas, burlonas y tendrán un tono cómplice en primera persona que –aún hoy- hacen sentir a su ocasional lector en una conversación personal. Su segunda novela tendrá los resultados de su aprendizaje. No para congraciarse con aquel mandato de la elite literaria y buscar "la belleza" o el mensaje moral adecuado: sus personajes y el mundo construido seguirán siendo suburbanos y nada elegantes. Lo que incorporará será el diálogo, el guiño a sus lectores, sin

dejar nunca de “denunciar” a esa moral burguesa que, extraída de vaya uno a saber qué cuentito infantil, se insistía en perpetuar con las obras de sus contemporáneos. “Algo huele a podrido en Dinamarca”, parece decir Arlt en *El juguete rabioso*. “Algo está podrido en Dinamarca”, dice en *Los siete locos* (1929). Allí, la materia literaria volverá a aparecer, aunque ya no explícitamente, pero siempre para acercar esos mundos, para asegurarse su diálogo con sus lectores. La interminable sucesión de desgracias que le ocurren a –o que se autoinflige- Erdosain, el realismo sucio y sin esperanzas que recorre la novela, la crueldad, el cinismo y la estupidez suprema que resplandece y nos oscurece en sus personajes –también: construidos con y desde la materia prima más parecida a los hombres y mujeres que Arlt lograba observar en la época-, tal vez sólo sea digerible por los procedimientos literarios y paratextuales a los que el autor nos somete. Tanto los soliloquios del personaje principal –rayanos en el delirio-, como la consecuente dinámica de las “notas al pie” firmadas por un personaje ajeno a los acontecimientos, que no quiere confundirse con el autor (“Comentador”, lo llama), y que contradice, reflexiona sobre y cambia de rumbo las propias palabras del narrador omnisciente, nos alertan sobre la operación literaria que se está realizando. Sea porque el autor necesita “suavizar” la crudeza de su propio relato a fin de que el universo lector –que no está compuesto de esos personajes (aunque se le parezca)- pueda entrar y reconocer la canalla del mundo que constituye y en el que vive sin salir huyendo, o por la razón que fuere, lo cierto es que Arlt logra, en *Los siete locos*, literatura de literaturas. Ese “comentador” es un personaje de personajes que hace estallar el verosímil y la ficción. Introducido sin previo aviso en “notas al pie” –esto es: el lugar de “las aclaraciones”, el lugar de “la verdad”- lleva a sus lectores a separarse de la trama oscura, infeliz, que se está desarrollando y “consultar otra fuente” sin que terminen de saber de quién se trata, aunque supongan que se trata del autor, jugando a ser otro. Un diálogo, es decir: un vínculo. Ese vínculo que Arlt entendía como imprescindible para que sus lectores lo sean y sigan siéndolo. No es casual ni ajeno que la última de las “notas al pie” –lo último impreso en el libro- sea un “aviso” de la continuación del universo de esa novela en otra de próxima aparición: *Los Lanzallamas*. Una novela que aun … ¡No había sido escrita! Porque “el comentador” no es Arlt en tanto “autor literario”: es –diría Borges- *el otro* Arlt. El *Roberto Godofredo Christensen Arlt* que creó (agregando dos nombres inexistentes a ese personaje de fecha de nacimiento mentida y trunca trayectoria escolar inventada) para conversar con

quien lo leyese. Una “invención de autor” que buscaba romper con “la Academia” a fuerza de relacionarse íntimamente con sus lectores. Si en su motivación tuvo que ver el desprecio con el que “la academia” lo trataba, con el “sólo” deseo de hacer dinero o con una convicción furibunda acerca de su pertenencia a este pueblo, no importa para nada: para Arlt la literatura no es cosa de “bordados”, sino de un "cross" a la mandíbula[63].

Un autor, entonces que habla de y desde sus compatriotas menos favorecidos, que, por lo tanto, denuncia las iniquidades que sobre ellos se ciernen y que hace todo lo que está a su alcance para hablarle *a* ellos, interpelando –por lo menos (y sin duda) en las aguafuertes- a una gran mayoría, es sin duda un autor argentino, un autor popular y, por eso, un escritor nacional.

A MODO DE NO CONCLUSIÓN.

Después de Arlt ha habido algunos que intentaron recorrer esos caminos, con suerte diversa.

La ya citada falta de información acerca de las recepciones de la literatura sólo nos permite especular respecto de las intenciones manifiestas. Raúl Scalabrini Ortiz, Arturo Jauretche, Carlos Raúl Muñoz del Solar (o Muñoz y Pérez, o “el Malevo Muñoz”, o “Carlos de la Púa”), el propio Borges (sí, por supuesto), Homero Manzi, Discépolo, Walsh y algunos y –seguramente- algunas otras y otros. Lo cierto es que, a excepción de Manzi, Discépolo y otros letristas de tango que entre ser “hombres de letras” o “hacer letras para los hombres” eligieron la segunda opción, no tenemos demasiados datos sobre cómo fueron recibidas sus obras. Sabemos que muchas de sus sentencias o construcciones han quedado fijadas como el

63 Me atrae ardientemente la belleza. ¡Cuántas veces he deseado trabajar una novela, que como las de Flaubert, se compusiera de panorámicos lienzos...! Mas hoy, entre los ruidos de un edificio social que se desmorona inevitablemente, no es posible pensar en bordados. (...) El futuro es nuestro, por prepotencia de trabajo. Crearemos nuestra literatura, no conversando continuamente de literatura, sino escribiendo en orgullosa soledad libros que encierran la violencia de un "cross" a la mandíbula. Sí, un libro tras otro, y "que los eunucos bufen". El porvenir es triunfalmente nuestro. (Roberto Arlt. 1931. *Palabras del autor*. del prólogo a *Los Lanzallamas)*

gaucho a Hernández o “el porteño” a Arlt. Los malevos y compadritos que podemos pensar, tienen la impronta de los de Borges, toda discusión sobre lo nacional está pegada a las sentencias de Scalabrini o Jauretche, la jerga de arrabal lleva el sello inconfundible de De la Púa. El sueño de que la realidad estalla en la literatura y que la literatura estalle la realidad, tiene máscara “periodística” y está indisolublemente unida a Walsh.

Todo aquello como rastreo casi “antropo-paleontológico”. Es ver –o querer encontrar- los sustratos de ese espíritu en construcciones más actuales.

FINAL:

Pero ¿Qué pasa con la Literatura que se produce HOY?

Porque si las canalladas sarmientinas de exclusión salvaje y desprecio militante por la mayoría de la población tienen actuales y fervientes continuadores y continuadoras con distintos ropajes, las empresas de Hernández y Arlt parecen haber sido abandonadas a toda prisa. Como “casas marcadas” durante la última dictadura, sólo el polvo y descartables vestigios de haber sido ocupadas es lo que se vislumbra de ellas.

Hubo algunos intentos, un poco más acá en el tiempo. Roberto Fontanarrosa, Osvaldo Soriano y sin duda muchos hombres y muchas mujeres hicieron algún amago por seguir esa línea. Pero parecería que los hacedores y hacedoras de la concepción popular han “entregado las armas” en lo que a literatura se refiere.

No es una empresa fácil, desde luego. Costó –y, en determinados ámbitos, aún cuesta-- que dejen entrar a Fontanarrosa, a Soriano, a Walsh, al mismísimo Arlt y también a Hernández a ese custodiado Edén privado que es la llamada literatura argentina. Tal vez porque lo que lleva ese nombre no sea, en términos estrictos, literatura nacional. En las materias, en los institutos y en las universidades argentinas que tienen alguna ligazón directa con lo literario está prácticamente

prohibido –es demodé, de mal gusto, antiartístico, extra-literario- pensar en llegar con la palabra escrita al grueso de la población (esa que, como en 1870 y antes, es la más castigada, la menos favorecida y la más temida): las prácticas y las reglas que se difunden tienen que ver con la corrección en la sintaxis, la ortografía o el "buen decir" liso y llano.

Quieren hacernos creer que perdimos la batalla. Pero la historia de nuestra nación ya nos ha enseñado cuál es la única batalla que se pierde.

Por todo esto es que hago un llamado a persistir en la pelea, inventemos nuevas armas, si es necesario. O mejor: descubramos las armas que las mayorías ya tienen y comencemos a usarlas, porque ¿Qué pasaría si nuestros niños y niñas, nuestros adolescentes, nuestros y nuestras jóvenes y el resto de la población adulta mañana comenzará a escribir sus historias, nuestras historias? ¿Sin hacer caso de ningún canon ya establecido y pretorianamente defendido? ¿Qué ocurriría si la construcción literaria comenzará a emerger, aluvional, anárquica y prepotentemente del pueblo actual y para el pueblo actual?

Alguien podría decirme que eso ya –necesariamente- ocurrió y está ocurriendo. Sobre todo lo de anárquicamente. Y seguramente así es. El tema sería: ¿Estamos acompañando, impulsando, difundiendo, aprendiendo, multiplicando y otorgando armas para eso?

No abandonemos el fuerte, compañeras y compañeros.

RADIO CAPUT: POSICIONAR Y SOSTENER UNA COMUNICACIÓN CONTRAHEGEMÓNICA

Vanina Ayelen Guillaza, | Instituto Universitario Nacional de Derechos Humanos “Madres de Plaza de Mayo”

Jorge Pardez | Instituto Universitario Nacional de Derechos Humanos “Madres de Plaza de Mayo”
jorgepardes@gmail.com

RESUMEN:

En este trabajo nos adentraremos en la tarea de narrar y describir, cómo, porqué y en qué contexto, Radio Caput se consolidó como un medio de comunicación que reversionó el formato tradicional de la radio y bajo un funcionamiento cooperativo, casi sin recursos, logró desarrollarse, permanecer y proyectarse como radio por streaming.

Su primera transmisión fue el 20 de abril del 2016, hoy siguen al aire y nos propusimos narrar esa historia, bucear en las teorías y las prácticas que lo hicieron posible.

Con la asunción de Mauricio Macri a la presidencia y su gobierno neoliberal, la comunicación popular y comunitaria entró en zona de riesgo. Es a partir de reflexiones como las de María Cristina Mata, que este grupo de militantes del campo nacional y popular decidió resistir, al entender a la comunicación comunitaria como horizonte y herramienta contrahegemónica de y para la transformación.

Aquí es donde toma protagonismo la idea de la radio, un medio que se replantea desde el mundo digital y avanza superando la determinación de lo analógico, incursiona en otros formatos y amplía perspectivas. Es también el componente político ideológico, aspecto que transversaliza el proceso, que constituye el mensaje y por ende al propio medio.

A lo largo del trabajo combinamos distintas estrategias teórico-metodológicas: entrevistas a actores, material archivo, descripciones de observaciones, transcripciones de audio, video, notas de campo y la inmersión en el territorio. Logramos reconstruir y sistematizar de forma colectiva el surgimiento, los desafíos y el posicionamiento de Radio Caput en el mundo del streaming.

Como creemos en el potencial de la organización, el cooperativismo y la comunicación como bandera, ejemplos como los de Caput son aquellos que sirven de instrumento a la hora de librar la batalla cultural.

Palabras clave: Comunicación comunitaria, radio, streaming, contrahegemonía.

FUNDAMENTACIÓN:

En la presente investigación intentaremos responder cómo Radio Caput, que surgió a partir de una necesidad política, militante y contrahegemónica, logró posicionarse y generar un mecanismo de solvencia propio que en la actualidad le permite sostenerse como radio por streaming.

En nuestro análisis y en diálogo con los diferentes actores, descubrimos que el principal problema no es montar la radio administrativa o técnicamente, sino sostenerla. Recordemos que según el informe (2019) la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP), en 2018 sólo el 2,1% de los medios comunitarios accedió a pauta oficial de la Nación, con una caída de siete puntos en relación a los datos de 2015. Frente a la falta de financiamiento, fueron las estrategias de sostenibilidad implementadas por los miembros de Radio Caput que lograron la prevalencia y el posicionamiento, lo que los destaca

en un contexto donde los medios comunitarios eran afectados por la persecución y las políticas de vaciamiento macrista.

La importancia de este trabajo está en evidenciar que la radio on line vino para quedarse y no se trata de un mero formato transicional. Porque, mientras se disputa el sentido del nuevo renacer de la radio tradicional, observamos que las definiciones de la radio por streaming estaban limitadas por la mirada tradicional de la radio. Cuando en realidad, este nuevo formato, nos invita a investigar y vislumbrar su origen, alcance, impacto en la audiencia y consolidación como nueva categoría.

Es mediante el presente que buscaremos explicar las distintas metodologías de captación de audiencia, sus distintos tipos y cómo Radio Caput fue más allá de las mediciones convencionales para tomar fuerza en el streaming. Por lo que nos resultó fundamental conocer la historia de su surgimiento, el contexto y los desafíos que han tenido que atravesar en los últimos 6 años, para intentar responder los principios sobre los que se fundó el medio y cómo lograron sostenerlo en el tiempo.

MARCO TEÓRICO:

En 1993 Carl Malumud, un tecnólogo defensor del dominio público, desarrolló “Internet Talk Radio”, el primer servicio de transmisión de audio por internet. Investigaciones como las de Jonathan Narváez Prieto: “Streaming, nueva era de la radio” (2008) publicado en la Revista Inventum de la Facultad de Ingeniería de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (Uniminuto) o el abordaje de “La radio en internet, un breve marco teórico para la comprensión y el estudio del fenómeno” por Carlos Milito y Lucía Casajús (2009) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), nos permitieron comprender de qué manera se dio la transición del formato analógico de la radio, a la transmisión vía streaming por Internet.

Por su parte, Claudia Villamayor (2011) sostiene que “el proceso de definición o redefinición del proyecto político cultural, comunicacional, organizativo y económico de una radio comunitaria y ciudadana lo construyen sus protagonistas en interlocución permanente, en un diálogo que es dialéctico, que no desconoce el conflicto como dinamizador del debate colectivo interno y

externo” y partiendo de estos conceptos nos adentramos a investigar la dimensión política, social y económica en la que se encontraban los actores que fundaron y formaron parte de Radio Caput, para gestionar un medio solvente en el tiempo pero sin perder la categoría de comunitario, alternativo y disidente.

Al reflexionar sobre las prácticas comunitarias, el territorio y los medios que intervienen, Washington Uranga (2019) afirmó que “son parte de la construcción de una comunicación democrática. Pensar la comunicación hoy está directamente vinculada con la política. No hay sociedad democrática sin comunicación democrática”, lo que nos invitó a investigar el contexto en el que surgió Radio Caput, la coyuntura política en el periodo 2015 - 2019 y cómo este medio se transformó en el micrófono que daría voz a todas esas voces silenciadas con necesidad inminente de responder con la producción de contar relatos. Es en este contexto que la radio se impulsó y comenzó a moldear su identidad y carácter convirtiéndose en un destacado medio comunitario contrahegemónico.

Continuamos profundizando en trabajos previos y la Tesina de Grado de Melanie Joana Re (2014) titulada “La era de los nuevos medios: Panorama general sobre la radio online” de la Universidad Nacional de Rosario, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, explica de qué manera internet logró posicionarse como un nuevo canal de comunicación y cómo revolucionó la comunicación tradicional. Un nuevo canal que Caput supo utilizar a su favor, ya que además de impactar en las vías convencionales de comunicación, también lo hizo sobre el mercado y en las lógicas de oferta, demanda e inmediatez de la información

.

Fue a partir de la Tesis de Maestría de Edgar León Márquez (2015): “Posicionamiento de la DTA radio online de la Universidad de Carabobo en los usuarios de las redes sociales desde el marketing 2.0” de la Universidad de Carabobo, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, que observamos cómo es posible desarrollar estrategias de posicionamiento de un medio comunitario y resistir al cambiante algoritmo de las redes sociales. “Si la revolución tecnológica ha dejado de ser una cuestión de medios, para pasar a ser decididamente una cuestión de fines, es porque estamos ante la configuración de un ecosistema comunicativo conformado no sólo por nuevas máquinas o medios, sino por nuevos lenguajes, sensibilidades, saberes y escrituras , por la hegemonía de la

experiencia audiovisual sobre la tipográfica, y por la reintegración de la imagen al campo de la producción del conocimiento. Todo lo cual está incidiendo tanto sobre lo que entendemos por comunicar como sobre las figuras del convivir y el sentido de lazo social" (Barbero, 2002). En este punto, nos permitimos debatir sobre los nuevos modos de producción de conocimiento por parte de los medios hegemónicos y cómo contrarrestarlo con producciones de sentido lo suficientemente potentes desde la gestión comunitaria, donde entendemos que la tarea de este tipo de medios es establecerse como productores del contrar relato.

Para concluir, consideramos importante destacar el aporte abordado en "Ecosistema radiofónico online en Argentina: un análisis comparativo de los contenidos de los sitios webs de agregadores, podcasters, radios online y offline" de Agustín Eduardo Espada (2017) publicado en la Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, donde se problematizan los contenidos digitales, la influencia de Internet en la producción y en el proceso creativo; y el desafío diario de conquistar y captar más audiencia. Creemos que comprender las necesidades y demandas de las audiencias, en conjunción con su "matriz sociopolítica" (Garretón, 2002) y el impacto que la hiperconectividad vinculada a Internet, permitirá a los medios comunitarios generar contenido de valor, que no solo sea seductor para las audiencias, sino que también tenga la suficiente potencia para desarmar los relatos construidos por los medios hegemónicos, y comenzar reflexionar en la consolidación de una herramienta para la producción de contrahegemonía.

DESARROLLO:

Al reflexionar en el formato tradicional de la radio nos es imprescindible recordar que la primera transmisión radiofónica en Argentina fue un 27 de agosto de 1920, desde la terraza del Teatro Coliseo de la Ciudad de Buenos Aires y fue protagonizada por "los locos de la azotea".

EL ORIGEN DE RADIO CAPUT

El proyecto cooperativo y comunitario que dio origen a Radio Caput, surgió en 2016 y legalmente está constituido como Asociación Civil Caput para la Cultura, la Comunicación y los Derechos Humanos, título que comprende a Radio Caput y a Infosiberia, el primer noticiero por WhatsApp y portal de noticias. Sin embargo, el origen conceptual del proyecto nació el 10 de diciembre del 2015, con el cambio de gobierno y la asunción de Mauricio Macri a la presidencia. Fue entonces cuando un grupo de amigos, compañeros y actuales fundadores, se reunieron con la idea de empezar a construir una herramienta de alcance comunicativo.

El primer producto de esta experiencia fue un portal web bautizado como InfoSiberia.com donde notaron que era muy difícil construir audiencia y sostenerlo económicamente. Al toparse con estos obstáculos, uno de sus fundadores propuso cambiar la estrategia y en lugar de que las personas busquen las noticias en un portal, la idea fue invertir la óptica y buscar la manera de que las noticias lleguen a las personas.

Los fundadores de Caput investigaron y descubrieron que las personas pasaban mucho más tiempo con sus celulares, que sentados en una computadora; y que la aplicación a la que le dedicaban más tiempo de pantalla era WhatsApp. De este hallazgo aflora la necesidad de conocer a un nuevo consumidor signado por la digitalización que decide que ver, cuando y donde. Bajo este escenario, el 24 de febrero del 2016 emergió InfoSiberia, el primer noticiero por Whatsapp, que comenzó con una prueba piloto en la que se enviaron noticias a diferentes amigos, compañeros, conocidos, un acto que rápidamente fue aumentando su volumen hasta consolidarse en una diversa comunidad. Hoy InfoSiberia tiene una llegada a un universo de más de 70000 suscriptores.

Mientras la comunidad iba en aumento, con un público diverso a lo largo de Argentina y países como Bolivia, Chile y Brasil, nace una nueva necesidad: centralizar la producción de noticias en una radio. Pero frente a la limitación de instalar una antena en el sistema de licencias radiales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la mejor opción era re versionar el formato tradicional y aventurarse a conocer el formato de la radio online, ya que “un servidor de streaming, para la

generación de una radio on-line, promueve a crear comunidades en donde se comparte información, se crean parrillas de programación sobre un tema en especial y se crea un sentido de comunidad bajo un bien común" (Narváez Prieto, 2008). Y en un contexto donde los recursos económicos escaseaban y solo contaban con $10.000, unas alfombras viejas descartadas por el teatro San Martín, en el cuarto piso del edificio de la calle Talcahuano 240 emergieron los estudios de Radio Caput en junio del 2016.

Desde la mirada de Javier Corcuera[64], exdirector de Caput, el momento en que se dio el surgimiento de la radio fue fundamental, "porque fue cuando periodistas y trabajadores de prensa fueron despedidos producto de la comunicación cambiante y el macrismo, hechos que convergieron y permitieron a Caput albergar a distintos periodistas, pero también a grupos sociales como agrupaciones políticas, sindicales, de organismos de derechos humanos." Fue la coyuntura política y social, las que permitieron al medio emergente tomar el lugar de "oposición" desde lo discursivo y que les permitió empezar a construir la identidad de Caput a partir del pensamiento crítico, la contrahegemonía y el sentido federal[65] y latinoamericano[66] de la comunicación, con el objetivo de generar una representatividad para aquellas voces silenciadas, marginadas e ignoradas en un ambiente sociopolítico donde eran invisibilizadas.

LA LUCHA POR LOS DERECHOS HUMANOS Y EL NEXO CON LA RADIO

En nuestro recorrido, desvelamos que el compromiso de Radio Caput con los Derechos Humanos es un hecho troncal de su identidad y la manera en la que producen sentido.

El estudio, el lugar donde las producciones cobran sentido y se distribuyen al público, fue inaugurado en un acto homenaje en octubre del 2018 donde el fundador y ex director de la radio, Juan Martín Ramos Padilla expresó: "hay que

64 Actualmente dirige Infosiberia y es el vicepresidente de la Asociación Caput. Fue el primer presidente de la asociación, cargo que en el cambio de autoridades dejó en manos de la entonces vicepresidenta Ana Fernández.

65 Siberia 24, un resumen semanal que contaba con la participación de corresponsales a lo largo de las 24 provincias

66 Siberia en América, noticiero con corresponsales en 10 países de Latinoamérica

defender las causas populares. No podemos permitir que este ni otro gobierno que trabaje en contra de los intereses del pueblo siga haciendo daño. Nos toca a nosotros impedirlo, eso es lo que me gustaría que tengamos en claro cada vez que entremos a ese estudio a hacer radio y miremos el nombre de Chicha Mariani". Un nombre significativo para quienes forman parte de la radio, ya que se trata de una de las abuelas fundadoras y la segunda presidenta de la Asociación Abuelas de Plaza de Mayo. Quienes integran Caput coinciden en que se trata de un espacio de lucha, un símbolo de resistencia y compromiso con la memoria, la verdad y la justicia.

Para descubrir nuevos horizontes Políticos, Culturales y Comunicacionales de una radio comunitaria y ciudadana hay que buscarlas en el saber que se construye en la comunidad. ¿Cómo? Escuchando sus historias, sus formas de mirar y comprender el mundo cercano y lejano, aprendiendo apasionadamente de sus claridades y de sus oscuridades, registrando el color, el sonido, la melodía con la cual hacen escuchar sus amores y desamores, sus luchas y sus reclamos. (Villamayor, 2007) Por lo cual destacamos la reflexión de Ana Fernández, Presidenta de la Asociación Caput que sostuvo "tenemos la mirada puesta siempre en los más humildes, tenemos el deber de reaccionar ante cualquier injusticia porque nosotros como Caput asumimos el compromiso de dar voz a los excluidos y a los que luchan. El camino que marcaron las madres, es el de los pañuelos blancos que hoy se van convirtiendo en otros colores y que comparten las mismas luchas en las que continuamos sembrando memoria y levantando las banderas de los, las y les 30.000."

Por su parte InfoSiberia, también se encuentra transversalizado por la perspectiva en derechos humanos, un ejemplo de esto es el seguimiento de los juicios por los crímenes de Lesa Humanidad, las reflexivas columnas de Ana María de Careaga, sobreviviente del centro clandestino de detención Club Atlético e hija de Esther Ballestrino de Careaga, detenida, desaparecida y fundadora de Madres de Plaza de Mayo, Además de los mensuarios donde participaron personalidades como Alejandro Larregina, Matias Moreno, Horacio Pietragalla, Victoria Montenegro junto a otros referentes de la educación, poder judicial y legislativo de nuestra Nación. Desde la Radio, Ana María Careaga lleva adelante junto con la actual presidenta de la Asociación Caput, Ana Fernández, su hija, el programa semanal

Ahora y siempre constituyendo una de las columnas vertebrales de la programación de la radio. Horacio Pietragalla tuvo su programa en la radio hasta que asumió como secretario nacional de Derechos Humanos en el Ministerio de Justicia.

Con la participación de Radio Caput en Red Lat (Red latinoamericana de acciones culturales contra la desaparición forzada) se cumple el objetivo de tejer redes y garantizar la comunicación en la región latinoamericana, visibilizando la temática, al respecto desde la dirección expresaron que el horizonte y la clave está en la mirada de los derechos humanos.

Mientras las corporaciones controlan la comunicación, empresas multimillonarias, están enfocadas en la mercantilización de la información, desde espacios como Radio Caput se busca consolidar lazos con países de la región.

La participación en este proyecto comunicacional de organizaciones y personalidades como Hebe de Bonafini, con su programa semanal Hebe en Caput, Norita Cortiñas, Stella Calloni, Adolfo Pérez Esquivel, Alcira Argumedo, antes de su partida física, la escritora y docente, la maestra de todos, que sigue diciendo dice presente desde su legado; aportaron y aportan en la articulación con la radio desde el Instituto Espacio para la Memoria. Caput articula con todo aquel que lucha porque en sus territorios se respete y se vele por los derechos humanos.

EL DESAFÍO DEL FINANCIAMIENTO Y LA SOSTENIBILIDAD

Con más de 100 años de historia, el salto de la radio frecuencia a la radio online despertó el interés de muchos aficionados a la radio como característica principal de esta tecnología, cualquier persona puede compartir música, noticias y cultura con miles a su alrededor o en el mundo (Jaramillo Jalón, M. 2016), cualidad fundamental, que quienes se adentraron a la tarea de llevar a cabo el proyecto de Radio Caput supieron aprovechar y utilizar a su favor. Dicha iniciativa se dio mientras el presidente Mauricio Macri (2015-2019), decidió anular por decreto

determinados alcances de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). Entre ellos se destacaron: el reemplazo de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) por el Enacom como autoridad de aplicación n, se habilitó la compra y venta de licencias; y el servicio de TV por cable pasó a estar determinado por el marco de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). Cada uno de estos puntos afectó, principalmente, a medios comunitarios y benefició a los hegemónicos ya que, por ejemplo, los directivos del Enacom fueron designados por el Poder Ejecutivo, se incentivó la compra y venta de licencias con fines de lucro y al estar enmarcado en las TIC, las operadoras de cable, pudieron contar con más de 24 licencias.

Al profundizar, observamos que como consecuencia del surgimiento de Enacom, las Radios por streaming no contaban con una categoría propia para poder aplicar a concursos por la pauta oficial u otros financiamientos destinados a medios comunitarios. Al no existir, al 2022, una normativa específica, las radios online recurren a pautas donde pueden aplicar como Portales Web, lo que resulta en una sostenibilidad dificultosa por la escasez de acceso a la financiación. Sin embargo, Radio Caput ha logrado encontrar un método de solvencia gracias a la colaboración de los oyentes y lectores de InfoSiberia.

Una de las estrategias llevadas a cabo desde Caput para poder concursar, por ejemplo, por financiamientos en el Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA) fue aplicar como productora. Al no estar contempladas las radios digitales en el sistema de licencias, ni estar enmarcadas en alguna de las figuras legales que el ENACOM exige, concursar con la categoría de productora les permitió eludir una de las trabas más recurrentes para medios cooperativos y comunitarios, la imposibilidad de acceder a licencias oficiales de radio o televisión. Aunque no lograron participar en las líneas de concurso permanente para emisoras con licencia, que son las que posibilitan acceder a un sustento económico considerable porque permite costear equipamientos y la gestión del medio; pese a las restricciones por la falta de regulación para las transmisiones digitales, el medio se vio beneficiado por una política pública pensada para los medios comunitarios gracias a la participación en la línea de capacitación.

A su vez, la concepción de la radio online resignifica el concepto de llegada y las mediciones tradicionales no alcanzan a expresar este fenómeno, se encolumnan en un tipo de audiencia directa y no contemplan el modo de construcción de audiencia de la radio online.

Recientemente en diálogo con Camilo García en su programa Minutos Contados por Somos Radio AM 530, la radio de las Madres, Manuel Zunino Sociólogo y Director asociado de Proyección Consultores, mencionó que "la radio está recontra viva, la mayor parte de la gente la tiene presente en su vida y 7 de cada 10 personas la escuchan en el AMBA. (...) En primer lugar, para informarse (...) la gente opina o percibe que en la radio hay mucha más profundidad en los temas y en términos de calidad informativa la valoran más que a la TV". Si bien consideramos que las declaraciones son desde la mirada del formato analógico, observamos que el caso de Radio Caput nos invita a problematizar la manera en que se analizan los resultados, ya que los relevamientos de estadísticas de audiencia y mediciones actuales no tienen el alcance suficiente para lograr cuantificar la recepción de las audiencias de modo real por no considerar ni las aplicaciones creadas por cada medio e incluidas en los catálogos Play store e Itune store (estos tienen un nombre genérico en español que habría que ponerle), Tampoco considera aquello que circula en redes sociales, agregadores on demand como Radio Cut y/o aplicaciones de mensajería tales como Whatsapp o Telegram o los canales de YouTube de cada medio on line.

Radio Cut es el agregador que corporiza las afirmaciones de Agustín Espada (2017) quien sostuvo que "las radios deben ampliar su cartera de contenidos, flexibilizar el acceso de los oyentes a los mismos, incorporarlos en la generación de piezas y asimilar las características de cada uno de los canales de distribución que se abren en el mundo online" ya que los usuarios cumplen con un rol clave al ser ellos quienes generan piezas que se anidan temáticamente y forman parte de distintas recomendaciones que el sitio hace a sus visitantes.

CONCLUSIÓN

Si pensamos en la comunicación comunitaria María Cristina Mata (2009) aborda algunos aspectos no pueden soslayarse en este recorrido. Ella está convencida de que en nuestra sociedad hay una enorme cantidad de organizaciones y movimientos sociales que pugnan por hacerse ver y escuchar, y que los comunicadores, somos capaces de escuchar ese murmullo. “Y somos capaces de hacerlo porque ponemos el oído… Ese murmullo convierte en solidaridad lo que en nuestra sociedad a veces puede ser puro asistencialismo, pura buena voluntad. Ese murmullo aglutina, permite aprendizajes” (Mata, 2009). Y la experiencia de Radio Caput, es un factor aglutinante que ante la presencia del valor del compromiso social y nos invita a preguntarnos, cómo transformar el murmullo en palabras.

Ana Fernández explicó “entendemos que no existe comunicación, ni cultura que represente a aquellos a los que no se les da micrófono, a que para los medios hegemónicos no tienen voz, esa es nuestra gente, nuestra base, es el pueblo por quien y para quien habla Caput. Entonces no nos podemos dirigir a ellos sin un enfoque global que abarque los derechos humanos en todas las perspectivas”. Fue la comunicación comunitaria la vía que permitió a Caput establecer un diálogo entre sus actores sociales y las demandas y la voz de la comunidad que configuraron el proceso circular de comunicación.

La experiencia de Radio Caput evidenció la falta de regulación para las radios online, lo que nos impulsó a repensar en la necesidad de retomar la iniciativa en el desarrollo de una nueva articulación social, académica y política para el diseño de regulaciones e institucionalidad en materia infocomunicacional. “Este desafío se extiende del espectro radioeléctrico al ciberespacio. Allí se están gestando nuevas luchas por el derecho a la información ante la amenaza de Internet y un modelo concentrado en donde la constitución de monopolios y la injerencia de los poderes políticos quieren aplastar el ejercicio de ese derecho humano clave” (Lamas. E, 2015). Creemos que, sin una vigencia plena del derecho a la comunicación, en términos de libertad de expresión, derecho a la información,

acceso y participación equitativa en un marco de eficiencia social y económica, la democracia se ve perjudicada y en peligro.

Bajo las lógicas de mercado y el modelo neoliberal, los medios de comunicación comunitarios, las cooperativas y las asociaciones sin fines de lucro deben asumir el compromiso de adentrarse en la producción y construcción de sentido desde sus áreas de comunicación y sus experiencias vinculadas a sectores sociales organizados. La misión consiste en aceptar la tarea y comenzar a producir y reproducir contenidos diferentes, con el objetivo de generar un nuevo tipo de audiencia. Este primer paso abre juego a disputar la batalla cultural y les va a permitir poder plantearse la producción y difusión de contenidos diferentes, de cara a proyectos políticos comunicacionales sustentables en el tiempo. La clave está en que puedan encontrar el modo de superar la lógica hegemónica de acumulación capitalista y dar lugar desde la acción colectiva y articulada en pos de la vigencia del derecho al desarrollo progresivo de los pueblos.

Con este trabajo buscamos aportar desde la comunicación, una reconstrucción histórica tomando como discurso central la oralidad de sus protagonistas y así dar cuenta cómo Radio Caput se ha posicionado adecuadamente para dar la batalla cultural. El secreto, a nuestro entender, radica en sustraerse del modelo mercantilista, evitar la repetición del modelo de concentración económica que algunos medios populares reproducen; y constituirse además de conducirse como un medio comunitario que sostiene un objetivo social solidario, y construye territorio en la virtualidad, ampliando horizontes, al decir de María Mata. Un nuevo medio montado en el ciberespacio, superando los límites de lo analógico y conectando, en la mayor medida que les es posible, con un interlocutor activo y parte de ese universo.

Radio Caput construye comunidad y ahí radica también el secreto de la instalación. Se debe a esa comunidad que construye y es esa comunidad la que aporta para su sostenimiento siendo parte de la construcción de sentido.

El oyente - lector es interlocutor y participa de la creación de contenido en forma indirecta y a veces directa. Es un ida y vuelta en el que se fortalecen derechos, se desarticulan condicionamientos brindando oportunidad de expresión y se

reversiona un medio tradicional como la radio, tomando las mejores características y aportando las soluciones a las deficiencias, tanto de lo analógico como de lo meramente comercial.

Para concluir es necesario considerar que estos posicionamientos en el campo de la comunicación permitieron el desarrollo y sostenimiento de Radio Caput, porque un fuerte compromiso con un modelo de construcción política en el campo nacional y popular fue condición de origen de ese proyecto. La resistencia al modelo neoliberal instalado nuevamente en nuestro país a fines de 2015, marcó la dirección y las políticas comunicacionales que implementaron y desarrollaron sosteniendo la dirección marcada por esa condición de origen

BIBLIOGRAFÍA:

- Área de Comunicación Comunitaria del Centro de Producción en Comunicación y Educación de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos. María Cristina Mata (2009) Construyendo comunidades: reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria - 1a ed. - Buenos Aires: La Crujía.
- Cardona Bedoya, J; Vaca González, Y. (2019). Tendencias de la radio online como apoyo a la construcción de estrategias propias para el medio. Revista Anagramas. Medellín, Colombia.
- Lamas, E (2015) Derecho a la comunicación y 30 años de democracia; Radios Comunitarias y 30 años de democracia, compilado por Analía Eliades. - 1a ed. La Plata: EDULP. E-Book.
- Espada, A.E. (2017): “Ecosistema radiofónico online en Argentina: un análisis comparativo de los contenidos de los sitios webs de agregadores, podcasters, radios online y offline”. En Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, vol. 4, número 8, pp. 54-62

- Garretón, M. (2002) La transformación de la acción colectiva en América Latina. Cepal.org. Recuperado el 10 de junio de 2022, de

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10797/1/076007024_es.pdf

- Jaramillo Jalón, M. (2016). La radio online como instrumento de estrategia comunicativa. Universidad Politécnica Salesiana. Guayaquil, Ecuador
- Milito, C., & Casajús, L. (2009). LA RADIO EN INTERNET, UN BREVE MARCO TEÓRICO PARA LA COMPRENSIÓN Y EL ESTUDIO DEL FENÓMENO. Universidad Nacional de La Plata, Argentina.
- Moreno Marchal, V. (2017). La radio online: nuevas formas de hacer radio. (Trabajo Fin de Grado Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Narváez Prieto, J. (2008). Streaming, nueva era de la radio. Revista Inventum No. 4 Facultad de Ingeniería Uniminuto
- León Márquez, Edgar. (2015). Posicionamiento de la DTA radio online de la Universidad de Carabobo en los usuarios de las redes sociales desde el marketing 2.0. Universidad de Carabobo. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Venezuela
- Re, Melanie Joana. (2014). La era de los nuevos medios: Panorama general sobre la radio online. Universidad Nacional de Rosario. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Escuela de Comunicación Social; Argentina.
- Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP) (2019). Resultados Generales. Relevamiento de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios en Argentina. Recuperado el día 25 de junio de 2022 de https://www.dropbox.com/s/32upc001rqptim0/RICCAP-Informe%20Final.pdf?dl=0
- Uranga. W (4 de junio de 2019). *Hacer comunicación en medios comunitarios, en y desde la comunidad*. Youtube. Recuperado el dia 19 de junio de 2022 de https://www.youtube.com/watch?v=jAhq3vxUlog&ab_channel=Conclusi%C3%B3nTV
- Villamayor, C. (2011). LA DIMENSIÓN POLÍTICO CULTURAL EN LA SOSTENIBILIDAD DE LAS RADIOS COMUNITARIAS (*). Question/Cuestión, 1(28). Recuperado a partir de https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1075

¿UN MAPA PARA QUE? UNA MIRADA DESDE SALTA-ARGENTINA DEL RELEVAMIENTO NACIONAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIOS, POPULARES, ALTERNATIVOS, COOPERATIVOS Y DE PUEBLOS ORIGINARIOS DE LA RICCAP[67]

Rosa Analia Perez | Universidad Nacional de Salta
rosaanaliaperez14@gmail.com

Cintia Ortega Portal | Universidad Nacional de Jujuy
cintiaortegap@gmail.com

Abigail Fernanda Vazquez | Universidad Nacional de Salta
abigailvel0311@gmail.com

67 Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular de Argentina, aglutina a espacios académicos de trabajo vinculados a la comunicación comunitaria, popular y alternativa de 12 Universidades Nacionales del país. La RICCAP funciona desde el año 2014 y surgió con el objetivo de potenciar el aporte que desde las universidades se realiza de cara al fortalecimiento de una comunicación democrática y emancipadora.

INTRODUCCIÓN

Esta ponencia intenta compartir una problematización en torno al ejercicio del derecho a la comunicación de los pueblos originarios[68] del norte de Argentina, en el marco del proyecto de investigación tipo B "Relevamiento en Salta de los Servicios de Comunicación Audiovisual Comunitarios, Populares, Alternativos, Cooperativos y de Pueblos Originarios[69] (2019-2021)" del Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta (CIUNSa). Siendo este una continuidad de una primera etapa investigativa realizada por la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP), que relevó 346 medios de comunicación comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios en los años 2018-2019. Del cual un 14,5% del total de los medios encuestados en la investigación nacional corresponde a la región NOA.

Resulta importante socializar los datos que arrojaron los medios de Salta, los cuales en su mayoría evidenciaron la autopercepción como comunitarios e indígenas, siendo la radio el principal instrumento de comunicación y expresión. Desde aquí, y partiendo que el relevamiento cuanti-cualitativo, buscó visibilizar y comprender la situación de los medios comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios en un contexto de retroceso de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, es que reflexionaremos en torno a la búsqueda del derecho a la comunicación de las radios de comunidades de pueblos originarios, y el acompañamiento (o no) de iniciativas estatales. Asimismo, buscaremos poner en diálogo futuros lineamientos de carácter inclusivo, que permitan continuar la construcción de un mapa de medios local (Salta) y federal, que reconozca las necesidades territoriales situadas.

Palabras claves: Salta, mapa, comunicación comunitaria e indígena.

68 En este artículo se usará de manera indistinta los sustantivos pueblos originarios e indígenas.

69 En adelante CPACyPO.

¿UN MAPA PARA QUE?

Los medios de comunicación populares, comunitarios, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios existen en todo el territorio nacional y latinoamericano. Pero, ¿sabemos quiénes son?, ¿dónde están?, ¿quienes los componen?, ¿qué contenidos producen?, ¿qué producciones salen al aire?. Preguntas que motivaron la indagación sobre la realidad de los mismos a partir del proyecto de investigación tipo B "Relevamiento en Salta de los Servicios de Comunicación Audiovisual Comunitarios, Populares, Alternativos, Cooperativos y de Pueblos Originarios (2019-2021) del Consejo de Investigación de la Universidad Nacional de Salta. En ese sentido, consideramos que la elaboración de un mapa sobre el sector resulta fundamental para continuar repensando el amplio campo de la comunicación Argentina y particularmente de Salta. Por ello, nos propusimos la elaboración del mismo, para dar cuenta de la existencia y de las principales características organizacionales, legales, tecnológicas y de producción local, buscando construir una base empírica que sirva para el diseño de políticas que permitan fortalecer y visibilizar al sector.

Es necesario aclarar que nuestro mapa se encuentra enmarcado en la investigación que realizó la Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular (RICCAP) "Relevamiento en Salta de los Servicios de Comunicación Audiovisual Comunitarios, Populares, Alternativos, Cooperativos y de Pueblos Originarios. Este, relevo trescientos cuarenta y seis medios de los cuales doscientos ochenta y nueve fueron parte del análisis, ya que corresponden con los criterios preestablecidos para su incorporación el corpus de investigación: 1) haber transmitido hasta agosto del año 2017 y 2) cumplir con al menos dos de los cuatro criterios siguientes que permiten considerar si se trata de un medio comunitario, popular, alternativos, cooperativo e indígena: autopercepción como medio popular, alternativo, cooperativo, indígena o de pueblo originario; autopercepción como proyectos sin fines de lucro; tener personería jurídica constituida o en trámite sin fines de lucro o de pueblo originario y pertenecer a un medio que nuclea al sector. Siguiendo estos parámetros, desde los años 2018 al 2021 se realizó un relevamiento local[70] en la provincia de Salta, con el objetivo de mapear la situación actual de estos medios, sus procesos, problemáticas, estado

70 https://riccap.com.ar/wp-content/uploads/2022/05/RICCAP-Salta-2021.pdf

de situación y posibles lineamientos de acción. El equipo de investigación local estuvo compuesto en su mayoría por mujeres docentes, becarias, graduadas y estudiantes, quienes nos propusimos elaborar un mapa a partir de los recorridos propios de cada una -desde el ámbito laboral y académico- para su posterior lectura cualitativa que permita la construcción de un conocimiento situado y un hacer colectivo junto a estos medios y sus comunidades.

El trabajo dio cuenta de la existencia de nueve radios campesinas y/o de pueblos originarios en la provincia. Los medios excluidos en el análisis no pudieron ser incorporados por la situación de desfinanciamiento y vaciamiento de políticas públicas que se llevó adelante durante el periodo de diciembre del año 2015[71] hasta el 31 de agosto del año 2017, lo que implicó el cierre de algunas emisoras radiales de la provincia. Entre ellas, FM Adentro, con licencia vigente pero actualmente cerrada a partir de razones político-institucionales del Centro de Atención para Jóvenes en conflicto con la Ley Penal N° 1, FM Rosycler denunciada por interferencias con otra señal, de carácter privado sin solución actual, ambas ubicadas en Salta Capital, FM Ruinas de Tinti (Rosario de Lerma) nunca transmitió ya que no cuenta con un espacio físico para la transmisión y, por último, la FM Yokalla (Iruya) no transmitió por la quema de su antena, actualmente, sigue sin resolverlo.

Es necesario indicar que la provincia de Salta representa el 3,10% del total del mapa nacional de medios de este sector. A su vez, se caracteriza por su multi-etnicidad e interculturalidad, por tanto en su historia se destacan la disputa por los derechos de la tierra, los territorios, la diferencia entre los modelos productivos, la reivindicación de las identidades diversas y plurales; así como también en la apropiación de la palabra y las tecnologías. En ella, convergen múltiples fronteras nacionales e internacionales[72] y es uno de los territorios argentinos con mayor diversidad indígena. Se hablan al menos nueve lenguas además del castellano: aymara, chané, chorote, chulupí, guaraní, quechua, tapiete,

71 La Ley 26.522 aprobada en el congreso con modificaciones y aportes mantiene en su espíritu los 21 puntos elaborados por la Coalición por una Radiodifusión Democrática, esta surge en un contexto de voluntad política durante el Gobierno de Cristina Fernández. La Ley LSCA fue sancionada en 2009, tras el cambio de gobierno (Cambiemos) en el año 2015, cuando asume como presidente Mauricio Macri, la ley es intervenida mediante decretos de necesidad y urgencia 13/2015, 236/2015 y 267/2015.

72 Al norte con Jujuy y la República de Bolivia; al este, con la República del Paraguay y las provincias de Formosa y Chaco; al sur, con Santiago del Estero, Tucumán y Catamarca y al oeste con la República de Chile.

toba/qom, wichí; y conviven más de quince pueblos indígenas, entre ellos: el Atacama, Ava Guaraní, Chané, Chorote, Chulupí, Diaguita-calchaquí, Guaraní, Kolla, Iogys, Lule, Tapiete, Tastil, Toba Qom, Weenhayek y Wichí.

PRINCIPALES LECTURAS DEL RELEVAMIENTO

Medios radiofónicos y pueblos originarios en la provincia de Salta

De acuerdo al informe nacional, treinta y cuatro medios del total de medios relevados se autopercibieron como indígenas o de pueblos originarios. En la provincia de Salta, la radio aparece como el principal medio de comunicación, con nueve emisoras radiofónicas existentes a la fecha de cierre del relevamiento: 2017. La mayoría de las emisoras consultadas se autoperciben como comunitaria (88, 9%) y como indígena y/o de pueblos Originarios (77,7%), otras autopercepciones que surgieron ante esta pregunta fueron campesina/rural (22,2%) y alternativa (11,1%).

En lo que concierne a la construcción socioeconómica de las poblaciones originarias, es necesario comentar que las radios se asientan en territorios marcados por por luchas y conflictividades por el acceso igualitario a los derechos humanos básicos: el agua potable, la alimentación sana y saludable, la electricidad, el trabajo, la educación intercultural bilingüe, la comunicación y la propiedad de la tierra. El norte argentino data de una desigualdad histórica y una deuda actual con el cumplimiento de las garantías constitucionales para una vida digna en los pueblos originarios y campesinos. Lleva en su historia un pasado y presente de lucha comunitaria y permanente.

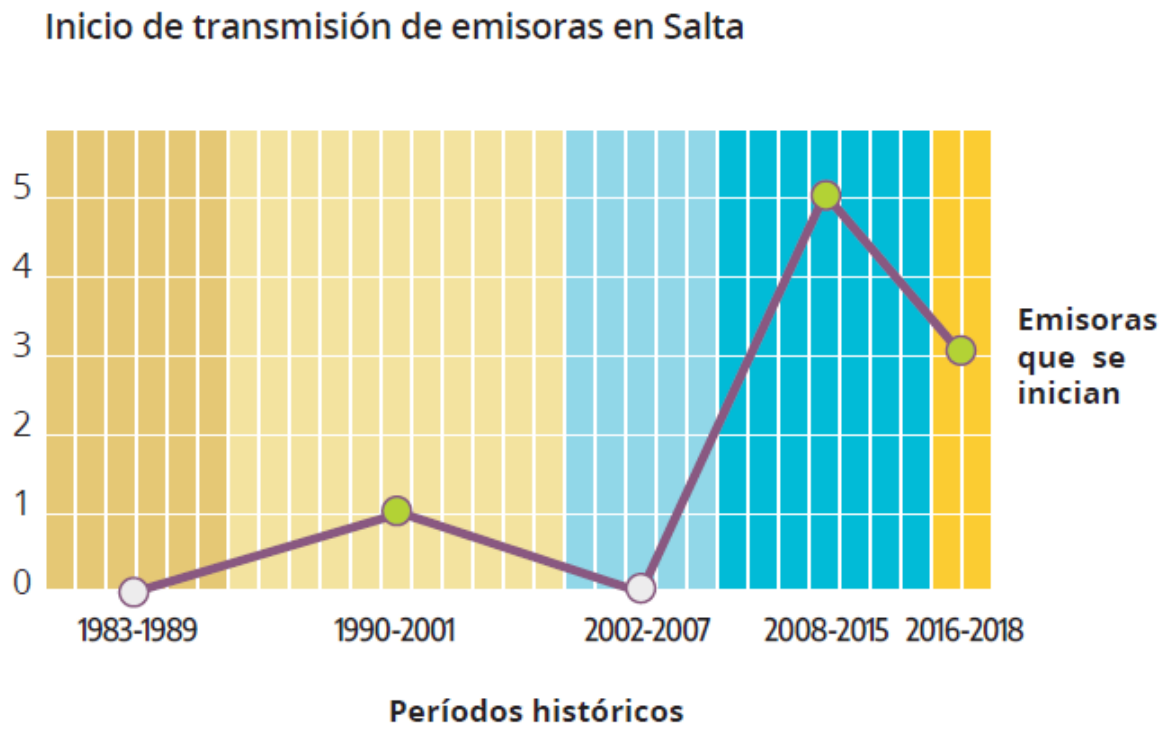
En ese sentido, el posicionamiento que guió esta investigación estuvo vinculado con pensar la garantía del derecho a la comunicación como “un hecho político que reivindica una negación de ciudadanía histórica” (Lizondo, 2015, p. 25). De esta manera, el ejercicio democrático se desarrolla en el espacio público, entendido como el lugar de deliberación y confrontación de los asuntos del conjunto de la sociedad “se fue desplazando de las plazas, las calles, los partidos políticos, los

sindicatos, el Congreso y otras instituciones democráticas hacia las pantallas de televisión, la radio y las tapas de los diarios" (Kejval, 2018, p. 99). Ese espacio público es además un territorio de disputa donde interviene la palabra y la acción en la construcción y definición de las identidades. Es el espacio donde batallar es "al mismo tiempo disputar los horizontes de sentido, los regímenes de visibilidad /invisibilidad, e incluso los recursos mismos de la arquitectura hegemónica de lo público (atravesados por lógicas culturales/económicas/políticas)" (Doyle, 2013, p.30).

La presencia de radios de pueblos originarios da cuenta de una intención de democratización de los servicios de comunicación audiovisual y un "nuevo" espacio de lucha para estas comunidades en la toma de la palabra y el espacio público, y en la reivindicación de sus identidades. Si observamos el siguiente cuadro, el relevamiento señala una curva ascendente durante los años 2008 al 2015[73], el cual visibiliza la importancia de la sanción e implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en el surgimiento y regularización de las emisoras de este tipo, iniciativa estatal que promueve otras políticas públicas.

Debemos destacar que durante los años 2015 al 2018 a pesar del desfinanciamiento por parte del Estado Nacional, se encendieron dos emisoras de pueblos originarios/campesinos -FM La voz de la Quebrada, Escoipe; Lhapakas, Santa Victoria Este- cuyo proceso comunicacional comenzó años antes.

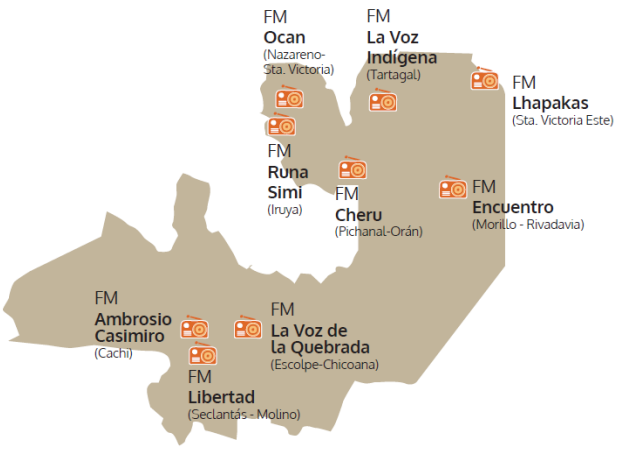
73 Se agruparon en cinco períodos históricos los años de creación de las emisoras encuestadas. Estos coinciden con acontecimientos socio-políticos en el desarrollo y estrategias de los SCA comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios: 1) 1983-1989: el período inicia con la recuperación de la democracia luego de la última dictadura cívico-militar. Finaliza en el momento de la asunción de Carlos Menem como Presidente de la Nación. 2) 1990-2001: la etapa coincide con el despliegue de las políticas neoliberales en Argentina y finaliza con la profunda crisis social, económica y política. 3) 2002-2007: el periodo abarca los meses post crisis del 2001 y los primeros años del gobierno kirchnerista. Finaliza cuando se da el conflicto entre el gobierno y el sector patronal agroganadero. Se empieza a gestar el anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). 4) 2008-2015: la etapa abarca los años de gestación del proyecto, debate y aplicación de la LSCA. N° 26.522 . Finaliza en el momento que concluye el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner. 5) 2016-2018: el periodo abarca los años del gobierno de Mauricio Macri Finaliza en 2018, momento en que se decidió concluir la investigación.

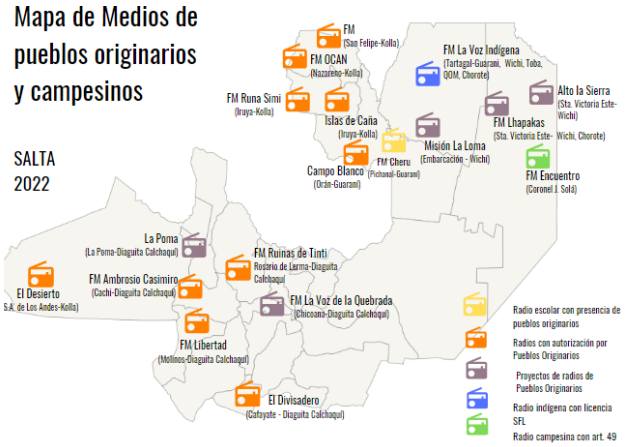


°Gráfico extraído del Informe Final Relevamiento en Salta de los Servicios de Comunicación Audiovisual Comunitarios, Populares, Alternativos, Cooperativos y de Pueblos Originarios, 2021.

Como se puede observar en el gráfico, en el primer período (1983- 1989) no se hallaron datos de transmisión o encendido de emisoras radiales. En el segundo periodo (1990- 2001), se pueden observar las primeras iniciativas con fuerte impronta de los pueblos originarios/ indígenas, mediante radios escolares en diferentes puntos de la provincia (Pichanal y Cuesta Azul Nazareno). Paralelamente, en ese período, se dan las primera iniciativas por los 21 puntos presentados por la Coalición por una Radiodifusión Democrática. Podemos decir, entonces, que para los medios de esta provincia las políticas públicas fueron claves para su inicio y permanencia. Gran parte de estos, se encuentran vinculados a la agricultura familiar -de acuerdo a su zona de cobertura son rurales- forjando lógicas y estrategias diferentes a las de la comunicación urbana, que han sido objeto de estudio durante mucho tiempo.

Mapas de radios y procesos comunicacionales de la provincia de Salta 2017/2022





*Mapa 1 extraído del informe Final Salta. Mapa 2 extraído de artículo para publicación

Los mapas de medios y procesos comunicacionales dan cuenta del crecimiento de los medios radiofónicos comunitarios, populares, de pueblos originarios y campesinos que se produjeron en la provincia en estos últimos años. Siendo en su mayoría gestionados e impulsados por comunidades de pueblos originarios y campesinas. Partimos de la premisa de que la construcción de la legislación debe responder a la creación espacios de diálogo, debate, intercambio y de lucha política, que en definitiva es el espacio de las políticas públicas en conjunto con una ciudadanía (actor) que se dispone a las transformaciones y reestructuraciones de la distribución de determinado recurso, en esta situación el espectro radioeléctrico y los recursos económicos para su sostenibilidad. En este sentido, de acuerdo con Washington Uranga (2012)

"Las políticas públicas pueden entenderse como el conjunto de decisiones cuyo objetivo es la distribución de determinados bienes y recursos. Es un proceso por el cual se ponen en juego bienes y recursos que les corresponden por derecho a los ciudadanos y ciudadanas, individuos y grupos (...) Pero al mismo tiempo se puede asegurar que las políticas públicas son el espacio natural de configuración e implementación de los derechos sociales de los ciudadanos. (p. 3-4)

Entre las políticas públicas originadas a partir de la sanción de la LSCA se destaca, entre las más solicitadas, la del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA). En Salta el acceso a este fomento tuvo su

punto de crecimiento en el año 2015. Si comparamos la relación entre las emisoras que se presentan a concurso y las que finalmente ganaron el financiamiento, podemos observar que a partir de 2016 no sólo disminuye el porcentaje de medios que se presentan, sino que se profundiza la distancia entre los que se presentaron a concurso y la obtención efectiva de subsidios (RICCAP, 2019).

El informe local determina que entre los años 2013 al 2015, las líneas que más se financiaron fueron equipamiento, infraestructura y producción. En el periodo de 2016, no solo no hubo financiamientos, sino que no se realizaron convocatorias a concursos y se presentaron múltiples dificultades e irregularidades para los pagos de los concursos de los años anteriores con una leve mejoría en 2017.

Con respecto al acceso a las pautas oficiales, este representa un dato alarmante a nivel provincial, ya que el relevamiento demostró que el acceso tanto a fondos nacionales como provinciales es inexistente en Salta. Resulta importante mencionar, que el acceso a la pauta es una demanda latente en los medios de este sector, pues resulta un derecho fundamental para la sostenibilidad de los medios CPACyPO. En tanto hecho político concreto, la LSCA dio lugar a debates ciudadanos a partir de las nuevas voces para la validación de sus derechos. A la vez que, puso sobre la mesa los procesos económicos y culturales de concentración y formación de monopolios y oligopolios.

Desde el relevamiento se evidenció que las dos universidades nacionales que mayor acompañamiento han brindado a los medios CPACyPO, hasta ese momento, son las universidades nacionales de La Plata (UNLP) y de Salta (UNSa). Del 67% de los medios que reciben apoyo de Universidades Públicas, en mayor proporción, mencionan el aporte en capacitaciones, seguido de investigación, asesoramiento y conformación de redes. En articulación con las mismas, otro de los actores políticos que mencionan los medios encuestados es la Mesa de

Comunicación Popular de Salta y de Jujuy[74]. A partir del año 2012, mediante múltiples proyectos de extensión, voluntariado e investigación, desde las cátedras Práctica en Comunicación Comunitaria e Institucional y Comunicación Popular y Alternativa de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UNSa, se vienen realizando encuentros, capacitaciones, asesoramiento, procesos de vinculación organizativa y acompañamiento territorial con las emisoras.

Por último, alrededor del 70% de las radios de Salta manifestaron tener dificultades para acceder a convocatorias de políticas públicas. De las cuales se enumeran las siguientes razones: 1) falta de acceso a internet, 2) dificultad en la tramitación de documentación, 3) distancia geográfica, 4) acceso a la información, 5) lengua (diversidad de idiomas). Reconocer y resolver las dificultades de accesibilidad facilitará el pleno ejercicio de las políticas públicas (Informe, 2021).

CONCLUSIONES

Consideramos que el relevamiento salteño es crucial para conocer el impacto de las políticas vinculadas a la comunicación y la articulación en red con diversos organismos e instituciones del Estado como de las organizaciones sociales. Tales como la Universidad Nacional de Salta, Universidad Nacional de La Plata, Defensoría del Público, Ente Nacional de Comunicación (ENACOM), Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Secretaría de Agricultura Familiar Campesina e Indígena (SAFCI), Ministerio de Trabajo, organizaciones campesinas, indígenas y de pueblos originarios, entre otras.

74 La Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy nace en 2012 como un espacio colectivo que reúna y articule una diversidad de experiencias vinculadas a la agricultura familiar y a procesos de comunicación popular, por iniciativa de INTA – durante la muestra EXpoNOA-. En sus inicios estuvo integrada por instituciones del Estado Nacional y organizaciones sociales: Radio Nacional Salta, Comisión Nacional de Comunicación (CNC), INTA Salta y Yuto, delegaciones de AFSCA de Salta y Jujuy, Subsecretaria de Agricultura Familiar Salta y Jujuy, IPAF, INTA NOA, INTA Seclantás, ProHuerta, Carreras de Comunicación de la Universidad Nacional de Jujuy y de la Universidad Nacional de Salta, Parques Nacionales, organizaciones sociales como La Minka, Wayruro, Comunidades Unidas de Molino, Colectivo Otros Territorios, entre otras. Hoy, ante el contexto de desvaciamiento y cambios en instituciones nacionales, muchas de ellas ya no forman parte de la Mesa. Se propone como objetivo acompañar iniciativas de comunicación en los territorios rurales facilitando el intercambio, circulación, almacenamiento, generación y producción de contenidos de medios locales. Para ello la Mesa cuenta con una página web denominada Comunica Territorios que consiste en un Banco de Contenidos (http://www.comunicaterritorios.org/).

Las comunidades rurales organizadas no nacen a partir del sueño aislado de un medio de comunicación propio, están articuladas a partir de otras problemáticas que los/as atraviesan y que responden a sus realidades. Son procesos organizativos amplios que complementan la lucha por la tierra, por las identidades, por el reconocimiento de sus preexistencias y existencias, por esas otras lenguas y oralidades, por otras prácticas culturales, por el agua, por las estrategias de comercialización de sus producciones agrícolas ganaderas, entre otras. La comunicación es un elemento que contribuye al pleno ejercicio de todos esos otros derechos negados, alcanzados a medias o disputados. Se debate a través de la toma de la palabra y la visibilización de sus intereses, reclamos y cosmovisiones. Romper el silencio impuesto por un poder económico, político, estatal, histórico "expresados en los sistemas de explotación y los regímenes dictatoriales o las democracias autoritarias" (Agüero, M. et al. 2016, p. 243). Quienes necesitaban una población obediente y temerosa; pero que desconocían las resistencias que allí surgían. Estas radios se transforman en herramientas claves para poner en circulación otros sentidos, otros universos simbólicos, contar otra verdad, proponer otros modelos radiofónicos y hacerlos desde la expresividad de sus identidades, narrando y contando desde otras lógicas, con otros ritmos y tiempos.

Tomar la palabra, implica además de las estrategias políticas, habitar con sonoridad identitaria mediante sus idiomas. "Devolver al cuerpo y al alma la expresión, la melodía y el sonido propio, que fueron violentamente despojados por el castellano-español" (Baraldini, V et. al, 2012: 27). Es romper con el silenciamiento vertical e impuesto de un modo de decir y de ser en los medios de comunicación. Narrar los propios mundos, pone en tensión un modelo de comunicación hegemónico y aprehendido, también desde la escucha, como lo es la radio. La propuesta y desafío, que viene sucediendo, es entonces la de reconocerse y reconocerlos/as como actores creadores de estéticas y narrativas locales, reconocer los propio como valioso y legítimo, como igual y diferente.

Asimismo resulta necesario ampliar el mapa de la comunicación comunitaria, popular, alternativa, cooperativa y de pueblos originarios desde otras perspectivas interseccionales que responden a los propios procesos comunicacionales de los territorios y el ejercicio de sus derechos. Tales como: la perspectiva de género y

redes de internet comunitaria que se están desarrollando actualmente. De esta manera, se realizará una segunda parte del proyecto de investigación, que nos permita seguir ampliando la mirada respecto a las territorialidades de los medios y redes de internet de la provincia.

BIBLIOGRAFÍA

- Agüero, M. L., Avella, E., Cruz Cárcamo, B., Gramajo, M., Gonzalez, E. R., Herrera Huérfano, E., Lopéz Pezé, F., Müller, A., Randazzo, M., Rincón, O. y Vila, F., Müller, A. (2019). No hay puntada sin hilo: memorias y aprendizajes de los encuentros de comunicación y ruralidad. Salta. Ediciones de la Mesa. Mesa de Comunicación Popular de Salta y Jujuy. https://bit.ly/3PKlQEO
- Baraldini, V., Cañicul, M., Cian, C., Chico, J. y Melillán. (2012) Aportes para la construcción del modelo de comunicación indígena en Argentina. Comunicación con identidad. Instituto Nacional de Asuntos Indígenas; Buenos Aires.
- Doyle, María M. (2013) Los medios masivos de comunicación en las luchas de los pueblos indígenas. Abordajes desde los estudios sobre comunicación en América Latina. Tesis de Maestría. Universidad Nacional de Salta
- Kejval, Larisa (2018) Libertad de Antena. UNDAV Ediciones. Buenos Aires.
- Lizondo, Liliana (2015) Comunicación con identidad o comunicación comunitaria. El caso de la FM “La Voz Indigena. Tesis de Maestría. Universidad Nacional de la Plata, Tartagal-Salta.
- Uranga, Washigton (2012) Sin comunicación no hay políticas públicas democráticas, en RINALDI, Laura (coord.), En el cruce de la política y la comunicación, La Crujía, Buenos Aires.
- Velazquez, Abigail F. (2021) Las oralidades culturales como elemento constitutivo de la identidad de la radio y la comunidad. El caso de FM Libertad 89.3-Cieneguilla. Salta, 2015-2018

Documentos

- Informe Final Relevamiento en Salta de los Servicios de Comunicación Audiovisual Comunitarios, Populares, Alternativos, Cooperativos y de Pueblos Originarios, 2021
- Informe Final Relevamiento de los Servicios de Comunicación Audiovisual Comunitarios, Populares, Alternativos, Cooperativos y de Pueblos Originarios en Argentina, 2019.
- Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual

LA DESAPARICIÓN DE GUADALUPE LUCERO: DOS FORMAS DE COMUNICAR.

Roberto Angel Anibal Quevedo | Universidad Nacional de Lomas de Zamora
roberto.guigue@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Este trabajo comprende la investigación vinculada a la manera de tratar un mismo tema desde dos medios diferentes, titulado: "¿Comunicación contrapuesta? La desaparición de Guadalupe Lucero, dos formas de comunicar". En la ponencia se analiza la cobertura periodística y el tratamiento informativo de El Diario de la República (EDRP) y Clarín (DCL) en sus portales web sobre la desaparición de Guadalupe Belén Lucero el 14 de junio de 2021 en el Barrio 544 Viviendas de la ciudad de San Luis, todo ello en un proceso de investigación aún vigente. Desde el momento de la desaparición a la fecha, no hay rastros de ella, pero sí han surgido diversas teorías en torno a lo acontecido: trata de personas, tráfico de drogas, y ajustes de cuentas.

El interés de este tema radica analizar la cobertura periodística y el tratamiento informativo de El Diario de la República y Clarín en sus portales web sobre la desaparición de Guadalupe, teniendo en cuenta la cobertura que los medios de comunicación mencionados llevaron a cabo para informar a la sociedad acerca del acontecimiento sucedido bajo la mirada periodística presentada al público como noticia.

En materia periodística y social el trabajo sirve para mostrar el tratamiento que se

le dio al caso desde el medio de mayor alcance en la provincia de San Luis (EDRP) en comparativo con un medio nacional (DCL). En el marco de implicaciones prácticas el trabajo ayudará a vislumbrar los diferentes enfoques periodísticos llevados a cabo según la línea editorial de cada medio.

El análisis se abordará desde las publicaciones realizadas durante la primera semana del hecho, desde el 14 al 21 de junio. En relación a los puntos a observar, serán las fuentes que utilizaron cada medio, en que se centró cada cobertura periodística, y qué perspectiva fueron tomando las notas con el correr de los días.

Palabras claves: Guadalupe – Desaparición – San Luis

SECUENCIA DE LOS HECHOS

Guadalupe Belén Lucero desapareció la tarde del 14 de junio de 2021, alrededor de las 19:30, mientras jugaba en la vereda de la vivienda de su abuela, en el Barrio 544 Viviendas, al sur de la ciudad de San Luis. Según el relato mediante Cámara Gesell a tres niños, contaron que una mujer se acercó a Guadalupe, la agarró de la mano y se la llevó hasta la esquina, una vez que doblaron, nada más se supo de ella.

En la casa de la abuela se celebraba un cumpleaños, cuando la madre de Guadalupe salió a buscarla para abrigarla, la niña ya no estaba, y a partir de ese momento comenzó la búsqueda de los propios familiares junto a algunos vecinos. En tanto, a los minutos llegó la policía, oficializando la búsqueda de la menor de cinco años.

Todo fue confusión, ni familiares, vecinos, ni policías sabían exactamente qué hacer al respecto. Las primeras medidas gubernamentales llegaron casi doce horas después, y consistieron en allanamientos, controles de vehículos y sumar a la policía a efectivos de otras fuerzas.

Intervino el Juzgado Penal N° 2, a cargo del Juez Ariel Gustavo Parrillis, y la causa fue caratulada como “Averiguación de Paradero”. Las primeras citaciones fueron a familiares directos y testigos.

Al día siguiente se activó el Alerta Sofía, y se incorporaron a la investigación la organización internacional de búsqueda Missing Children Argentina, también la Policía Federal, Gendarmería Nacional, Interpol, el Sistema Federal de Búsqueda de Personas Desaparecidas y Extraviadas (Sifebu), y la Procuraduría de Trata y Explotación de Personas (Protex).

A las 48 horas posteriores se sumó la colaboración de varias provincias argentinas, y para ese entonces la mayoría de los medios nacionales, y hasta internacionales se hacían eco de lo sucedido en San Luis especulando con diferentes hipótesis, pero sin nada concreto. La policía informaba que habían hecho más de 140 allanamientos, y habían rastreado alrededor de 250 puntos del gran San Luis.

ANTECEDENTES

En cuanto a los antecedentes, se puede mencionar el caso Madeleine McCann, la niña de tres años desaparecida el 03 de mayo de 2007 de un departamento de Praia Da Luz, en Portugal, mientras vacacionaba con su familia. Este caso tuvo trascendencia internacional con la intervención de la policía local e interpol, con resultados negativos hasta la fecha.

En el ámbito nacional, el caso Sofia Herrera conmocionó al país, lo que motivó la elaboración de un protocolo de emergencias. Sofía tenía tres años cuando desapareció el 28 de septiembre de 2008 de un camping a 58 kilómetros en Río Grande, Tierra del Fuego. La similitud con el caso Guadalupe radica que también había otros niños como testigos, y también estaba su familia cerca.

En la provincia de San Luis, lamentablemente el caso Guadalupe no es exclusivo, Lucas Bolotti desapareció el 19 de julio de 2017 mientras su familia había llegado a la localidad de Papagayos, al norte de la provincia de San Luis a terminar de construir su casa. Ellos eran oriundos de la localidad de General Rodríguez, provincia de Buenos Aires. Lucas tenía 24 años al momento de la desaparición, y padecía un retraso madurativo que lo asemejaba en su forma de actuar a un niño de tres o cuatro años. La última vez que lo vio su madre, estaba jugando con unos autitos a pocos metros de su casa, mientras ella y su marido realizaban mejoras

en el hogar.

Finalmente otro caso contemporáneo, es el de Javier Balbo, tenía 31 años, y desapareció la mañana del 05 de abril de 2014 en la localidad de El Volcán. El último en verlo fue su hermano menor que llegó de trabajar de un complejo de cabañas, tomaron unos mates juntos y se fue a dormir; cuando despertó, su hermano ya no estaba.

RESEÑA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN A ANALIZAR

1. El Diario de la República (EDR)

Es un medio de la provincia de San Luis con llegada a todo el territorio, fundado el 2 de mayo de 1966 por Hernando Mario Pérez. En ese entonces se llamó "El Diario de San Luis". En junio de 1992 el actual gobernador Alberto Rodríguez Saá, compró el medio y cambió su denominación a "El Diario de la República". En el año 2000, en vísperas del nuevo siglo, exactamente el 9 de enero del año 2000, se creó el portal digital www.eldiariodelarepublica.com, el primero en la provincia.

2. Diario Clarín (DCL)

El Diario Clarín se fundó el 28 de agosto de 1945, por Roberto Noble. El matutino de alcance nacional, fue uno de los primeros diarios del mundo en incluir un diseño tabloide en lugar del tradicional diseño "sábana" que usaban los diarios de ese entonces, marcando tendencia a nivel mundial. En el año 1996, Clarín lanzó la versión digital de su diario, www.clarin.com Este es el portal web de noticias más visitado del país, seguido por otros como La Nación y por Infobae.

COBERTURA PERIODÍSTICA

Se analizaron la cobertura periodística y el tratamiento informativo de El Diario de la República y Clarín en sus portales web sobre la desaparición de Guadalupe, en un proceso de investigación aún vigente. Se tuvo en cuenta la cobertura de los medios mencionados como resultado del ejercicio periodístico que los

medios de comunicación llevaron a cabo para informar a la sociedad acerca del acontecimiento sucedido bajo la mirada periodística presentada al público como noticia.

Sin dudas el caso tuvo un alto impacto social tanto a nivel local como nacional, porque no es común que desaparezca una menor de la manera en que ocurrió y es un reflejo que asusta a muchos padres y madres de lo que temen podría pasarles a ellos también.

Las redes sociales jugaron un rol fundamental en la viralización de la imagen de Guadalupe, teniendo en cuenta el contexto de aislamiento. En las imágenes de perfiles tanto de Facebook, Instagram o Whatsapp circuló por varios días el rostro de la niña de cinco años. La sociedad estuvo comprometida desde el principio a través de manifestaciones en redes, exigiendo a las autoridades la resolución del caso. Por supuesto que en otra época sin redes sociales esto no era posible.

Por supuesto que los medios de comunicación hicieron su parte. Durante la primera semana se publicaron cientos de noticias en la provincia de San Luis. Y resultó interesante observar los límites de cada medio, la diferencia entre lo que se publicó y lo que no, estableciendo ciertas cualidades para convertirse en noticia.

Tomando el término “noticia”. Miguel Rodrigo Alsina refiere a un proceso que se inicia con un acontecimiento. Pero no hay que entender el acontecimiento como algo ajeno a la construcción social de la realidad por parte del sujeto. Precisamente es el sujeto observador el que da sentido al acontecimiento. Esto quiere decir que los acontecimientos estarían formados por aquellos elementos exteriores al sujeto a partir de los cuales este mismo va a reconocer, a construir, el acontecimiento”. (1989, p. 1).

Asimismo, un componente importante, para tratar de entender cómo los medios analizados priorizan ciertos acontecimientos tiene que ver con los criterios de noticiabilidad.

“Los criterios que hacen un hecho noticiable suelen ofrecer matices de una sociedad a otra, e incluso, parcialmente, de un medio a otro. No se trata de un

proceso rígidamente establecido, hay márgenes de flexibilidad que permiten el reajuste, relacionados con la naturaleza negociada de los procesos de información, tanto desde los emisores como desde los receptores. Aunque se acepte que en un medio simplemente se aplican reglas prácticas, implícitas en la rutina del trabajo periodístico, hay que reconocer que esas reglas refieren a valores que se adjudican a los hechos, y que se discuten en el medio en el momento de fijar la agenda y las maneras en que la información va a ser construida". (1989, p. 16).

En el caso de la agenda que llevaron los medios analizados, cada uno jugó un rol significativo en determinar los temas que se priorizaron como centro de atención y acción pública.

Como plantea Petrone (2009) "La agenda de los medios podría definirse como la lista de asuntos con cobertura mediática. En las investigaciones de agenda setting se seleccionan aquellos medios que los investigadores consideran con más impacto. Las noticias o reportes suelen organizarse en categorías de temas midiendo la frecuencia de notas en cada categoría". (p. 3).

Finalmente las fuentes que utilizaron, fueron en su mayoría las oficiales, aunque Clarín muestra algunas diferencias, abriendo el juego a un abanico de hipótesis. Igualmente se profundizará en ese análisis posteriormente.

Según Fontcuberta (1993) "Las fuentes de información son personas, instituciones y organismos de toda índole que facilitan la información que necesitan los medios para suministrar noticias. Esta información es de dos tipos: la que busca el medio a través de sus contactos y la que percibe a partir de la iniciativa de distintos sectores interesados". (p. 58).

Análisis del corpus

En el siguiente apartado se profundizará el análisis de cada uno de los medios digitales seleccionados y se describirá la cobertura periodística que cada uno de ellos realizó sobre el caso de la desaparición de Guadalupe Lucero, teniendo en cuenta:, la agenda de cada uno, el registro fotográfico, las fuentes que utilizaron,

los criterios de noticiabilidad, y las respectivas subjetividades.-

¿Por qué se eligieron estos medios?

Tanto El Diario de La República como Clarín, son los medios con mayor cobertura, provincial y nacional respectivamente. Lo que se intentó realizar es analizar cómo presentaron la noticia en cada caso.

Para este trabajo se eligieron todas las noticias que publicaron ambos medios, durante la primera semana. Veintiséis El Diario de la República, y veintidós Clarín.

A un día de la desaparición de la menor de cinco años, EDR coloca la noticia como el acontecimiento más importante de su agenda con cinco publicaciones. Surgen las primeras hipótesis del caso, y realizan entrevistas a familiares de la niña. Pero destaca sobre todo, la labor policial y gubernamental. Los subrayados que se observarán se remiten a las siguientes acciones:

- Nota título: Incertidumbre: sigue sin aparecer Guadalupe, extraviada este lunes (15/06/2021): "...La Policía y autoridades locales desplegaron un operativo de búsqueda impresionante, con centenares de efectivos, pero a pesar de que rastrillaron descampados y revisaron viviendas, la niña no está...".
- Nota título: Guadalupe está en las redes nacionales e internacionales de búsqueda de personas (15/06/2021): "...La provincia de San Luis se encuentra presente a través de un representante local en el Sistema Federal de Búsqueda de Personas Desaparecidas y Extraviadas (Sifebu), dependiente del Ministerio de Seguridad de la Nación...".
- Nota título: Un día sin Guadalupe: manifestaciones a 24 horas de la desaparición (15/06/2021): "... Ivana Benenatti, jueza de Primera Instancia en Niñez y Adolescencia de la Primera Circunscripción Judicial, ordenó una serie de allanamientos en todos los domicilios de la manzana H...".

Al segundo día, realizan seis publicaciones, continúan destacando la labor policial y del Estado provincial. Nota título: "...Más de 400 efectivos continúan la búsqueda de Guadalupe Lucero..." (16/06/2021).

- Nota título: Confirmaron que las prendas halladas en el Río San Luis no son de Guadalupe (16/06/2021): "...La Policía continúa con su búsqueda y ya se activó el #AlertaSofía...".
- Nota título: "Siento que es una pesadilla, no me puede estar pasando a mí" (16/06/2021). Aquí, le realizan la primera entrevista a la madre de la menor, sin dejar de lado el "acompañamiento del Estado, "...Anoche nos reunimos con el juez -Penal N° 2, Ariel Parrillis-, quien nos explicó cómo se activa el Alerta Sofía...". Toman un fragmento de una entrevista al padre, quien manifiesta su disconformidad con la investigación

Al tercer día, realizan solo dos publicaciones, continúan destacando la labor policial y del Estado provincial, en la nota título: La desaparición de Guadalupe: tercer día de búsqueda (17/06/2021). "...Hay personal que está desgastado, pero los esfuerzos no cesan...". "...Este jueves se han completado 130 allanamientos. No se descarta ninguna hipótesis...". Este día se les toma una ampliación de declaración a los padres de Guadalupe, y luego la policía convoca a una conferencia de prensa para contar que hicieron 130 allanamientos, y no descartan hipótesis.

Al cuarto día, realizan tres publicaciones, interviene el Estado nacional, en la nota título destacan: "Ofrecen $2 millones para hallar a Guadalupe, la nena desaparecida" (18/06/2021). Presentan una nota de color: Solidaridad: de San Juan a San Luis con comida para quienes buscan a Guadalupe (18/06/2021). Cierra la jornada, nuevamente con la voz oficial, nota título: Guadalupe no está perdida; Guadalupe está retenida en algún lugar, expresó el Ministro de Seguridad en referencia a una hipótesis (18/06/2022), en tanto, EDR en esa nota continuó destacando la labor policial en el caso.

En el quinto día, realizan nuevamente tres publicaciones, destacan la intervención del Ejército Argentino en el caso, y titularon: Este sábado la buscaron drones del Ejército y de dos provincias vecinas (19/06/2021). Cesan en destacar la labor estatal, porque el padre de la menor solicita ampliar su declaración, y publican una conferencia de prensa del abogado, Héctor Zavala Agüero. En la tercera nota del día (Missing Children agregó una nueva imagen de Guadalupe para facilitar la búsqueda), publican imágenes compartidas por la ONG internacional, y referencian su colaboración.

En el sexto día, aumentan el foco en el caso y realizan cuatro publicaciones, destacan la colaboración de los bomberos de Córdoba con el aporte de logística para la búsqueda. La segunda nota es de color, entrelazando la celebración del día del padre con el caso. El título es: La Banda de música de la Policía de San Luis dedicó un tema a todos los padres en su día (20/06/2021): "...El ministro de Seguridad compartió el video en redes con un mensaje de agradecimiento por el trabajo que realizan las fuerzas en busca de la pequeña Guadalupe...". Retoman la publicación de las labores locales en el hallazgo de la menor, y titulan: Continúa la búsqueda de Guadalupe: realizan rastrillajes e inspecciones en la zona sur (20/06/2021). En la última nota de la jornada, titulan: La Policía rastrilló Potrero de los Funes en busca de Guadalupe (20/0672021):"...Durante la siesta hasta el anochecer (la policía) trabajó en la zona rural, urbana y el dique...".

Finalmente al séptimo día, realizan tres publicaciones, la primera de ella hace referencia a los esfuerzos del Estado provincial para encontrar a la niña, y titulan: Realizarán rastrillajes en 15 sectores para buscar a Guadalupe Lucero" (21/06/2021). En la siguiente publicación hacen referencia la primer semana sin Guadalupe, y realizan una cronología día por día de las tareas realizadas por el Estado en relación al caso. Cierran la jornada con un llamado anónimo que devela que Guadalupe estaba en una casa del barrio donde desapareció, pero fue un dato falso. En tanto en esa nota, exponen el despliegue policial.

Las fuentes que utilizó EDRP son las oficiales que en sí son casi todas compartidas, pero también exclusivas, más que nada con los familiares. Entre las compartidas están: Darío Neira (jefe de policía), Ángel Pereyra (jefe del Departamento de Investigaciones), Lucas Chacón (jefe de Relaciones), Hector Zavala Agüero (abogado del padre).

Con respecto a las fuentes exclusivas: Yamila Cialone (madre de Guadalupe), Eric Lucero (padre de Guadalupe), Silvia Domínguez (abuela de Guadalupe), Tania Torres (Tía de Guadalupe), Georgina Cialone (Tía materna).

La producción de EDR, fue variando con el correr de la semana, haciendo un promedio de cuatro notas por día. Se enfatiza en presentar el despliegue policial y las acciones llevadas a cabo por el gobierno provincial como nacional. Da la impresión que es más protagonista la policía que la niña desaparecida.

En cuanto a las fotografías destacadas o que más se publicaron son del despliegue policial, como por ejemplo imágenes de policía montada recorriendo un campo, policías vestidos camuflados, entrevistando a vecinos. Otras, de buzos tácticos saliendo de un dique, de bomberos patrullando Dique Chico, o la de un bombero en la cima de una sierra mirando a la ciudad de San Luis. También compartieron otras imágenes más institucionales, como las del ministro de seguridad local en una reunión con la comitiva del Sifebu (Sistema Federal de Búsqueda de Personas Desaparecidas y Extraviadas) y la policía. Y compartieron otra de Missing Childrens con el rostro de Guadalupe (de frente y de perfil).

En el caso del diario Clarín, el primer día de la desaparición publicaron dos notas, en la primera de ella hacen referencia al operativo policial, y realizan un relato cronológico de los hechos, y presentan una cuenta de Twitter @GuadaBlucero. Asimismo, en la siguiente presentación publican por YouTube una entrevista a la tía de Guadalupe Lucero. Le dan espectacularidad al titular de la nota con calificativos como: "Amplio operativo: Desesperada búsqueda de una nena de 5 años que desapareció de un cumpleaños en San Luis" (14/06/2021). Al cierre de la nota, complementan la noticia "...Con información de Télam...".-

El segundo día, publican dos notas, e insisten con la espectacularidad de los calificativos: "...Búsqueda desesperada Emiten el Alerta Sofía por Guadalupe Lucero, la nena de 5 años que desapareció en San Luis..." (16/06/2021). Incorporan el dato de la Alerta Sofia, y hacen una descripción de la niña: "...Guadalupe tiene cinco años, el pelo lacio y hasta por debajo de los hombros. También un lunar en la mejilla izquierda y la tez trigueña. Vestía una campera negra con capucha, un buzo rosa y botas negras...".- Presentan un subtítulo "La búsqueda", allí detallan los pormenores de la investigación de la policía y las autoridades de San Luis, hacen mención a "fuentes policiales consultadas por Clarín", sin referenciar nombres. En el relato de los hechos, presentan fragmentos de una entrevista realizada a Vanina Lucero, una de las tías de la menor. En la otra publicación, presentan una conferencia de prensa de Yamila Cialone, y Eric Lucero padres de Guadalupe Lucero. Asimismo, complementan información obtenida de Agencia Télam e imágenes de Agencia de Noticias San Luis.

Al tercer día, publican nuevamente dos notas al respecto. Centran la información respecto a sensaciones y sentimientos de los padres de la menor, y titulan:

"...Mientras sigue la búsqueda, la mamá de Guadalupe dijo que tiene un presentimiento sobre lo que pasó con la nena..." (16/06/2021). Hacen hincapié en declaraciones de los padres de Guadalupe, apelan al sentimentalismo. En un apartado final titulan 141 allanamientos, y allí destacan lo realizado hasta el momento en la investigación, incluyendo la colaboración nacional en el caso. Hacen una nueva descripción de Guadalupe. En esta información referencian a Agencia Télam nuevamente. En la otra nota titulada "Se la tragó la tierra": el doloroso relato de la abuela de Guadalupe, la nena desaparecida en San Luis" (16/06/2021) publican una entrevista a la abuela, y apelan a lo afectivo: "...Visiblemente angustiada por la situación, Silvia relató el momento en que desapareció su nieta...". Referencian testimonios realizados por la madre y exponen la solidaridad de los vecinos: "...Vecinos de San Luis realizaron diversas marchas en reclamo de la aparición de la niña, de quien se desconoce su paradero desde el lunes pasado...".-

Al cuarto día de la desaparición, presentan nuevamente dos noticias. La primera de ellas, titulada: "El Gobierno ofreció una recompensa de $2 millones para quien aporte datos que permitan encontrar a Guadalupe" (17/06/2021). En este caso se centran en la recompensa ofrecida por el Ministerio de Seguridad, y hacen una cronología del caso con algunas particularidades: "...Ya van cuatro días de búsqueda y no hay una pista concreta sobre el paradero de la chica. Fueron más de 141 operativos y sin datos relevantes...", por primera vez resaltan ineficacia de la investigación. En la segunda nota titulada: "Guadalupe no aparece: nuevos operativos en tres sitios diferentes y la apuesta a un dato de la mano de la recompensa" (17/06/2021), referencian que las fuerzas de seguridad no encuentran datos para hallar a la menor, con recortes extraídos de El Diario de la República y radio Fm Lafinur argumentan que los esfuerzos no dan resultado: "...Nos dividimos los sectores para abarcar más terreno. La búsqueda es complicada porque no tenemos muchos datos...". A modo de relleno de la nota, apelan a hacer una descripción de Guadalupe al momento de la desaparición.

Al quinto día de la investigación, Clarín tomó material de una entrevista realizada por TN realizada al padre de Guadalupe, junto a su abogado Héctor Zavala. Desde la línea editorial del medio se observan particularidades en el titular: "Búsqueda de Guadalupe: el papá de la nena aportó nuevos datos y pidió acelerar la

investigación" (18/06/2021), y añaden, "...Todos los operativos terminaron sin resultados positivos para el expediente...". En la otra publicación del día, le dan espectacularidad a la búsqueda en su titular: "...Guadalupe no aparece: vacían un dique, suman personal y sobrevuelan la zona con drones..." (18/06/2021). Referencian la colaboración de otras fuerzas de diferentes provincias, y resaltan la recompensa. Pero exponen la disconformidad de los padres con la investigación realizada. Cierran la nota con la descripción hecha en otras publicaciones sobre la indumentaria y las características físicas de Guadalupe. Vuelven a tomar información de Télam.

En el sexto día de la desaparición, publicaron tres notas, en la principal titularon: "Seis días sin noticias: La angustiosa búsqueda de Guadalupe en San Luis: investigan al entorno familiar" (20/06/2021) toman fragmentos de declaraciones oficiales (Luciano Anastasi, Ministro de Seguridad de San Luis, y Ariel Parrillis, Juez interviniente). Presentan acusaciones encontradas entre los padres de Guadalupe, con versiones disímiles. Y a modo de subtítulo: "Sin rastros", allí hacen una cronología del caso, de lo realizado por las fuerzas policiales para encontrar a la menor. Y concluye la nota con una declaración del vocero de la policía.

En la segunda publicación del día titulan: "6 días sin rastro: Desesperado pedido de la mamá de Guadalupe: "No dejen de compartir su foto hasta que aparezca" (20/06/2021). Publican un video de TN con una entrevista a la madre de Guadalupe, y apelan a la sensibilidad del caso. Hace nuevamente hincapié en la falta de pistas para hallar a la menor: "...6 días sin rastros..." pero desde el punto de vista de la madre de Guadalupe: "...Estoy nerviosa. Todo el tiempo estoy esperando noticias de Guadalupe, esperando que regrese, que me la dejen...".

En la tercera nota de la jornada, titulada: "Sigue la búsqueda de Guadalupe en San Luis: allanan las casas de los vecinos y 400 policías rastrillaron la zona" 20/06/2021), exponen declaraciones del padre de Guadalupe que sintetizan la nota en la siguiente frase: "...Hasta ahora, los operativos de rastrillajes siguen sin resultados positivos...".

Finalmente, a una semana de la desaparición de Guadalupe publican dos notas, en la principal titulan: "Analizan las últimas fotos de Guadalupe Lucero, la nena de 5 años desaparecida hace una semana en San Luis" (21/06/2021), allí publican las

últimas imágenes de Guadalupe en el cumpleaños, y adelantan los próximos rastrillajes con la colaboración de policías de Santa Fe. Brindando un mapeo de lo que las fuerzas de seguridad hicieron, pero contrarrestan lo mencionado con el fragmento del abogado del padre: "...todo eso no hizo que la causa avance. Sigue todo en el mismo estado...". Añaden un subtítulo: "El padre pide "claridad"". Clarín expone un contraste entre lo hecho, y la disconformidad de la familia con los resultados: "...Se produjeron allanamientos en varios barrios de la capital puntana, y se controlaron además los pasos fronterizos. Una medida que, según los abogados de la madre y del padre de Guadalupe, consideraron tardía ya que la pequeña desapareció en un barrio aledaño a la Autopista...".

En la segunda nota del día, titulada: "Un broma de mal gusto y la indignación de los papás de Guadalupe: Nos están tomando el pelo", (21/06/2021), publican una entrevista de TN a los padres de Guadalupe, quienes se muestran indignados por una "broma" que les hicieron. Clarín añade un subtítulo: "Sin noticias" y anticipan una marcha organizada por los padres que se realizará al día siguiente. Cierran la nota con un tercer subtítulo: "... El caso...", en tres cortos párrafos contextualizan la semana de la desaparición, con las medidas ordenadas por la justicia, para desde el medio sintetizar en una frase: "...No hay una pista firme sobre el paradero de la nena...".

Las fuentes que utilizó DCL en su mayoría son compartidas, con datos de fuentes oficiales de autoridades policiales y/o gubernamentales, salvo las exclusivas con Yamila Cialone y Eric Lucero (los padres de la niña).

Entre las compartidas figuran a Darío Neira (jefe de policía), Vanina Lucero (tía de Guadalupe), Héctor Zavala (abogado de Eric Lucero). Asimismo, se sirvieron de información proporcionada por medios locales como El Diario de la República, y FM Lafinur. Como así también de medios nacionales como C5N, y por Agencia Télam.

La producción de DCL, publicó un promedio de dos notas por día. Enfatizó en presentar el sentimiento de disconformidad de los padres, como del entorno de la menor, sobre el despliegue policial y las acciones llevadas a cabo por el gobierno provincial.

En cuanto a las fotografías destacadas o que más se repiten son de la propia Guadalupe Lucero, con planos cortos de la niña, acompañadas de una descripción de la indumentaria que llevaba el día de la desaparición. Y a diferencia de EDRP, este medio nacional publicó imágenes de los últimos instantes de Guadalupe en la celebración del cumpleaños, previo al hecho ocurrido. Las imágenes que nutrieron sus notas respecto a información oficial, las extrajeron de la Agencia de Noticias San Luis (ANSL), que es una Agencia de Noticias del gobierno de la provincia de San Luis. Asimismo, tomaron imágenes de Missing Children, y spots de difusión del Ministerio de Seguridad de la Nación. En cuanto a imágenes exclusivas de DCL se sirvieron de las entrevistas realizadas por el canal del mismo grupo, Todo Noticias (TN).

Analizando tanto EDR como DCL, hubo dos construcciones la oficial, realizada por EDR, donde exponen las acciones del Gobierno como indispensables para tratar de encontrar a la menor; y la no oficial, donde a los padres los ubican como críticos de lo realizado e impulsores de su propia búsqueda.

A modo de conclusión, en relación a las propuestas de cobertura periodística, los medios analizados presentan diferencias. Esto se observa en la elección de las fuentes y la posterior construcción noticiosa. El Diario de la República prioriza en sus notas a las fuentes oficiales, con una línea editorial acorde a la mirada del gobierno provincial. En este caso destacando las acciones del aparato estatal en la búsqueda de la menor.

Finalmente en el caso del diario Clarín se centró en la familia de la menor, y se posicionó como medio en destacar que la investigación no arrojó ningún resultado positivo, sustentado en declaraciones vertidas por los padres de Guadalupe Lucero. La información que obtuvo fue en base a recortes de otros medios para direccionar sus contenidos en un sentido crítico.

BIBLIOGRAFÍA

- Alsina, R. (1989). *La Construcción de la Noticia*. Paidós.
- Fontcuberta, M. (1993). *La noticia: Pistas para percibir el mundo*. Paidós.
- Martini, S y Luchessi, L. (2004) *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder.* Biblos.
- Petrone, F. (2009). *Estudio de Agenda Setting: Conceptos, metodologías y bordajes posibles* UBA - UNTREF.
- Zunino, E, (2016, mayo). Communication & Society. Navarra. España.

LA TIZA, EL PIZARRÓN, EL MICRÓFONO Y LA RADIO

Santiago Rocca | Instituto Universitario Nacional de Derechos Humanos "Madres de Plaza de Mayo"
sarocca@gmail.com

Veronica Velasquez | Instituto Universitario Nacional de Derechos Humanos "Madres de Plaza de Mayo"
verokavelasquez@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo, propone apoyar y dar continuidad a las actividades puestas en marcha en la radio escolar en la Escuela Secundaria N° 25 con orientación en comunicación, de la ciudad de Monte Grande, Provincia de Buenos Aires.

Diferentes motivos han llevado a que la Radio todavía no pueda desarrollarse en todo su potencial. La intención de este trabajo es colaborar para que el proyecto pueda crecer en el tiempo y lograr continuidad en el AIRE, articulando con diferentes actores que forman parte del proyecto: Instituciones, directivos, docentes, estudiantes y dejar abierta la posibilidad de sumar otras instituciones educativas de la zona, articulación que podría multiplicar la audiencia y con esto ampliar la comunicación comunitaria.

La articulación será clave para lograr una práctica territorial de comunicación que permita darle vida a este medio público y que sea un puente de comunicación entre la comunidad educativa y el territorio.

Más de medio millar de alumnos concurren a diario a la institución, lo que significa que cientos de familias pueden sumarse como potenciales oyentes de la radio. La posibilidad de acceder a los contenidos de la radio desde una aplicación, permite una accesibilidad mayor a través de los soportes de celulares y computadora

Aspiramos a que la Radio Escolar 25, sea una herramienta pedagógica y que llegue a convertirse en un medio público y desde la comunicación construir sentido y compartir conocimiento.

Brindaremos propuestas relacionadas con la producción radial apuntado a perder el "miedo", acompañar a les jóvenes en la búsqueda de temas de interés tanto de la comunidad escolar, el barrio y generar producciones. En esta época invadida de un vertiginoso avance tecnológico ya no podemos pensar la radio como una herramienta convencional y tradicional. La posibilidad que brindan las plataformas digitales puede colaborar en la suma de voces, e ir hacia el camino de democratizar la comunicación.

Palabras Clave: Radio por Streaming, Comunicación Comunitaria, Jóvenes, Estudiantes.

FUNDAMENTACIÓN

"El vehículo fundamental de la cultura no es la escritura, sino la lengua. Ella de por sí ha sido capaz de permitir la transmisión cultural durante siglos y milenios" (Adolfo Colombres .1997. pág., 69.La celebración del lenguaje- Ediciones Del Sol)

Partimos de la premisa que la comunicación es un derecho y desde nuestro lugar de estudiantes de la comunidad universitaria tomar un rol activo en como participamos y aportamos a al cumplimiento de este derecho "...durante los últimos años se profundizó la concepción de la comunicación como un derecho humano compartido por el grueso de la sociedad, por lo que «*debemos pensar desde la Universidad en cómo formamos profesionales capaces de contribuir a hacer realidad el derecho a comunicar de todos, no solo el de ellos -como*

muchas veces han pensado algunos periodistas y dueños de medios." (Marita Mata- Unam.edu.ar)

Habitamos tiempos en que los medios hegemónicos de comunicación han construido la imagen de les adolescentes como un peligro para la sociedad, lentamente fueron construyendo un enemigo interno. Aparecen como "chorros", "el pibe de gorrita", "el o la de ropa deportiva" o por casos de "gatillo fácil", o no aparecen, cuando les vemos en los medios, no es en voz propia, hablan de "los/las pibas/es" les adultes desde una mirada adultocentrista creando estigmas en sus cuerpos. Por esta invisibilización y violencia sistemática hacia elles consideramos de gran importancia la práctica de la radio escolar, por ser el espacio social que habitan a diario que se transforme en un lugar que les dé la posibilidad de apropiarse de la herramienta, de la palabra, del conocimiento, investiguen su territorio y pongan en valor la juventud y los temas de su interés.

Nuestro objetivo es lograr que la radio escolar se sostenga en el tiempo y de esto depende que la comunidad se interiorice y apropie del proyecto, tanto en la creación de contenidos, manejo de redes, temas a tratar, vínculo con el territorio, búsqueda musical, tomamos la reflexión de Claudia Villamayor a tener en cuenta para que el proyecto permanezca en el tiempo: *"Es necesario trabajar nuevas estéticas y artísticas que diseñen nuevos géneros y formatos radiales que sepan poner a dialogar las audiencias, para que estas no nos abandonen."* (Villamayor Claudia- LA DIMENSIÓN POLÍTICO CULTURAL EN LA SOSTENIBILIDAD DE LAS RADIOS COMUNITARIAS.)

Partiendo de esta idea tomada de la tesis de Marcelo Pastorella, nosotres como colaboradores externos del proyecto, nos vinculamos en el territorio para acompañar el proceso, abrir la escucha colectiva en proyección a que sean les alumnes quienes continúen con la radio y poner en valor el saber que traen les jóvenes como comunidad que habita la sociedad con sus representaciones culturales y su forma de ver el mundo.

PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS Y PIEZAS SONORAS

La producción de contenidos la trabajaremos como una herramienta didáctica, que amplíe las experiencias de aprendizaje que trascienda el aula, que incorporan nuevos saberes que los lleven a encontrar caminos para la investigación de los temas de interés propios, así como también articular contenidos de las curriculas que pueden llevarse al formato radial, apropiándose así, del contenido que tendrán que investigar, seleccionar información, crear el mensaje y elaborar conclusión.

Es fundamental que la escuela apoye y genere el espacio para que sucedan instancias que le sirvan en el futuro, como investigar, tomar la palabra, desarrollar ideas, que puedan desarrollar su mirada para construir espíritus críticos y reflexivos, que les jóvenes puedan tejer y ser parte del entramado cultural, apropiarse y habitar la comunidad, como personas propositivas, capaces de construir un horizonte común, capaces de ser productores de conocimiento, y generar otro tipo de lazo entre la comunidad y la adolescencia.

MARCO TEÓRICO

Estudios como el de Carla Boccuti Bergez (2019), donde contextualiza y analiza*: "El proyecto Radios Escolares CAJ trabajó en la instalación y puesta en funcionamiento de 232 emisoras de baja potencia, con frecuencias legales en escuelas públicas secundarias de todo el país. A su vez, en articulación con las jurisdicciones, la orientación en Comunicación y Nuevas Tecnologías del Programa Nacional de Extensión Educativa - Centros de Actividades Juveniles (CyNT-CAJ) del Ministerio de Educación de la Nación, del cual las radios formaban parte, se focaliza en la capacitación y acompañamiento de jóvenes y docentes en el lenguaje radiofónico".*

Otro aporte importante Carla Boccuti Bergez (2019) es que: *"Las Radios CAJ, además de ser un medio de comunicación, eran una herramienta pedagógica que contribuía a fortalecer las trayectorias educativas y escolares y a favorecer el ejercicio del derecho humano a la comunicación de los jóvenes. Según su documento institucional, se proponían como un espacio para la participación, la*

expresión de las culturas juveniles, y el intercambio entre la escuela y la comunidad.

Otro antecedente valioso es la articulación lograda en la experiencia Radio Relatos de la Radio CENMA 232 Anexo Boulevares en la provincia de Córdoba. *"Esta propuesta pedagógica surge desde el Programa Radios Escolares como proyecto piloto con el objetivo de fortalecer la vinculación de las radios escolares con radios comunitarias, on-line y universitarias. Para ello se convocó a 4 escuelas, las cuales contaron con el aval de la gestión directiva para ser incluidas en el proyecto que llevó el nombre de Radio relatos. Una vez seleccionados los docentes interesados se realizó una primera reunión donde se co-construyeron pautas, acuerdos y cronogramas de tareas. Cada responsable se fue con el compromiso de promover la creación de un relato radiofónico a partir de los intereses y la forma simbólica de nombrar y expresar el mundo que tienen sus estudiante".*

Las radios escolares son parte de un proceso de transformación, de reconfiguración de las instituciones respecto a la relación con los dispositivos tecnológicos, las nuevas subjetividades y el ámbito escolar. Así lo señala en la ponencia: "Comunicación y Escuela: ¿Un horizonte de posibilidades? De Mariano Andrés Molina (2015). "*Las herramientas tecnológicas son productos históricos del desarrollo capitalista y económico. No creo que la mejor manera de entenderlas sea desde la dicotomía buena/mala, aunque no debemos dejar de marcar cuál es el proceso histórico en el que se origina y el espíritu que representan. Los productos y artefactos que se construyen, siempre potencian determinadas características y a la vez inhiben otras. En general se potencian las distintas necesidades del capitalismo de la época y se inhiben formas de relacionamiento y acción del cuerpo. Es una realidad que los cuerpos del presente necesitan habilidades que no eran las de hace medio siglo o un siglo atrás. En este marco, también es importante reflexionar sobre la presencia de las nuevas tecnologías en los contextos escolares, teniendo en cuenta que las necesidades de los proyectos educativos también se han ido modificando desde hace décadas a través de la interacción con diversos dispositivos tecnológicos y su influencia determinante. Hay dos características centrales de la*

configuración contemporánea: la visibilidad y conectividad.

Un eje a tener en cuenta es la relación entre el proyecto áulico y la radio, por eso es muy interesante el aporte de Silvina Rosignoli (2011): "*Se pueden planificar las materias incluyendo a la radio como una instancia más, como un recurso disponible de la misma manera que se piensa la biblioteca, el laboratorio 0 la sala de audiovisuales. No se trata de forzar la inclusión de tal 0 cual herramienta sino de tener en cuenta que ese recurso nos facilita el acercamiento al conocimiento y además nos posibilita construir y recrear. El aula se transforma en la sala de pre- producción, donde se escribe el guión del radioteatro, se investiga o se planifica la investigación, se prepara la entrevista y se arman los debates. El aula se transforma en un taller donde las actividades son colectivas y creativas.*"

Respecto al objetivo de las radios escolares, es un buen aporte el realizado por Elena Blanco Castilla (2007): "*Es importante tener presente que el objetivo de una emisora escolar no es competir con cadenas comerciales en calidad técnica o en contenidos, sino servir de cauce de expresión a los alumnos y, en la medida de los posible, colaborar en su educación. Por ello sólo se precisa la tecnología mínima para empezar a emitir. Sí es necesario, no obstante, un proyecto didáctico solvente que oriente la programación y el funcionamiento de la emisora, y que coordine de manera eficaz la labor de profesores, padres y alumnos.*"

En la encrucijada actual respecto a paradigma educativo, encontramos en el diagnóstico de Marcelo Pastorella (2021) un punto de apoyo para emplazarlos en el proyecto de la Radio Escolar: "*Desde hace mucho tiempo, la institución escolar está sometida a críticas por parte de padres y docentes, que ven allí un problema fácil de solucionar. Los padres notan que sus hijos no estudian como lo hacían ellos en tiempos anteriores y culpan a los docentes de la falta de dedicación hacia sus hijos, logrando de esta manera que se reciban con un déficit de contenidos que le auguran un futuro incierto. Por otro lado, algunos docentes, ven en los estudiantes de nivel medio a un grupo de personas carentes de voluntad para aprender y también descargan sus críticas en los docentes que los preceden en la historia escolar de los mismos*".

"La escuela, como institución de encierro fue creada luego de la revolución industrial y por consiguiente está fuertemente atravesada por la necesidad de lograr un conjunto de personas capaces de satisfacer las necesidades de los distintos empleadores que aguardan a la vuelta de la esquina".

"Ahora bien, dejando de lado esta discusión, los que trabajamos en investigación sobre temas escolares, vemos que el sistema se puede mejorar y que lo más importante es promover el bien de las chicas y chicos que esperan de nosotros algo mejor y sobre todo, algo que despierte su interés, porque después de todo, esa es la clave a la hora de aprender".

MARCO METODOLÓGICO

Como primer acercamiento al proyecto nos pusimos en contacto con los archivos, producciones y contenidos realizados, nos reunimos con les docentes y planificamos la realización de una jornada de radio abierta en el territorio escolar.

Elegimos la radio abierta como primer encuentro de intercambio, conocernos, poder ver el espacio físico y la actividad concreta de la radio en marcha, fuera del espacio aula, generar una instancia que nos permite el diálogo y la interacción con todos los integrantes de la comunidad educativa, nos permite el intercambio, la reflexión y la posibilidad de proyectar un horizonte común con los pies en el territorio.

En nuestra reunión de pre producción acordamos trabajar en equipo, incentivando la participación de les jóvenes: el equipo docente solicitará lista de la música a les jóvenes, trabajarán contenidos de las curriculas con los grados, se realizarán informes de interés propio, apertura del micrófono para incentivar la participación e ir encontrando quienes están dispuestos a asumir ciertos roles para la proyección al futuro y la continuidad.

Buscamos que los temas los propongan los jóvenes, trabajar la escucha y acompañar el recorrido y desarrollo, fundamental para lograr que se apropien de la radio.

El equipo docente nos pone al tanto de la violencia que se vive en la escuela,

sobre todo de un caso en particular de una docente que renunció por situaciones de violencia. Un docente nos comenta que en reunión con alumnes surgieron los siguientes temas de interés:

1. Eutanasia y suicidio asistido.
2. Sexualidades.
3. Drogas.
4. Bulling.

Como primer acercamiento y tener en voz propia entrevistamos a docentes y jóvenes, y obtener información que nos aporte con la planificación y continuidad de la radio, sobre los temas que les gustaría tratar, la continuidad de la radio, roles

ACTIVIDAD DE RADIO ABIERTA VIERNES 10 DE JUNIO.

Previo a este primer encuentro el equipo docente fue trabajando con los distintos grados, sobre informes y organización de la radio, al ser una escuela con orientación en comunicación, llegamos con una dinámica funcionando.

Se organizó la conducción, columnas, musicalización, la grilla del programa, llegamos a la hoja de ruta, como nos lo habíamos propuesto, los temas, la música y la organización de la actividad en cuanto a contenidos estuvo a cargo de les alumnes con el acompañamiento del equipo docente.

No debemos pasar por alto las burocracias y formalidades necesarias que realizaron les docentes, para que la radio abierta sea un hecho, autorización y planificación del ¿Que vamos a hacer?, teniendo en cuenta el ingreso de personas e institución ajena a la comunidad escolar.

Llegades al territorio escolar, ya les jóvenes organizan sus informes y el aula se transformó en un espacio de trabajo, planificación, organización y redacción disponiéndose a la actividad, la radio abierta se instala en el pasillo de las aulas del primer piso de la escuela, la radio abierta se transformó en la llegada de una propuesta que rompe la rutina se siente el interés, se suman de todos los grados.

INFORMES QUE PREPARARON:

Presentación del programa. Conductores, contenidos y redes sociales.

- Informe Ni Una Menos (campaña para prevenir noviazgos violentos)
- Columna de la Ley de despenalización del aborto
- Columna de Videojuego
- Informe musical homenaje al Noba
- Columna de anime
- Lectura de textos
- Horóscopos

Entrevistas varias .

La radio se fue dando con compromiso, les jóvenes se apropiaron totalmente de la conducción y de la dinámica de la radio, compartieron sus informes, quien conducía al principio no estaba seguro luego tomó las riendas de casi la mayor parte de la radio abierta, con total soltura, sin dejar caer en ningún momento el programa. Los informes se escucharon con atención y los roles se cumplieron a la perfección, se fueron sumando más grados e invitades y concluida la programación planificada fueron tomando la palabra y entrevistando a distintos participantes, docentes, alumnos, hablando sobre la escuela, generando campaña para colaborar con una familia de la comunidad que por un incendio había perdido todo.

Les alumnes de primaria se sumaron a ser entrevistades, la picardía y el fluir de las preguntas y respuestas, la toma de la palabra y la alegría por lo que estaba sucediendo tomó la actividad. Nuestro rol de adultes fue un puntapié para dejar expuesto que los y las jóvenes pueden conducir y llevar adelante la actividad y la organización de una actividad con total responsabilidad y compromiso.

Entrevistas a jóvenes:

En las entrevistas que realizadas a jóvenes (16-17-18 años) que participan de la radio abierta encontramos respuestas y propuestas comunes:

- ¿Te gustaría seguir con la radio?

Coinciden que si, en dejarla funcionando y que la sigan los grados que continúan.

"Sí, con la profesora estamos haciendo una revista y me gusta todo lo que es periodismo, la investigación, las preguntas y parece que voy a seguir por ahí."

"Si está bueno que la sigamos nosotros, y que la sigan los de 5to o los de 4to, porque este es nuestro último año."

"Si, me gustaría y que lo sigan del colegio así cuando nosotros nos recibimos lo siguen los otros sextos y poder continuar con la radio para que los chicos tengan una experiencia y sepan qué carrera elegir y sepan si les gusta o no."

- ¿Qué temas les interesan tratar, que ves que en los medios hegemónicos no se tocan?

Coinciden en que no se sienten representados en la mirada que los medios hegemónicos tienen sobre la juventud, que los estigmatizan y solo ponen el foco en los aspectos negativos de la adolescencia sin preguntarse cuál es el origen de esos aspectos.

"Hay muchos temas que los medios masivos no tocan o esconden, solo cuentan una parte de la historia, entonces en la radio de la escuela me gustaría que cuenten cosas que hay en el barrio, cosas que pasan en la escuela, o injusticias que pasan fuera o dentro de la escuela, que cuenten de los merenderos que hay en el barrio o como se ayudan entre los chicos, tenemos una compañera que se le prendió fuego la casa y los compañeros están haciendo colecta de ropa, mercadería, plata , como para poder ayudar a esa familia, me gustaría que se hablara más de eso."

"Todo es importante, por más que un chico robe, esté en la calle, seguro tiene otra historia atrás, y solo cuentan la superficie de la historia, no investigan en profundidad, ¿qué pasó?, ¿qué necesita?, ¿por qué terminó así? Es como un iceberg, solo ven la punta y no investigan que hay debajo, en el fondo. A parte nos deja mal a nosotros hoy en día, al decir que se drogan, son delincuentes, los medios nos dejan mal a todos los adolescentes, un chico no puede andar vestido de capucha por que las señoras se cruzan de vereda pensando que les van a robar, y por ahí el chico va a trabajar o a estudiar y no tiene nada que ver con eso, entonces ya nos ponen un estereotipo o una etiqueta de cómo en teoría "somos", es un poco injusto. Me pone muy feliz que tengamos la radio en el colegio así podemos decir nuestras opiniones y poder comunicar lo que nos pasa y no ocultarnos nada."

- ¿Qué crees que hace falta para que continúe?

Concuerdan en la falta de un estudio, un espacio físico destinado específicamente para la radio.

<u>Entrevistas al equipo docente:</u>

¿Crees que la radio escolar puede sostenerse en el tiempo y ser un medio para les jóvenes? Y ¿qué faltaría para que ello suceda?

Docente 1

- *Sí. Apostamos a que los y las estudiantes tengan un espacio donde poder expresarse, creemos que la radio es un medio de comunicación ideal para esto, que desde el primario empiecen a conectarse con el medio, que no sea solo para los cursos superiores que ya tienen la orientación en comunicación, sino que a lo largo de toda la trayectoria escolar puedan estar empapados de lo que es hacer medios. Nos interesa que ellos puedan conectarse con la producción mediática, la producción de mensaje, que ellos puedan expresar sus opiniones, ideas, inquietudes, la radio es un medio ideal. Como docentes tenemos que motorizar el entusiasmo. Para que pueda sostenerse a largo plazo tiene que haber toda una decisión de la institución de creer que tener una radio en la escuela es importante, muchas veces hace falta que desde los directivos se acompañe verdaderamente esa idea. Esperemos que sí, que la radio se sostenga.*

Docente 2

- *Si creo que la radio se puede sostener en el tiempo, es una posibilidad en tanto los alumnos se apropien del espacio, se apropian del espacio fácilmente, si bien la radio no es un elemento que forma parte de su vida, si forma parte de sus vidas la discursividad y poner en palabras, entonces al poner la radio en sus manos, es algo que usan, que disfrutan. Para sostenerse en el tiempo hay que asegurar ciertas condiciones para que eso suceda. Falta que podamos vincular ese elemento con su vida, que se ponga como un elemento pedagógico, no como un momento de dispersión, que se use ese espacio para aprender, para comunicarnos, para conocernos. Falta vincular ese soporte, con la idea misma, hacerlo parte nuestro.*

CONCLUSIÓN

La valiosa experiencia obtenida en la radio escolar en la Escuela Secundaria N° 25 de la ciudad de Monte Grande, en el partido de Esteban Echeverría, Provincia de Buenos Aires, nos permitió llegar a las siguientes conclusiones.

Desde hace un poco más de una década potenciada por la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la implementación de Radios Escolares tuvo su impulso, dentro del proyecto de los Centros de Actividades Juveniles (CAJ).

Las radios escolares son en definitiva una nueva herramienta pedagógica, que contribuye a que las nuevas generaciones incorporen conocimiento en la profundización de los procesos de inclusión social, educativa y por supuesto cultural.

En una sociedad donde los jóvenes no son escuchados, donde permanentemente están estigmatizados, contar con una herramienta que en definitiva sea un aporte efectivo para ejercer su voz, y ser escuchados es un gran paso en el derecho a la comunicación.

Estamos hablando de jóvenes que están en una etapa de desarrollo vital, en el cual comienzan a perfilarse sus intereses, sus vocaciones, etc. En definitiva es el comienzo de sus primeras decisiones y reflexiones, sin la tutoría de sus progenitores, por eso contar con nuevos ámbitos y herramientas que les permitan ampliar las trayectorias escolares, es un aporte para la apertura de nuevas oportunidades y experiencias educativas.

Contar con un nuevo recurso, con un formato diferente y atractivo, que interactúa automáticamente con otros, y que permita abordar los contenidos curriculares con otras dinámicas, estrategias, formas de expresión, y alcance, abandonando el rol pasivo que a veces propone la escuela, de estar sentado escuchando, para ser gestores y productores de contenidos, hacen de estas Radios Escolares un aporte por demás interesante. La implementación de las mismas estimula la investigación, la expresión, el desarrollo de un espíritu crítico y el intercambio entre pares, con los profesores, con llegada y repercusión en las diferentes

familias y el territorio y la comunidad.

En una sociedad donde es evidente, que las mayores problemáticas personales e interpersonales tienen como raíz los conflictos en la incomunicación, estimular a los jóvenes a través de esta herramienta pedagógica es de vital importancia. Ser parte de la Radio estimula la creatividad, la expresión, la participación, la inclusión, la reflexión, favoreciendo la formación integral, el aprendizaje y el sentido de pertenencia con la propia institución escolar.

Pero también es un desafío en el horizonte que estas Radios Escolares, produzcan cada vez mejores contenidos propios, y que expresan realmente la voz de los jóvenes, que en definitiva con el apoyo de los docentes son los principales protagonistas de esta herramienta pedagógica y también es un desafío para las autoridades escolares en considerar la importancia de las radios escolares y acompañar ese proceso.

La radio escolar permite que todos aquellos que conforman la comunidad educativa tomen la palabra y hagan crecer la participación y el interés en la escuela. En momentos donde la palabra distribución en todos los campos cobra sentido, en función de una sociedad más inclusiva, justa e igualitaria, las Radios Escolares cumplen con una gran parte de la distribución de la palabra, y con esto hay más ejercicio democrático.

La radio escolar en la Escuela Secundaria N° 25, se encuentra en un gran edificio donde en la planta alta está ubicada la escuela secundaria y en la planta baja la escuela primaria. Esta cercanía entre ambas escuelas permite que a la Radio escolar puedan acceder estudiantes de todos los niveles del trayecto escolar.

Con esto empiezan a aparecer nuevas voces, nuevos protagonistas, se generan nuevos contenidos audiovisuales, se comienzan a visualizar otras historias que contar, y se abre una posibilidad de lograr una fuente inspiradora más genuina, sobre todo que la historia de las nuevas generaciones sean contadas por ellos mismos. En este sentido cabe destacar la importancia del aporte y la necesidad que las universidades se involucren en estos procesos, para armar un tejido nuevo en cuanto a la mezcla generacional y al aporte de la necesidad (como explica una docente) que los directivos escolares consideren necesaria la creación

de la radio escolar.

Las radios escolares se desarrollan en etapas vitales de la vida de les jóvenes, etapas de continuo crecimiento, y crecer significa muchas cosas, significa evolucionar, desarrollarse, adaptarse, asimilar, recibir, integrarse, apropiarse, crear, construir, en definitiva lo que la educación debe tener en cuenta a la hora de facilitar de manera clara el desarrollo de sus miembros.

Y para concluir, les jóvenes son el motor de la historia, así como durante cientos de años, lo fue la lucha de clases, hoy en el tiempo que nos toca vivir, en pleno siglo XXI, lo que marca el ritmo de los cambios, es la lucha generacional, es la superación de lo nuevo por lo viejo, lo que le da sentido a la transformación personal y social.

Y en este sentido es importante destacar a la educación, como práctica social, y re significar su orientación, como señala Mario Luis Rodríguez Cobos – SILO (1989) *"Por ello creo que educar es básicamente habilitar a las nuevas generaciones en el ejercicio de una visión no ingenua de la realidad de manera que su mirada tenga en cuenta al mundo no como una supuesta realidad objetiva en sí misma, sino como el objeto de transformación al cual aplica el ser humano su acción"*.

BIBLIOGRAFÍA:

- Carla Boccuti Bergez (2019). Análisis del proyecto Radios Escolares CAJ. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Foro de Radios Escolares, Córdoba (2017). Las escuelas hacen radio, experiencia CENMA 232. Anexo Boulevares.
- Mariano Andrés Molina (2015) Comunicación y Escuela: ¿Un horizonte de posibilidades?.
- Silvina Rosignoli (2011). Los proyectos educativos comunicacionales – Esta Escuela tiene voz – Material de trabajo para las Radios Escolares del CAJ.
- Marcelo Pastorella (2021). La radio como proyecto escolar. La implementación y sostenibilidad de las radios escolares en educación media.
- Elena Blanco Castilla (2007). La utilización de la radio como herramienta didáctica.
- Mario Luis Rodríguez Cobos – SILO (1989). El Paisaje Humano.
- Villamayor Claudia- LA DIMENSIÓN POLÍTICO CULTURAL EN LA SOSTENIBILIDAD DE LAS RADIOS COMUNITARIAS.
- https://www.fhycs.unam.edu.ar/portada/marita-mata-tenemos-que-pensar-en el-comunicador-como-un-mediador/

MESA 4:

COMUNICACIÓN, GÉNEROS, DIVERSIDADES SEXUALES

Coordinadora de mesa:
Fernández, Samanta

¡NOS MUEVE EL DESEO! SOBRE LA DIMESION POLITICA DE LA COMUNICACION Y LA MILITANCIA FEMINISTA CON “EL JARDIN DE LAS Y LES PRESENTES: FERIA Y FESTIVAL TRANSFEMINISTA”

Rocio Mariana Aragón | Universidad Nacional de Jujuy
aragonrociomariana@gmail.com

A MODO DE INTRODUCCIÓN

“El Jardín de las y les presentes” es una colectiva de mujeres, lesbianas, trans, no binaries y disidencias que organiza una Feria y Festival Transfeminista en la provincia de Jujuy (mayormente en San Salvador de Jujuy y también en la quebrada: Tilcara, Humahuaca, Purmamarca). Surgió a fines de 2017 movilizada por la feminización de la pobreza, la precarización laboral y la militancia feminista/transfeminista en un contexto de recrudecimiento de la violencia de género y un crecimiento alarmante de femicidios, transfemicidios y travesticidios, y se mantiene activa (septiembre de 2022). El encuentro es motorizado por la militancia y el activismo desde los feminismos, buscando construir y mostrar alternativas, como resistencia al statu quo en diferentes dimensiones: en lo laboral y económico, al plantearse como feria y festival siendo una potencial fuente de ingresos y por lo tanto, de autonomía; en lo vincular/afectivo al crear redes de sostén, contención y acción, en lo subjetivo al recuperar las historias propias y encontrarlas en lo colectivo, al rescatar el valor de la palabra, las experiencias y la presencia, rompiendo con los silencios impuestos, al habitar la plaza y volverla jardín. Cada edición de feria y festival se piensa y organiza por medio de asambleas, por consenso, poniendo en valor lo colectivo, hay una distribución

acordada de tareas y roles a cumplir, antes y durante cada jornada. Es un espacio independiente y autogestivo, que es posible y crece por el aporte de sus participantes, entendidos como pares en el compromiso de gestión y el sostenimiento.

Para conocer la historia de El Jardín, se realizaron entrevistas en profundidad semiestructuradas a 7 personas que integran la colectiva, algunas de las cuales están desde sus inicios y otras quienes se sumaron en el transcurso. La herramienta elegida, nos posibilita una instancia de diálogo con El Jardín, recuperando sus voces y dando lugar a las diversas formas de narrar, ya que nos interesa la posibilidad de reivindicar la experiencia. Pondremos la atención en lo particular, allí donde entra la subjetividad, la vivencia individual y colectiva con toda su complejidad. La potencia del pensamiento anclada en nuestros cuerpos, cuerpos con experiencias, afectos, recursos, deseos, expectativas, trayectorias, memorias y esperanzas. Se recuperarán sus relatos sin grandes mediaciones, porque creemos que allí radica la riqueza de la experiencia que se narra a sí misma.

Esta investigación es parte del trabajo realizado para mi tesis de licenciatura, en el cual indagamos sobre la comunicación comprendida como dimensión política de los procesos sociales en diálogo con la colectiva “El Jardín de las y les presentes”. Nos interesa allí dar cuenta desde una dimensión política de la comunicación, de las prácticas y procesos de visibilización que asumió la colectiva, cómo los feminismos interpelan en la actualidad volviéndose nuevos marcos de acción y de reflexión atravesados por prácticas de comunicación, tanto en lo intersubjetivo en relación a la producción, cuestionamiento y transformación de los sentidos sociales, como así también atravesada por la comunicación alternativa en herramientas como la radio abierta, gestionada en la necesidad y el deseo de manifestar la propia voz. Para esta ponencia se toma particularmente la radio abierta de la Feria y Festival Transfeminista, entendiéndose como un espacio importante que fue tomando forma y cargándose de sentidos durante el proceso de la colectiva, escuchando la voz de sus protagonistas.

Palabras claves: *comunicación alternativa, feminismos*

SOBRE NUESTROS FEMINISMOS

La irrupción de activismos feministas jóvenes muestra nuevas formas de militancia, ya no en su sentido asociado a lo partidario sino de acción colectiva. La emergencia e irrupción de jóvenes feministas que luchan contra las violencias, el acoso, contra el femicidio, a favor de la interrupción voluntaria del embarazo, se da en toda Latinoamérica y en Argentina (Garita, 2019). El Jardín es parte de esas emergencias, situada en Jujuy: su surgimiento está íntimamente vinculado a la expansión del movimiento en la región.

Los feminismos son parte de un campo discursivo de acción/actuación amplio y heterogéneo, que en un sentido político pone en tensión las relaciones de poder en las que estamos involucradxs y politizan la experiencia personal y colectiva. Hablar de feminismos es hablar de movimiento social, de teoría política y de epistemología crítica. En sus tres dimensiones entretejidas, implica una posición política de convicción que, al atender y tensionar esas desigualdades (sus causas y consecuencias) en las relaciones de poder, abre demandas de reconocimiento, de redistribución y de representación para la transformación del sistema patriarcal, capitalista, moderno/colonial y otras configuraciones que producen desigualdad y subordinación. Existe una diversidad de formas, manifestaciones, experiencias y genealogías feministas y transfeministas, que como están hechas de nosotras y nosotres, se encuentran en permanente movimiento.

Una integrante de El Jardín relata cómo fue el proceso de ir construyendo la colectiva, cuáles fueron las razones que movilizaron la organización:

- “Creo que muchas compañeras, personas, que estábamos dentro de El Jardín ya veíamos lo obsoleto en un montón de cosas, dentro de las dinámicas de la estructura de vínculos y de formas de trabajo (...) éramos varias que veníamos haciendo laburos autogestivas y con mucha garra y corazón, poniéndole lo mejor, algunas maternando muy pequeños, y cosas así... Pero fue como bueno, ¿si estamos todas juntas porque no? Hagamos algo, si entre todas podemos armar una feria. Empezamos a tener un poco de investigación en materia de tipos de ferias colectivas, de Córdoba, de otros lugares que venían sucediendo. Bueno... Como estaba el gobierno, la presidencia de Macri, estaba todo medio más o menos, veníamos viendo un montón de cosas que venían en picada en todos los niveles: económico,

socialmente, culturalmente (obvio que la cultura es siempre lo más relegado). Y fue ¡hagamos algo! si todas sabemos un poco de algo y todas tenemos estos emprendimientos y todas necesitamos laburar de esto, bueno, nos juntemos, pensemos en qué alternativa podemos hacer.

Creo que al principio siempre tuvo una postura política bastante fuerte, pero me parece que a medida que transcurría el tiempo se iba aunando y tomando fuerza, íbamos encontrando más puntos en común entre todas y yendo por ahí. No sabría explicar en este momento cuales eran quizás cómo más de ese lugar, al donde fue atravesado. Básicamente, como que el feminismo. Ya veníamos todas cuestionándonos nuestros roles como mujeres dentro de la sociedad: como madres, como hijas, como compañeras, como amigas, como trabajadoras, como artistas, como muchas cosas. Todos esos cuestionamientos y el querer movernos de esos lugares por ahí más relegados, también llevaron un poco a: "hagamos esto, necesitamos hacer esto, listo, armamos una feria". Y creo que nos ayudó bastante en eso, en poder también empoderarnos un poco más de manera conjunta, frente a todas las problemáticas que estaban sucediendo. Obviamente que en el medio también atravesadas por los femicidios, todas esas problemáticas de la violencia de género, que no somos ajenas jamás. Entonces cada vez iba tomando, se iba transformando creo. Empezamos pensando en que quizás podía ser una alternativa laboral muy buena y se empezó a transformar también en un espacio de reivindicación entre nosotras como mujeres trabajadoras, autogestivas y autónomas, pero, también hay otro montón de cosas ¿no? (...) ¿Qué representa esta feria también simbólicamente para afuera? ¿porque elegimos feminista? ¿por qué? ¿Qué es lo que nos movilizaba en ese momento para que nos llamáramos de esa manera? Y creo que fue eso también, pensar un montón en todos esos roles que ya no queríamos ocupar, y también todo lo que pasaba en el contexto social con los femicidios, con la violencia de género, como que cada vez se iban haciendo más visibles todas esas problemáticas, y creo que en cierto punto tuvimos la valentía de poder posicionarnos políticamente y decir: "bueno, ta, pero esto que está pasando no está bueno entonces también ¿podemos ayudar a que más compañeras sepan qué está pasando? ¿por qué pasa? ¿cuál es o son las causas de todo esto? ¿por

qué nos sentimos así? ¿Por qué dejamos de lado un montón de cosas del deseo propio? ¿para qué?". (Entrevista con Yesica, 2022)

LA RADIO ABIERTA: DECIR PARA SER ESCUCHADAS

La Feria y Festival en sus inicios gestiona y consigue permisos municipales y provinciales para poder ocupar el espacio público con los puestos, pero a medida que se fortalece como colectiva y a la vez que explicita su posicionamiento político, comienzan a aparecer trabas burocráticas e institucionalmente se niegan los permisos. A partir de este momento, la colectiva de El Jardín decide sostener la Feria y festival a partir de la toma del espacio público apropiándose de la Plaza Italia, situada en San Salvador de Jujuy, entre la Plaza de los Inmigrantes y al frente del penal de Gorriti. Potencia esa toma del espacio con la toma de la palabra, haciéndose presente desde el encuerpar[75] y también desde el decir. La radio abierta de El Jardín existe desde sus inicios, y fue tomando y cambiando de forma, como así también cargándose de sentido durante el proceso de la colectiva.

La radio abierta como práctica consiste en la toma del espacio público (plazas, calles, veredas) con algún equipamiento sonoro que permita amplificar las voces y construir un espacio de socialización, de diálogo y participación en el ámbito de lo público. Motoriza la necesidad de expresar un pensamiento, una propuesta de acción, una interpretación de la realidad, denunciar problemáticas o exigir derechos, visibilizar prácticas, entre otros objetivos (Argote, 2012). Se plantea públicamente una reflexión, se comparte información o dar a conocer alguna situación social en particular.

75 De "encuerpar" es una deriva de acuerpar, expresión que nombra desde el feminismo comunitario a la acción personal y colectiva de cuerpos indignados que se convocan ante las injusticias, para hacerse presentes política y afectivamente, para resistir y actuar contra las múltiples opresiones, en un acto de reapropiación del cuerpo-territorio.

- *"Las actividades radiales callejeras entonces, se configuran como espacios de encuentro y socialización de saberes. Se constituyen en espacios de diálogo, expresión, los cuales posibilitan el debate y la discusión. Comprendidas así, las radios abiertas podrán ser entonces una verdadera estrategia para la organización y transformación social. Desde las radios abiertas se dice, reflexiona, interpela, se proponen acciones conjuntas en pos de la modificación de una situación social. Durante la realización de una radio abierta confluyen miradas, curiosidad, aprobación o reprobación frente al discurso expresado." (Argote,* 2012 p.94)

Sobre la radio abierta las integrantes de El Jardín nos cuentan:

- "¡Plantearlo con un micrófono, a boca tendida por la calle! ¡Eso para mí es un montón! ¡Si! Y estuvimos en espacios públicos muy visuales para San Salvador de Jujuy ¿no? (...) Hablar públicamente, compartir sentires e información de cosas que no se hablan, con un micrófono en público, eso era mucho, es mucho. Y que nuestras compañeras músicas puedan tener un espacio de escucha, de mostrar su arte. Había música, arte mostrándose todo el tiempo, hablando de las problemáticas que estaban aconteciendo... Vinieron las "Damas de hierro"[76], pudimos hablar de otra parte de la sociedad que está muchísimo más vulnerada que las mujeres. Tener ese privilegio, tener el honor de poder entrevistarlas, fue como montón. Escuchar otras realidades que te dan una cachetada en un segundo y te vuelven a plantear frente a un lugar donde ah bueno, yo también soy privilegiada, soy mujer, blanca y privilegiada también, por más que tenga un montón de cosas de no privilegio. Pero encontrarnos en esa diversidad de situaciones, que si eso no se muestra queda en el olvido... Sale en alguna noticia de vez en cuando en el diario, en la tele... como cosas no visibles. Y El Jardín trajo eso: mostró y visibilizó situaciones todo el tiempo. Y cómo desde el dolor, o desde estos lugares de tristeza, podíamos transformar y convertir en algo bello ¿no? Por eso también el jardín y por eso usábamos también mucho lo de las hermanas Mirabal y esto de las mariposas, ese poder de transformación." (Entrevista con María, 2022)
- "Y a mí me encantaba la radio, el espacio de poder hacer radio, la radio abierta era genial. Podíamos charlar ahí, hacer entrevistas, se acercaban

76 "Damas de hierro" es una fundación de chicas trans de la provincia de Jujuy.

personas que querían difundir que iba a pasar en sus diferentes espacios de militancia, me acuerdo que fueron las "Damas de hierro", de que difundiéramos también y discutiéramos cuestiones que iban pasando en el día a día de Jujuy, y también que difundieramos todo lo que cada una hacía. Le daba un sentido re lindo a la feria, porque era conocer un poquito, las que se animaban a hablar, de porqué estaban ahí, de que estaban haciendo, de cómo trabajaban." (Entrevista con Gisela, 2022)

- "Creo que también fue en los principios como una instancia más de poder brindar información sobre las temáticas feministas, que son miles de pronto. Lo principal que nos atravesaba a todas eran las violencias que recibimos estructuralmente y de un montón de lugares. Pero también a había otras cosas de las cuales hablar, que estaban re buenas: como las maternidades, muchas somos madres, entonces también nos atravesaba la maternidad desde un montón de lugares. No sé, nuevas formas de hacer cosas, talleres que eran talleres de plantas medicinales, entonces también entrar un poco en la medicina más ancestral y darle de nuevo una revalorización a eso y sacar un poco de foco de la medicina alopática. Había un montón de cosas a las cuales nosotras queríamos también poder apalabrarlas y hacerlas cuerpo y carne, y que no solamente queden acá en nosotras, ni en una misma, sino que también se pudiera expandir. También puede servirte a vos.... A quien le interese. Porque bueno también venía por ese lado, si te interpela vos vas a estar ahí y te vas a dejar interpelar. A quien no le interesa, no, sigue en la suya. Creo que la radio abierta funciono mucho en ese sentido, y que brindó la posibilidad de que cómo había temáticas, también había una investigación de base sobre esa temática que se elegía, y que tanto como en esos mini grupos que se armaban para llevar cabo la radio abierta, toda esa información también nos atravesaba individualmente al momento de hacer la investigación. Decir bueno mira: hay esto, esta rebueno, seleccionar que tipo de información queres compartir, cuáles son las cosas que pueden llegar a interesar, qué es lo que puede ser importante. Todas esas cuestiones que están buenísimas. Y después llevarlo a cabo con entrevistas como para brindar desde algún lugar de la experiencia y que no quede solo teorizado "del libro de no sé quién que dice tal cosa". Bueno, pero está acá la compañera que tal, y tal y tal. Ponele en mayo se celebra el mes del parto respetado, entonces

recuerdo una intervención bastante fuerte que armamos con Giova: hacerle entrevista a ella que es doula hace tiempo, que acompañó partos (varias tuvimos partos en casa). Entonces hacer una investigación de todas las compañeras que habían elegido hacer partos domiciliarios, contar la experiencia de cómo había sido. No solo con eso sino con todas las temáticas que podamos llegar a abordar, era brindar una alternativa ¿no? De cosas que sucedían, como "no solamente puede ser de esta forma que ya conocemos todes" sino también puede ser así, mira, nosotras lo estamos viviendo, estamos teniendo esa experiencia entonces también es válido. Se puede.

- Siempre repetir la información es muy importante, necesitamos estar informadas, el lugar de la desinformación nos coloca en posturas que ya no tenemos ganas de tener. Entonces creo que, para mí la radio fue una de las cosas mucho más valiosas, todo digamos, pero yo creo que tengo mucha resonancia con la radio. El micrófono estaba abierto, no solamente a lo que hubiera ya preparado organizativamente, planificado la comisión que se ocupaba de la radio, sino también está abierto. Si alguien quiere venir, contar algo, hacer una invitación, no sé, lo que fuera, está el micrófono a disposición: vengan no hay ningún problema, acá somos todas compañeras y nos vamos a apoyar, nos vamos a ayudar. Tengo recuerdos de en una feria que se acercara una compañera que tenía un trastorno de bipolaridad, con otro compañero más y se pusieron a hablar en el micrófono de todo lo que elles atravesaban y padecían con este trastorno, y también fue super valorable que ellos pudieran en ese momento empoderarse y decir bueno nosotros somos parte de la feria y a nosotros también nos pasa esto, y es una problemática que nos pasa todos los días como personas... digo, fuera, dentro del espacio feminista, en la feria, en cualquier lado. También está bueno, creo que dio la posibilidad a varias personas de poder acuerpar la palabra, que por ahí eso nos costaba, tuvimos que romper un poco con eso.
- La radio abierta se hacía y estaban la comisión de radio abierta que eran dos, tres compañeras que siempre hacían la radio, o que tenían programas de radio, ya tenían como un camino hecho dentro de lo radial, pero de repente no iba una y decíamos bueno, ¿alguna quiere ocupar ese espacio? Bueno, está bien, yo me animo. Y... ¿Qué tenes para decir? Ay no sé ¿Viste?

Y empezas como ididid (se traba). Creo que estuvo re bueno, muchas compañeras se terminaron animando a hablar, a romper con esa timidez, es un micrófono, como si estuvieras hablando sin micrófono, es lo mismo, solamente es un aparato que amplifica tu voz. Por ahí eso genera, viste... te intimida, te da miedo. Pero bueno, creo que, si no sirvió a muchas para poder romper ese silencio, esa pequeñez que teníamos. Bueno, no, ahora sí: "hola" (carraspea) bueno "bienvenidas a la feria". (Entrevista con Yesica, 2022)

- “Cuando empezamos a tener un colchón económico con las rifas y lo que se fue generando, se invirtió en un micrófono propio, un parlante y ahí la radio si o si estaba, porque antes iba y venía. En Tilcara ya había radio. La idea de la radio fue poder tener entrevistas, entrevistar más que nada cuando era un lugar, cuando era algo importante, una fecha importante. Entonces se organizaban un par de preguntas y se convocaba a la persona que se iba a entrevistar. El objetivo de la radio era poder hacer las entrevistas y que las personas que vayan puedan escuchar sobre otras cosas, como al pasar... ¿no? Cómo empezar a visibilizar qué era lo que nosotres como feria queríamos mostrar. Entonces empezamos a leer, se empezó a hacer un espacio literario, que se lean poemas feministas, que interpelen. Se empezó a ver que había muchas niñeces que les interesaba, entonces un espacio que sea de lectura específico para las niñeces... Nos dimos cuenta que era un espacio de tránsito y paso a veces de la gente que bajaba del edificio de ahí, entonces dijimos el micrófono es la clave para que se escuche y se visibilice la feria. Y fue una de nuestras herramientas más fuertes, era impensada una feria sin micrófono y sin parlante. Y ahí hacíamos la entrevista, las lecturas y compartíamos lo que era la rifa, publicitábamos todo el tiempo lo que había. Se invitaba a quien quería micrófono, realmente era libre, a que compartan sus emprendimientos y ahí charlábamos y explicábamos lo que era autogestivo, lo que era una feria autoconvocada, invitábamos a las asambleas, a que más personas deseen unirse y eso fue también lo que daba cuerpo ¿no? Era visible... y se escuchaba, por más que vos estés caminando por la calle, o había gente re lejos que ni en pedo se acercaba porque “cómo me voy a acercar a esa feria " y escuchaban. Y hay montón de personas que yo recuerdo que pasaban y que no se consideraban feministas o no estaban a favor del aborto, y sin

embargo iban y escuchaban y después cuando charlaba por aparte se había interpelado ¿no? y para mí eso es sumamente enriquecedor. Y eso siento que lo dio todo, desde el cartel y las charlas y lo que escuchaban constantemente en la radio y la música que elegíamos a conciencia. (...)

- Lo que me acordaba con la radio, es que también dio la posibilidad de que muchas mujeres y disidencias que no se animan a hablar, o que grupalmente pasaban en el colectivo, que estás en asamblea y siempre hablan las mismas personas o yo soy muy habladora entonces a veces opacaba la palabra de otres... Y eso fue algo que se fue construyendo, de poder respetar la palabra de cada une y que cada une hablara, pudiera decir algo. Invitar a esa posibilidad que estaba todo el tiempo. Que no haya silencio que genere después conflicto. Y la radio brindó esa posibilidad, de que muchas que no hablaban o no tenían que compartir, encontraron en el espacio qué compartir: una lectura, una entrevista. O que capaz su acción no era agarrar el micrófono, pero había armado la entrevista, había decidido música, te hablo y se me vienen millones de caras, de personas que vinieron que podían compartir y encontrar en ese espacio de la radio un momento para hablar. (...) La radio fue como un espacio muy enriquecedor y mágico" (Entrevista con María, 2022)
- "La cuestión era quién tomaba la posta, porque también tenemos que reconocer que éramos, somos, no en realidad ahora estamos totalmente transformadas, pero en ese momento era bueno qué onda, conectamos esto con esto y empezamos a hablar digamos. ¿y quién va hablar? ¿quién quiere hablar? ¿de qué queremos hablar? (...) Pero era recuerdo un re tema, porque a mí por lo menos me atravesaba el cuerpo el hecho de decir "toma vos" "ay no, no sé qué decir", claro... "toma el micrófono". Y era... te atravesaba todo el cuerpo, te atraviesa todo el cuerpo lo que querés decir, cómo lo vas a decir... y eso era re sarpado como lo vivíamos creo que la mayoría por lo menos, esta cuestión de tener tantas cosas reprimidas que como decir "bueno, tampoco lo vomitemos". (...) Entonces fue bueno, ¿de qué manera vamos a decirlo? Fue un viaje eso, y yo creo que a partir de eso se quiso organizar la comisión de radio, pero al mismo tiempo las temporalidades y desencuentros terminaron diciendo bueno quien quiera llevar algo, quien quiera proponer algo... Se iba haciendo de esa manera". (Entrevista con Ayelén 2022).

La radio abierta se constituye como una práctica de la comunicación alternativa, comunitaria y popular cuyo principal objetivo es amplificar las voces y discursos de las personas que integran la colectiva con sus propuestas y posicionamientos políticos. Son sectores subalternos que se apropian de la palabra expropiada, mujeres, madres, trans, travas, infancias. Se trata de un espacio de decir, de hacerse escuchar con las herramientas técnicas disponibles, sin necesidad de muchos artefactos. Esta intervención con el uso de la radio como medio de expresión, propicia la participación de diversas personas, colectivos, organizaciones, temáticas que pueden hacerse visibles socialmente, alterando a través de la radio abierta una situación en la cual habitualmente sus voces e historias son silenciadas o están ausentes. Es un espacio significativo para El Jardín en tanto posibilidad de decir, poder decir y amplificar problemáticas, reclamos, propuestas, situaciones, historias, trayectos, poder ser escuchadas, así como también brindar información importante para quienes se acercan a consumir o a compartir. Sus integrantes relatan cómo a lo largo de la feria y festival se fueron apropiando de ese espacio de poder, "animándose a decir", reconociendo que no es que históricamente se les haya dado esa oportunidad y que por lo tanto hay algunas barreras por atravesar para "sacar la voz". Colectivamente fueron aprendiendo a resolver cuestiones técnicas, y también gestionando recursos para poder sostener el espacio de la radio, porque descubrieron que permitía amplificar y hacer públicas diversas situaciones, como por ejemplo cuando intentaron desalojarlas de la Plaza Italia, fueron relatando con el micrófono y convocando a la gente que circulaba para apoyarlas.

A través de la palabra traer al presente temáticas feministas e información alternativa a las propuestas hegemónicas, nombrar, hablar de aborto (previo al debate por la legalización), hablar de parto respetado, de crianza y maternidad, infancias libres, de amor romántico, de sexualidad, es también acercar a las personas que asisten y a las mismas feriantas, información que no circula habitualmente, o profundizar y debatir sobre temáticas que atravesaban el contexto para intentar construir posicionamientos ante eso.

La radio abierta es un frente más de El Jardín para acercar a través de la palabra propuestas alternativas, para que circulen los saberes, que circule la palabra, para promocionar y comentar sobre los emprendimientos: productos o servicios, historia, formación, entre otras cosas, para entrevistar a gente para que comparta

sus experiencias. Es tal la importancia de este espacio, que con el colchón económico que pudieron conseguir a través de las rifas, se compraron un parlante y un micrófono, para que no falte la música ni la palabra de las compañeras y compañerxs.

"Había mucha necesidad de discutir y de informarnos y compartir información, de reflexionar de las cosas que estaban pasando, de cómo hacerle frente a eso. Y después si se convirtió en el lugar de encuentro, de alegría. Y esa ambivalencia que existe siempre, como también cuando vas a una marcha tenes un millón de reclamos que no sabes por donde agarrar, si tuvieras que hacer un cartel por todos los reclamos que tenes tendrías una tonelada de carteles en la espalda y vas sacando. Siempre hay muchos reclamos para hacer, pero no deja de ser un lugar de encuentro y de renovar esperanzas y de alegría de saber que están otras en la misma. Entonces eso era re importante" (Entrevista con Gisela, 2022)

El Jardín es una manifestación de cómo los feminismos y los transfeminismos se volvieron puntos de ancla para la organización del movimiento social y para articular demandas, reclamos y acciones, apostando a la transformación social: desde el habilitar el trabajo hasta tomar la palabra para decir y denunciar, haciendo audible lo que antes estaba silenciado y haciendo visible lo invisibilizado, siendo lugar de contención para que muchas y muchxs pudieran nombrarse y re-conocerse a si mismxs, como nombrarse a favor y en contra de las distintas temáticas abordadas por la colectiva. La militancia feminista está cargada de teorizaciones, de construcción, de posicionamientos, de revisiones, de conmoción, de bronca y dolor, de esperanza, de búsqueda de justicia y de reivindicación, de alegría. Nos acercamos a esta experiencia reconociendo su potencia al nombrarse, su fuerza al tomar y apropiarse del espacio público, para escuchar y conocer sus reflexiones en torno a las diversas problemáticas que reconocemos como militantes. Desjerarquizando, despatriarcalizando y descolonizando nuestras maneras de pensar, que son maneras de sentir y de vivir en el mundo, acercándonos desde otros lugares porque es necesario construir diálogos de saberes dónde aprendamos de las experiencias y sus carnaduras, sistematizando los procesos que transitamos.

Reconociendo la potencia epistémica y pedagógica de las experiencias del movimiento feminista, podemos conocer lo que contienen para pensar la

comunicación en tanto dimensión constitutiva de la cultura, como acción política, para innovar en las prácticas de producción intelectual, anclando nuestros análisis críticos y armando desde las carnaduras de las prácticas, sus protagonistas y sus luchas (Villamayor, 2018). “El Jardín de las y les presentes” tiene la voluntad de romper con el silencio y la invisibilización impuesta, la de nombrar lo que antes no se nombraba o no se nombraba “tanto”. Se trata de una colectiva que se organiza ante esas condiciones desiguales e injustas, y cuyos propósitos van de la mano de poner en tensión, visibilizar y trastocar esas desigualdades de género.

La comunicación entendida como proceso de producción de sentidos y en su dimensión más política, transversaliza esta experiencia que disputa los sentidos predominantes. Al plantarse El Jardín irrumpe en la cotidianidad del espacio público y lo hace desde una posición explicita, y es por ello que es necesario profundizar en la relación con el espacio entendido como territorio para indagar en aquello que estos actos de presencia significan y las disputas que encarnan (Caggiano, 2012; Gaona, 2016). Tales presencias de quienes habitualmente son invisibilizadas e invisibilizades, se inscriben en los modos de habitar y tomar el espacio público en el particular contexto de San Salvador de Jujuy, una ciudad que materializa modalidades predominantemente excluyentes de la imaginación social sedimentada sobre la desigualdad y la diversidad (Gaona, 2016; García Vargas, Gaona y López, 2014).

Para cerrar (y volver a abrir), nos hacemos eco de las palabras/preguntas de Claudia Villamayor*: “¿Qué quiere decir cada cosa? ¿qué quiere decir para quienes, en donde, por qué, de donde surge esa forma de nombrar? ¿De qué está hecho el conflicto del que surge? ¿Que nombra cuando nombra? –pregunta clave para el mundo de la comunicación esta última: ¿qué se nombra cuando se nombra? –” Claudia Villamayor (2017 p.4)*

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, M (2018). Junturas teóricas para los feminismos del Sur. En HERMENÉUTICA INTERCULTURAL. REVISTA DE FILOSOFÍA N° 30, 2018. ISSN: 0718-4980 pp. 87-110
- Argote, R (2012). ¿Qué son las radios abiertas? Aproximación teórica sobre la práctica radial en el espacio público. [Tesis de Licenciatura en Comunicación social- FHyCS/UNJu]. Repositorio digital de tesis de grado https://virtual.unju.edu.ar/course/view.php?id=2321
- Berkins, L. (2007). "Travestis: una identidad política". E-misférica. Hemispheric Institute. Recuperado en http://www.hemi.nyu.edu/journal/4.2/esp/es42_pg_berkins.html
- Burgos, R y Bustamante, F (2011): Comunicación popular y alternativa en contextos de frontera. Una mirada desde el noroeste argentino. En XIII Congreso REDCOM "Fronteras, Praxis y Multiculturalidad: la comunicación en disputa".
- Caggiano, S. (2012). El sentido común visual. Disputas en torno a género, "raza" y clase en imágenes de circulación pública. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Castro-Gómez, S. (2000). Ciencias sociales, violencia epistémica y el problema de la "invención del otro". En E. Lander, La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas Latinoamericanas. (págs. 145-161). Buenos Aires: CLACSO.
- Cejas, M., Ochoa Muñoz, K. coord. (2021) Perspectivas feministas de la interseccionalidad. Universidad Autonoma Metropolitana. México.
- De Sousa Santos, B. (2018). Construyendo las Epistemologías del Sur: para un pensamiento alternativo de alternativas. CLACSO, Buenos Aires.
- Dussel, E. (1995). Europa, modernidad y eurocentrismo. Revista Ciclos en la Historia, la Economía y la Sociedad, CLACSO.
- Espinosa, Y., Gómez, D y Ochoa, K. (2014). "Introducción", Tejiendo de otro modo: feminismo, epistemología y apuestas descoloniales en Abya Yala, Bogotá, Editorial Universidad de Cauca, pp. 15-40. decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global. Siglo de Hombres.
- Gaona, M. (2016). Experiencia, ciudad e identidad en torno de la organización barrial Tupac Amaru de San Salvador de Jujuy. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- García Vargas, A., Gaona, M., López, A., Ficoseco, V., & Zubia, G. (2014). Democratización, políticas de acceso y vida cotidiana. Oficios Terrestres (31), 143-169.
- García Vargas, A. (2000): Acción colectiva, visibilidad y espacio público en la construcción de la ciudadanía. Revista Latina de Comunicación Social, 35/Extra Argentina. Recuperado de https://www.revistalatinacs.org/argentina2000/13gvargas.htm
- Gardella, T. (2018). La comunicación alternativa como dimensión política de la comunicación. En T. Gardella, Prácticas y saberes de comunicación alternativa. Tucumán: Manuales Humanitas Tucumán.

- Garita, (2019). Prólogo. En Activismos feministas jóvenes: emergencias, actrices y luchas en América Latina / Nora Garita ... [et al.] ; editado por Marina Larrondo ; Camila Ponce Lara.- 1a ed.- Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CLACSO. (p 11 a 19).
- Guzmán, A (2020) "¿Qué es el feminismo para las feministas comunitarias?" En Revista con A, N°38 Feminismos en América Latina, julio 2020. Disponible en:https://conlaa.com/feminismo-comunitario-bolivia-feminismo-util-para-la-lucha-de-los-pueblos/
- Korol, C. (2016). Feminismos populares. Pedagogías y políticas. Nueva Sociedad (265). Obtenido de www.nuso.org
- Mata, M. C. (2015). Los lugares incómodos (o las deudas-desafíos de las carreras de Comunicación). Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación (N° 129) pp 17,35.
- Ochoa, K. (2018). Feminismos de(s)coloniales, en Moreno, Hortensia y Alcántara, Eva, 2018. Conceptos clave en los estudios de género. Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones y Estudios de Género. Primera edición, pp. 109-122 (ISBN: 978-607-30-0198-4)
- Scott, Joan W. (2001). Experiencia. La Ventana. Revista de estudios de género, Vol 2 - Núm. 13, 42-74. E- ISSN: 2448-7224
- Uranga, W (2016). De las prácticas sociales desde la comunicación. Conocer, transformar, comunicar. pp 27-58. 1era Ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editora Patria Grande
- Villamayor, C. (2018). La colectividad del conocimiento. En T. Gardella, Prácticas y saberes de comunicación alternativa (1° ed., págs. 9-12). Tucuman: Manuales Humanitas.
- Villamayor, C. (2016). El sur global y la furia. En Tram[p]as de la comunicación y la cultura N° 78, e001, septiembre 2016, ISSN 2314-274X. FPyCS. Universidad Nacional de La Plata. Bs. As. Argentina.

CÁRCEL Y DERECHOS SEXUALES: LA CONSTRUCCIÓN MEDIÁTICA DE LOS LAZOS SEXO AFECTIVOS.

María Belén Del Manzo | Universidad Nacional de La Plata
belenmanz@gmail.com

Claudia Festa | Universidad Nacional de La Plata
claudiamfesta@gmail.com

Lola Huguenin | Universidad Nacional de La Plata
lolahuguenin8@gmail.com

PRESENTACIÓN

En el marco del Proyecto de Investigación (PPID/S032, UNLP), Narrativas y contexto de encierro punitivo: análisis de los lazos sexo-afectivos y corporalidades de personas privadas de libertad en cárceles del servicio penitenciario bonaerense (2020-2022) de la Facultad de Psicología de la UNLP, nos proponemos realizar una aproximación al tratamiento de ciertos medios (Clarín, Perfil, Cadena 3, Minuto1, Cba24n) en relación a los lazos sexo-afectivos de las personas privadas de la libertad. Este primer acercamiento aborda la construcción de un hecho noticiable por parte de diarios nacionales y regionales a instancias del fallo de la Jueza de Control de la provincia de Córdoba, Anahí Hampartzounian, quien autorizó que una mujer en situación de prisión domiciliaria saliera a visitar a su novio, también detenido, para ejercer libremente su derecho a la sexualidad. Es a partir del análisis de las narrativas mediáticas seleccionadas que es posible indagar discursivamente y de manera crítica qué perspectiva de derechos

se privilegia, qué significaciones socioculturales se construyen en torno a la sexualidad en el discurso de la información (en adelante DI) en relación al tema. Partimos de una mirada integral frente a las lógicas del encierro punitivo que considera a quienes se encuentran privados de libertad como "sujetos de derecho"; así las contribuciones del campo de las Ciencias Humanas, la psicología, los lazos sexo- afectivos y el giro emocional ofrecen un ámbito para el estudio de la comunicación y el análisis crítico del discurso de los medios. Sostiene Teun van Dijk (2001, p.32) que "mercado, política, policía, explotación y marginación necesitan de fundamentos ideológicos" y agregamos, que esos fundamentos necesitan una producción y reproducción generada por los medios, como parte del discurso hegemónico.

Palabras clave: cárcel; lazos sexo-afectivos; género

RECORRIDO METODOLÓGICO

Nuestra trayectoria metodológica integra la teoría de la discursividad social (Angenot, 2010), la propuesta semiodiscursiva de Patrick Charaudeau (2003) y el análisis del discurso (en adelante AD) (Maingueneau, 1989, Arnoux, 2006) como eje transversal para categorizar los datos producidos, en particular destacamos los aportes del "Análisis crítico del discurso" (en adelante ACD), con las investigaciones de Fairclough, Wodak, van Dijk, entre otros, y en clave feminista (Lazar, 2005; Wodak, 1997). Estos enfoques permiten modos de abordar las huellas que deja el uso de la lengua (Arnoux, 2006) por parte de los medios realizando una práctica interpretativa que da cuenta de los procesos de reproducción y transformación de las significaciones sociales (Del Manzo, Festa et al., 2019). En consecuencia, se analiza qué actores sociales y hechos se visibilizan en los medios para el tratamiento del tema, cómo y de qué manera se nombra a las personas privadas de la libertad, cómo son construidos los lazos sexo –afectivos teniendo en cuenta que en el modo de hacerlo los medios argumentan, constituyen identidades sociales y vehiculizan sentidos e ideologías. Teun van Dijk (2001, p. 35) advierte que con "las noticias, los

titulares, historias, artículos, tópicos los medios suministraron metáforas y descripciones de los valores dominantes (...)" de una época y sociedad determinada. Así, partimos de entender que el análisis discursivo – en general- aporta una caja de herramientas metodológicas y una práctica interpretativa

> *... que se ocupa de todos los discursos y que de acuerdo con los problemas de los que parta el analista apela a disciplinas lingüísticas y no lingüísticas dentro de las ciencias sociales, interrogando de esta manera marcos teóricos diversos. Elvira Narvaja de Arnoux (2006) concibe el método como una multiplicidad de "modos de abordar" las huellas que deja el uso de la lengua por parte de los sujetos (Del Manzo, Festa et al., 2019)*

A los efectos del presente trabajo, se confeccionó un corpus de análisis[77] con cinco artículos periodísticos de diarios digitales y portales de noticias de alcance nacional y regional, en particular de la provincia de Córdoba donde se sucedieron los hechos. A saber:

- Clarín (17 de abril de 2022). Córdoba: tiene prisión domiciliaria y le permiten volver a la cárcel para tener sexo con su novio preso.
- Federico Juan, Cadena 3 (15 de abril 2022). Fallo polémico: dejará la prisión domiciliaria para ir a la cárcel a tener relaciones sexuales.
- Cba24n (21 de abril de 2022). Córdoba: tiene prisión domiciliaria y le permiten volver a la cárcel para tener sexo con su novio preso.
- Perfil (28 de mayo de 2022). Le dieron prisión domiciliaria pero volverá a la cárcel para tener sexo con su novio.
- Minuto1 (16 de abril de 2022). Le dieron prisión domiciliaria, pero volverá a la cárcel para tener sexo.

77 1https://www.clarin.com/policiales/cordoba-prision-domiciliaria-permiten-volver carcel-tener-sexo-novio-preso_0_8D9qU4QE0l.html; https://www.cadena3.com/noticia/casos/pide volver-a-la-carcel-para-poder-tener sexo_322095; https://www.cba24n.com.ar/sociedad/cordoba--tiene-prision-domiciliaria-y-le-permiten volver-a-la-carcel-para-tener-sexo-con-su-novio-preso_a6261868d5c5e4afb2e60a848; https://www.perfil.com/noticias/reperfilar/cordoba-le-dieron-prision-domiciliaria pero-volvera-a-la-carcel-para-tener-sexo-con-su-novio.phtml; https://www.minutouno.com/sociedad/abogado/le-dieron-prision-domiciliaria pero-volvera-la-carcel-tener-sexo-n5418043.

LOS LAZOS SEXO-AFECTIVOS

Los estudios críticos criminológicos nos advierten sobre los efectos psíquicos y subjetivos (Bleichmar, 2009) de la prisión, gestionando el control social de los cuerpos y subjetividades. El poder punitivo en su accionar opera mediante una organización sexo-genérica que impone maneras de sentir y pensar, dejando a un lado las experiencias autopercibidas de las personas privadas de la libertad. Se trata del ejercicio de violencias, entre ellas las de género, a través de un sistema de dominio que se repite y legitima por medio de prácticas desubjetivantes, como estrategias de reducción de lxs sujetxs y de su agencia "dentro y fuera" de los muros.

En este marco, consideramos clave la noción de "lazos sexo-afectivos" (Colanzi, 2018) que vincula aspectos del giro emocional y los estudios sobre corporalidades, desde una perspectiva feminista y situada.

Es relevante señalar que la reflexión en torno al lugar de los afectos atraviesa desde sus inicios la historia de los feminismos, lo que puede verse en la crítica al dispositivo del amor romántico, la postulación de éticas del cuidado, los llamados a la solidaridad y la reivindicación de las experiencias corporales (Solana & Vacarezza, 2020). De esta manera, varias teorizaciones feministas y disidentes (y, en particular, las vertientes críticas del llamado "giro afectivo") han puesto en relevancia las formas mediante las cuales las estructuras androcéntricas y cis-heterosexistas se condensan en nuestra cultura a partir de sus contenidos ideológicos, así como también mediante la consolidación y naturalización de modos concretos de habitar los afectos, las emociones y los sentimientos.

Por lo tanto, definimos estos lazos sexo- afectivos como configuraciones afectivas – emocionales, reguladas por un régimen de género en la cárcel que definen y restringen las modalidades en que se establece el tipo de contacto entre varones y mujeres, es decir, el encierro punitivo determina las prácticas sexo-afectivas que despliegan lxs sujetxs. Además, estos lazos se constituyen en un tipo de cuidado, en un sentido amplio del término,

redimensionando el orden íntimo y privado y tensionando las estructuras del poder punitivo.

Nos interesa entonces, a partir del AD de narrativas mediáticas, problematizar el lugar de las emociones en la trama de los lazos sexo-afectivos configurados en el encierro en tanto eje que habilita un análisis situado de la posición de las personas privadas de libertad. El patriarcado y la matriz hetero-cis-normativa no son sólo contenidos ideológicos, sino también dispositivos que estructuran afectos, emociones y sentimientos, y que aparecen exacerbados por el poder punitivo.

En consecuencia, deviene imprescindible en nuestro análisis la pregunta en torno a las formas en que los dispositivos de subordinación, opresión y subyugación operan en la configuración de sentidos hegemonizantes y en las formas de tramitación de los sentimientos, las emociones y las pulsiones que inciden en la estructuración de la vida social y en la producción de subjetividad, especialmente de las mujeres privadas de libertad.

ESTRATEGIAS DE (IN) VISIBILIZACIÓN DEL PODER PUNITIVO EN EL DI

En primer lugar resulta imprescindible mencionar la puesta en foco y jerarquización de contenidos que los medios seleccionados ponen de relieve para “informar” sobre el tema: el uso de la palabra “polémica” en relación al fallo, la explicitación del delito por el que se condenó a la mujer en relación con el permiso otorgado y la exposición del motivo de la condena de la persona a quién visitará (su novio), la focalización en la “relación sexual” por sobre el derecho a la sexualidad, la incorporación del tópico del “costo” en relación a quién paga por esas visitas, la descripción de la vivienda familiar, la cantidad de hijos, la red familiar de cuidado, etc. Como vemos, se trata de un tema que la prensa elegida califica como polémico, controversial, sujeto a la disputa desde el conflicto entre discursos y posturas antagónicas: voces que se sustentan en argumentos basados en la ampliación de derechos, como el abogado de la joven, Lascano y la Jueza de Control, Anahí Hampartzounian y otras voces cuyos

argumentos restringen derechos y ponen a circular significaciones asentadas en la doxa, como la del fiscal Pilnik, la del propio medio y sus lectores a través de los comentarios. Por lo tanto, según Ruth Amossy, "los medios, no dejan de orquestar y difundir polémicas en una multitud de temas considerados de interés público" (2017: 9).

Este análisis nos permite pensar tres operaciones argumentativas recurrentes en el discurso polémico (Amossy, 2017) que los medios retoman: la dicotomización, esto es, la conformación de por lo menos dos posturas antagónicas que se excluyen mutuamente; la polarización, es decir, la división social e identitaria que exacerba las oposiciones hasta volverlas inconciliables, agrupando a los actores en campos adversos y; finalmente, la desacreditación (Del Manzo, 2019). En las notas podemos apreciar dos posturas en pugna: quienes reconocen en la joven privada de la libertad el derecho de ejercer libremente su sexualidad, de vinculación y comunicación y quienes objetan la medida -" visitas íntimas" en prisión-cuestionando quiénes pueden acceder a dicho beneficio, los costos para el Estado, pero sobre todo poniendo en escena el cuidado de sus hijos en tanto madre. Con esta operación, el discurso de la información colabora a la vez, con una estrategia de polarización, enfatizando rasgos que distinguen un "ellos- nosotros", en términos de Teun van Dijk (2016), esto se puede observar en uno de los comentarios de los lectores de Minuto1, "a los delincuentes todo, a los honestos nada"; expresión que reproduce ciertas representaciones sociales propias del poder punitivo en detrimento de otras miradas.

Dicha estrategia de polarización nos posibilita detectar la disposición de fronteras simbólicas basadas en estereotipos que recortan, por un lado, una "normalidad", por oposición a la "marginalidad": el carácter supuestamente "anómalo" o marcado por la etnia o pertenencia de clase, por la sexualidad, por ocupar roles socialmente devaluados o denostados, por la condición de inferioridad u opresión (Festa y Del Manzo, 2019).La delineación de estas fronteras es una forma más de ejercicio del poder punitivo que reproduce prácticas violentas e ideologías dominantes en nuestra sociedad.

Análisis de esta naturaleza, aunque acotados, permiten observar la existencia del aspecto simbólico de la máquina mediática (Charaudeau, 2003) que regula sentidos y construye sistemas de valores. Por lo tanto, la propuesta de realizar un análisis de los discursos que circulan en torno a esta problemática en los medios masivos, implica desnaturalizar y visibilizar las estrategias semio discursivas empleadas, de modo que cuando los medios "hablan" sobre un tema, además realizan un encadenamiento de enunciados cuyo efecto es que ese tema se instala como problema, "que sirve de base a la polémica" y merece ser debatido (Angenot, 2010, p.43 como se citó en Festa, 2019, p. 13).

En segundo lugar, el tratamiento realizado por estos medios develó, en términos de Angenot (2010), el límite de lo tolerable y decible en el DI. En este sentido, se prioriza el cuerpo "materno" al cuidado de sus hijos más pequeños por sobre el cuerpo "sexuado", un cuerpo joven, disidente que busca el placer y el goce-en la cárcel- rompiendo con el ideal femenino tradicional. Estos se vuelven elementos revulsivos para el discurso periodístico (se trata de una "curiosa historia judicial"- Cadena3-, de un pedido "increíble, de una joda", en palabras de los lectores de Minuto1).

Al igual que en la cárcel, estas narrativas mediáticas reglamentan la sexualidad y la intimidad de una pareja privada de la libertad, dimensiones objeto de control, regulación y vigilancia. En esta línea, Laura Judith Sánchez (2020, p. 8) sostiene que:

> *Las mujeres presas también han atestiguado la doble sanción moral que supone infringir una norma penal (Bodelón, 1012; Carlen, 1983 y 2003; Fabre y Nari, 2000). Más allá del hecho cometido, son objeto de permanentes reproches sociales en torno al imaginario de la "buena madre", el "ser femenino y delicado" y todos los valores cortesanos que aún inundan la imagen de la mujer. Hay una desobediencia que es leída legal y moralmente, y bajo esa doble sanción son juzgadas y castigadas.*

Las mujeres y en especial, aquellas privadas de la libertad atraviesan un conjunto de prescripciones al servicio de un orden dominante, configurando significaciones sociales y culturales y un modo de ser "femenina". Ese orden social jerárquico se extiende inclusive a los modos

de castigo, como la regulación de una serie de mandatos que recaen sobre ellas: se las sustrae del orden del placer para alojarlas en el orden del deber (Sánchez, 2020). Así, el cuerpo se constituye en núcleo de debates centrados en el sexo, el género y la sexualidad. Se trata del cuerpo como escenario en el que se inscriben regulaciones sociales, pero también un lugar que contiene las experiencias vividas.

Ese orden jerárquico y estratificado se observa en las disposiciones que regulan el encierro punitivo: en el caso de las mujeres, como afirmamos, gira en torno al ser madres, lo que implica muchas veces una barrera en el ejercicio de los derechos sexuales y reproductivos. Como se aprecia en el caso objeto de estudio, tanto la ley como los medios, regulan aspectos que atienden a la concepción, reproducción y cuidado de los hijos, pero disputan y tensionan cuestiones vinculadas con la sexualidad y los afectos. De esta forma, la intimidad es reglamentada e ingresa en una dimensión que es objeto de control, regulación, vigilancia, así como de premios y castigos (Sánchez, 2020).

Como se expone en el corpus de análisis, la legitimación del derecho de visita de parejas se obtiene a partir de otras instituciones y también mediante normas morales dominantes, es en este caso, la autoridad judicial quien acredita el vínculo y lo autoriza. Aquí, la administración judicial y mediática guarda el debido control sobre la prisión y ofician como garantes de cierto orden moral.

Un último elemento para resaltar de las notas analizadas son las relaciones que mantienen los medios estudiados con las fuentes de información, en este caso la palabra del abogado defensor, del fiscal y de la jueza mediante el fallo. Esto nos posibilita preguntarnos ¿qué voces entran en diálogo y se legitiman? y así, observar los silencios, la palabra autorizada o las voces retomadas desde las posiciones de poder. Se trata de establecer, tomando los aportes de Karina Bidaseca (2010), una etnografía dialógica de voces altas y bajas, pero también de voces silenciadas, su intensidad establece un orden político.

De esta manera podemos cuestionarnos el estatuto político de las voces

de las personas privadas de la libertad, desde qué lugares enunciativos están habilitadas. En palabras de Bidaseca, "no hay una voz a la que pueda hacerse hablar, sino designaciones en los textos [...] el subalterno no puede hablar no porque sea mudo, sino porque carece de espacio de enunciación" (2010: 33). En nuestro análisis, se considera subalterno a la persona privada de su libertad, cuya voz carece de un lugar enunciativo. Una voz baja, sofocada por los mecanismos del poder punitivo en contraposición a voces altas hegemónicas como la de los jueces y sus fallos, abogados, fiscales, el código penal, el servicio penitenciario, entre otros. Las voces bajas, como la de Johana Daniela Flores, son las que "quedan sumergidas por el ruido de los mandatos" del Estado. Las voces altas son las más audibles, las más sonoras y, por tanto, las visibles (Bidaseca, 2010: 204). En este sentido, el DI legitima sus argumentos al considerar las voces del discurso experto, de los abogados y del sistema judicial, incorporadas "en conflicto".

PALABRAS FINALES

Como se ha podido observar en este breve análisis, los aportes del ACD en clave feminista y del análisis del DI permiten revelar las desigualdades sociales de las mujeres y de otras identidades sexo-genéricas en las prácticas del discurso de los medios cuando de la especificidad de la dimensión corporal se trata.

Así, es posible visibilizar el modo cómo funcionan las relaciones de poder y las resistencias patriarcales en la sociedad en los términos analizados y que contemplan- necesariamente- una mirada interseccional que evidencia las diferencias de género en relación con la clase social, el estatus o el rol de los participantes en el marco de lo construido sobre las condiciones y las lógicas sexo-afectivas de las personas privadas de libertad. Asimismo, en relación al estudio de las violencias por razones de género el aporte de trabajos de esta naturaleza consiste en preguntar(nos) sobre si el abordaje de los medios en relación al tema de estudio funda lo que en términos de Miranda Fricker (2017) se entiende como injusticia epistémica, esto es cuando una persona resulta agraviada en su capacidad como sujeto de

conocimiento, por recibir un déficit de credibilidad en el relato de sus experiencias (2017, p.45). Precisamente, Fricker destaca la hibridez de este concepto (2017, p.198) donde se vincula un componente epistémico (la falta de credibilidad) y un componente ético y político (esta falta de credibilidad que daña a las personas). Isabel Gamero (2018) retoma el concepto de injusticia epistémica - aunque aplicándolo al estudio de un caso de violación colectiva en España en 2016- para demostrar este procedimiento según el cual ciertas personas, por su forma de ser o el contexto en el que viven, son sistemáticamente invisibilizadas o minusvaloradas.

También, este trabajo habilita una reflexión sobre la idea de libertad que retomamos de Eva Illouz (2012) al pensar su propuesta teórica en relación a los derechos sexuales de las mujeres privadas de libertad cuando refiere al significado de la libertad en el sistema capitalista como un concepto amplio que contiene significados como "interés personal" y "competencia justa" (2012, p.86) y que, aunque la libertad sexual se haya articulado históricamente como un derecho político:

> *Existen diferencias entre la libertad en el ámbito político y la libertad en la esfera sexual. De hecho, la libertad política es activada por un aparato jurídico de gran alcance y complejidad que garantiza un ejercicio relativamente ordenado y predecible del derecho. En cambio, cuando se trata de las relaciones interpersonales y sexuales, la "libertad" no está restringida por ningún aparato institucional. A excepción de las condiciones legales vinculadas con el "consentimiento" (como en los actos sexuales por consentimiento, la edad mínima de consentimiento, etcétera), las prohibiciones jurídicas y morales cada vez se alejan más de la libertad sexual, con el fin de que esta última quede desprovista de tabúes (Illouz,2012, pp.86-87).*

Entonces, y finalmente, los medios de comunicación analizados ponen en juego estrategias discursivas de focalización, jerarquización y nominación para pensar el cuerpo de las mujeres en situación de encierro-aún domiciliario-. Es Patrick Charaudeau (2003, p. 283) quien advierte que los medios construyen el acontecimiento mediático al elegir a los actores a quienes conceden la palabra y que "no pueden evitar establecer preferencias entre esos actores". De ahí que en este trabajo nos propusimos explorar algunas de las representaciones sobre las mujeres

privadas de su libertad, mediante las imágenes que se proyectan por fuera, en particular en el discurso de la información. Como se pudo ver, la regulación sobre la sexualidad instituye un orden material y simbólico dentro y fuera de los muros de la cárcel. Hablamos de un régimen patriarcal que, mediante el lenguaje, naturaliza formas de dominación que impactan en las formas de vinculación y ejercicio de derechos.

BIBLIOGRAFÍA

- AMOSSY, R. (2017). Apología de la polémica. Buenos Aires: Prometeo.
- ANGENOT, M. (2010). El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible. Buenos Aires: Siglo XXI.
- ARNOUX, E. (2006). Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo. Buenos Aires: Santiago Arcos editor.
- BIDASECA, K. (2010). "(Fallido de) Una teoría sobre las voces", en Bidaseca, K. Perturbando el texto colonial. Los estudios (pos)coloniales en América Latina. Buenos Aires: SB.
- BLEICHMAR, S. (2009). "Acerca de la subjetividad", en: *El desmantelamiento de la subjetividad*. Buenos Aires: Topía Editorial.
- CHARAUDEAU, P. (2003). El discurso de la información. La construcción del espejo social. Barcelona, España: Gedisa.
- COLANZI, I. (2018). Los lazos sexo-afectivos: modos de ejercicio de cuidado en mujeres privadas de libertad. Revista Derecho y Ciencias Sociales, (18), 121- 137.
- DEL MANZO, MA. B. (2019). Voces, cuerpos y derechos en disputa. La construcción discursiva del "aborto" en los diarios Clarín, La Nación y Página/12 (2010-2011). Tesis Doctoral. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/8575
- DEL MANZO, Ma. B; FESTA, C.; SOUILLA, S y SUAREZ, C. (2019). El análisis del discurso en el campo de la psicología. Estrategias metodológicas y dimensión crítica. Memorias de Resúmenes del Séptimo Congreso Internacional de Investigación en Psicología.
- FESTA, C. (2019) Lectura y educación en el discurso del diario La Nación (2013- 2017): Una propuesta de lectura crítica (Tesis de posgrado). Presentada en la Universidad Nacional de La Plata.

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación para optar al grado de Magíster en Escritura y Alfabetización. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1839/te.1839.pdf

- FRICKER, M. (2007). Injusticia Epistémica. Barcelona: Hereder.
- GAMERO, I. (2018). Injusticia epistémica en un juicio sobre violencia sexual. V Jornadas CINIG de Estudios de Género y Feminismos, 10 y 12 de julio de 2018, Ensenada, Argentina.
- ILLOUZ, E. (2012). Por qué duele el amor. Una explicación sociológica. Buenos Aires: Katz Editores.
- LAZAR, M. (2005). "Politicizing Gender in Discourse: Feminist Critical Discourse Analysis as Political Perspective and Praxis", en Feminist Critical Discourse Analysis. Gender, Power and Ideology in Discourse. Palgrave Macmillan, Nueva York, pp. 1-28.
- MAINGUENEAU, D. (1989). Introducción a los métodos de análisis del discurso. Buenos Aires: Hachette.
- SÁNCHEZ, L. (2020). El género y la sexualidad entre rejas. Del cuerpo en el imaginario de las mujeres privadas de su libertad en Córdoba, en Crítica y Resistencias. Revista de conflictos sociales latinoamericanos N° 11 (diciembre mayo). Año 2020. Págs.7-28 http://criticayresistencias.com.ar
- SOLANA, M. & VACAREZZA, N. L. (2020). Relecturas feministas del giro afectivo. Revista Estudos Feministas, 28(2), e72448.
- VAN DIJK, T. (2001). Los medios de comunicación hoy: ¿discursos de dominación o de diversidad? Signo y seña, (12), 29- 58. Disponible en https://doi.org/10.34096/sys.n12.5603. Última visita 28 de mayo de 2022.
- VAN DIJK, T. (2016). Análisis Crítico del Discurso. Revista Austral de Ciencias Sociales, núm. 30, pp. 203-222.Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile.
- WODAK, R. (1997). Gender and discourse. Nueva York, Sage.B

LA DESAPARICIÓN DE TEHUEL: VIOLENCIA ESTRUCTURAL HACIA LAS MASCULINIDADES TRANS

Roxana Janet Farias | Universidad Nacional de San Luis.

roxanajfarias@gmail.com

RESUMEN

En este trabajo se realiza un análisis de la desaparición de Tehuel- joven trans oriundo de San Vicente, Buenos Aires- ocurrida el 11 de marzo del 2021. Este hecho se inscribe en un contexto de precarización laboral de la comunidad LGBTTIQ+, sumado a otras tantas discriminaciones que sufren a diario las disidencias por el simple hecho de escapar a la heteronormatividad.

Para comprender en qué contexto se da la desaparición de Tehuel, se realiza una breve descripción del caso y una aproximación al modelo del dimorfismo sexual, las perspectivas sobre la disidencia sexo-genérica y las masculinidades no hegemónicas. Se recuperan distintos discursos y conceptualizaciones sobre la masculinidad, con el objetivo de indagar qué nombra y qué excluye la masculinidad instaurada en la Modernidad y cómo esa exclusión muchas veces se traduce en crímenes de odio. En este sentido, algunas categorías foucaultianas pertinentes para el análisis son 'biopolítica' y racismo de Estado, ya que sirven para pensar el modo de eliminación de determinados cuerpos y subjetividades que hacen mella a la masculinidad hegemónica. En esta ponencia se aborda también la discriminación a la que están sometidas las personas trans en el desarrollo de sus búsquedas cuando desaparecen y la violencia simbólica

que ejercen los medios de comunicación hegemónicos al realizar las coberturas de tales acontecimientos. Este tratamiento mediático es similar al de los feminicidios, lo cual no es mera coincidencia, sino que revela un comportamiento moralizante y punitivo hacia las víctimas: mujeres y disidencias. Por otra parte, la desaparición de Tehuel es invisibilizada por algunos medios, lo cual es tan violento como su criminalización, ya que, tal como afirma Adrianne Rich (1984), cuando alguien que tiene el poder de nombrar y de construir socialmente la realidad describe el mundo y no estamos en él, hay un momento de desequilibrio psíquico, como si nos miráramos en el espejo y no viéramos nada.

Palabras clave: desaparición de Tehuel, masculinidades trans, violencia

Ponencia completa

BREVE DESCRIPCIÓN DEL CASO

Tehuel de la Torre es un joven trans argentino de 22 años, que está desaparecido desde marzo de 2021. Tehuel tiene nueve hermanos y, meses antes de su desaparición, trabajaba haciendo changas. El año pasado empezó un proceso de transición de género y conservó su nombre de nacimiento.

El 11 de marzo de 2021 Tehuel salió a las siete de la tarde de su casa en San Vicente, donde vivía con uno de sus hermanos, su mamá, su novia Luciana y el hijo de ella. Iba a encontrarse con Luis Alberto Ramos, un amigo que le había ofrecido una changa como mozo en un evento, y un vecino de él, Oscar Alfredo Montes. Se sabe que efectivamente esa noche Tehuel estuvo en la casa de Ramos, porque se sacaron una foto y se guardó en su cuenta de Gmail. En la imagen se ve a Montes en primer plano, en la punta de la mesa a Ramos y, del otro lado de la mesa, a Tehuel, quien viste una camisa blanca y una gorra con visera.

Como el día siguiente Tehuel no volvía a su casa ni contestaba las llamadas y mensajes, Luciana se preocupó y llamó a Andrés, papá de Tehuel, para ver si estaba con él. Dado que la respuesta fue negativa, Luciana fue con la madre y la

hermana más grande de Tehuel a hacer la denuncia. En un primer momento, la causa llevó la carátula "averiguación de paradero" y tuvo dos detenidos: Ramos y Montes, las últimas dos personas que estuvieron con él, acusados por entorpecimiento de la causa, encubrimiento y falso testimonio. El 10 de noviembre del año pasado la carátula cambió a "homicidio agravado por odio a la orientación sexual e identidad de género" y Ramos y Montes fueron imputados. El asesinato es la hipótesis más firme, ya que hace unos meses los peritos determinaron que una mancha de sangre hallada en la vivienda de Ramos pertenecía a Tehuel. En esa misma casa se habían encontrado los restos de su celular y su campera quemada.

ANÁLISIS

A. Una sociedad heteronormativa

Para entender en qué contexto se da la desaparición de Tehuel es importante aclarar que las masculinidades trans están sometidas a violencias específicas y, por lo tanto, no sería oportuno analizar este caso como si se tratara de cualquier otra desaparición en democracia.

En principio, vivimos en una sociedad heteronormativa, es decir, que concibe al mundo a partir de dos sexos y dos géneros[78] legitimando a la heterosexualidad como la única orientación sexual aceptada social y culturalmente. Desde esta perspectiva, los seres humanos se distribuyen en dos categorías distintas y complementarias: varón y mujer; las relaciones sexuales son normales solamente entre personas de sexos diferentes; y cada sexo tiene ciertos papeles 'naturales' en la vida.

Al respecto, María Luisa Femenías (2013) afirma que la noción de 'naturaleza' ha sido una de las legitimadoras más importantes de discriminaciones simbólicas a lo largo de la historia (sexismo, racismo, etc.). Agrega que la apelación a un 'orden

[78] María Luisa Femenías (2013) realiza la siguiente distinción entre ambos conceptos: el sexo remite a 'lo dado' (el dato biológico) y el género al constructo socio-histórico que cada uno de nosotros/as es. Sin embargo, la autora advierte que en debates más recientes se ha sostenido ya que el sexo es un constructo cultural y que la disociación sexo-género obedece a la distinción decimonónica natura-nurtura. Sea como fuere, Femenías explica que la noción de 'género' se acuñó para poner de manifiesto el grado de dependencia cultural de los roles sexuales y los modos en que se ocultan los mandatos de género, vinculados por lo general al disciplinamiento de deseo, y su potencia en los procesos de socialización de los individuos.

natural' que pre-fija lugares simbólicos y reales- también entendidos como 'naturales'- para varones y mujeres, blancos o negros, judíos o cristianos, es el modo más habitual en que se manifiesta este mecanismo de legitimación.

Para abordar la heteronormatividad resulta oportuno retomar los aportes de Judith Butler (1993) sobre matriz sexo-género-deseo. La autora utiliza ese término para aludir a una matriz histórica que se construye a partir de la repetición de los actos. Esa norma dice que a determinado cuerpo le corresponde un sexo, se le atribuyen también características genéricas y ese cuerpo con ese género necesariamente deseará a alguien. Ese correlato de deseo será siempre de lo contrario, es decir, a los hombres le gustarán las mujeres y viceversa. La norma, al repetirse, nos lleva a pensar que es la única posible y, por tanto, todo lo que escapa a ella es considerado 'extraño', 'diferente', 'incorrecto'. Es por eso que las personas que escapan a esa heteronorma, como es el caso de Tehuel, conviven en su día a día con miradas de desprecio y son víctimas de distintos tipos de violencia y discriminación. Tal como comenta Hannah Gadsby en el stand up *Nanette*, esas miradas que incomodan son las que sienten los 'anormales' todo el tiempo, porque "ser diferente es peligroso". Por su parte, Pedro Lemebel (1986) habla de una 'lepra' que se carga por ser diferente:

> "Usted no sabe
> Qué es cargar con esta lepra
> La gente guarda las distancias
> La gente comprende y dice:
> Es marica pero escribe bien
> Es marica pero es buen amigo" (p. 220).

En suma, tal como señala Femenías (2013), dividir a los seres humanos en dos géneros, donde gracias a un estereotipo estructuralmente funcional (no ingenuo) uno es considerado superior y el otro inferior, genera normativa, jerarquiza y excluye a todo aquello que queda por fuera a ese género superior: mujeres y disidencias.

B. <u>Sistema sexo- género como dispositivo de regulación social</u>

Irene Meller (2013) retoma los aportes de la antropóloga feminista Gayle Rubin (1975) sobre el sistema sexo-género para pensarlo como un dispositivo de regulación social. La autora señala que, desde la perspectiva antropológica, el

objeto de estudio consiste en el análisis de la cultura, e incluye desde el modo de producción de la existencia y el sistema de organización política, pasando por las representaciones y valores colectivos, hasta la forma que adquieren el parentesco, las familias y las subjetividades características de un lugar y una época. “A partir de este abordaje macrosocial y simbólico, Rubin consideró que todas las sociedades humanas regulan de algún modo las uniones sexuales permitidas y las que están prohibidas” (Meller, I., 2013, p. 133).

Siguiendo a Meller (2013) y Rubin (1975), el sistema sexo-género hace que las personas desarrollemos identidades que no se plasman solo sobre la ubicación de nosotrxs mismxs en una de las categorías disponibles en la diferencia sexual generalmente binaria- sino que implica diferencias en el poder que nos atribuimos y en nuestra actitud con respecto a lxs otrxs. Un dato no menor es que la historia humana se ha caracterizado por la dominación social masculina. En este sentido, el estatuto social de las mujeres ha sido legitimado mediante una consideración de la diferencia entre los sexos que ha hipertrofiado y, a la vez, jerarquizado, el dimorfismo sexual humano. Meller afirma que, en la antigüedad, las posiciones sociales eran asignadas al nacer y restaba escaso margen para la agencia subjetiva. El sexo, la etnia, el lugar de nacimiento, fueron utilizados para construir categorías sociales jerárquicas. Agrega que, si bien la modernidad implicó un avance hacia la democratización social, este no fue un camino lineal para todos, puesto que la condición de las mujeres- y disidencias- experimentó de algún modo un retroceso.

En definitiva, la tendencia a la dominación masculina es transhistórica, pero en cada periodo adquiere características particulares. Asimismo, hay que indagar los modos complejos en que se estructura de acuerdo con las otras variables como clase, edad y etnia. Esto es lo que se denomina interseccionalidad, concepto clave para pensar la desaparición de Tehuel y que retomaremos más adelante.

C. Cuerpos minados y nuevas masculinidades

Decimos, entonces, que vivimos en una sociedad binaria, es decir, en la que impera el modelo del dimorfismo sexual. Al respecto, Judith Halberstam (2008) afirma que “no nombramos ni destacamos los géneros nuevos porque como sociedad estamos comprometidos en el mantenimiento de un sistema de género binario” (p. 50). Agrega que, en esta sociedad, “el género ambiguo, aparezca donde aparezca, se transforma inevitablemente en desviación, en algo

inferior, o en una versión borrosa del hombre o de la mujer" (p. 43).

En el caso puntual de la transexualidad, Halberstam (2008) afirma que durante los últimos cuarenta se evidenció una preocupación basada en un discurso sobre 'el cuerpo equivocado', que "describe el cuerpo transexual en términos de un error de la naturaleza, y donde la identidad de genera y el sexo biológico no solamente son algo discontinuo, sino algo catastrófico y extraño" (p. 166).

Maristany (2017), por su parte, alude a una masculinidad dominante y sexista que cataloga al hombre transexual como 'especie' inferior y anormal. Esto trae como consecuencia distintos tipos de violencias hacia las disidencias, como es el caso de la desaparición de Tehuel. Por otra parte, el autor afirma que la masculinidad dominante se convierte en norma a través de los cuerpos heterosexuales blancos de clase media. En este sentido, Tehuel desestabiliza el sistema de género y es víctima de múltiples opresiones, producto de las distintas características que lo forman como sujeto y hacen a la interseccionalidad: clase, género, raza, edad, nacionalidad. Es decir, es oprimido por ser joven, trans, de clase baja, de tez oscura, latino.

Siguiendo al autor, los desarrollos recientes descartan una 'masculinidad' única y, por el contrario, afirman su variedad, complejidad, carácter inestable y multiplicidad de manifestaciones, al punto de designarla en plural como 'masculinidades'. Estas variedades refutan la idea de una sola manera de ser 'varón' y cambian no solo en diferentes contextos históricos y culturales, sino también en un mismo tiempo y sociedad, de acuerdo a variables de clase, raciales, etarias, entre otras. Asimismo, las masculinidades no refieren a lo dado o lo innato, aquello ligado indisolublemente a la conformación cromosómica o genital del hombre, sino que, por el contrario, se trata de constructos, de fenómenos fluidos y complejos. Se trata de modelos normativos, que incluyen estéticas de género, códigos de reconocimiento visual –corporales, gestuales, vestimentarios, actitudinales– o invisibles convicciones psicológicas.

Cuando la masculinidad deja de estar asociada naturalmente al cuerpo masculino y se considera la posibilidad de una masculinidad trans, como en el caso de Tehuel, aparecen maneras de habitar cuerpos que no necesariamente son masculinos desde el punto de vista biológico. De hecho, como ha demostrado Halberstam (2008), las masculinidades femeninas han jugado un rol

crucial en la definición misma de la masculinidad moderna.

Podemos decir, entonces, que a partir de su vivencia sexo/genérica, Tehuel participa de la complejidad y multiplicidad de aspectos del género, poniendo en cuestión al sistema binario. En términos de Maristany (2017), se trata de un cuerpo minado, abierto, fluido, en el que la masculinidad 'tradicional' resulta socavada para abrir paso a otra masculinidad, mucho menos predecible. El autor añade: "Cuerpos minados, entonces, porque refieren a un agotamiento, pero también a reconfiguraciones que hacen estallar el dualismo de género y su anclaje 'natural' en la materialidad anatómica: masculinidades femeninas, minadas, afeminadas, reinventadas" (p. 12).

D. Racismo de Estado

Desde hace tiempo las comunidades transexuales se han hecho visibles en muchas áreas y el activismo transexual ha comenzado a reivindicar la atención sanitaria necesaria y derechos legales. Sin embargo, aún nos encontramos con prácticas y discursos transfóbicos en diversos espacios públicos y privados (la Justicia, medios de comunicación, escuelas, el propio Estado, etc.). Maristany (2017) retoma a Michel Foucault para aludir a la transfobia y el racismo de Estado. El autor plantea que durante la segunda mitad del siglo XVIII aparece la 'biopolítica' [79]y, junto con ella, el racismo de Estado como mecanismo fundamental de poder. En este sentido, el racismo es un medio para introducir un corte entre lo que debe vivir y lo que debe morir y produce una 'cesura' de tipo biológica en un campo que se postula como dominio biológico. Esta cesura permitirá que el poder trate a una población como mestizaje de razas y subdivida la especie en grupos que serán, precisamente, 'razas'. Pone en juego también una relación de tipo 'bélica' entre mi vida y la muerte del otro: "cuanto más tienden a desaparecer las especies inferiores, mayor cantidad de individuos anormales serán eliminados, menos degenerados habrá con respecto a la especie, y yo -no como individuo sino como especie-, más viviré, más fuerte y vigoroso seré, y más podré proliferar" (p. 231).

Para Foucault, si el poder de normalización desea actualizar el ejercicio soberano que permitía dar muerte, debe hacerlo a través del racismo, que es la

[79] El concepto de biopolítica es utilizado para dar cuenta del modo en que la vida se transforma en objeto de la política, de la manera en que ella regula y administra el proceso vital (Benente, M., 2017).

precondición para que el Estado se transforme en un agente de muerte. Vale aclarar que cuando Foucault habla de la muerte en relación con la biopolítica no se está refiriendo únicamente al asesinato directo, sino al hecho de exponer a algunas personas a la exclusión o la abyección, como las disidencias o cuerpos y subjetividades que hacen mella a la masculinidad hegemónica.

Por otra parte, Maristany (2017) señala que la masculinidad inventada por la Modernidad está definida por el uso de tecnologías de gobierno ligadas a la violencia y a la muerte, gestionando así la subjetividad sexual "necropolítica", que aún subsiste en nuestro tiempo. Éste es un concepto que hace referencia al uso del poder social y político para dictar cómo algunas personas pueden vivir y cómo algunas deben 'morir', es decir, ser excluidas por el hecho de ser consideradas 'inferiores', 'anormales'.

En suma, los aportes foucaultianos nos permiten comprender, por un lado, la responsabilidad del Estado en las desapariciones de las personas trans y, por otro, la transfobia que genera la masculinidad sexista y patriarcal instaurada en la Modernidad, que lleva a la violencia, muerte y desaparición de la 'diversidad' de lo masculino por considerarla una especie 'inferior'.

E. Discriminación en la búsqueda de las personas trans y violencia simbólica

La discriminación estructural a la que las personas trans están sometidas incide en el desarrollo de sus búsquedas cuando desaparecen. Tal como señala Celeste Perosino (2021), antropóloga forense y fundadora de la organización Acciones Coordinadas Contra la Trata (ACCT), el sistema registral de nuestro país no está preparado para dar cuenta de las identidades no binarias, porque no hay desarrollo de métodos de identificación que permitan dar cuenta de ellas. Perosino afirma que tanto las morgues como los equipos de antropología forense, formularios, protocolos de autopsia, trabajos de laboratorio y demás métodos de identificación son binarios y no se adecuan a la ley de identidad de género, residiendo ahí el principal problema a la hora de buscar a las personas desaparecidas disidentes.

Por otra parte, el tratamiento mediático sobre las desapariciones de personas trans es escaso o, peor aún, transfóbico. El día de la desaparición de Tehuel, los principales medios hegemónicos ni siquiera mencionaron que había una persona desaparecida en democracia. Solo después de unos días, y a raíz del

activismo LGBTTIQ+ en las calles y en las redes sociales, los medios comenzaron a darle visibilidad al tema, aunque de una manera violenta: criminalizando a la víctima y recurriendo al morbo. Se especuló sobre la genitalidad de Tehuel, cómo se identificaba, si consumía o vendía drogas y se llegó a decir que le costaba mantener un trabajo porque "le gustaba la joda", en lugar de plantear que el acceso a un trabajo formal es una de las formas de exclusión que viven las personas trans, de hecho, Tehuel desapareció cuando fue a buscar un trabajo. También se indagó en aspectos de su vida privada que no hacían a la búsqueda, por ejemplo, en una entrevista a su hermana le preguntaron si alguna vez había tenido novio.

Un aspecto no menor es que generalmente las noticias sobre la desaparición de Tehuel se encuentran en la sección 'policiales'. La distribución de las notas periodísticas en rúbricas o secciones no es para nada azarosa; por el contrario, da cuenta de cómo conciben los medios a los acontecimientos. En este caso, tratan a la desaparición de Tehuel como un policial más, quitándole importancia a la problemática (social) de fondo, que es la discriminación y violencia hacia las masculinidades trans. Este tratamiento mediático es similar al de los casos de femicidio, lo cual no es mera coincidencia, sino que revela un comportamiento moralizante y punitivo de las víctimas.

Por otra parte, la mayoría de los medios demuestran un desconocimiento sobre las masculinidades trans y tratan a Tehuel con una identidad que no se corresponde con la que él pide ser tratado. De esta manera, violan la ley de identidad de género y dejan de manifiesto que no están al tanto de la existencia de un protocolo para tratar la identidad de género.

En síntesis, tanto en los métodos de identificación de personas como en los medios de comunicación hay una mirada estructuralmente sesgada en el binarismo sexual y de género. La violencia simbólica que ejercen los medios se expresa no sólo la criminalización de Tehuel, sino también en la invisibilización de su desaparición. Tehuel falta en su casa y falta también en los medios hegemónicos de comunicación y esto responde al poco lugar que tienen las problemáticas que vive la población LGBTTIQ+ en la agenda mediática.

A MODO DE CONCLUSIÓN

La desaparición de Tehuel se inscribe en un contexto de precarización laboral de la comunidad LGBTTIQ+, sumado a otras tantas discriminaciones que sufren a diario las disidencias por el simple hecho de escapar a la heteronormatividad.

En una sociedad binaria, los géneros ambiguos son considerados inferiores y conviven con violencias de distintos tipos. Una de ellas es la simbólica. En la mayoría de los medios de comunicación hegemónicos se responsabilizó a Tehuel por su desaparición y se indagó en aspectos de su vida privada que no aportaban a la investigación. Sin embargo, poco se habló de la precarización laboral y de las malas condiciones de vida de la comunidad LGBTTIQ+. Se podría haber relacionado el contexto de desaparición de Tehuel- asistir a una entrevista para una changa- con la necesidad de una ley de cupo trans que repare la exclusión sistemática del mundo laboral de este sector de la población, teniendo en cuenta que al momento de la desaparición del joven aún no existía la ley de cupo laboral trans.

En lugar de hacer foco en las violencias específicas que enfrentan las personas trans, se enfatizó en la vida privada de Tehuel y esto responde, por un lado, a que nuestra vida está condicionada desde una mirada heteronormativa y, por otro, a que las historias son contadas por los varones blancos heterosexuales. La desaparición de Tehuel da cuenta de la sociedad patriarcal en la que vivimos, sociedad que tiene muchísimas deudas con las mujeres y la comunidad LGBTTIQ+, y que probablemente las siga teniendo si nuestra historia sigue siendo contada por los hombres blancos heterosexuales.

BIBLIOGRAFÍA

- BENENTE, M. (2017). Biopolítica y tanatopolítica en Michel Foucault y Roberto Esposito, Reflexión política, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Colombia.
- BUTLER, Judith. 2002 (1993). *Cuerpos que* importan - Sobre los limites materiales y discursivos del sexo, Buenos Aires, Paidós Editores. (Introducción y capítulo 8).
- ERBETTA, Emilia. (2021). (13 de octubre de 2021). Caso Tehuel: A siete meses de su desaparición, la causa no avanza y vuelve a exponer las falencias de la justicia. La Nación. https://www.lanacion.com.ar/revista-rolling-stone/caso-tehuel-a-siete-meses-de su-desaparicion-la-causa-no-avanza-y-vuelve-a-exponer-las-falencias-de-nid13102021/
- FEMENÍAS, M. (2013). "Violencia de género: fundamentos y modelizaciones" en Violencias cotidianas, Prohistoria, Rosario, Argentina.
- GADSBY, Hannah. (2018). *Nanette*. [video]. Netflix. https://www.netflix.com/watch/80233611?trackId=14277281&tctx=-97%2C97%2C%2C%2C%2C
- HALBERSTAM, Jack[Judith]. 2008 (1998). *Masculinidad femenina*. Editorial Egales, (prefacio e Introducción).
- LEMEBEL, Pedro 1997. (1986). *Manifiesto: Hablo desde mi diferencia*. Loco Afan, Crónicas de sidario, Santiago: Lorn Ediciones pp. 83-90
- MARISTANY; J et al. 2017. *Cuerpos minados. Masculinidades en Argentina*. La Plata: EDULP. (Introducción).
- MELLER, I. (2013). "El género como concepto teórico y el sistema sexo-género como dispositivo de regulación social" en *Recomenzar: amor y poder después del divorcio*, Paidós, Buenos Aires, Argentina.

EL ROL DEL LIDERAZGO Y LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNEROS EN LAS RELACIONES PÚBLICAS EN ARGENTINA

Africa Mosciaro | Universidad Nacional de Lomas de Zamora

africamosciaro@gmail.com

Andres Montenegro | Universidad Nacional de Lomas de Zamora

montenegro.pr@gmail.com

Alan Retamar | Universidad Nacional de Lomas de Zamora

alanfacundor@gmail.com

RESUMEN

El objetivo de esta ponencia es visibilizar la conformación del mercado laboral de las Relaciones Públicas en Argentina en términos de géneros y así traer al debate el rol del liderazgo y cómo inciden los estereotipos en el desarrollo de la carrera profesional.

El techo de cristal es evidente y lo perciben las y los profesionales según lo demuestran los datos que se obtuvieron en el marco de una investigación realizada en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora que se conforma dentro de un proyecto mayor sobre “Enfoques transdisciplinares en las Ciencias Sociales en el abordaje de cuestiones de géneros”, dirigido por la especialista Teresa Tsuji donde se trabajó de manera articulada con otras carreras que problematizan también cuestiones relacionadas a los géneros en el marco de las Ciencias Sociales.

Es así que a partir del trabajo de campo y en un análisis cuali-cuantitativo, indagamos hacia el interior de la propia disciplina y su práctica profesional con el propósito de visibilizar una problemática actual y desnaturalizarla.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la conformación del mercado laboral y el desarrollo de las distintas profesiones en términos de desigualdad de géneros es una temática que, además de estar en agenda, profundiza las problemáticas en torno a la paridad y necesita mayor visibilización. En este sentido, la brecha de géneros que existe hoy en día, a causa de un sistema patriarcal bajo el cual nos regimos como sociedad desde siglos pasados es quizá una de las principales problemáticas a las que se enfrentan las organizaciones, pero por la cual se debe seguir trabajando.

Este contexto lleva a investigar la situación que se presenta en el mercado profesional de las Relaciones Públicas en Argentina en relación al fenómeno del techo de cristal y la influencia que tienen determinados sesgos existentes con respecto a los diferentes tipos de géneros.

La casi nula evidencia respecto a investigaciones sobre Relaciones Públicas y género en Argentina permitió que esta investigación sea pionera en dicha cuestión.

La propuesta en este caso es avanzar en estas temáticas para encontrar las causas que expliquen la situación que se presenta y, a su vez, motivar a que se produzcan determinados cambios hacia dentro de la propia disciplina, por lo

menos, cuestionándolo y por qué no, llegado al fin, generar estrategias plausibles en pos de lograr un recorte o achicamiento de la brecha de género que se presenta en nuestro espacio.

Para poder analizar multidimensionalmente este fenómeno, recurrimos a conceptos que puedan describirlo y de esa manera, desentrañar lo que sucede en la actualidad.

TECHO DE CRISTAL

El techo de cristal se ha definido como una barrera artificial basada en el sesgo de la actitud organizativa que impide a las personas cualificadas ascender a puestos de nivel directivo dentro de una organización (Wrigley, 2012).

Según un estudio cuali-cuantitativo elaborado especialmente para el Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina (Mosto, 2012) podemos visualizar el caso de las mujeres profesionales de las Relaciones Públicas en Argentina, donde lo dicho precedentemente parecería confirmarse sobre los tres segmentos de desarrollo profesional: consultoras, ámbito corporativo (directores de comunicación) y académico, donde los puestos jerárquicos ocupados por mujeres representan el 42%, 19% y 31%, respectivamente.

Entre los factores predominantes que hacen al concepto del fenómeno de techo de cristal son asociadas a tres causas principales, entre las que se encuentran: los estereotipos de los roles de género que ubican a mujeres y hombres en determinadas actividades, la cultura corporativa/ organizacional/ institucional y la existencia de espacios históricamente reservados para los hombres.

En el marco de la investigación propiamente dicha, y en función de las entrevistas realizadas a profesionales de mandos altos y medios del ámbito de las Relaciones Públicas y la Comunicación se pudo determinar que los mismos no reconocen la existencia de estos factores o que por lo menos, no se visibilizan en las organizaciones y/o en los ámbitos de su trabajo. A su vez, según las vivencias de cada persona entrevistada, tampoco se reconoce la existencia en sí del techo de cristal o no hay indicios de que exista.

En cambio, las y los entrevistados sí han mencionado o notado algunos estereotipos de géneros en lo que respecta a su desempeño laboral y la formación en el transcurso y avance de su carrera (tanto profesional como universitaria). Por ejemplo, una de las entrevistadas hace especial hincapié y declara: “Escuchás hombres diciendo ‘no voy a contratar a una mujer porque se van a largar a llorar’. Equipos de hombres que dicen ‘las minas se agarran a las piñas’. Trabajar con mujeres es más complicado”.

Estas contradicciones entre la negación de la existencia del techo de cristal y el reconocimiento efectivo de factores que conforman al mismo, resulta especialmente llamativo. En algunos casos, la mencionada negación se encontró asociada a un concepto de individualidad centrado en las posibilidades personales de crecimiento, comúnmente llamado “meritocracia”. Sin embargo, la mayoría de las mujeres entrevistadas ha reconocido la necesidad de generar cambios en el ámbito de las Relaciones Públicas tendientes a generar situaciones de mayor igualdad entre hombres y mujeres.

Distinto es el caso de las encuestas realizadas a más de 250 profesionales que se desempeñan en la disciplina de las Relaciones Públicas, donde claramente sí hay un reconocimiento del fenómeno de techo de cristal, donde un 72% no niega la existencia del mismo y un 87.3% de las mujeres percibe desigualdad.

¿CÓMO INCIDEN LOS ESTEREOTIPOS EN LOS ROLES DE LIDERAZGO?

Las estructuras de las organizaciones y la forma en que están asignadas las tareas muchas veces llevan a las mujeres a afirmar que no les interesa ocupar lugares de poder, o bien adoptar ciertos rasgos que históricamente han sido identificados con las masculinidades cuando acceden a algún espacio de poder. Un estudio desarrollado a partir del análisis de rasgos y valores estereotípicos, arrojó que “el conjunto de resultados pone de manifiesto que las mujeres líderes del estudio son más «masculinas» que el resto, debido básicamente a la persistencia del estereotipo que asocia el liderazgo con aspectos masculinos, tradicionalmente

asociados a la dimensión de la competencia y al éxito organizacional". (Cuadrado, 2004, p. 275) - ComHumanitas.

Bajo este mismo orden de ideas, suele atribuirse al género femenino rasgos relacionados con aspectos afectivos, emocionales y en pos de favorecer las relaciones. Por otro lado, a los hombres se les atribuye rasgos relacionados con productividad, eficacia, autonomía, independencia y competencia (Cuadrado y Morales, 2007, citado en Adame y García, 2018). A partir de esto, se presupone que las mujeres son menos ambiciosas y más temerosas al momento de liderar un equipo de trabajo u obtener un puesto de dirección.

En el caso de Burin, se destaca que las propias mujeres han incorporado prejuicios y estereotipos de género y esto implica que el techo de cristal no es percibido como tal, sino como un "deber ser", como una situación que ya viene dada y sin cuestionarse. Según afirma (citado en Hendel, 2012, p.61) "el supuesto implícito es que la articulación entre la vida familiar y la vida laboral es un problema que hemos de encarar las mujeres, en lugar de considerarla como una problemática social". Las responsabilidades domésticas impiden a las mujeres integrarse al universo androcéntrico del trabajo o la participación política (ya que implican reuniones nocturnas o actividades que se desarrollan en horarios en los que no está contemplado el cuidado infantil); el hecho de que las tareas domésticas recaigan en las mujeres y en una exigencia laboral mayor frente a una remuneración menor (27,2% es la brecha salarial en Argentina), son los obstáculos que impiden a las mujeres ocupar espacios importantes o de liderazgo. (Hendel, 2017).

Históricamente las mujeres han ocupado espacios de trabajo relacionados con la vida doméstica, las tareas de cuidado y familiares. Este trabajo no remunerado se realiza al mismo tiempo que el trabajo remunerado, le añade responsabilidades que han sido culturalmente atribuídas al género femenino y sin embargo, no suelen verse. "La doble jornada laboral es una situación social que pone a las mujeres en desventaja, en desigualdad de condiciones en relación con los hombres (Upegui Valencia, Cervera Delgado, 2009, p. 1846).

Esta desigualdad se observa del mismo modo en el ámbito académico: las imposibilidades de crecimiento que hacen que las mujeres se vean obligadas a ocuparse de la atención familiar y del hogar, en relación a los hombres (que

utilizan ese tiempo para capacitarse y lograr alcanzar tareas exitosas) se denomina suelo o piso pegajoso. El mismo se define como “esos pegamentos que hacen disminuir las oportunidades para su ascenso y mejor colocación laboral; las mujeres, al tener que hacerse cargo de sus familias; dejan a un lado parte de su formación continua en cursos fuera de su horario laboral, tienen más dificultades para asistir a eventos fuera del trabajo , etc”. (Upegui Valencia, Cervera Delgado, 2009, p. 1846).

A su vez es importante destacar que el mundo laboral de las Relaciones Públicas es tan diverso como cualquier otro en Argentina y una de las dimensiones que hace a dichas diferencias es su estructura y función dentro del mercado. La forma en que se desarrolla una empresa que posee un área/departamento de Relaciones Públicas es completamente diferente a cómo lo hace una consultora especializada en Comunicación y/o Relaciones Públicas. Especialmente, en lo que respecta a cantidad de hombres y mujeres que componen dichas organizaciones, estas últimas son mayoría dentro de las consultoras y ellos son más dentro del ámbito corporativo.

Esto se ve consolidado, en gran parte, por la reducida cantidad de oportunidades que presenta el mundo empresarial para las mujeres. Allí, el acceso al mundo laboral es mucho más reducido para el género femenino, y esto se da por varios factores. Uno de ellos, fundamental al momento de analizar, es la incidencia de los estereotipos de géneros al momento de crear los perfiles profesionales, generar las búsquedas y llevar a cabo el proceso de selección. Según las características de las mujeres que se vieron reflejadas en nuestra encuesta, la mayoría afirmó que las mujeres son más sensibles, más comprensivas, más cálidas, más afectuosas y más sumisas que los hombres. Estos rasgos podrían influir de manera negativa al momento de contratar a una mujer por sobre un hombre para realizar la misma tarea y/o cargo. Dichos adjetivos no se asocian con productividad ni eficiencia sino que se relacionan, en general, con cualidades que podrían denotar debilidad, menor rendimiento, mayores problemáticas grupales, entre otras.

Dicha situación sucede gracias a que las mujeres, tanto en los beneficios como en el crecimiento laboral se encuentran favorecidas dentro de las consultoras donde se apuesta más al pensamiento de que ellas “son más ordenadas”. Esto incide también debido a que en su gran mayoría las consultoras están lideradas,

creadas y fundadas por mujeres. Es decir, suelen estar compuestas mayoritariamente por mujeres.

Caso contrario sucede en el mundo corporativo ya que es donde mayor presencia de desigualdad en términos de géneros existe, debido a que todavía se convive con una tradición patriarcal dentro del mundo del management. Motivo por el cual también refuerza la percepción del techo de cristal en las organizaciones, sobre todo en el ámbito privado.

A su vez, otro factor que también influye al momento de la contratación es la posible o efectiva maternidad de las mujeres a lo largo de su vida. El hecho de que las mujeres sean quienes mayoritariamente se encargan de las tareas de cuidado genera prejuicios respecto a la cantidad de ausencias que puedan llegar a tener por estas cuestiones, de qué manera priorizan a su familia por sobre su trabajo, y por ende, ser menos productivas que un hombre.

Frente a dichas tendencias dentro del mercado laboral, las mujeres han mutado hacia el mundo más emprendedor, relacionado con la generación de sus propios espacios que le fueron negados dentro del mundo corporativo. Son las mujeres quienes en su mayoría han creado consultoras para poder desarrollarse en el mundo laboral, generar sus oportunidades y también brindárselas a otras mujeres que pasan o pasaron por la misma realidad en el ámbito profesional empresarial.

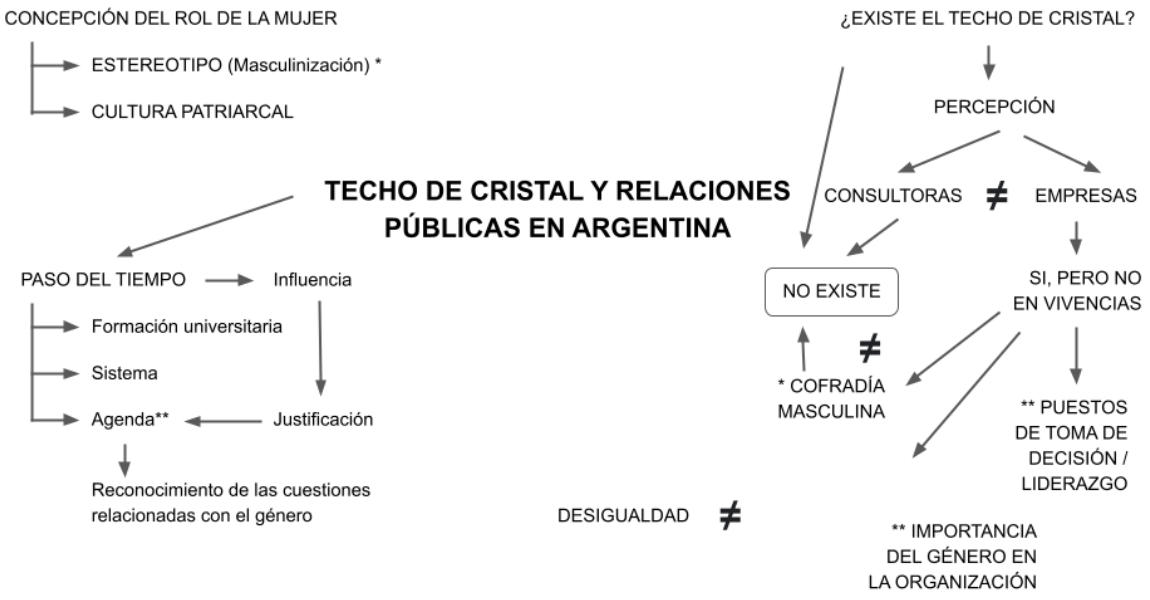


Gráfico de elaboración propia en función del análisis realizado con el equipo de investigación.

Los resultados obtenidos en la investigación demuestran que aquellas mujeres que han logrado romper el techo de cristal, es decir, atravesar esas barreras estructurales que impiden el crecimiento de la mujer en el ámbito de las Relaciones Públicas, no reconocen la existencia del mismo. Es decir, se sostiene cierto sesgo basado en que dichas mujeres tuvieron siempre las mismas posibilidades para lograr puestos de liderazgos y de manera igualitaria o en su defecto, que no hayan sufrido en el ámbito laboral algún tema respecto al crecimiento por cuestiones de géneros o por el simplemente hecho de ser mujer. Nuevamente, este factor se asocia al fenómeno de la "meritocracia" que fue mencionado anteriormente.

Muchas veces se debe a una cuestión de características específicas para llegar a puestos de toma de decisión más que por un género en particular. Se atribuye el mérito de haber accedido a cargos jerárquicos, a una cuestión personal, de deseo e incluso de decisión propia. Es posible que esto se atribuya al hecho de haber vencido esas barreras.

Esto mismo nos dice Wrigley (2002) respecto a la negación, la cual puede ser una forma de lidiar con el techo de cristal. Algunas mujeres exitosas creen que no hay techo de cristal para ellas. Que lo han logrado por su trabajo duro y sus habilidades que le han hecho merecer sus puestos (Wrigley, 2002, p. 42).

Por otro lado, siguiendo los datos ya mencionados de representación de mujeres en consultoría con un 42%, 19% en el ámbito corporativo y 31% en el educativo; un dato llamativo que pudimos visualizar derivado del análisis de las encuestas es que un 53.2% de las personas que respondieron que sus equipos están compuestos por mayoría de mujeres, también coincidieron con que los puestos de liderazgos son ocupados por mujeres; en equipos equilibrados, los liderazgos son equilibrados (41.5%) y en los equipos con mayoría de hombres hay escasa cantidad de mujeres en puestos de liderazgo (4.1%).

Esto nos llevó a pensar que la configuración de equipos de trabajo coadyuva, por lo menos, a representar a las personas de su mismo género y a imponerse como matriz de equidad e igualdad al desarrollo profesional dentro de la organización y,

asimismo, esto se opone a la hipótesis planteada por Yeomans (2019) que dice que “las mujeres en las relaciones públicas siguen subordinadas a las formas patriarcales de hacer las cosas, y por lo tanto se centran en el empoderamiento personal y la creación de redes para promover las perspectivas individuales en lugar de avanzar los intereses de las mujeres en su conjunto”.

Volviendo al análisis de los datos, como bien dijimos que el 72% no niega la existencia del techo de cristal y que un 87.3% de las mujeres percibe desigualdad, llama particularmente la atención que solo un 25% lo relacione con el fenómeno de “piso pegajoso”. Este es un dato que nos debería poner a repensar las estrategias comunicativas y organizacionales en pos de generar un cambio en la estructura y en la cotidianidad de todas aquellas mujeres que representan nuestra profesión.

PERSPECTIVA DE GÉNEROS EN LAS ORGANIZACIONES

En lo que respecta a políticas con perspectiva de géneros dentro de las organizaciones, es posible encontrar diferencias entre la aplicación de las mismas dentro de empresas multinacionales y pequeñas o medianas. Desde un punto de inicio, el presupuesto con el que cuentan es completamente diferente y por ende, la cantidad de recursos que pueden destinar a implementar talleres sobre esta temática, espacios que generen conversación y capacitaciones al respecto, varía ampliamente. De todos modos, más allá del aspecto presupuestario o monetario, la inclusión o no de dichas medidas y espacios hacia dentro de las organizaciones, son decisiones políticas por sobre todas las cosas.

Las empresas multinacionales suelen ir más a tono con las temáticas de agenda que van surgiendo en los diferentes países donde se desempeñan. En lo que respecta a la perspectiva de géneros, un tema muy en auge en los últimos años, son empresas grandes las que cuentan con una mirada más tendiente a implementar políticas internas que estén relacionadas; aunque esto no quiere decir necesariamente que haya un cambio real hacia dentro de su organización.

Esto se ve reflejado en lo expresado por las y los profesionales que han sido entrevistadas y entrevistados, lo cual nos remiten a que la inclusión de políticas de géneros varía en función del respaldo con el que se cuente por parte de los

tomadores de decisión que son quienes deben estar presentes y ser los representantes fehacientes para que se puedan desarrollar este tipo de políticas dentro de las organizaciones. Esto quiere decir que son los líderes quienes deben ser representantes de los valores que la organización quiere implementar o promulgar y que además, tiene que ser un valor inherente contar con una mirada social para que así, desde el ámbito de los Recursos Humanos, por ejemplo, puedan desarrollar políticas internas tendientes a proteger, cuidar y acompañar la crianza de los hijos o las hijas de sus empleados y empleadas.

En el caso particular de la maternidad y del desarrollo académico, la vida laboral y el apoyo de las organizaciones donde las personas se desempeñan laboralmente cumplen un rol fundamental. De alguna manera, los ámbitos laborales que no acompañan dichos procesos determinan de manera directa o indirecta, el futuro de esas personas. Así, amplían o reducen las posibilidades de sus empleadas mujeres de transitar de mejor manera su maternidad y desarrollo estudiantil así como también con los fines productivos que tienen las organizaciones donde se desarrollan.

En el caso de las pequeñas y medianas empresas, al contar con menor personal y menor presupuesto, se les dificulta más generar estos espacios. Esto no quiere decir que no estén interesados/as, por ejemplo, en acompañar las maternidades de sus empleadas mujeres o generar un apoyo para que avancen académicamente, sino que no cuentan con los recursos necesarios para brindar o poner en práctica políticas internas que propicien dichas situaciones. Aunque desde las iniciativas más básicas como tener equipos sin desigualdad suma al aspecto de la visibilización en las organizaciones.

IMPORTANCIA DE LA AGENDA

Algo que también se marca, y que abre nuevos caminos de reflexión, es la importancia y el valor que marca la agenda en cuestiones que están relacionadas a la perspectiva de géneros y a la desigualdad social en términos de paridad, sobre todo en el ámbito de las Relaciones Públicas. En este sentido el paso del tiempo o la temporalidad es uno de los factores claves que hacen a la importancia de mantener en agenda este tipo de problemáticas. Es decir, discutir acerca del mandato del patriarcado en altas direcciones, y mantener en línea temas de

igualdad y diversidad, hacen a la formación y visibilización de esta situación, que en cierta medida es responsabilidad de la profesión llevarlo a cabo.

Por lo tanto, que la cuestión de géneros sea lo que marque y construya la agenda demuestra el valor por el cual deben apostar las organizaciones, tanto del ámbito privado como el público, incorporando políticas públicas e internas que permitan terminar con la desigualdad y ampliar el desarrollo profesional de mujeres y hombres de manera equitativa.

CONCLUSIÓN

El contexto y lo que tiene que ver con la agenda, influye de manera directa en el rol que las y los profesionales de las Relaciones Públicas debemos seguir teniendo en estas cuestiones. No sólo porque sea algo de "lo que hay que hablar" sino porque de esta manera aportamos a seguir construyendo esa sociedad más igualitaria, equitativa y de mayor bienestar para todas y todos.

Según el análisis obtenido acerca de lo que opinan distintas y distintos profesionales sobre el rol de nuestra profesión respecto a la problemática de géneros, surgen varios puntos en común. Nuestra profesión debe y tiene que apostar por la concientización y visibilización de esta problemática. Así como también continuar creando espacios de conversación y debate que sigan manteniendo en agenda la igualdad de géneros, no sólo en al ámbito de las Relaciones Públicas, sino en diversos espacios, tanto públicos como privados.

Hay que tener en cuenta que como comunicadores somos amplificadores de las voces de esas identidades y colectivos que hoy –afortunadamente – reivindican su derecho a ser, aparecer y expresarse y que somos agentes que posibilitan su aparición en las tramas discursivas. Es por ello que hay asumir un cierto rol de "evangelizadores" de estas temáticas, para lograr un trabajo de concientización que no quede sólo en el ámbito profesional sino también hacia afuera, con la comunidad y la ciudadanía en su totalidad en pos de aportar a la construcción de la igualdad de género y/o fomentar políticas de equidad para aquellos ámbitos que así lo ameriten.

Por otro lado, es necesario generar espacios que nos vinculen con estas temáticas dentro del ámbito de la profesión, que nos permita debatir estas

cuestiones para demostrar que tanto mujeres como hombres nos encontramos en igualdad de condiciones para el desarrollo profesional y llegar a puestos de liderazgo y/o de toma de decisión.

Si bien, en términos sociales en general, y la profesión en particular, se encuentra constantemente realizando aportes al respecto, impulsar la iniciativa de la conversación es clave para encontrar oportunidades de mejora en el rol profesional dentro de las organizaciones. En términos concretos, estamos encaminadas y encaminados, pero no debemos dejar que las cosas pierdan su curso. Es decir, debemos darle espacio a las y los profesionales para que puedan intervenir en estas temáticas y mantener una escucha activa con nuestros públicos de interés.

La cuestión de las disparidades es un tema emergente que requiere de un cambio cultural que está en curso y que excede nuestra profesión. Las generaciones de líderes del futuro ya tienen incorporado estos cambios de conciencia social y resultará fundamental darles el lugar y el espacio para que este paradigma generacional logre el mundo igualitario que requieren y que merecen.

Es cierto que debe haber un cambio estructural en la profesión. Pero también debe estar impulsado desde el ámbito académico universitario, aportando en este sentido a través de trabajos de investigación y producción, que permitan indagar y analizar estas situaciones que se han “naturalizado” en nuestra sociedad y consecuentemente, desnaturalizarlas para transformarlas; y desde el rol de la enseñanza universitaria, donde se encuentra la obligación no solo de compartir conocimientos, sino también de formar profesionales comprometidas y comprometidos que posean un pensamiento crítico, que puedan cuestionar y romper las barreras del sistema.

En resumen, el cambio cultural y estructura debe llevarse a cabo a través de la visibilización, problematización y cuestionamiento de la realidad. Y el eje de la Comunicación atraviesa completamente este factor. Consideramos que cuando no hablamos, también estamos diciendo algo y creemos que hacer silencio es de alguna manera ser cómplices de un sistema patriarcal y desigual que se profundiza cada vez más.

"Lo que no se nombra, no existe" y es por eso que reafirmamos nuestro compromiso con la divulgación y la conversación sobre una desigualdad que refuerza los estereotipos de géneros y que, de alguna manera, desvaloriza el trabajo y el esfuerzo que realizan muchísimas personas en pos de achicar las brechas y generar una profesión más igualitaria y menos segmentada.

BIBLIOGRAFÍA

- Burin, Mabel (2012). "El techo de cristal, aun en los cielos": https://www.pagina12.com.ar/diario/psicologia/9-195792-2012-06-07.html
- Cuadrado, Isabel. "Valores y rasgos estereotípicos de género de mujeres líderes": http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=1193
- Cuadrado y Morales (2007). Artículo: "Algunas claves sobre el techo de cristal en las organizaciones": https://www.redalyc.org/pdf/2313/231317597002.pdf
- Hendel, Liliana (2017). "Violencias de género: las mentiras del patriarcado"
- Mosto, Cecilia (2012). "Análisis del mercado de las Relaciones Públicas". Estudio preliminar cuali/cuantitativo realizado por CIO para el Consejo

Profesional de Relaciones Públicas. Presentado en Buenos Aires, Nov. 2012 (Manuscrito no publicado).

Upegui Valencia, Anlly M., y Cervera Delgado, Cirila (2018). “Techo de cristal y suelo pegajoso: estudios de género en la academia.”: http://148.214.90.90/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/2886/2149

Wrigley, B. (2002). Glass Ceiling? What Glass Ceiling? A Qualitative Study of How Women View the Glass Ceiling in Public Relations and Communications Management, Journal of Public Relations Research, 14:1, 27-55, DOI: 10.1207/S1532754XJPRR1401_2

SIN PAZ, NO HAY PAZ

Daniela Elizabeth Urrejola | Universidad Nacional de San Martin

danielaurrejola85@gmail.com

RESUMEN

Las tecnologías brindan nuevas formas de apropiación y reconfiguran los entornos sociales, dando lugar a la convergencia digital, es decir el proceso de cambios sociales por medio de las industrias culturales y avances tecnológicos y, que tiene como protagonistas, a las/los prosumidores (usuarios de los medios digitales, producen contenidos y al mismo tiempo los consumen).

Henry Jenkins, teórico del campo de la comunicación define a la convergencia como el proceso que garantiza la configuración, producción y distribución de contenidos de manera tal que, se lo apropian de información que circula, se almacena en los distintos dispositivos digitales para luego, generar producciones nuevas y ponerlas a circular en la web. De esta forma: “los consumidores están aprendiendo a emplear estas diferentes tecnologías mediáticas para contralar mejor el flujo de los medios y para interaccionar con otros consumidores” (Jenkins;2006).

En un mundo en donde “la convergencia mediática” es la forma en que se

“cuentan todas las historias importantes, se venden todas las marcas y se atrae a todos los consumidores a través de múltiples plataformas” (Jenkins;30); los medios de comunicación se posicionan de tal manera, que aprovechan la comunicación digital para imponer, sostener y circular discursos hegemónicos heteronormativos, estereotipados/arquetípicos, estructurados y normados en los procesos comunicacionales.

Por su parte, Milad Doueihi también retoma la noción de convergencia digital y plantea que:

“Uno de los aspectos más prometedores y, para algunos, más inquietantes del entorno digital es su impacto inmediato en la cultura en sentido amplio, su reestructuración acelerada y casi irresistible de los valores culturales. 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. Por lo tanto, el estudio de sus mecanismos y sus estructuras internas debe llevarse a cabo desde un doble punto de vista: a la vez descriptivo y analítico, técnico y cultural”

Siguiendo estas líneas, Doueihi dirá que “la cultura digital se transforma” y crea entornos con nuevas identidades y esta siempre es fluctuante, deben observarse como un conjunto de prácticas discursivas que tienen sus propias normas y convenciones, que tienden a debilitar y a perturbar las categorías y los valores establecidos.

En este sentido y abordando varias categorías como: convergencia, cultura, identidad, tecnologías entre otras, estas son parte del proceso que transita y recorre cada grupo social. Es decir, como por ejemplo la conformación de grupos juveniles tendrán una identidad propia, según el contexto en el cual se encuentre o emerja.

Estas nuevas identidades que van a construir las culturas juveniles en torno a la convergencia digital, se diferencia totalmente y generacionalmente en todas las conformaciones sociales regionales, ya que no es lo mismo la que se conforma en América latina que al resto de las regiones del mundo. Un ejemplo claro, son los avances en materia de derechos, obtenidos por parte

de la población LGBTI+, como el matrimonia igualitario (2010), la ley de identidad de género (2012), y el cambio registral en el DNI (2021) con la categoría no binaria, son algunas que podemos mencionar.

INDUSTRIA CULTURAL: GAMER EN LATINOAMÉRICA, IDENTIDAD Y DIVERSIDAD

La industria de los videojuegos es un mercado, a nivel mundial, que tuvo un ascendente desarrollo en las últimas décadas. Es un espacio de la industria cultural y del entretenimiento en donde se observa que las personas pasan gran parte de su tiempo, convirtiéndose en profesionales de la disciplina, como son lxs gamers.

En la región latinoamericana, según aportes de varios teóricos e investigaciones de agencias de marcado, la mitad de las personas que juegan con videojuegos son mujeres[80]. A pesar de la estadística positiva, este entorno no deja de estar atravesado por la violencia patriarcal. Ya que, existen denuncias de violencia machista, acoso y discriminación de géneros por parte de las mujeres jugadoras e identidades trans.

Para este apartado, la propuesta disparadora para el análisis es a partir de un corpus de tiktok[81] En este material audiovisual de tres minutos de duración se destaca frases de Paz, una jugadora trans que comenta su experiencia como Gamers. El trabajo y contenido de tiktok surge en el marco del seminario de Género, Culturas Populares y Juveniles dictada en la carrera de licenciatura de comunicación audiovisual de la escuela de humanidad de la Universidad Nacional de San Martín.

80 Dato extraído en https://www.itsitio.com/co/casi-la-mitad-los-gamers-latinoamericanos-mujeres/ Y ISSN: 0252-8479 / EISSN: 2215-6143

81 La producción de tiktok fue realizada por el grupo de estudiantes del seminario de Género, culturas populares y juveniles, como entrega de trabajo final del año 2022. Lxs integrantes son: Baldi Lucia; Giser Nicole; Macek Luis; Rosendo Macarena; Sabattini Martina; Schwedhelm Lina Antonia; Veíras Martina

En este encuadre y entendiendo la dinámica de mercado en la industria de los videojuegos podemos decir, que existe participación de personas de la disidencia sexual en estos espacios y tienen fluida interacción humana, pero tienen estructuras masculinizadas y marcado roles de género; que entran en choque y generan prejuicios sobre quienes están por fuera de la heteronorma, como las jugadoras y personas de la disidencia, las cuales son distintas al arquetipo de jugador varón blanco y heterosexual.

EJERCER LA MASCULINIDAD

Michael Kaufamn, es un teórico que se interesó por abordar y problematizar la multiplicidad de identidades masculinas desprendidas de los mandatos socialmente impuestos. En el libro: Masculinidades, Poder y Crisis plantea que, en las antiguas sociedades accidentales, los mandatos sociales patriarcales se construían en espacios habitados exclusivamente por varones. En ellos, se pretende que el varón internalice el mandato de relacionarse perfectamente y solo con individuos hombre y que haga de la "homosociabilidad" una forma de vida que permita reproducir el androcentrismo para sostener las relaciones de poder

Sin embargo y pese al avance de sociedades modernas en construir de vínculos desde una lógica de la "heterosociabilidad" (definición que implementa el autor para explicar cuando un espacio social se vuelve mixto y deja ser un espacio exclusivamente de varones. Mujeres y varones interrelacionándose), el sistema de socialización/construcción del varón quedó intacto, por ejemplo, en la industria del entretenimiento.

En este campo - industria de videojuegos – que se toma para analizar, se observa y explicita la existencia de un "pacto entre varones", como lo define Kaufman y lo manifiesta Paz, cuando narra el ataque que sufre por parte de otros gamer y nadie se involucra para defenderla. Dejando visible la "complicidad donde los varones se cuidan las espaldas cuando sus privilegios se ven amenazados" (Kaufman; 28).

También, el autor trae la idea sobre la conformación de grupos cerrados en los cuales, el varón debe demostrar su masculinidad para entrar al grupo y, al mismo tiempo tiene como condición superar las inseguridades que se presentan por temor a no cumplir con los "requisitos del modelo – imagen" que se esperan de él. "La pandilla constituye la garantía o avalista de la masculinidad del varón. Si es aceptado en el grupo de tíos, es porque no importa cuán inseguro sea". Esta "pandilla es el escenario real o simbólico del pacto entre varones" en el cual se demuestra que cumple con los requisitos de masculinidad para ingresar. (Kaufman; 26)

La violencia de género en el mundo virtual y en la comunicación digital se origina a partir de la discriminación hacia las mujeres y población de la diversidad. Esta situación genera que sean las plataformas de multijugadores un espacio hostil y agresivo. Es por eso, que muchas de las personas que sufren estos agravios y acoso tomen como estrategia el anonimato, como declara Paz. Dejando olvidado que sea reconocida como *hardcore gamer*[82] ya que, no corresponde - al igual que las mujeres cis - al estereotipo de varón heterosexual jugador.

MOVIMIENTOS SOCIALES Y DIVERSIDAD.

Los estudios latinoamericanos de comunicación comenzaron a arraigarse a partir de los años '60 luego de la revolución cubana y, desde entonces, han compartido espacios con otras perspectivas de análisis y producción comunicacional en nuestra región. Los estudios latinoamericanos se han preguntado por fenómenos culturales atravesados por tecnologías no siempre autóctonas. Pero también han inspirado y generado experiencias de intervención y propuestas en las políticas comunicacionales de distintos países. Desde ambos lados, lograron construir un objeto de estudio comunicacional diferenciado de aquella centralidad en los medios masivos de las teorías clásicas, más bien, radicó sus bases en los estudios culturales de la comunicación.

82 Hardcore o jugador duro es quien le dedica varias horas a jugar en línea. "...alguien que domina la técnica en alguno de sus juegos". Identidad Gamer. Videojuegos y construcción de sentido en la sociedad contemporánea. D. Muriel. Barcelona: Anaitgames, 2018

En otro aspecto, pero muy vinculado con los estudios latinoamericanos de comunicación, los movimientos feministas y transfeministas latinoamericanos utilizan distintas herramientas para hablar y poner en tensión variados temas que son necesarios problematizar para lograr cambios sociales. Como movimiento social que interactúa en la cultura digital, toma el ciberactivismo como práctica social para visibilizar las distintas formas y modos de violencia y discriminación por género, etnia, racial, política, económica y de clase que sufren las mujeres y disidencia. Esta apropiación y uso de los medios digitales se ve materializado, también, por ejemplo, en la comunicación popular, alternativa y/o comunitaria.

Tuvo mucho que ver en los procesos emancipatorios que se dieron en latinoamérica, lo que llamamos convergencia cultural de la comunicación digital. Porque, tomaron un rol protagónico "los sujetos sociales que hasta ahora no se consideraban sujetos políticos y que se caracterizan por la expansión de su autonomía, la profundización de las prácticas sociales emancipadoras, la construcción de nuevos imaginarios e idearios, así como por la transformación radical de las relaciones de poder en un sentido radicalmente democrático" (Gravante; 52).

Este fenómeno produce que las sociedades estén en constante reconfiguración de las relaciones que están mediadas y atravesadas por los dispositivos digitales. Al incorporar y apropiarse de las herramientas para la comunicación, y a partir, de vincular estas con "las habilidades, capacidades y recursos necesarios para producir y decodificar los mensajes", en "contextos sociales e históricos", se produce el sentido de pertenencia y construcción de la subjetividad social (Gravante; 53) en los movimientos de masa.

En este contexto y con una histórica trayectoria en la lucha por los derechos, la población LGBTI+, exploró la alternativa de producir y genera contenido desde la perspectiva de comunicación comunitaria, popular y alternativa. En algún sentido, para lograr emerger con sus discursos y contrarrestar - en menor medida- al poder hegemónico.

Si bien, los discursos que irrumpen desde la perspectiva de comunicación

latinoamericana no son discursos que reflejan cambios sociales radicales e inmediatos; sí establecen y originan las acciones de los movimientos de base que luchan por la ampliación de derechos e inclusión y democratización de las voces.

En este sentido, lxs activistas y militantes de causas sociales que utilizan los medios digitales o tienen la práctica del ciberactivismo, son actores fundamentales que transforman y resignifican los contextos sociopolíticos de las regiones. Específicamente, las poblaciones subordinadas como la LGBTI+, tomó esta práctica social para posicionarse como sujetxs de derechos. Cuestionando la estructura de poder desde la participación activa y actuando visiblemente en el campo político.

Siguiendo esta línea de análisis, es pertinente y necesario colocar la mirada, en observar la dimensión emocional que traspasa a los movimientos de base. Estos se constituyen por "emociones sociales compartidas por una causa en común" (Gravante; 53) y permite dar cuenta de la subjetividad identitaria que se va conformando, la cual, resulta sumamente importante para los procesos que pretenden cambios sociales.

En Paz, gamer trans, la discriminación que sufrió a lo largo de su vida como jugadora, la llevo a convertir la bronca y tristeza en bandera de lucha. Y resignifico esas emociones en "acción política" (Gravante; 53).

Gravante dirá entonces, que las emociones adquieren un papel importante en la motivación a la acción porque determinan la relación de los protagonistas del conflicto con la apropiación y el uso de las nuevas tecnologías. Dando espacio significativo al activismo de una causa –misoginia, discriminación, racismos, violencia de género, etc.- desde los medios digitales. Esta acción es además, motivada por sentimientos como la indignación, el sentimiento de injusticia, así como por la rabia o la esperanza.

APORTES DESDE LA DIVERSIDAD

Una perspectiva, es la posición, forma y manera determinada para observar el mundo y relacionarnos con otrxs. Una perspectiva, es hacer foco en una dimensión que tiene interés, emociones, valores, significaciones y necesidades en común. Por lo tanto, un grupo de jóvenes que pertenece a un conjunto poblacional comparte una visión del mundo. Si nos referimos a la población LGBTI+ hablamos de una pluralidad y diversidad de historias cuyas condiciones de vida están atravesadas por desigualdades y reproducidas en las distintas instituciones sociales.

Por un lado, estas identidades de género, son variadas formas de existir en el mundo y entenderse con lxs demás desde las corporalidades, prácticas sociales y vínculos afectivos.

Reguillo piensa a los territorios juveniles como, espacios poblados de jóvenes en donde despliegan estrategias y producen discursos, experimentan exclusión e inclusión. Ellxs, elaboran sus propias formas de organización porque los mueve alguna emoción en común y “espacios de pertenencia y adscripción” (Reguillo; 13) que revalidan y legitiman constantemente por medio de acciones sociales.

Por otro lado, surge en este análisis, lo que entendemos por cuerpo. “El cuerpo es el vehículo primero de la sociabilidad” y es la “expresión del espíritu de una época (reguillo; 60), por lo tanto, la “destrucción corporal es necesaria para crear al sujeto hablante y sus significaciones” (Buttler;256; 2018).

En este sentido, la corporalidad de la jugadora trans es su primer modo de sociabilización y su motivo de discriminación y exclusión del ambiente de los videojuegos.

La investigadora Rossana Reguillo comenta que, la expansión de movimientos juveniles racistas tuvo su surgimiento en paralelo con el surgimiento de la categoría de “jóvenes” en el periodo de la segunda posguerra del siglo XX cuando emergió una poderosa industria cultural. Pero en el caso de américa latina, el principal problema radica en “que la

discriminación se ha convertido en política pública. Hecho que ni siquiera los avances democráticos han logrado erradicar" (Reguillo; 61). Ya que, la discriminación racial, étnica y por género se reproduce en todos los estratos sociales. A esto, también, hay que sumarle otro aspecto: la pobreza, que configuran ámbitos de exclusión para mujeres y disidencias. "Porque la pobreza se ha vuelto una categoría sociocultural, es decir, un criterio de clasificación que define oportunidades, cancela expectativa y modela culturalmente los cuerpos que no caben en los territorios neoliberales" (reguillo;62).

En este sentido y junto a procesos de multiculturalidad y convergencia cultural, la dimensión emocional y corporal son factores que construyen los grupos de pertenencia e identidad gamer. Por lo tanto, analizar desde una perspectiva sociocultural, el ámbito de las prácticas juveniles permite visibilizar las relaciones entre estructura y sujetos, entre control y formas de participación entre los momentos objetivos y subjetivos de la cultura (Reguillo;70)

En cierto modo, las corporalidades se moldean performativamente por las culturas. Estos pueden transformarse en herramienta política para resignificar los discursos de los procesos multiculturales que se presenten en el campo sociopolítico en la región latinoamericana y de la comunicación. Ya que, las tecnologías de la información, de acuerdo con Reguillo, tienen la capacidad de reorganizar los circuitos comunicativos y los procesos de subjetivación que junto con el proceso de alfabetización digital moldea y crea nuevos lenguajes en la cultura.

PALABRAS FINALES

Se vuelve de vital importancia abordar desde una perspectiva transfeminista y feminista como se construye el concepto de gamer en los diferentes contextos de la industria del videojuego. Especialmente, en Latinoamérica, en donde nos interesa comprender y tomar como objeto de

estudio las configuraciones de los grupos, comunidades y población LGBTI+. De modo tal que observar el nacimiento, despertar y desarrollo identitario de mujeres trans, cis y no binarias en la industria de videojuegos resultará un fenómeno innovador y creativo.

Porque es necesario trascender la mirada binaria, biologicista y patologizante que se emplea en la población disidente y travesti trans para virar y adoptar una propuesta con un enfoque interseccional y de inclusión de la diversidad.

BIBLIOGRAFÍA:

- Doueihi, Milad.2010. Cap. 1 ¿Un proceso civilizador? La gran conversión digital. (J B trad). Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 208).
- Fernández, Ana María (Comp.) (1992), Introducción (pag. 10 a 23). En Las mujeres en la imaginación colectiva. Una historia de discriminación y resistencias. Paidós, Buenos Aires.
- Guevara Ruiseñor, Elsa (2008): La masculinidad desde una perspectiva sociológica. Una dimensión del orden de género - Revista Sociológica Nro. 66, enero-abril de 2008, pp. 71-92 México. Disponible en http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/6604.pdf
- Gravante, Tommaso (2012). “Ciberactivismo y apropiación social. Un estudio de caso: la insurgencia popular de Oaxaca”. En Sociedade e Cultura, vol. 15, núm. 1, enero-junio, 2012, pp. 51-60. Universidad de Federal de Goiás Goiania, Brasil. Disponible en: http://www.redalyc.org/pdf/703/70324609006.pdf
- Jenkins, Henry (2008). “Introducción: Adoración en el altar de la convergencia: un nuevo paradigma para comprender el cambio mediático”. En Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Valdéz, Teresa; Olavarria, Jose (comp.). (1997). Masculinidades, Poder y Crisis. Ediciones de las Mujeres N°24. Editorial Andros Ltda. Santiago, Chile.

- Reguillo Cruz, Rossana (2000). La emergencia de las culturas juveniles. Estrategias del desencanto – Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación - Editorial Norma – Bogotá - Capítulo 2: Nombrar la identidad.
- Reguillo Cruz, Rossana (2012), Cap.1: “Pensar los jóvenes. Un debate necesario” (pp. 19-38); Cap. 2: “Nombrar la identidad. Un instrumento cartográfico” (pp: 39-57); Cap. 5: “Naciones juveniles, Ciudadanía: el nombre de la inclusión” (pp 111-127); Cap. 6: “Transformaciones, riesgos, contingencias: nuevos protagonismos juveniles” (129-152). En: Culturas juveniles. Formas políticas del desencanto. Siglo XXI Editores, 2012
- Roy González, Sancho. Obando Reyes, Fernando. 2020. Mujeres jóvenes jugadoras: Su situación en el uso de los juegos de video
  Recuperado en: ISSN: 0252-8479 / EISSN: 2215-6143
- Ruiz Estramil, Ivana Belén. Identidad Gamer. Videojuegos y construcción de sentido en la sociedad contemporánea. D. Muriel. Barcelona: Anaitgames, 2018. Federación Española de Sociología doi:10.22325/fes/res.2019.23
- Tubert, Silvia (2003): "La crisis del concepto género" (7-37), en: Del sexo al género, los equívocos de un concepto- Ediciones Cátedra, Feminismos 78, España.

Recurso audiovisual

- Tiktok. Entrevista a Paz. Gamer. https://drive.google.com/drive/folders/1uqpXSZJFV1HR5SVrhq2nCsRjKUYEpYy?usp=sharing

MESA 6:

COMUNICACIÓN, DISCAPACIDAD Y DERECHOS

Coordinador/a de mesa:
Cristti, Noelí; Regalado, Juan Pablo

RELATOS MEDIÁTICOS Y PENSIONES POR INVALIDEZ LABORAL: SENTIDOS QUE SE DESTACAN Y SENTIDOS OPACADOS.

Vanesa Coscia | Universidad de Buenos Aires
vanesa.coscia@gmail.com

María Pía Venturiello | Universidad de Buenos Aires
Venturrielo@yahoo.com.ar

INTRODUCCIÓN

Este trabajo parte de una mirada interdisciplinaria que articula los estudios sociales de la discapacidad con los estudios en comunicación y cultura. Analizamos cómo los principales medios de comunicación de Argentina representaron la medida de quita de pensiones por invalidez, implementada por la gestión de Cambiemos en 2017.

Desde los aportes de los estudios sociales en discapacidad, se analizan aquellos discursos que se resaltan o no se priorizan en las coberturas mediáticas dado que, tal como afirma Bourdieu, "pensar de modo estructural nos obliga a percibir la importancia de las ausencias" (1990, 271).
La condición de discapacidad no se explica a través del estado de salud de un individuo, sino que está constituida por un entorno no accesible que obstaculiza las posibilidades de participación de las personas con deficiencias, atentando contra sus derechos humanos (Barnes & Mercer, 2010). El modelo social de la discapacidad busca superar las definiciones basadas en una tragedia médica y personal que conducen a experiencias de opresión. Desde este modelo, las

desventajas que enfrentan las personas con discapacidad son construidas por un entorno que las margina y se vinculan, entre otros aspectos, a los procesos burocráticos a los que son sometidas estas personas. Según Oliver (1990), la discapacidad es aquello que las políticas públicas indican que es, en tanto éstas definen a los sujetos de sus acciones y les asignan un lugar social en relación al vínculo que establecen con el Estado como sujetos de derechos o de asistencialismo.

Partiendo de tales aspectos conceptuales y considerando a los medios masivos como actores políticos y sociales que van delineando lo que es posible pensar en cada momento histórico (Angenot, 2012), los interrogantes que guían este trabajo son: ¿Qué estrategias de representación mediática pusieron en juego Clarín y La Nación en torno a la quita de pensiones?; ¿Qué aspectos se destacaron en las coberturas (corrupción, clientelismo, pobreza) y qué no se mencionó?; ¿Cuáles voces o fuentes se privilegiaron?, ¿Cómo se mostraron las protestas contra esta medida?; ¿Qué sentidos sociales sobre las pensiones y los derechos suponen estos relatos?

PENSIONES POR INVALIDEZ EN ARGENTINA

Las políticas públicas en Argentina para la población con discapacidad reconocen sus derechos específicos frente a la condición de desigualdad que enfrentan y son plasmadas en varias normativas (Venturiello, 2017).

Específicamente, las pensiones por invalidez laboral suponen una retribución económica mensual y responden a un recorrido burocrático diferente de la certificación de la discapacidad, aunque también resulta un beneficio que puede ser solicitado por personas con discapacidad que cumplen determinados requisitos: incapacidad de trabajar y la comprobación de escasos ingresos. En este sentido, los beneficiarios de pensiones por invalidez laboral son personas "expulsadas del sistema productivo" (Oliver, 1990), consideradas "inválidas laborales" por condiciones de salud adversas e individuales. La justificación de la necesidad de esta pensión es médica (Danel y Gabrinetti, 2018) y nunca supone

una interrogación acerca de las condiciones laborales, del mercado de trabajo o de las relaciones de producción en general.

Estas pensiones no contributivas asistenciales que, históricamente, dependen del Ministerio de Desarrollo Social y pasaron a la órbita de la Agencia Nacional de Discapacidad en 2017, nacieron en 1946 (Ley N° 12903) y sus criterios de accesibilidad se establecieron en las Leyes N° 13478 (1948) y N°18910 (1971). Nuevos requisitos de otorgamiento se determinaron en 1997, mediante el Decreto N° 432/97, tanto para las pensiones a la vejez como por invalidez, con las siguientes exigencias para poder percibir esta pensión: encontrarse incapacitado en forma total y permanente con una disminución del 76 % o más de la capacidad laborativa; no estar amparado ni el peticionante ni su cónyuge por un régimen de previsión, retiro o prestación no contributiva alguna; no tener parientes que estén obligados legalmente a proporcionarle alimentos o que teniéndolos, se encuentren impedidos para poder hacerlo; no vivir con otros familiares bajo el amparo de entidades públicas o privadas en condiciones de asistirlo y no poseer bienes, ingresos ni recursos que permitan su subsistencia. A este decreto apeló el gobierno de Macri, en 2016-17, para quitar las pensiones por invalidez laboral.

La interpretación de las normas y el diseño de las políticas públicas no son neutrales (Venturiello,2017). Durante el período 2003-2015, se asistió a un incremento de las pensiones no contributivas asistenciales acordes a una política de extensión de derechos (Danani, 2016). Esto se ejecutó a través de un incremento presupuestario y una modificación en la estrategia de otorgamientos que fortaleció las estructuras administrativas estatales destinadas a la atención de potenciales beneficiarios/as.

Estas medidas tuvieron como resultado una evolución y ampliación en la cobertura de personas en situación de discapacidad que, en términos absolutos, significó la agregación de 1.170.210 pensiones no contributivas. Con el inicio de la gestión de
Cambiemos, se asistió a una reducción del gasto social en diversas áreas, que derivó en un cambio de orientación política respecto de estas pensiones. En el

marco de una política de ajuste y reducción del Estado, se decidió disminuir las ayudas sociales destinadas a la población mayor y a las personas con discapacidad (Findling, et al, 2018).

REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS E INVALIDEZ LABORAL

Metodológicamente, este trabajo propone un análisis de tipo cualitativo de las noticias publicadas por los medios nacionales. Para su selección y abordaje se identificaron algunos de los tópicos con mayor visibilidad, a partir de los cuáles se construyeron tres ejes analíticos respecto de cómo se nominó y se (re)presentó, en cada medio: 1) las ayudas o pensiones no contributivas; 2) la quita de pensiones; 3) las protestas y oposiciones sociales y políticas a la medida. A partir de estos tres ejes, se colocó el acento en identificar los sentidos sociales que rodearon a esta problemática en la superficie mediática. Para ello, se utilizó una combinación de herramientas socio semióticas que permitieron analizar las interrelaciones discursivas y socio comunicacionales en los discursos mediáticos entendiendo, de la mano de Verón, a la producción de sentido como una práctica social que permite comprender la producción de subjetividades.

El período de análisis se extiende desde fines de 2016 hasta la creación de la Agencia Nacional de Discapacidad (ANDIS), en 2017, cuando se ordena, judicialmente, volver a pagar las pensiones dadas de baja.

CLARÍN: LA "POLÉMICA" MEDIDA

Cuando el gobierno de Macri decide tomar la medida de la quita de pensiones, Clarín la define como una medida polémica, que genera discusión. En este sentido, respecto de cómo se representa esta medida, Clarín va exponiendo diversos puntos de vista, fiel a su estilo editorial de mostrar “las dos campanas” del acontecimiento. Este diario cuestiona lo imprevisto y abrupto de la medida para los afectados y nomina al Plan Nacional de Discapacidad como “un manifiesto”, es decir, como un plan que no cuenta con definiciones concretas sobre contenidos o procedimientos.

- *El Gobierno está dando de baja pensiones a personas con discapacidad.*

A partir de este mes, y sin previo aviso. (Clarín, Economía, "Desde junio, el Gobierno empezó a dar de baja pensiones por discapacidad", 10 de junio de 2017)

- *La Presidencia de la Nación publicó "un manifiesto" del Plan Nacional de Discapacidad, en medio de la fuerte polémica por la baja de las pensiones. (Clarín, Política, "Reclamo opositor por el recorte en las pensiones por discapacidad", 12 de junio de 2017).*

También se cuestionan los nuevos requisitos que motivan la baja de pensiones: se destaca lo escaso del ingreso o la paradoja de quitarle la posibilidad de tener un auto a una persona con discapacidad que lo necesita para movilizarse.

- *Quienes tienen un bien a su nombre, como un auto. Independientemente que este sea indispensable para garantizar la movilidad del discapacitado.*
- *Aquella persona con discapacidad cuyo cónyuge cobre una pensión o jubilación, incluso la mínima de 6.377 pesos. Con este último monto, la norma a la que se ciñe Desarrollo Social considera que un discapacitado y su pareja pueden vivir sin caer en la pobreza. (Clarín, Economía, "Por los nuevos requisitos, este año se cayeron 70.000 pensiones de discapacitados", 12 de junio de 2017)*

Si bien Clarín da espacio a la explicación oficial basada en el procedimiento administrativo, evidencia que no le resulta convincente y da a entender que se trata de "excusas" para justificar la quita.

- *Fuentes del Ministerio de Desarrollo Social confirmaron a Clarín que están revisando todas las pensiones. Entrecruzan datos y automáticamente dan de baja muchas de ellas. No quisieron revelar cuántas. "Estamos ajustándonos a la ley", dijo a Clarín la vocera de Stanley, Emilia Frigerio. (Clarín, Economía "Desde junio, el Gobierno empezó a dar de baja pensiones por discapacidad", 10 de junio de 2017)*

El diario desplaza, de este modo, la responsabilidad de las medidas tomadas

desde las personas hacia la norma, desde las acciones políticas hacia la abstracción de lo administrativo por parte de Desarrollo Social. En este sentido, Clarín deposita en la cuestión del "ajuste" una explicación distinta a la administrativa.

- *Otras fuentes oficiales confirmaron que la decisión de eliminar pensiones reflotando un viejo decreto está vinculada con el pedido de Mauricio Macri de achicar el gasto para cumplir la meta de 4,2% de déficit fiscal. (Clarín, Economía, "Desde junio, el Gobierno empezó a dar de baja pensiones por discapacidad", 12 de Junio de 2017)*

Respecto de cómo se representa la protesta y las oposiciones sociales y políticas a la quita de pensiones, Clarín además de fuentes oficiales, consulta y da lugar a otras voces: políticas, sindicales; de la iglesia, de organizaciones como la Asociación Síndrome de Down de la República Argentina -ASDRA- que reclamaron contra la medida.

- *Desde el Frente Renovador, fue la diputada nacional Mirta Tundis quien se encargó de cuestionar la medida. "(...) Aquellos que menos tienen y más necesitan siempre son los más perjudicados por la insensibilidad social del macrismo", señaló. (Clarín, Política, "Reclamo opositor por el recorte en las pensiones por discapacidad", 12 de Junio de 2017)*
- *Los recursos de amparo presentados en la Justicia, sumado al rechazo de la oposición (desde el kirchnerismo, el massismo y la izquierda), como del sindicalismo, de las asociaciones defensa de los derechos de personas con capacidades diferentes, de la Defensoría del Pueblo de Nación y hasta del Arzobispado de Buenos Aires, obligaron a la Casa Rosada a tomar cartas en el asunto y anunciar la marcha atrás del ajuste. (Clarín, Política, "Marcha atrás del Gobierno: vuelven a pagar las pensiones por discapacidad", 15 de Junio de 2017)*

Acerca de la organización de la protesta contra la quita de pensiones, Clarín mencionó distintas versiones. Por un lado, asoció la convocatoria al oportunismo de funcionarios kirchneristas que incentivaron la protesta, abusando de la

situación de vulnerabilidad de estas personas.

- Una denuncia apunta a que dirigentes de La Matanza convocan a la marcha de esta tarde al Obelisco. Desde el municipio de Verónica Magario lo desmintieron (Clarín, Política, “Cruces entre macristas y los K por el quite de pensiones por discapacidad”, 15 de Junio de 2017).

Pero, por otro lado, destacó que la manifestación fue convocada por redes sociales, llamando a reclamar sin banderías políticas. Esto se ilustra con una foto, en ángulo contrapicado, que destaca la gran cantidad de personas que manifiestan con sus carteles en alto:

- *La protesta se había convocado a través de las redes sociales bajo la consigna: "Marcha Para Que No Quiten Las Pensiones Por Discapacidad" (...) los convocantes llamaron a concentrar “en paz y sin banderas de ningún tipo, que nuestra voz y nuestros carteles lo digan todo”. (Clarín, Sociedad, “Marcha y protesta en el Obelisco por el quite de pensiones por discapacidad", 15 de junio de 2007)*

Para ilustrar las consecuencias perjudiciales que tiene la quita de pensiones en las personas con discapacidad, Clarín presenta algunas historias de vida concretas: describe cómo viven, cómo contribuyen entre los familiares para el sustento del integrante con discapacidad, destacando que la pensión es, muchas veces, insuficiente para afrontar los gastos cotidianos. El proceso de “narrativizació”” de las noticias se basa en contar aquellas historias que despiertan emociones, destacan las reacciones y sentimientos de los individuos (Sohr, 1998), facilitando la empatía con el lector.

- *"En Desarrollo Social nos dijeron que le quitaron la pensión por tener un auto a su nombre. Mi hermano sin ese auto no se puede transportar, su problemática le impide manejarse en el transporte público. Ese auto y su pensión le daban dignidad ". (Clarín, Economía, “Recorte de pensiones: historias de discapacitados que reclaman el subsidio”, 12 de junio de 2017, el resaltado es nuestro)*

- *Se repiten los casos de matrimonios en los que uno de sus miembros perdió este mes su pensión por discapacidad porque su pareja percibía una jubilación mínima, incluso en los casos en los que entre ambos no llegan a cubrir la canasta básica (Clarín, Economía, "Desde junio, el Gobierno empezó a dar de baja pensiones por discapacidad", 10 de Junio de 2017)*

Además de estos casos, Clarín destaca otros que gozan de cierta notoriedad, apelando a la identificación con valores meritorios o ligados a la popularidad.

- *Prometen restituir la pensión por discapacidad a una campeona paralímpica (Clarín, Deportes, 14 de junio de 2017).*
- *El actor, que tuvo un accidente en moto en 2012 y quedó discapacitado, detalló las dificultades que tiene para conseguir trabajo y cobrar la pensión correspondiente. (Clarín, Espectáculos, "El dramático momento que vive el humorista Tuqui", 16 de Junio de 2017)*

Entre estas personalidades, también se reconstruyen las historias de Gabriela Michetti y de la senadora socialista Gabriela Troiano, ambas en situación de discapacidad, y dedicadas al tema, desde arcos políticos diferentes. Troiano es una de quienes destaca las contradicciones de esta medida y las implicancias en la restricción de la ayuda social.

- *"Invocan esa resolución que establece una ayuda asistencial sólo en casos de -extrema indigencia-, lo que se contradice con tratados internacionales, leyes nacionales y sobre todo con la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad que, desde 2014 en Argentina, tiene jerarquía constitucional, y reconoce que las personas con discapacidad son sujetos de derechos y no objetos de asistencialismo", dijo a Clarín Gabriela Troiano, vicepresidenta de la Comisión de Discapacidad (Clarín, Economía, "Desde junio, el Gobierno empezó a dar de baja pensiones por discapacidad", 10 de Junio de 2017)*

LA NACIÓN: PENSIONES Y CLIENTELISMO

La Nación, desde su postura conservadora y contrario a las políticas asistencialistas, reduce y simplifica el otorgamiento de pensiones no contributivas de los gobiernos kirchneristas previos al manejo político corrupto y clientelar.

- *Las pensiones por invalidez aumentaron siete veces en 17 años. El abrupto incremento en las entregas es lo que impulsa a legisladores, economistas y especialistas en medicina del trabajo a suponer que el manejo político se adueñó del sistema (...) En Formosa, donde el 31,96% de los habitantes activos cobra el subsidio, la cantidad de beneficios aumentó 147 % entre diciembre de 2010 y marzo de este año. (La Nación, Política, titular y cuerpo, 28 de noviembre de 2016)*
- *El modelo implicaba que gente de pueblos vecinos se trasladaban a los lugares donde era "más fácil" tramitar la pensión, lo que implicaba un centro de salud vinculado al poder político (La Nación, Economía, "Guanaco Muerto y La Rinconada: dos pueblos cordobeses con más pensionados por invalidez que habitantes", 15 de junio de 2017).*

De este modo, La Nación intenta justificar la medida, presentándola como una acción honesta, de "limpieza", que "combate las mafias", que ordena las irregularidades y trata de eliminar la corrupción estatal.

- *Desde la Oficina Anticorrupción adelantaron que investigarán el otorgamiento de pensiones durante el kirchnerismo (...) pensiones otorgadas de manera irregular (La Nación, Política, "El Gobierno revisará la baja de las pensiones por invalidez para detectar posibles errores", 13 de junio de 2017)*
- *Macri pidió ordenar el descontrol del kirchnerismo. La ministra Stanley también resaltó que este tipo de asistencialismo "generó clientelismo". (La Nación, Sociedad, titular y cuerpo, 14 de junio de 2017)*

Esta mirada sobre las pensiones y su manejo clientelar, se ilustra también desde las cartas de lectores que el diario publica:

- *El kirchnerismo utilizó las pensiones para hacer clientelismo. Quien escribe estas líneas es ciego y está avergonzado por la politización de controles que deberían ser la regla y no una novedad (...) muchas personas exageran sus consecuencias para gozar de beneficios que no les corresponden. (La Nación, Carta de lectores, "Victimización", 19 de junio de 2017, firmada por Francisco Salvador Crespo)*

Por lo tanto, al tiempo que deslegitima las políticas públicas de los gobiernos previos en materia de discapacidad, La Nación legitima las acciones del gobierno de Macri que intentan "limpiar" la corrupción gubernamental. El diario retoma, como fuentes privilegiadas, las voces oficiales y dedica espacio a los "casos testigo" de los pueblos de Misiones, Formosa o Córdoba para ilustrar las irregularidades y el "fraude" de la gestión previa

- *Stanley dio como ejemplos "un pueblo en Córdoba donde el 120 % de la población recibe pensiones". Y en Formosa "nos encontramos con un pueblo donde estaba cerrada la oficina de pensiones, y se entregaban los certificados en un local partidario. Algunos médicos cobraban certificados de pensiones". (La Nación, Política, "Caronlina Stanley ratificó la vigencia de las pensiones por invalidez", 14 de junio de 2017)*

Respecto de la representación de la protesta contra la quita de pensiones, en La Nación la protesta fue relacionada con una complicación en el tránsito, a través de titulares, tags y elementos multimediales:

- E*l paro de colectivos y una manifestación en el Obelisco complican el viaje de regreso a casa. (La Nación, Buenos Aires, 15 de junio, "Protesta contra la quita de pensiones para discapacitados", tag: tránsito y transporte)*

Además, los damnificados directos y las principales asociaciones que los representan, tuvieron poco espacio en las coberturas, incluso los días que impulsaron y pusieron sus cuerpos en la protesta. Sólo se resaltaron algunos "casos modelo" como el de la deportista paraolímpica:

- *La medallista paralímpica de oro Yanina Martínez en Río 2016 sufrió la*

quita de la pensión por discapacidad (La Nación, Deportes, titular, 14 de junio de 2017)

Las voces opositoras que se destacaron en La Nación fueron, sobre todo, las político sindicales como Sergio Massa y Margarita Stolbizer, que impulsaron una instancia judicial, y el sindicalista Hugo Moyano:

- *Reapareció Moyano con críticas al Gobierno Acusó a Macri de "cometer un delito de lesa humanidad contra los discapacitados (...) Yo sé lo que es la crianza de un chico discapacitado, lo viví durante más de 30 años", dijo, casi quebrantado. (La Nación, Política, titular y cuerpo 15 de junio de 2017)*

Ante estas voces opositoras, y las medidas judiciales que obligaron a restituir las pensiones, La Nación destaca las voces oficiales de quienes saben reconocer sus errores, destacando la honestidad y la intención de "hacer bien las cosas". Es el caso de Gabriela Michetti que busca la empatía desde su misma situación de discapacidad.

- *"Voy a liderar esto con un compromiso arraigado en el corazón, porque yo misma pasé por una situación que me convirtió en discapacitada", enfatizó Michetti (La Nación Política, "Gabriela Michetti dijo que el Gobierno estableció por primera vez en la historia una política de discapacidad", 15 de junio de 2017).*

Por otra parte, La Nación asocia estas pensiones a la pobreza y a las necesidades básicas insatisfechas de estos grupos, enfatizando su fragilidad y vulnerabilidad, desde historias concretas:

- *Bety tiene 67 años, es ciega y vive en una tapera de adobe. (La Nación, Sociedad, "Guanaco Muerto: el pueblo que vive de pensiones por invalidez", 20 de junio de 2017, tag. pobreza).*
- *Esta vulnerabilidad es nuevamente asociada a la noción de clientelismo al remarcar el uso político que puede hacerse de estas personas frágiles que viven del "asistencialismo estatal": Esas pensiones fueron también una*

poderosa arma política para los punteros que hicieron y hacen negocios electorales con la necesidad de la gente más vulnerable. (La Nación, Opinión, "El control de pensiones y subsidios", 26 de junio de 2017).

Desde este tipo de notas de opinión, que denotan la posición editorial y política de La Nación, se construye una mirada, a través de la cual el diario sugiere el rol que "debe" tener el Estado en la gestión de las políticas públicas.

SENTIDOS DESTACADOS Y OPACADOS

Los diarios Clarín y La Nación construyen las noticias sobre el tema de las pensiones por invalidez laboral, según sus estilos y posicionamientos editoriales y en ese marco, destacan ciertos sentidos y opacan otros. Como estrategia argumental Clarín califica esta medida como polémica y, a diferencia de La Nación, sólo ocasionalmente la relaciona con la presunción de clientelismo del gobierno anterior.

En La Nación, se describe a quienes reciben estas pensiones como población vulnerable, manipulada por su extrema pobreza y víctima del clientelismo político. En este sentido, el comportamiento de un medio cuando informa sobre una reforma o cambio de legislación, antes de su aplicación, contribuye a construir consensos sociales sobre la implementación de políticas públicas (Coscia y Perbellini, 2019). En este caso, La Nación expresa una desconfianza sobre el otorgamiento de estas pensiones y, por lo tanto, pone en duda su legitimidad.

Respecto a las fuentes consultadas, en Clarín se presenta una diversidad de voces: organizaciones que representan a personas con discapacidad, especialistas en discapacidad, abogados expertos, referentes de la iglesia, opositores sociales, sindicales y políticos, entre otros. Todo ello permite que se muestren las distintas dimensiones y aspectos complejos del problema, al tiempo que se destaca que

se están vulnerando los derechos de las personas con discapacidad.

La Nación, en cambio, privilegia las fuentes oficiales del gobierno de Cambiemos, para fundamentar el cuestionamiento al mal funcionamiento del Estado en las gestiones previas, su clientelismo político y la falta de control en los recursos públicos. Detrás de este posicionamiento se omite, y por lo tanto se invisibiliza, la perspectiva de derechos de las personas con discapacidad, que en parte, se repone en Clarín.

En efecto, en Clarín la representación de estas personas es amplia y variada: si bien otorga visibilidad a casos "sobresalientes" y de "superación personal", también se incluyen las historias de personas desconocidas, que narran vicisitudes de su vida cotidiana y mencionan cómo fueron afectadas por la quita de pensiones, haciendo visibles sus necesidades y las ayudas que requieren para alcanzar autonomía y dignidad en su vida. En La Nación, en cambio, los casos que predominan son ejemplos de personas con discapacidad que se sobreponen a la adversidad, reforzando la mirada individualizante de la discapacidad (Ferrante, 2020).

Cabe destacar, por último, algunas continuidades nominativas entre los diarios: ambos utilizan, en sus notas, terminologías peyorativas y eufemismos como, por ejemplo, "discapacitados" o "inválidos" para referirse a las personas en situación de discapacidad, evidenciando la permanencia de miradas sociales estigmatizantes, paternalistas y las disputas de sentido vigentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Angenot, M. (2012). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Barnes, C. y Mercer, G. (2010). *Exploring Disability: A Sociological Perspective*. London: Polity Press Bernstein, B. (1998) *Pedagogía, control simbólico e identidad*, Madrid: Morata.
- Bourdieu, P. (1990) *Sociología y Cultura*. México: Grijalbo.
- Coscia V. y Perbellini, M (2019) "Flexibilización y posible reforma laboral en Argentina: un estudio de las representaciones digitales de Clarín y La Nación" en *Astrolabio*, en prensa.
- Danani, C. (2016) "Las políticas públicas del área de desarrollo social durante los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández". Análisis N°12. Buenos Aires: Fundación Friedrich Ebert Stiftung. Disponible en: http://library.fes.de/pdf-files/bueros/argentinien/12771.pdf
- Danel, P. y Gabrinetti, M. (2018). Pensiones no contributivas y personas en situación de discapacidad. En Revista Políticas Sociales, N°6.
- Ferrante, C. (2020). En memoria de Mike Oliver: un legado sociológico vivo para los estudios críticos latinoamericanos en discapacidad. Boletín Científico Sapiens Research. 9, 2 (may 2020), 80-90.
- Findling, L., Venturiello, M.P., Cirino, S. (2018) Restringiendo derechos para las personas mayores y con discapacidad. Un panorama de las políticas de previsión social y salud en el marco de un nuevo Estado neoliberal. Revista de la Carrera de Sociología. Vol 8. Nro. 8.
- Oliver (1990) The Politics of Disablement. London, Macmillan - Sohr, R. (1998) *Historia y poder de la prensa*, Barcelona: Andrés Bello. - Venturiello, M. P. (2016) *La trama social de la discapacidad: cuerpo, redes familiares y vida cotidiana*, Buenos Aires: Biblos.
- Venturiello, M. P. (2017) Políticas sociales en discapacidad: una aproximación desde las acciones del Estado en Argentina. REDIS Revista Española de Discapacidad, Vol. 5, N° 2, pp: 149-169.

MESA 7:

COMUNICACIÓN Y SALUD

Coordinador/a de mesa:
Manjón, Andrea; Negri, Gabriel

LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS EN SALUD MENTAL

María Soledad Carraza | Residencia Interdisciplinaria en Salud Mental, Paraná
soledadcarrazza@gmail.com

Maialen Lis Paruzzo | Residencia Interdisciplinaria en Salud Mental, Paraná
maialenparuzzo@gmail.com

RESUMEN

¿De qué manera se insertan los discursos/relatos/narrativas relacionadas a salud mental en lo social? Discursos que circulan, fragmentos de relatos, imágenes, frases sueltas, repeticiones anacrónicas, expertos/as, ciudadanos/as de a pie, periodistas, vecinos/as, familiares, trabajadores/as de la salud, conductores/as de televisión y radio, comediantes, youtubers. Las palabras y los sentidos alrededor de locura, salud mental, descompensación, enfermos mentales, brotes, leyes, Estado, entre muchos otros. ¿Cómo se construye agenda? ¿Qué tipo de contenidos, discursos en salud mental circulan actualmente? ¿A quiénes le hablan? ¿Qué se disputa? ¿Quiénes son las voces y los interlocutores legítimos?

Palabras clave: salud mental – producción de contenidos – accesibilidad

PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN EN EL CAMPO DE LA SALUD | BREVE GENEALOGÍA

Bajo la denominación “comunicación y salud” se pueden observar diferentes prácticas e intervenciones, como así también conceptualizaciones y reflexiones que dan cuenta de la relación entre estos dos campos, en nuestro país en particular y en América Latina en general.

Siguiendo los planteos de Regis (2007), en la década de los setenta las prácticas y acciones de comunicación en salud se relacionaban con el diseño de planes, programas y campañas preventivas cuyos mensajes centrales se referían a aspectos educativos-sanitarios y se enfocaban en los efectos de los medios masivos.

En las décadas de los 80 y los 90, la preocupación por el uso de los mensajes de los medios masivos de comunicación en el campo de la salud, tuvo dos modalidades de intervención desde las prácticas: una desde el marketing social, vinculado al campo de la publicidad; y otra desde el activismo informativo: relacionado a prácticas y reflexiones que consideraban la omnipotencia de los medios masivos para imponer modos de vida, costumbres, gustos, etc. En ambas concepciones prevalece la visión “instrumentalista” de los medios.

A mediados de los 80 y con el advenimiento de la democracia, comenzaron a desarrollarse otras prácticas de comunicación en el ámbito de la salud que se interesaban por los modos de informarse y el intercambio de los actores locales, de sus formas de contestar y de resignificar los mensajes de los medios masivos, de sus prácticas concretas con los/as profesionales de salud y de su identidad como ciudadanos/as con derechos a la salud. Esta perspectiva se denominó comunicación alternativa y tuvo un amplio desarrollo en el campo de la salud mental.

Se descentró, entonces, la problemática de los mensajes y los medios a los procesos, los actores y los contextos en que se producía la comunicación. Se abrió el campo al de la experiencia social y la interdisciplina.

Hacia comienzos del siglo XXI, la transnacionalización y las tecnologías de información obligan a pensar desde la comunicación nuevas tramas de actores, contradicciones y conflictos.

Dentro de esta perspectiva, se piensan las prácticas e intervenciones en salud desde la especificidad de los procesos culturales. En este sentido los aportes de Martín Barbero permiten construir una mirada de la comunicación en salud a partir de comprender la comunicación como el conjunto de intercambios que constituyen la red discursiva sobre salud-enfermedad en una sociedad en particular. Esa "red" es tejida por las prácticas productoras de sentido de los diferentes actores sociales: en este caso son las instituciones de salud, el estado, los sujetos sufrientes, etc., y que se expresan en sus discursos. (Regis, 2007)

En líneas generales, según Bruno y Demonte (2015) se produce un desplazamiento desde "un enfoque efectista, individualista y biomédico hacia un enfoque en donde las culturas, las relaciones sociales y la participación activa de las personas afectadas por el problema, se constituyen en referentes esenciales para el diseño de programas de comunicación en salud" (p.3).

Este movimiento se va produciendo al ritmo en que se empieza a visualizar y comprender que no alcanza sólo con poner el foco en la construcción que hacen los grandes medios y en el acceso a las tecnologías, en tanto no garantizan cambios en los estilos y formas de vida, en la interiorización y apropiación de herramientas e información valiosa en salud.

Resulta necesario entonces, atender a lo que pasa en los contextos más inmediatos de las personas, en la comunicación y los mensajes que llegan desde sus entornos cercanos y/o de los referentes de determinadas comunidades, es decir, pensar en la complejidad del campo de la comunicación. Si la salud se desarrolla no solo desde el sistema de atención sanitaria sino también desde la multiplicidad de factores que condicionan nuestra vida cotidiana es evidente que la comunicación para la Salud es una perspectiva necesaria en muchos ámbitos de la sociedad (Díaz, 2014, p.4).

SALUD MENTAL, UN CAMPO EN DISPUTA

La salud mental como problemática social es parte (aún minoritaria) de la agenda pública nacional e internacional, de los organismos estatales, ONG y privados. En los últimos 20 años, esta problemática ha sido objeto de tratados, consensos y conferencias de las cuales nuestro país ha sido parte, que fueron el sustento para que en el año 2010 se sancionara la Ley Nacional de Salud Mental y Adicciones 26.657.

La misma es reconocida como una ley de derechos humanos, en tanto "reconoce a la salud mental como un proceso determinado por componentes históricos, socioeconómicos, culturales, biológicos y psicológicos, cuya preservación y mejoramiento implica una dinámica de construcción social vinculada a la concreción de los derechos humanos y sociales de toda persona", haciendo hincapié en el resguardo de los derechos civiles, culturales y colectivos, y enunciando por primera vez para este campo la obligación el Estado como garante de estos derechos y principal responsables de su violación.

Esta ley, de cumplimiento obligatorio en todo el territorio nacional, retoma lineamientos internacionales basados en la descentralización de la atención de la salud mental en los hospitales neuropsiquiátricos, en la protección de los derechos de las personas con discapacidad psicosocial y en la inclusión del abordaje de salud mental en los servicios de APS (Atención Primaria de la Salud).

Partiendo de esta idea, se puede afirmar que a través de los discursos construidos históricamente desde los diversos campos de poder, se configuraron modos de pensar y practicar la salud individual y colectiva a partir de parámetros de normalidad, la razón y el bienestar, generando sentidos unívocos de la misma que se materializaron en una forma de comunidad que excluye aquello que no concuerda con esta mirada.

En suma, Alfredo Carballeda y Mariano Barberena (1998), retomando a F. Ferrara señalan que la salud, está obviamente condicionada por la sociedad, se expresa en lo colectivo, es un proceso histórico-social, y la enfermedad, hoy no puede ser leída desde la perspectiva unicausal que plantea el positivismo. En

síntesis, la salud, es un producto histórico-social y es sinónimo de articulación con los otros, con la historia y con el contexto.

Se piensa a la comunicación como herramienta estratégica para desarrollar una propuesta que pueda hacer visibles las tensiones y conflictos en la constitución de un modo de lazo social, de hacer comunidad entendiéndose como un tipo de vínculo, como aquello que nos une y que tenemos en común en tanto miembros de un espacio y por el cual nos sentimos parte de un nosotros, y donde también existe el conflicto.

Lazos que buscan crear condiciones saludables, involucrando a la propia comunidad como sujeto activo en el abordaje de problemáticas colectivas en salud y salud mental; lazos que alojan y contienen ante el individualismo y la fragmentación.

Siguiendo a Patricia Fasano (2012) “hablamos de trabajar con los grupos para que, en primer lugar, identifiquen los componentes ‘comunitarios’ de su vida cotidiana, luego los valoricen y, finalmente, los apropien reflexiva y legítimamente para nombrar los componentes de su vida social”.

Consecuentemente, y desde esta perspectiva de salud y comunidad, hablar de salud mental comunitaria, como señala *Claudia Bang en Estrategias comunitarias en (promoción de) salud mental* tiene que ver con una práctica posible para el abordaje de problemáticas psicosociales complejas: una apertura que incluya lo colectivo, lo diverso y lo histórico en la lectura de los padecimientos de una época (...) Estos padecimientos portados por cuerpos singulares presentan su correlato en la trama social, en tanto emergentes de problemáticas vividas de forma colectiva, que excede la posibilidad del abordaje puramente individual (2013).

Resulta vital, tomando las palabras de Bang, remarcar entonces que hay una relación intrínseca entre ambos campos de conocimiento - la comunicación y la salud/ salud mental comunitaria- y que intervenir desde la comunicación en salud posibilita generar esos espacios de diálogo e intercambio que permitan develar las relaciones de lucha, negociaciones y el entramado cultural intrínsecos

de los procesos que la constituyen y que determinan las formas de concebir lo saludable para esta sociedad.

CONTEXTO DE LA EXPERIENCIA

Este escrito se sitúa en la experiencia de formación y trabajo que se enmarca en la Residencia Interdisciplinaria en Salud Mental (en adelante RISaM) de la ciudad de Paraná, Entre Ríos. La misma tiene sede en el Hospital Escuela de Salud Mental, institución que cuenta con una trayectoria de trabajo desde el campo de la comunicación y la salud.

La recuperación de experiencias de comunicación en salud mental en nuestra provincia y, principalmente, en el hospital sede de la RISaM Paraná, sirven de antecedente para pensar la inclusión de la comunicación social como una disciplina más dentro del campo de la salud mental. Así, formar comunicadores/ras sociales especialistas en salud mental en la RISaM Paraná, representa una apuesta transformadora en el campo, ubicándose entre las primeras experiencias en el país y la única en la actualidad.

Entender la comunicación desde una mirada ampliada, permite considerar la distribución del poder en el ámbito de la salud, generando instancias de participación y de formación que hacen a la comunidad gestora y destinataria de su propia salud.

En este marco, el trabajo en comunicación dentro de la RISaM se lleva adelante a partir del Espacio de Producción Interdisciplinaria (EPI). Desde allí, se diseñan e impulsan propuestas de trabajo que dan como resultado producciones comunicacionales con las que se pretende visibilizar emergentes y debates de la escena pública, como así también aportar a la promoción de la salud.

Algunas líneas de acción/intervenciones desarrolladas por el espacio se relacionan con: la generación de contenidos, intervenciones en instituciones de salud y educación, mapeos y producciones que procuran facilitar el trabajo interinstitucional y el acceso a la información, entre otras.

Asimismo, algunas preguntas que interpelan nuestro trabajo tienen que ver con ¿cómo pensar la comunicación y la salud con y más allá de los medios masivos? ¿Cómo es posible incluir los relatos y narrativas en salud mental en las redes sociales? ¿Cómo gestionar la comunicación directa y/o la interpersonal con fines sanitarios? ¿Cuáles son los soportes y formatos más interpeladores teniendo en cuenta los diferentes contenidos y los sujetos a los que se quiere llegar? ¿Cómo contribuir a la accesibilidad?

PARA QUÉ Y DESDE DÓNDE (PENSAR LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS Y MATERIALES)

Se piensa la producción de contenidos como formas de crear sentidos, objetos, instrumentos, que permiten construir un lenguaje común (y también discutirlo), acercar, identificarse, sorprenderse, interrogarse, incomodarse, etc. Los contenidos se vinculan con formas de representar, nombrar, construir relatos, narrativas acerca de un tema-problemática.

En este sentido, se considera pertinente hacer una breve referencia al tratamiento mediático en torno a la salud mental.

Históricamente, desde el modelo médico hegemónico, como desde la cultura popular, la salud mental se ha pensado y abordado desde la enfermedad y no desde la salud, y asociado a la anormalidad, la incapacidad y la peligrosidad. Refuerzan estas concepciones, la utilización de categorías específicas del campo psi desde el desconocimiento, el rol de las fuerzas de seguridad a la hora de intervenir en situaciones que involucran a personas con padecimiento mental, las “voces de especialistas” como las únicas autorizadas para hablar de esta temática, la difusión de información incorrecta, la polarización en torno a la ley de salud mental, etc.

Estas imágenes erróneas y negativas se siguen reproduciendo y teniendo vigencia en el discurso mediático, ya sea en el género periodístico como de la ficción; tanto en la radio, los medios gráficos y audiovisuales, las redes sociales, entre otros. Estos sentidos contribuyen a “afianzar estereotipos, prejuicios y falsas

creencias, y perjudican de manera directa los derechos e inclusión social de las personas con problemas de salud mental y del entorno más próximo (familiares, amigos, grupos de pares)". (DNSMyA, 2013, p. 9)

De este modo, las acciones-intervenciones en comunicación tienen que ver con trabajar en pos de la deconstrucción del viejo relato sobre la salud mental. Entendemos que los contenidos pueden crear puentes y acercar, encontrarse a medio camino con lo que aparece a priori demasiado lejano o inaccesible, trabajar sobre las representaciones de aquello que aparece como dado e irrefutable, impulsar nuevos sentidos. Poner en evidencia lo que aparece naturalizado, reírse o ironizar sobre lo que da miedo o angustia, poetizar sobre lo que parece "aburrido" o "duro". Deconstruir la solemnidad, que no es sinónimo de quitar seriedad.

El recorte de quienes serán los/as destinatarios/as de los contenidos implica no solo la selección de un público, sino la consideración de distintos elementos que hacen a su contexto, sus consumos, sus formas de nombrar, sus saberes, sus hábitos, formas de vincularse, etc.

Resulta significativo pensar la tarea de comunicar no únicamente asociada a la "circulación de determinada información", sino a "desatar conversaciones con un propósito, que implica intercambios, confrontaciones, negociaciones y construcción colectiva del significado de la experiencia humana". (Bruno et al., 2017)

¿Para que la producción de contenidos? Para la visibilización, sensibilización, para poner en agenda, ser parte de una discusión que se ha iniciado socialmente y sobre la cual se entiende es necesario e importante intervenir, trabajar sobre barreras culturales que obstaculizan el acceso a la información, servicios y dispositivos, problematizar la información, los discursos y las prácticas de los equipos de salud en relación con los problemas de salud, generar puentes-diálogo con otros ámbitos de lo público y lo privado (educación, medios de comunicación, seguridad, organizaciones sociales, etc.).

ES POR AHÍ | SALUD MENTAL Y OTRAS YERBAS

La creación de la cuenta de Instagram por parte del equipo que actualmente conforma el Espacio de Producción Interdisciplinaria, estuvo vinculada a la necesidad e intención de crear nuevos canales de comunicación que permitieran seguir profundizando en la producción de contenidos accesibles y creativos dentro del campo de la salud mental.

La cuenta está enfocada especialmente en la producción de materiales desde una perspectiva de promoción de la salud, entendida como el "fortalecimiento de la capacidad individual y colectiva para lidiar con la multiplicidad de los condicionantes de la salud". (Czeresnia, 2008)

Algunos de los "¿para qué?" que fueron planteados tuvieron y tienen que ver con: diversificar las maneras de contar (probando formas y formatos distintos), apostar a modos creativos de decir y nombrar, apropiarse del humor, de lenguajes artísticos, de las redes sociales como herramientas valiosas para "desacartonar", "allanar" conceptos o ideas que pueden resultar lejanas o ajenas, contribuir a la idea de que la salud mental es cosa de todos/as, interactuar más con la comunidad en relación a percepciones y sentires, entre muchos otros.

Bajamelo a tierra

Bajámelo a tierra es una sección de la página Es por ahí que se propone compartir herramientas en salud mental para la comunidad enunciando, por un lado, algunas definiciones consideradas significativas y estratégicas y, por otro, brindando contenido más específico en relación a un ¿qué hacer frente a...?

El formato se compone de audios con las voces de residentes que colaboran con las producciones a partir de una pregunta/temática disparadora, acompañado de una estética particular que pretende contribuir al tono/idea de "hagámonos parte, que es para todos/as".

Se trata de audios breves en los cuales profesionales transmiten, de forma accesible, con un lenguaje claro y no muy técnico, información relacionada a distintas temáticas: ¿Que hacer frente a una crisis de angustia/ansiedad?, ¿Qué

hacer frente a una situación de excitación psicomotriz?, pautas de alarma en salud mental, herramientas para pensar procesos de duelo, pautas de alarma relacionadas a la problemática del suicidio, entre otras.

Muchas veces, la estrategia alrededor de “decir” algo sobre un tema, producir un contenido en relación a él, tiene que ver justamente con no hacerlo. Es decir, si es mucho lo que circula, mucho es lo que se pierde, mucho lo que redunda, mucho puede ser lo que “sobra”.

Sin embargo, en este caso (como en muchos otros) se entiende que tiene un valor particular el relato que se puede armar en torno a temas o problemáticas que, por distintas circunstancias, parecen estar más en boca de todos/as que en otros momentos o contextos. Hay palabras, conceptos, ideas que, de tan usadas, terminan por diluirse en su sentido, en su significación, en su relevancia.

Al decir “hacernos parte”, “acercar lo que aparece como lejano”, “la salud mental es cosa de todos/as”, se afirma que además del rol fundamental del sistema de salud en su dimensión asistencial, se necesitan activar distintos tipos de estrategias que tiendan hacia los mismos horizontes.

Pensar y trabajar desde una perspectiva de promoción de la salud implica, entre otras cosas, visibilizar, reconocer y fortalecer las posibilidades, recursos de la comunidad en general para hacer frente, acompañar y tener un rol activo en sus propias problemáticas.

La producción de estas piezas comunicacionales tienen por objetivo, al igual que muchas otras alojadas en la cuenta, contribuir a la accesibilidad. En este caso, aparece vinculado a la visibilización y puesta en común de recursos específicos para que puedan ser reconocidos y apropiados por la comunidad en general. Es decir, generar mejores condiciones y herramientas para el acompañamiento de situaciones vinculadas a salud mental desde la cotidianidad de la vida de las personas.

POSTALES SONORAS

Esta producción se crea desde el EPI durante el año 2020, unos meses después de iniciada la pandemia por Covid-19, en un contexto de gran incertidumbre, sobreinformación, alarma, miedo, etc. Si bien una de las recomendaciones más difundidas estuvo relacionada -justamente- con evitar la sobreinformación, se produjo una gran circulación de contenidos muy diversos, por lo que se volvió sustancial pensar la comunicación de forma estratégica y planificada.

Pero además, atendiendo a que la mayoría de los contenidos estaban relacionados con lo preventivo, se creyó oportuna la realización de otro tipo de materiales comunicacionales que apuntan a la promoción de la salud integral.

En este sentido, se crearon las postales sonoras, entendidas como el testimonio de un momento y un lugar. Las mismas, consistieron en seis relatos colectivos en formato audiovisual y radiofónico.

A partir de la consigna "¿cómo es tu nueva no rutina?" y "¿qué cosas te están rescatando/salvando en este tiempo?" se buscó indagar sobre la salud mental desde lo cotidiano, registrando las vivencias diarias, dando lugar no sólo a los malestares que pudieran aparecer, sino también a la posibilidad de identificar aquellos recursos, estrategias, potencialidades con los que cada persona contaba en ese contexto para sobrellevarlo, para acompañarse, para no saberse solos/as.

La convocatoria para participar se realizó a través de WhatsApp y la página de Facebook de la RISaM Paraná, a partir de la circulación de un flyer que contenía la propuesta. La misma, tuvo que ver con la producción de relatos colectivos sobre atravesamientos comunes, que permitió recuperar un decir que tenía muchas aristas, mientras proponía una pausa y un encontrarse para ponerle voz a sensaciones y emociones cambiantes, en donde no había "respuestas correctas".

Al comienzo de esta producción, se consideró en darle protagonismo a lo sonoro, siguiendo a Rezza (2009) a los sonidos que en lo cotidiano se perciben como ruidos, que se conforman y se nutren de actividades, modos de hacer y que

suelen pasar desapercibidos ya que se está acostumbrados/as a oírlos y no a escucharlos.

Los paisajes sonoros "están formadas por ruidos y músicas que describen o dan sentido a un lugar, a un espacio específico, una ciudad, una comunidad, una calle, una casa. [...] El paisaje sonoro relata, también, situaciones políticas, económicas, tecnológicas, ecológicas" (Rezza, 2009).

A la fuerte presencia de lo sonoro se le sumaron imágenes de escenas cotidianas: cocinar, aprovechar patios, salir a balcones, lavar la ropa, jugar con gatos y perros, trabajar en la cama, colgar barbijos en lugares varios, reuniones virtuales, plazas vacías, etc.

Las postales, al igual que cualquier producción, fueron un recorte. De un momento, de la realidad de un grupo de personas al que se pudo acceder en ese contexto y que quisieron participar. No pretendieron ser representativas de un todo, de las vivencias del conjunto de la comunidad, principalmente porque eso no sería posible.

Fue a través de la lectura del contexto que las postales permitieron abrir la pregunta de un ¿para qué? distinto al que se venía dando. Acercar y compartir diversas maneras de sentir que pudieran visualizar algo propio de un momento y de lo singular, pero a la vez la identificación, la cercanía, la familiaridad, el humor, la potenciación de recursos. *Encontrarnos con otros/as* en lo que "no andaba".

En este punto cabe destacar que estas estrategias y productos comunicacionales median con sujetos, instituciones, organizaciones, con una referencia temporal y espacial. Se considera importante hacer un mapeo de las relaciones que entran en juego en cada estrategia. Los materiales más que cerrar ideas tienen que abrirlas, dispararlas, movilizarlas, ser facilitadores de otras nuevas, cuestionarlas.

Retomando algunos planteos de Peré y Rodés (2006) se propone algunas preguntas para reflexionar sobre ese punto: ¿la estructura del material guía y favorece un proceso? ¿Moviliza e involucra a los destinatarios/as? ¿Posibilita la

articulación de conocimientos y saberes previos? ¿Se habilita un proceso de deconstrucción?

La comunicación viene a aportar una mirada específica sobre cómo las relaciones que tejen los sujetos en el día a día de las instituciones, configura nuestro campo de problemas y también de potencialidades. Lo primero que hacemos los/as comunicadores/as es mirar relaciones, lenguajes y poder.

A MODO DE CONCLUSIÓN: ALGUNOS POR QUÉ (NOS INTERESAN LOS CONTENIDOS)

Salud mental ¿se tiene? ¿se consigue? ¿se busca? ¿se ejerce? ¿se reclama/demanda? ¿se construye? ¿está debajo de una piedra, en un consultorio, en una esquina, en un intercambio en redes sociales, en una escuela?

Retomando a Novelli y Mackrey (2016) se entiende a la creación y gestión de contenidos como insumo clave para la producción de sentido. El sentido implica presencia y dirección, subjetividad e intencionalidad e introduce la pregunta por la legitimidad.

Las producciones importan no tanto (o no solamente) en sí mismas, sino como vehiculizadoras de algo más. Por eso interesa pensar tanto en su producción como (y, sobre todo) en su circulación y apropiación. Estas son dos dimensiones clave, ya que le dan sentido a cualquier estrategia comunicacional: por donde circulará y que podrán “hacer” con ellos las personas (generarse un interrogante, tener una discusión e intercambio con alguien, ir a buscar otro contenido, enterarse de algo que no sabía, replicarlo, criticarlo, relacionarlo con una experiencia personal, etc). Importa todo ese proceso que sólo empieza cuando el contenido sale a la luz.

Los autores denominan a ese espacio de confrontación como “territorio de exposición”, en el cual “conviven una multiplicidad de actores, desde políticos y

periodistas hasta la ciudadanía plena, que, con diferentes legitimidades, buscan posicionar su mirada del mundo". (Novelli y Mackrey, 2016)

En ese marco, podemos pensar como las redes sociales en su conjunción con los medios de comunicación tradicionales, modifican el relieve del espacio público a partir de la apertura de nuevos modos de visibilización y jerarquización de temas que conforman la agenda social y se convierten muchas veces, en opinión pública. Esto implica que puedan constituirse en terrenos propicios para visibilizar cuestiones de interés y relevantes dentro de un campo específico.

Entonces, cuando nos referimos a la producción de contenidos en el campo de la salud/ salud mental, apostamos a poner en cuestión y en movimiento algunos sentidos cristalizados, naturalizados en torno a este tema, a través de la reflexión sobre experiencias concretas de trabajo. No como posiciones estancas, sino para pensar que no podemos –o no deseamos– dejar "vacante" el lugar enunciador que nos toca.

Para permitir, al menos, relativizar posiciones retrógradas, que desconocen realidades y prácticas cotidianas, que siguen pujando por afirmarse y que encuentran, en contextos de mayor incertidumbre social, el terreno propicio para hacerse lugar, no solo desde los medios masivos de comunicación sino en muchos otros espacios sociales.

Esto no quiere decir que haya que desconocer o desestimar esos otros relatos, los que indignan, los que incomodan. Más bien al contrario, hay que recogerlos, para desde ahí, seguir pensando, generar disparadores que nos permitan encontrarnos en lugares que habiliten, creen y transformen.

BIBLIOGRAFÍA

- Argentina. Ley Nacional de Salud Mental 26.657. (2010) Ministerio de Salud. Presidencia de la Nación.
- Bang, Claudia. (2013) Estrategias comunitarias en (promoción de) salud mental: una práctica posible para el abordaje de problemáticas psicosociales complejas. Disponible en https://www.topia.com.ar/articulos/estrategias-comunitarias
- Bruno, Daniela y Demonte, Flavia (2015). Comunicación y salud en América Latina. Un panorama de las perspectivas, los itinerarios teórico-prácticos y los desafíos actuales. Actas De Periodismo Y Comunicación, 1(1). Recuperado de https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/2911
- Bruno, Daniela y otros (2017). Planificación y comunicación: perspectivas, abordajes y herramientas. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- Carballeda, Alfredo y Barberena, Mariano (1998) “Trabajo Social, Política Social y Salud” Revista Margen. http: //www.margen.org/catedras/apunte11.
- Czeresnia, Dina (2008). El concepto de salud y la diferencia entre prevención y promoción.
- Díaz, Hernán (2014) El papel de la comunicación en la salud.Revista Viure en Salut n° 100.Editada por la Consellería de Sanitat de la Comunitat Valenciana. Recuperado de https://malvasalud.files.wordpress.com/2015/05/viure_en_salut_100.pdf
- Fasano, P. (2012). Comunicación comunitaria desde y en la Universidad: El diálogo como método en docencia, investigación y extensión. Tartagal.
- Ministerio de Salud. Presidencia de la Nación Argentina (2013). Comunicación Responsable: Recomendaciones para el tratamiento de temas de salud mental en los medios. Buenos Aires.
- Peré, Nancy y Rodés, Virginia (2006). Evaluación y producción de materiales educativos. División de Capacitación y Formación Continua. Universidad de la Republica. Montevideo, Uruguay.
- Regis, Stella. (2007). Reflexiones sobre las prácticas de comunicación en el campo de la salud. Question/Cuestión, 1(13). Recuperado de https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/331

- Rezza, Sol (2009). El mundo es sonoro. Cara y señal. Recuperado de https://www.yumpu.com/es/document/view/10897802/el-mundo-es-sonoro-sol-rezza-para-cara-y-viva-la-radio

EL ETIQUETADO FRONTAL DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Laila Dominguez | Universidad Nacional Arturo Jauretche
lailadominguez3@gmail.com

María Florencia Montori | Universidad Nacional Arturo Jauretche
florencia.montori@gmail.com

Marcela Cabral Correos | Universidad Nacional Arturo Jauretche
maru.cabral@gmail.com

RESUMEN

El etiquetado frontal fue un tema de gran debate durante el año 2021 en Argentina. Si bien sus antecedentes latinoamericanos son en México, donde rige desde el año 2020 y en Perú, desde 2013 aunque se implementó luego de cuatro años, el debate se postergó reiterada veces hasta que por fin logró aprobarse en nuestro país.

El debate tiene como funcionalidad poner en juego distintos discursos. Los medios de comunicación son generadores de una constante opinión pública que emerge de estos discursos, es decir, producen concepciones positivas y negativas en distintos temas de conocimiento público, en este caso: el etiquetado frontal. De esta manera, provocan debates en instancias políticas y sociales.

En estas circunstancias analizaremos los discursos a través de las notas de los diarios Clarín y Página 12. La elección se basó en que estos medios de comunicación masivos y nacionales son conocidos por sus diferencias editoriales. De cada medio seleccionado, analizaremos tres notas para reconocer en ellas

marcas que nos permitan identificar la construcción de sentido que se instala en la opinión pública.

Dentro de los autores estudiados en el tema, utilizaremos la concepción de Tuchman (1983) cuando explica que la noticia es la ventana al mundo ya que se centra en orientarnos en que queremos saber, qué necesitamos saber y que deberíamos saber pero como todo marco del mundo resulta problemático ya que su visión depende de su extensión, sus características, su ubicación y por supuesto su intención. Por lo tanto, nuestro principal objetivo es conocer los marcos dentro de los cuales se desarrolló el debate sobre el etiquetado frontal en nuestro país.

En este sentido, Giovanni Sartori (2009) explica que existen tres problemas básicos de la información periodística: la insuficiencia cuantitativa, la tendenciosidad y la pobreza cualitativa. Esta última, según el autor, es la más peligrosa ya que sesga la democratización de la opinión pública. Las noticias solo leen lo que hace el poder y visibilizar esto ha sido la misión del periodismo, nos invita a pensar Ana Maria Miralles (2002), en su libro “Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana”, en el que resalta el reemplazo de los ciudadanos como meros espectadores de la noticia y el poder como centro de atención.

En la metodología utilizaremos los aportes de Van Dijk (1990) sobre las estructuras en análisis que se relacionan en procesos cognitivos que intervienen desde los procesos cognitivos tanto en la producción como en su comprensión. Para ello, utilizaremos el paradigma de Framing descritas por Robert Entman (1993) desde tres ejes: el contenido de las noticias y el orden, las características en términos de frecuencias y los datos narratológicos del discurso que tiene en cuenta enunciación, protagonistas, conflictos y, finalmente, un desenlace. Lo cual, nos permite analizar desde lo cuantitativo y lo cualitativo.

Esta metodología nos permitirá observar en qué hicieron especial atención y a qué hicieron caso omiso, por ejemplo: de la cultura o el sistema alimenticia que permita organizar la realidad de los distintos lugares. Mediante el funcionalismo se logra comparar las noticias que influyen en el sistema político. Por eso, la comparación se extiende a medios nacionales con mayor alcance a la sociedad en contextos específicos en dónde las diferencias puedan visualizarse incluso desde la estructura del propio discurso.

Las diferencias entre casos que llevan el mismo tema dentro de una misma área

de trabajo. La práctica investigativa es, además, importante la diferencia entre casos idénticos y contrarios. En el caso del método de la diferencia haremos especial hincapié en los dos medios, en el que la causa no necesariamente lleva a un mismo efecto. Por lo tanto, analizaremos un mismo tema -etiquetado frontal- en dos periódicos nacionales teniendo en cuenta sus orientaciones económicas y políticas incluso frente a una medida sanitaria.

Palabras claves: opinión pública, medios de comunicación, etiquetado

MARCO TEÓRICO

Acevedo e Isturiz (2013) explican la fabricación del consenso mediante el concepto de hegemonía de Gramsci desde la construcción de la misma no mediante la violencia sino más bien como un contrato, como un sentido de pertenencia, es decir, “todos somos responsables”. Lippmann (1992) afirmaba que ésta acción también aplica una actividad propagandística y es parte de los elementos más importantes del contenido de los medios de comunicación de masas. Si nos referimos específicamente a la salud su importancia crece ya que el contenido mediático forma y da forma a conductas, creencias y valores por lo tanto el mensaje que se de puede favorecer o ser nocivo para la salud. Resulta interesante traer a reflexión cuál es el rol de los medios de comunicación en la actualidad. Tal como lo indica Segura (2020) los medios de comunicación prestan un servicio público esencial porque son el principal vehículo para asegurar el ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas, y fundamental para la construcción del espacio público ya que promueven conversaciones y debates, permiten conocer otras realidades, educan. Por ello, están ligados a una responsabilidad social primordial que cumplir, especialmente en relación a temas de salud.

Petracci, Quevedo y Vacchieri (1998) explicaban que “un terreno donde la comunicación puede tornarse en un aliado fundamental para la implementación de programas asistenciales es el de la salud, especialmente en una etapa en que la medicina está virando desde el concepto de curación el concepto de

prevención", lo cual abrió el debate entre instrumental e informacional.

Poccioni (2022) expresa que desde el campo sanitario la comunicación hace hincapié en el uso de herramientas sobre todo tecnológica pero desde la academia se desarrolla una mirada más estratégica. La autora también retoma el campo denominado "comunicación y salud" tanto en el eje instrumental como informacional. Por lo que, desde la comunicación, se va incorporando el ámbito de la salud como un espacio para la intervención y para la investigación pero desde lo sanitario. El objetivo es comprender las políticas y medidas sanitarias de manera individual pero sin dejar de lado lo colectivo que colaboran en las estrategias de promoción y prevención.

EL DERECHO A LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE

La ley 27.642 de promoción a la Alimentación Saludable se encontraba en la encrucijada planteada de la siguiente manera: por un lado, el gobierno impulsaba la ley con argumentos basados en estadísticas por obesidad sobre todo en niños/as y los cambios sanitarios que esta ley produjo en países como Chile, México o Perú; esta posición se encontraba reforzada como ONG y organizaciones sociales compuestas por personal de salud, celíacos, diabéticos y enfermos coronarios. Por el otro, argumentos de diputados se basaban en las disputas planteadas por la industria azucarera y la industria lechera con el lema de que "demonizan la comida", por lo tanto, su principal argumento es que la ley afectaría las inversiones que ingresarán al país. Incluso sectores de empresarios internacionales se posicionaron en contra de la sanción.

Con base en esta dicotomía analizaremos las noticias desde las siguientes variables: Sección de la noticia, notas del autor/a, autor/a reconocido, profesión del autor/a, posición teórica, argumento económico, manifestaciones de intereses y el argumento mediante voces internacionales.

¿QUÉ EXPRESA CLARÍN?

La primera nota que analizamos fue publicada el 13 de noviembre del año 2020 escrita por la periodista Natalia Muscatelli, quién no utiliza la nota de autor como recurso para plantear su posición. La sección es *Economía* y la nota se llama "Etiquetado frontal de alimentos: la industria pide una regulación pareja a nivel regional"; con esta breve información nos encontramos que el campo *sanitario* es muy importante en la noticia: "El debate se enmarca en una tendencia creciente de los consumidores, a nivel global, a ingerir más productos ultraprocesados, con elevados contenidos de nutrientes críticos como azúcares, grasas saturadas y sodio, en detrimento de otros alimentos recomendados como frutas y verduras. En la Argentina, por caso, la obesidad es un problema creciente que afecta al 41% de los chicos y adolescentes de entre 5 y 17 años, según la última Encuesta Nacional de Nutrición y Salud (ENNYS)" sin embargo, no implica el debate dentro de una sección específicamente sanitaria.

La autora no debate desde su propia posición pero presenta el pedido de una sector industrial respecto a hegemonizar el método del etiquetado y, para justificarlo, utiliza citas de la Organización Panamericana de la Salud. "La Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios (COPAL), junto a representantes de la Coordinación de las Industrias de Productos Alimenticios y Bebidas del Mercosur (CIPAM) emitieron un comunicado en el que afirman que coinciden ´en la necesidad de discutir y contar con un modelo de etiquetado frontal que beneficie a los consumidores, y refuerzan la necesidad de establecer reglas comunes para viabilizar la armonización regulatoria y comercial´ ". De esta manera, puso en eje la manifestación de intereses de estos actores, los cuales argumenta mediante datos económicos como "las industrias de alimentos y bebidas del Mercosur son responsables de 6,5 millones de empleos directos e indirectos y exportan anualmente un promedio de 73 mil millones de dólares (2019), lo que representa aproximadamente el 6% del valor de las exportaciones del comercio mundial de alimentos y bebidas".

La segunda nota nombrada "Etiquetado frontal de alimentos: en qué quedó, cómo siguen los plazos para las empresas y qué opina la gente", la autora nuevamente es Natalia Muscatelli publicada el 1ero. de enero del 2022 en la sección *Economía*. Es decir, se repite ciertos modos de la nota anterior con un poco más de año de diferencia.

En esta oportunidad, la periodista realizó especial hincapié en los distintos segmentos sociales sobre la ley promulgada. Muscatelli escribió: “las empresas alimenticias agrupadas en la COPAL, plantearon cuando se sancionó la ley que el proyecto tiene una serie de *inconsistencias* que necesitan una revisión. De todas maneras, todavía tienen bastante tiempo para implementar los cambios” para resaltar las trabas por parte de las empresas pero además la autora también plantea la opinión pública mediante la plataforma ShopApp consultó a 800 consumidores. Entre esas conclusiones la autora resalta:

- “El nivel general de conocimiento de la ley de etiquetado alcanza el 64%. En tanto, el nivel de acuerdo de quienes la conocen es del 68%, y el de rechazo del 14%.
- En cuanto a la decisión de compra, dos de cada tres personas dijeron que cambiarían sus hábitos de compra frente a productos con más sellos de los que esperarían. La barrera se encuentra en los 3 sellos, el 49% abandona la compra con 1 a 3 sellos.
- Las grasas saturadas y los azúcares son los sellos que generan mayor preocupación, seguidos del sodio.
- Las mujeres muestran una preocupación y atención más generalizada hacia el cuidado de la nutrición: leen más las etiquetas y abandonan más fácilmente sus hábitos frente a productos que no cumplen sus expectativas nutricionales. Sin embargo, son también más sensibles a los mensajes anclados en las bajas calorías.
- Los hombres presentan más inclinación a percibir como saludables productos indulgentes, y muestran mayor polarización: muchos de ellos no abandonarían sus hábitos de compra, pero los que lo harían, lo hacen de forma más radical.
- Los jóvenes de 18 a 29 años presentan un bolsillo más sensible: aunque valoran y reconocen el valor de la nutrición,tienen una mayor tendencia a prescindir de ella en pos de cuidar el ahorro.
- Los adultos mayores de 50 años son el grupo más categórico en materia de cambios de hábitos y son los que muestran mayor propensión a modificar conductas en pos de la salud”. La autora se dedica a expresar sin dar una opinión al respecto, esta vez a pesar de la sección no expresó datos específicamente económicos.

La tercer nota analizada pertenece a la periodista Adriana Santagati y fue publicada el 18 de agosto del 2022 en la seccion sociedad y llamada: “Etiquetado frontal: cómo elegir entre los alimentos con sellos negros”. En su desarrollo, la autora menciona aspectos relevantes sobre la inminente implementación de la ley de etiquetado frontal y su directa relación con la cantidad y calidad del consumo nutricional/alimenticio de los argentinos. Para ello recurre a un grupo de especialistas quienes brindaran una serie de consejos sobre educación alimentaria.

Para comenzar, se referencia un estudio llevado adelante en el mes de abril por el Centro de Estudios sobre Políticas y Economía de la Alimentación (CEPEA), allí se indica qué sólo 1 de cada 10 hogares mantiene una dieta de alta calidad, y “aunque esta situación se agrava en los hogares más pobres, va más allá del nivel de ingreso: en todos los quintiles se come mal”.

Luego de qué el Poder Ejecutivo realizara la reglamentación de la Ley de etiquetado frontal, estableciendo su entrada en vigencia a partir del 20 de agosto, varias empresas han solicitado prórrogas para implementar el etiquetado en sus envases. Esto en consecuencia, indica un avance progresivo y gradual de la ley hacia el consumidor final.

Una de las voces a las qué recurre la periodista, es la de Sergio Britos, director del CEPEA, quien afirma: *“Argentina tiene una gran vacancia en educación alimentaria y nutricional. Estamos a pocos días de empezar y parece que no está previsto ningún programa oficial para trabajar con la gente en cómo entender el etiquetado”*. Por ello, han decidido junto a la carrera de Nutrición de la Universidad Católica Argentina y la Red Argentina de Bancos de Alimentos el lanzamiento del programa “Comer Mejor”, qué apunta a mejorar la educación alimentaria de todos los sectores sociales, utilizando la tecnología como un recurso importante (internet, redes sociales). Entre sus objetivos se encuentran impulsar la alimentación saludable y nutritiva, difusión de recetas, información sobre el etiquetado frontal y como interpretarlo, para qué el consumidor pueda entrenarse y elegir de manera consciente qué consumir y qué no.

Mariana Albornoz, coordinadora de Proyectos de CEPEA, se suma al relato y afirma: *“La estrategia es darle de manera rápida y explícita al consumidor una advertencia de los nutrientes que debemos limitar”*. Esto permitirá a las personas

discriminar y saber qué alimentos están comprando y consumiendo al tener información nutricional completa sobre estos.

Romina Pereiro, licenciada en Nutrición y miembro de la Sociedad Argentina de Nutrición, menciona la importancia del %VD recomendado de cada alimento. Britos agrega: *"La recomendación de nuestras guías alimentarias es consumir tres porciones diarias de lácteos. Si bien no es un mandato taxativo, tiene que ser un de leche (200 cc), una de yogur (200 cc) y una de queso (30 grs.). Pero consumimos 100 cc de leche por día por adulto, entre 25 y 27 gramos de yogur y unos 32 o 33 gramos de queso"*.

En base a todas las recomendaciones de los expertos, la autora menciona la brecha existente entre lo qué la población come y lo qué debería comer. En este sentido, también menciona el costo de los alimentos como un condicionante muy fuerte al momento de la adquisición de estos. Para finalizar, menciona la necesidad de políticas públicas sostenidas en el tiempo qué brinden respuestas a los problemas de la inseguridad alimentaria y de la baja calidad nutricional de la población, involucrando tanto aspectos fiscales, productivos, sociales y educativos.

LA LEY DE ETIQUETADO FRONTAL ENUNCIADA DESDE PÁGINA 12

La primera nota qué vamos a analizar, es la publicada el día 22 de febrero del 2022 por la periodista Maria Daniela Yaccar, en la sección llamada El país, denominada "¿Qué pasa con la Ley de Etiquetado Frontal?". En el contexto de la reglamentación de la Ley de Promoción de Alimentación Saludable (27.642), la autora hace referencia a cuestiones relacionadas a las tensiones dentro del ámbito empresarial e industrial y a la intervención de los organismos involucrados en su implementación. Desarrolla además aspectos sustanciales de la Ley: sus objetivos, la próxima reglamentación, los plazos para adecuarse a la norma, entre otros. Yaccar comienza hablando sobre la demora alrededor de la reglamentación de la Ley de Etiquetado Frontal, y afirma: *"como era de esperarse, estuvo atravesada por un fuerte lobby empresarial que procuró arrasar con aspectos muy delicados de la norma. Las organizaciones de la sociedad civil comprometidas con el tema mantienen la expectativa de que su espíritu quede intacto "*. El hermetismo relacionado a la reglamentación también es un aspecto

relevante desarrollado en la nota. Para ello, suma el testimonio de Mara García, integrante de la Federación Argentina de Graduados en Nutrición (Fagran) quien refiere: *"Entendemos que están trabajando puertas adentro para mantener cierta distancia también con la industria y evitar su interferencia. (...)De todos modos, el lobby sigue tratando de achicar las exigencias y buscando mayor flexibilidad para reglamentar sellos (...) "* La autora continúa indicando la incertidumbre sobre la fecha exacta de la reglamentación, las suposiciones y aproximaciones estimadas sobre la aplicación y los plazos establecidos por la normativa vigente del Procedimiento Administrativo. En relación a la puja con el sector industrial, la periodista suma los dichos de la Coordinadora de las Industrias de Productos Alimenticios (Copal) quienes si bien enuncian a favor de la ley preocupándose por los intereses del consumidor, advierten sobre la presencia de "ciertas inconsistencias" qué necesitan revisión. Inconsistencias qué no declaran oficialmente.

Los plazos considerados para que las empresas etiqueten sus productos y la gradualidad de ello, se presentan como una gran incógnita, envuelta más en rumores qué voces certeras. Ignacio Porras, miembro de la Sociedad Argentina de Nutrición y Alimentos Reales (Sanar) enuncia la cantidad de cambios qué exigieron las empresas y menciona marcas de primera línea qué pretenden *"molestar, dilatar e interferir con la aplicación de una política de salud"*.

Para finalizar la nota, la periodista menciona puntos relevantes, aún inconclusos, para la implementación de la ley tales como el sello de calorías, claridad en las definiciones de procesados y ultraprocesados e identificación de las excepciones de manera detallada. Cierra con una frase de Garcia quien espera qué pronto *"la sociedad en su conjunto cuente con información clara y sencilla en los envases y pueda elegir de manera saludable qué llevar a sus mesas"*. El siguiente artículo periodístico llamado "Por qué es urgente la Ley de Etiquetado Frontal de los Alimentos", pertenece a la periodista Laura Litvinoff, publicado el 23 de julio de 2021 en el suplemento llamado Las 12.

En esta noticia se contextualiza la cuestión de la alimentación saludable dentro de la pandemia y el rol de cuidado alimentario que afrontan las mujeres. En su artículo expresa: *"Una pandemia previa pero mucho más silenciosa asociada a las enfermedades no transmisibles relacionadas con la alimentación (cardiopatías, accidentes cerebrovasculares, diabetes, cánceres) fue volviéndose*

cada vez más visible en las voces de madres, activistas de la salud, del medio ambiente y organismos nacionales e internacionales dedicados a proteger los derechos de la población en general y de las infancias y las adolescencias en particular. Qué comer, cómo elegir (cuándo se puede) los alimentos, saber qué contiene cada alimento, son acciones que se ven dificultadas por la falta de información clara y precisa". Y además aporta números, *"según la OMS, las enfermedades no transmisibles matan a 41 millones de personas por año, lo que equivale al 71 por ciento de las muertes que se producen en el mundo. Por estas enfermedades, cada año mueren 15 millones de personas de entre 30 y 69 años, y más del 85 por ciento de estos fallecimientos prematuros ocurren en países de ingresos bajos y medianos"*.

Pero sin dudas el diferencial que imprime Litvinoff en su artículo es el acento que pone en las feminidades y el etiquetado, un diferencial con el resto de las analizadas. Se infiere que: *"En Argentina existe una gran proporción de familias de bajos recursos cuyas jefaturas son femeninas, y está demostrado por diferentes estudios que la mayor pobreza se concentra en los hogares monomarentales, en los que las mujeres son las únicas responsables, por lo que el consumo de alimentos está a su cargo. Esta ley es un derecho al que ellas como consumidoras tienen que poder acceder, porque a diferencia de los términos complejos que hoy figuran en los ingredientes de los productos, la información será totalmente sencilla y legible, y eso ayudará a tener mucho más conocimiento de lo que se está consumiendo"*.

La tercera y última nota periodística qué traemos al análisis pertenece también a la periodista Maria Daniela Yaccar. Fue publicada el 28 de marzo de 2022 en la sección Sociedad y titulada: "Ley de Etiquetado Frontal: ¿cómo cambiará la oferta de alimentos con los octógonos negros?". En esta ocasión, ya con la Ley de Promoción de la Alimentación Saludable (27.642) reglamentada, la autora enumera los desafíos y las expectativas para la aplicación. Nuevamente apoyada en los dichos de especialistas del tema, comienza su discurso elogiando la norma. Mara García, integrante de la Federación Argentina de Graduados en Nutrición (Fagran) dice: *"Es integral; la más completa de la región. Va a servir como base para que otros países puedan tomar aprendizajes o copiarla. Tiene los mejores estándares disponibles a nivel internacional y el alcance que habíamos esperado. No sólo toma en cuenta el eje del Etiquetado, sino que además contempla entornos escolares y publicidad"*.

En esta oportunidad, Yaccar decide mencionar nuevamente el lobby empresarial qué transcurrió durante la etapa de la reglamentación, y considera qué aún persiste por parte de algunos sectores, especialmente en los medios de comunicación. Luego, continúa con el detalle de los plazos establecidos para la implementación de la ley y menciona la posibilidad de solicitar prórrogas por parte de las firmas.

Garcia hace una declaración muy interesante relacionada con los organismos intervinientes en esta etapa de ejecución: *"La autoridad de aplicación es Salud, pero hay un montón de sectores y actores que van a estar involucrados en el desafío de la implementación, como el Consejo Federal de Educación para los entornos escolares o la Anmat para la publicidad, promoción y patrocinio"*. Ignacio Porras, de la Sociedad Argentina de Nutrición y Alimentos Reales (Sanar) adiciona: *"Tenemos la mejor ley a nivel mundial, ya que incorpora también la asistencia alimentaria (el Estado debe priorizar la contratación de alimentos sin sellos). En este punto tenemos que ver la articulación con el Ministerio de Desarrollo Social"*. Yaccar agrega a Enacom, encargada de la publicidad y a las carteras de Desarrollo Productivo y Relaciones Exteriores en torno a los octógonos, para referenciar lo complejo de la aplicación de la ley de Promoción de Alimentación Saludable.

Continuando el diálogo con los profesionales, la autora hace un detalle sobre cuáles serán los productos qué de manera obligatoria deberán llevar el etiquetado, cuales llevarán sellos de advertencia y cuales no deberán llevar octógonos. En este sentido la Lic. Garcia agrega: *"Leí un artículo (de Clarín) donde se planteaba que la leche llevaría etiquetado, cuando claramente queda por fuera. El lobby no pudo influir en la reglamentación pero sigue creando confusión y engaño"*. El Lic. Porras también aporta: *"Los supermercados presentan un 70 por ciento de productos con exceso de nutrientes críticos, procesados o ultraprocesados. Tienen muy poca superficie de alimentos naturales o mínimamente procesados. Por eso se va a ver un impacto en la cantidad de sellos"*.

Entre las expectativas por la Ley de Etiquetado Frontal, Yaccar destaca qué entre los grandes objetivos está "lograr un cambio en el patrón de consumo", para que

así haya un impacto en el desarrollo de las Enfermedades Crónicas No Transmisibles, y se enuncian las experiencias de otros países como Uruguay y México. Añade además, qué los productos con sellos no pueden ser vendidos u ofrecidos en entornos escolares, punto sumamente complejo de la Ley según Garcia, pues será difícil conseguir su implementación.

Para finalizar la nota los entrevistados advierten la necesidad de que la sociedad civil se comprometa e involucre de manera activa en todo este proceso para lograr un mayor éxito en la aplicación de Ley de Promoción de la Alimentación Saludable .

CONCLUSIONES

A partir de lo expuesto concluimos que la ley de Etiquetado Frontal fue analizado y propuesto por los medios de manera diversificada. Esto se debe a que según la orientación del autor o autora que escriben, informan y comunican desde perspectivas económicas, industriales, de comercio y dejan de lado cuestiones sanitarias. Cuestiones políticas, culturales y sectoriales se superponen a la salud alimentaria.

De esta manera, la lucha por la construcción de sentidos hegemónicos se plasma también en la agenda de medios y proliferan en la opinión pública. Por lo cual, los actores sociales involucrados más escuchados fueron diputados de distintos partidos y empresarios relegando las organizaciones que pedían la ley.

Estos vaivenes no sólo ocurren en la política y medios de comunicación en nuestro país sino que la Ley de alimentación saludable cruza polémicas internacionales incluso en países donde la misma está funcionando.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, Carlos Feo, y Oscar Feo Istúriz. (2013) Impacto de los medios de comunicación en la salud pública. Saúde em Debate • Rio de Janeiro, v. 37, n. 96, p. 84-95
- LIPPMANN, W. La opinión pública. Madrid: Langre, 1992.
- Litvinoff, Laura. (23 de julio de 2021). "Por qué es urgente la Ley de Etiquetado Frontal de los Alimentos". *Página 12*. https://www.pagina12.com.ar/356292-por-que-es-urgente-la-ley-de-etiqueta do-fronta l-de-los-alime
- Muscatelli, Natalia. (13 de noviembre del 2020). "Etiquetado frontal de alimentos: la industria pide una regulación pareja a nivel regional". *Diario Clarín*. https://www.clarin.com/economia/etiquetado-frontal-alimentos-industria-pi de-regulaci on-pareja-nivel-regional_0_d27fpl5dy.html
- Muscatelli, Natalia. (1 de enero del 2022). "Etiquetado frontal de alimentos: en qué quedó, cómo siguen los plazos para las empresas y qué opina la gente". *Diario Clarín*. https://www.clarin.com/economia/etiquetado-frontal-alimentos-quedo-sigu en-plazos empresas-opina-gente_0_WNVLEL9iK.html
- Miralles, Ana María (2002) Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana. Grupo Editorial Norma. Bogotá, Colombia
- Petracci, M; Quevedo, L y Vacchieri, A (1998) "Los modelos politicos comunicativas del SIDA y el cólera en la Argentina, 1991 -1993". En Mendes Diz, A., Findling, L., Petracci, M., Federico, A (compiladoras) 1998, Salud y población. Cuestiones sociales pendientes, Buenos Aires: Espacio Editorial, págs 201-218
- Sartori, Giovanni, La Democracia en 30 lecciones, Ed. Taurus, México, 2009, p. 31.12
- Santagati, Adriana (18 de agosto del 2022). "Etiquetado frontal: cómo elegir entre los alimentos con sellos negros". *Diario Clarín*. https://www.clarin.com/sociedad/etiquetado-frontal-elegir-alimentos-sellos-negros_0 _WhYe7zNqzN.html
- SEGURA, Maria Soledad (2020) "Con alerta pero sin pánico. El rol de los medios durante la pandemia." *Revista de la Facultad de Ciencias Médicas de Córdoba*, vol. 77, no. 1, 2 pp. 55-58,

https://doi.org/10.31053/1853.0605.v77.n1.28066.
- Tuchman, G. (1983). La producción de la noticia. Barcelona: Gustavo Gili.
- Van Dijk, T. (1990). La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Paidós.
- Yaccar, Maria D. (22 de febrero de 2022). "¿Qué pasa con la Ley de Etiquetado Frontal?". *Página 12*. https://www.pagina12.com.ar/402863-que-pasa-con-la-ley-de-etiquetado-frontal
- Yaccar, Maria D. (28 de marzo de 2022). "Ley de Etiquetado Frontal: ¿cómo cambiará la oferta de alimentos con los octógonos negros?." *Página 12*. https://www.pagina12.com.ar/411269-ley-de-etiquetado-frontal-como-cambiara-la-of erta-de-aliment

LA COMUNICACIÓN MÉDICO-PACIENTE Y SU IMPACTO EN LAS PRÁCTICAS DE MEDICINA PREVENTIVA. EL CASO DE LA VACUNA ANTINEUMOCÓCICA EN UN CENTRO DE JUBILADOS DE LA MATANZA.

Maria Carolina Stegman | Universidad Nacional de Lomas de Zamora
carostegman@yahoo.com.ar

ALGUNOS DATOS:

En 2006, según la OMS, había 50 millones de adultos mayores, cifra que se calcula se duplicará para 2025, y volverá a hacerlo para 2050, cuando 1 de cada 4 personas tenga más de 60 años en la región de las Américas (en el mundo, serán 1 de cada 5).

Envejecer engendra el concepto de dependencia en la medida en que van apareciendo y acumulándose una serie de padecimientos crónicos, muchas veces incurables y progresivos. Las patologías infecciosas son parte de estas afecciones, pero a diferencia de las no transmisibles, pueden ser prevenidas. Así, por ejemplo, hoy se sabe que la enfermedad neumocócica es uno de los principales problemas de salud pública a nivel mundial y una de las más importantes causas de muerte en adultos mayores, fundamentalmente por

la neumonía. El Streptococcus pneumoniae es una bacteria responsable de una importante carga de enfermedad en la población adulta manifestándose tanto como formas localizadas (neumonía aguda de la comunidad) o como enfermedad invasiva (meningitis, sepsis). Su transmisión es por vía respiratoria a partir de la portación nasofaríngea que se presenta en el 10% de la población.

CIFRAS

Hasta el año 2010, los datos oficiales indicaban que la mortalidad por neumonía a nivel local, en la franja etaria que va desde los 65 años en adelante, era de 16 mil personas. En tanto, cinco años después esa cifra trepaba a casi 24 mil personas, considerando siempre la franja etaria a partir de los 65 años y más. Las últimas cifras aportadas por el Ministerio de Salud de la Nación correspondientes al año 2020 lamentablemente no permiten saber exactamente cuántas personas fallecieron a causa de la enfermedad ya que se agrupan las defunciones por neumonía e influenza, sumando ambas 27.483 muertes totales, de las cuales más de 23 mil ocurrieron entre los 65 y más años.

¿CÓMO SE EVITA LA NEUMONÍA?

Los adultos mayores de 65 años y los menores de esa edad que integren los grupos considerados de riesgo (que padezcan enfermedad pulmonar crónica, enfermedad cardiovascular crónica, asma, insuficiencia renal crónica, diabetes mellitus, alcoholismo, neoplasias hematológicas, infección por VIH-sida, tabaquismo, inmunosuprimidos, entre otras co-morbilidades) tienen que recibir la Vacuna Antineumocócica Polisacárida de 23 serotipos, VPN23, en una única dosis y la Antineumocócica Conjugada de 13 serotipos, VCN13.

Esquema secuencial:

1° Dosis: VCN 13

2° Dosis: VPN23 con un intervalo mínimo de 12 meses luego de la VCN13.

Personas de 5 a 64 años inmunocomprometidos

1° Dosis: VCN 13

2° Dosis: VPN23 a las 8 semanas de la VCN13

1° refuerzo: VPN23 a los 5 años

2° refuerzo: VPN23 a los 65 años (si el 1° refuerzo fue aplicado antes de los 60 años)

¿Qué sabemos respecto del cumplimiento del esquema?

De acuerdo a los datos de la Tercera Encuesta Nacional de Factores de Riesgo del año 2013, el 51,6% de las personas encuestadas refirió haberse vacunado contra la gripe, mientras que sólo el 16,2% lo había hecho contra el neumococo.

¿Por qué existiendo vacunas disponibles los adultos mayores no se inmunizan? Algunas hipótesis oficiales:

- Que el concepto de vacunación del paciente adulto mayor no está difundido ampliamente en la población médica por lo cual no indican la vacunación.
- Desconocimiento de su importancia como forma de prevención de las enfermedades de los adultos y sus complicaciones, y respecto de la eficacia y seguridad de las vacunas.

¿La actitud del médico y del paciente hacia las vacunas hace la diferencia? Sí. Algunos estudios señalan que en caso de ser positivas ambas la tasa de vacunación será cercana al 90 por ciento, si la actitud del médico es negativa o indiferente a pesar de que el paciente tenga una actitud positiva ese 90 por

ciento cae al 8 por ciento. *Centers for Disease Control and Prevention (CDC).MMWR Morb Mortal Wkly Rep. 1988;37:657-661.*

Entonces.... ¿Cómo interviene la comunicación médico-paciente en la toma de decisión de los adultos mayores respecto de las prácticas de medicina preventiva como la vacunación contra la enfermedad neumocócica? ¿Son acaso el desconocimiento sobre la importancia de la inmunización en el adulto mayor y su eficacia en la prevención de enfermedades los únicos responsables de la baja tasa de inmunización contra la neumonía en esta población?

OBJETIVO GENERAL

Analizar cómo interviene la comunicación médico-paciente en la toma de decisiones de los adultos mayores respecto de las prácticas de medicina preventiva a propósito de los calendarios de vacunación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar si las recomendaciones de vacunación son comunicadas por los especialistas que atienden a adultos mayores y qué información tiene al respecto esta población; Detectar el imaginario en torno a la vacunación involucrados al momento de la consulta médica de un adulto mayor; Describir el lenguaje utilizado por los médicos que atienden a la población adulta mayor y de qué modo repercute entre los pacientes; Investigar si las prácticas de medicina preventiva son comunicadas a los adultos mayores durante la consulta médica y de qué forma.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para describir, analizar y comprender de qué manera interviene la comunicación médico paciente en la decisión de los adultos mayores de vacunarse contra la neumonía o no, se eligió como unidad de estudio el Centro de Jubilados El Reencuentro, situado en la localidad de Ciudad Evita, partido de La Matanza, provincia de Buenos Aires, Argentina, por considerarlo un lugar neurálgico para la población adulta mayor que reúne habitantes de diversas localidades del partido con más habitantes de la Provincia de Buenos Aires ya que, según el Censo 2010 realizado por el INDEC, posee una población que asciende a 1.775.816 habitantes, 866.690 varones y 909.126 mujeres, con un total de 484.909 viviendas.

El método de recolección de datos de esta investigación se conformó de dos técnicas cualitativas: la observación participante y las entrevistas en profundidad.

Mediante el análisis comparativo constante (Teoría Fundamentada), se seleccionaron fragmentos relevantes de las entrevistas llevadas a cabo para encontrar denominadores comunes que posibilitaran agruparlos bajo la misma categoría o concepto, utilizando una matriz de datos dividida de acuerdo a la franja etaria. Así, la información fue en un primer momento agrupada bajo siete dimensiones: La Comunicación durante la consulta médica; Prácticas de Medicina Preventiva; Información correcta/ incorrecta sobre vacunas, Falta información sobre vacunas; Qué significa la salud para los adultos mayores y finalmente Cómo se autoperciben los adultos mayores.

RESULTADOS

En cuanto al primer objetivo planteado puede decirse que la comunicación médico paciente efectivamente interviene en la decisión de los adultos mayores de vacunarse o no, no sólo por la ausencia de la recomendación, ampliamente

evidenciada a través de los relatos, sino que a su vez se observó que la comunicación salía de su esfera meramente instrumental, trascendía el modelo informacional que critica Barbero (1987), evidenciando un fuerte carácter relacional.

¿Qué significa esto?

Que hablar de comunicación médico paciente resulta insuficiente para entender el fenómeno ya que deja afuera todas las mediaciones presentes al momento de la transmisión del mensaje.

Dichas mediaciones estarán conformadas por las características presentes en la población de estudio que son únicas y que no comparten con otro grupo de pacientes: contexto social, familiar, económico e historicidad de los sujetos. Por esto más apropiado es hablar de comunicación- relación médico-paciente.

Por otra parte, se encuentran mediando las representaciones construidas alrededor de la vejez, representaciones que operan tanto desde el sistema de salud como desde los propios usuarios a instancias de estereotipos marcados (viejismo- infantilismo) (Butler, 1969), prejuicios (vejez=enfermo/discapacitado) y desinformación, además de las limitaciones que el sistema sanitario posee para la atención de la salud de los adultos mayores: escaso TIEMPO dispensado durante la consulta, al decir de los entrevistados, la falta de auscultación y la mecanicidad percibida en el trato.

"Cuando llegamos a cierta edad, dicen ´todos se quejan´, ´toda la gente mayor se queja´, entonces te van tratando de descartar lo más rápido posible cuando te atienden. Te dicen ´tomá esto y dentro de 20 días o un mes vení´". (Registro observacional. Miguel, 67. Clase de Danza Folclórica. 13/05/2016).

Fue interesante advertir, mediante la observación participante, como desde discurso educativo existía una tendencia a la "infantilización de la vejez" al tratarlos como niños, e incluso la propia representación que los adultos mayores tenían de sí mismos respondía a esta cuestión: *"Nos tienen que tener*

paciencia. Las profesoras son muy buenas. Aveces somos como chicos de primer grado". (Registro observacional. Rosa,69 años. Taller de la Memoria 30/03/2016) "Les voy a poner un bonete y los voy a parar en la esquina". (Registro observacional. Taller de la Memoria. 13/04/2016)

MODELOS DE RELACIÓN MÉDICO-PACIENTE

Las relaciones médico-paciente pueden estar alineadas bajo diversos modelos: De carácter paternalista, con un paciente pasivo; De cooperación guiada, donde el profesional se convierte en consultor y quien decide es el paciente; De participación mutua, donde la toma de decisiones es compartida. (Rodríguez Silva 2006).

Los datos recolectados muestran que aún cuando los pacientes adultos mayores presenten ciertos rasgos de autonomía en sus decisiones, la que prima es una relación de tipo paternalista, abonada muy probablemente por el hecho de que esta etapa de la vida se caracteriza por la soledad, la falta de comunicación intergeneracional, las pérdidas afectivas y el deterioro económico.

A su vez, se observó que este tipo de relación estaba fuertemente atada al concepto BUEN MÉDICO/MAL MÉDICO. Caracterizando al primero el buen trato dispensado en la consulta, independientemente del expertise profesional.

- *Un mal médico es el que no te escucha. Hay médicos que te atienden muy rápido, una vez fui a uno que mientras me estaba atendiendo escuchaba un partido por la radio. Para ese médico sos un número". (Mujer 3)* Se observó además que el tema de la CONFIANZA resulta de vital importancia e impregna la relación entre el paciente adulto mayor y el médico. Se vio que los adultos mayores construyen su confianza hacia el médico en el trato durante la consulta basados en diversos aspectos que se ponen en juego en dicho acto médico: El conocimiento previo que tengan tanto del profesional como de la institución en la cual son atendidos; La seguridad que brinda estar frente a una persona con determinado saber académico.

"Con el cardiólogo tengo una relación de amistad, nos atiende a toda la familia, nos atiende hace 30 años. [...] Yo me entrego totalmente, me aferro a la persona. [...] Yo confío en él porque es un médico que habla con la verdad. [...] (Hombre 5)

Un día había una junta de estudiantes, de residentes. Me tocaba el turno, me llamó, pasé, le dije: hola doctor ¿cómo le va? , bien me contestó. Y me dijo: mire Gutiérrez que están los alumnos que la van a revisar. Yo le dije: ¿por qué ellos? Si usted es mi doctor. Yo no soy conejito de India de nadie, cuando usted no tenga los estudiantes yo vuelvo. ¿Por qué me iba a estar revisando una persona que no conocía, un chico joven que ni siquiera sabe porque está estudiando?" (Mujer 1).

En tanto, los consejos dados por los médicos para PREVENIR las enfermedades se limitaban a la práctica de ejercicio físico y la implementación de una buena alimentación, aunque en ninguno de los casos se recurrió al seguimiento de la posibilidad real de que estas acciones se llevaran a la práctica. Los médicos además no repreguntaban a sus pacientes en las visitas sucesivas si efectivamente habían podido seguir con dichas recomendaciones. *"Las recomendaciones son que no coma con sal, que tome mucho líquido, azúcar lo menos posible, no aumentar de peso. [...] Te mandan a un nutricionista para seguir el régimen que te da la nutricionista, porque tengo hígado graso y estoy operado de vesícula.[...] Si no son fáciles los consejos tenés que tratar de llevarlos a la práctica igual. Hoy se me puede complicar económicamente, porque los regímenes son más caros que la comida normal. (Hombre 2)*

LA PALABRA DEL PROFESIONAL

Durante el transcurso de la investigación, se pudo evidenciar que los adultos mayores valoran mucho la palabra del médico que los atiende, le otorgan un grado de autoridad que los lleva a no cuestionar lo dicho por el médico y, en la mayoría de los casos, a seguir las recomendaciones e indicaciones dadas por este.

Dicha valoración, está dada por un lado por lo que representa social y culturalmente el médico, es decir, no sólo es vista como una persona dedicada a curar las enfermedades, sino, en un sentido connotativo, como una persona poseedora de determinado saber y prestigio que lo lleva a estar alto en la escala social.

No pongo en duda lo que me dicen, porque ellos son profesionales y yo como paciente me adapto, no voy a ser pesada, cargosa. […] "Yo le tengo mucho respeto al profesional, me hubiese gustado que uno de mis hijos fuera médico". (Mujer 5)

REPRESENTACIONES SOBRE LA VACUNACIÓN

Otro de los hallazgos señala que persiste en el imaginario la idea de que las vacunas pueden llegar a enfermar, idea que además se apoya en relatos de algún episodio en donde alguien cercano efectivamente se enfermó luego de inmunizarse. De las entrevistas se desprende además, y esto resulta lo más preocupante, que en algunos casos son los propios médicos los que siembran un manto de duda respecto de la efectividad de vacunarse, no sólo explícitamente sino también al omitir la recomendación.

"Sé que me corresponde la vacuna de la gripe. Yo le pregunté al médico de cabecera y me dijo que si no quería ponerme la vacuna que no me la ponga". (Hombre 3) "No, nunca le pedí a mi médico vacunarme. […] ni siquiera la antigripal me recomienda, yo me cuido y nada más […] Pienso que no me va a pasar nada, no me vacuno y se acabó. A mi esposa tampoco la vacunaba porque no quería que fuera a tener una reacción desfavorable". (Hombre 5)

TIPOLOGÍAS

A fin de poder dar cuenta de algunas de las características que poseía la información con la que los adultos mayores contaban respecto de la importancia de la vacunación para prevenir la enfermedad neumocócica, se construyó una tipología definida como un modo particular de construcción mental y como una herramienta analítica y heurística.

- Desinformados: No tienen información respecto de la vacuna contra la neumonía y el médico tampoco les habló de la misma. No saben en general de la importancia de vacunarse. Sí saben de la vacunación contra la gripe, algunos se vacunan y otros no.
- Informados: Cuentan con información y reconocen el valor dela vacunación para no enfermarse. Hablan con su médico del tema y este último tiene una actitud favorable hacia la vacunación pero no les habla de la vacuna contra la neumonía. En la mayoría de los casos sólo se vacunan para la gripe.
- Desconfiados: Tienen información sobre las vacunas en general, conocen la inmunización para prevenir la gripe y para la neumonía pero desconfían de su eficacia y además creen que si se vacunan se van a enfermar.
- Pasivos: Acá se mezclan los que tienen y los que no tienen información sobre la existencia de una vacuna para prevenir la gripe y la neumonía, lo que los une es la actitud pasiva frente a la posibilidad de enfermarse, no se preocupan, creen que “no les va a pasar nada”. Depositan la carga de responsabilidad absolutamente en el médico porque “ellos sabrán”.

REPRESENTACIONES SOBRE LA VEJEZ

Cuando se les pidió que definieran qué era ser un adulto mayor muchos no pudieron encontrar una definición exacta porque aún no se sentían identificados con esa etapa o perteneciendo a ese grupo poblacional, aunque sí señalaron que las limitaciones físicas en su mayoría era lo que marcaba la diferencia con el desempeño que tenían en sus años de juventud.

"Ser un adulto mayor es tener conciencia de que ya estás grande y de que hay cosas que ya no podés hacer, que tenés límites. Yo antes, por ejemplo, podía subirme arriba de una silla y limpiar, ahora me agarra vértigo. Ahora soy más tranquila, el carácter que tengo ahora no lo tenía antes, tengo más paciencia, dejo pasar cosas por alto, que antes cuando era joven no las permitía, la vida te va cambiando, vas teniendo más sabiduría". (Mujer 4)

REPRESENTACIONES SALUD/ENFERMEDAD

Durante esta investigación se pudo observar que el estado de salud es asociado por los adultos mayores con el sentirse útil y activo, mientras que la enfermedad les genera temor frente a la posibilidad de perder autonomía y convertirse además en una "carga" para los familiares; el estar enfermo se vive con culpa, además perciben que su entorno familiar rechaza el hablar de la enfermedad.

"Sí, me preocupa mi salud. Porque ya sabés que te queda poco hilo y hay que tratar de no preocupar a los familiares, sobre todo porque si te vas sufren los que quedan, pero si vos estás sufriendo sufren los que están". (Hombre 2)

CONCLUSIONES

- La comunicación médico-paciente impacta en la toma de decisión respecto de la vacunación o no dentro de la población adulta mayor. Dicha decisión no sólo se define por la ausencia de recomendación médica respecto de la importancia de la inmunización, sino también por la manera en que médico y paciente interactúan.

Trato del médico distante/esporádico + falta de recomendación + falta de tiempo durante la consulta + desinformación o información confusa/ incompleta sobre vacunas + falta de seguimiento médico sobre las recomendaciones sobre prevención de enfermedades (dieta y ejercicio) + alta valoración de la palabra del profesional= PACIENTE QUE NO SE VACUNA.

¿Es momento de que la Comunicación en Salud salga de su esfera instrumental, trascienda el modelo informacional y haga pie en su carácter relacional?

- Un médico comunica con el trato que le de a ese paciente, con la mirada, con lo que dice y también con lo que no dice, con la confianza que despierte, con el tiempo de escucha y atención, con la auscultación o no que haga, con el peso que su palabra adquiera y con la empatía que posee.
- Entender las características de la población adulta mayor, su cultura, las representaciones presentes en ella en torno a las vacunas, los significados que le asignan a la salud y a la enfermedad, el contexto en el que viven, la valoración que hacen de la palabra del profesional y cuánto aprecian el ser escuchados y tratados bien, permitirá salir de la esfera meramente instrumental e informacional dentro de la cual se desarrolla la comunicación médico-paciente para pasar a una instancia relacional necesaria para alcanzar los objetivos terapéuticos propuestos, en este caso prevenir la enfermedad neumocócica mediante la vacunación.

A MODO DE PROPUESTA

Resulta necesario, por todo lo dicho, retomar el carácter RELACIONAL de la comunicación, mucho más cuando se habla de comunicación en salud, ya que se presenta como una mirada integral e integradora, que busca amalgamar desde sus inicios los saberes y miradas de todos los actores involucrados en el proceso de salud.

Desde esta postura, la comunicación debe apuntar principalmente a conocer no sólo los lenguajes sino también los modos de relacionarse como así también los vínculos y mediaciones presentes en cada comunidad (Díaz y Uranga, 2011) en este caso la los adultos mayores y desde este punto abarcar los problemas de salud sin dejar de considerar la cotidianidad y la cultura ya que es el ámbito por excelencia donde se visibilizan y representan los problemas.

Si se parte de la afirmación de que "la comunicación en salud busca constituirse en un proceso de carácter social que posibilite el reconocimiento, encuentro y diálogo de los diversos saberes, contribuyendo a consolidar la articulación entre los diferentes sectores sociales en torno a la salud" (Díez et al., 2004: 1) se puede decir entonces que toda práctica comunica, más aún en la relación- comunicación- médico- paciente.

Por otra parte, como sostiene Prieto Castillo (1997) si lo que se busca es la promoción de la salud no se puede disociar lo comunicacional de la educación, para lo cual se hace necesario el involucramiento y la participación de las personas en la generación y apropiación de los conocimientos, en el intercambio de experiencias como así también en el reconocimiento de su propia situación social y en la recuperación de su cultura y su pasado.

¿CÓMO SE LOGRA?

Se puede comenzar por considerar la posibilidad de poner en práctica la COMUNICACIÓN EDUCATIVA, cuyos lineamientos principales pasan por poner en

el centro de la escena a los sectores involucrados en ella, reflejar las demandas y necesidades de estos, acercarse a su cultura, ofrecer instrumentos para el intercambio de información, acompañar procesos de transformación y facilitar vías de expresión, todo lo cual contribuye a descubrir la propia realidad de los actores y transformar las relaciones sociales que los atraviesan. ¿QUIÉNES?

LOS MÉDICOS

Más que un simple transmisor de información serán educadores, mediadores pedagógicos, para lo cual necesitarán a su vez del acompañamiento institucional pero también comunitario.

INSTITUCIONES

Muy probablemente se tenga que plantear el interrogante de cuán preparados se encuentran los profesionales de la salud para entender la realidad y el modo particular y único de ser de un paciente adulto mayor.

LA COMUNIDAD

Lo comunitario se torna una pata fundamental de la comunicación educativa, son los espacios sociales y en este caso en particular aquellos destinados a la contención de los adultos mayores, como son los centros de jubilados, organizaciones de la sociedad civil que pueden convertirse en una herramienta fundamental y complementar la atención médica individualizada.

L@S COMUNICADOR@S

Hay que hablar de COMUNICACIÓN PARA LA SALUD, definida esta como “el uso y el estudio de las estrategias de comunicación para informar e influir sobre decisiones individuales y colectivas que mejoran la salud” (Instituto Nacional del Cáncer de Estados Unidos, 2004: 2-3)

Como señalan Díaz y Uranga (2011) la comunicación para la salud puede resultar como una fuerte herramienta para aumentar el conocimiento de la población sobre un tema relacionado con la salud, influir sobre las percepciones, creencias y actitudes, para reforzar o cambiar las normas sociales, para apoyar el aprendizaje de habilidades de salud, mostrar los beneficios del cambio de conducta, motivar para la acción y refutar mitos e ideas equivocadas.

Darles espacio a líderes comunitarios, comunicadores, promotores de la salud surgidos de organizaciones barriales o civiles pueden hacer más efectiva la llegada de los mensajes ya que tienen un conocimiento más nítido de los destinatarios de la acción, pero además, y aquí nuevamente aparece el carácter relacional de la comunicación, saben de qué manera conseguir una participación más activa para el cambio de actitudes, justamente porque saben mejor que nadie de qué forma relacionarse con la población blanco de la iniciativa.

MESA 8:

EPISTEMOLOGÍAS, TEORÍAS Y METODOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Coordinadora de mesa:
Moreno Castro, Leila

TÁCTICAS Y EXPERIENCIAS EN CONCURSOS PARA ESTUDIANTES DE LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN.

Jessica Mabel Laurent | Universidad Nacional de Lomas de Zamora
jessilaurent@gmail.com

Graciela Mariana Aliotta | Universidad Nacional de Lomas de Zamora
gracielaaliotta@gmail.com

Nestor Sebastian Violante | Universidad Nacional de Lomas de Zamora
nsv.uni@gmail.com

INTRODUCCIÓN

En el ámbito de la comunicación, más específicamente de la publicidad, es tradición otorgar reconocimiento a las propuestas creativas destacadas. Estos reconocimientos muchas veces son brindados a través de concursos con jurados compuestos por profesionales. Las agencias ganadoras gozan de un prestigio en relación al certamen que los galardone.

En los últimos años, estos concursos fueron introduciéndose en el período de formación académica de los futuros profesionales. Para los estudiantes, tener la posibilidad de participar de estos, enriquece su experiencia académica al mismo tiempo que se acerca a lo que será su área de desempeño en el mercado laboral.

Esta experiencia permite al estudiante:

● Trabajar bajo especificaciones concretas: técnicas, conceptuales, temporales

● Obtener devolución externa a la de la institución
● Visibilizarse ante la institución en la que cursa su carrera
● Destacarse ante profesores y compañeros
● Involucrarse en la investigación de diversas cuestiones
● Articular diversas disciplinas para generar soluciones creativas
● Producir un trabajo de calidad para su portfolio profesional
● Generar acontecimientos de notoriedad en sus redes sociales
● Ser considerado por jurados u otros participantes del concurso
● Conseguir alcance de difusión de su producción en medios
● Sumar un apartado de premiaciones en su currículum vitae, entre otros

En las experiencias con las cátedras en las que participamos desde hace más de 8 años, justamente en la carrera de la Licenciatura en Publicidad, se insta a los estudiantes a participar de concursos que puedan considerarse productivos para los participantes, y resulta una experiencia enriquecedora desde varios aspectos. La mayoría de estos concursos presenta sus propuestas de *brief* con ejes relacionados al bien público dando visibilidad a causas sociales relevantes que difunden valores positivos para la comunidad o que promueven iniciativas sustentables.

En la ponencia se presentará un testimonio en primera persona de una estudiante de la carrera de la Licenciatura en Publicidad, de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, premiada con una mención por el Consejo Publicitario Argentino, y que está iniciando su camino como investigadora. Relata la experiencia y parte de la metodología aplicada en las cátedras.

Palabras clave: comunicación, metodologías, concursos

RECORRIDO POR ALGUNOS CONCURSOS DE COMUNICACIÓN

Actualmente existen varios concursos para estudiantes de las carreras relacionadas a la comunicación. A continuación, se mencionan algunos vigentes accesibles sin costo de inscripción; extraídos de lapublicitaria.com (2020).

- Generando conciencia aseguradora

Este concurso es organizado por AVIRA (Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina), una organización sin fines de lucro que tiene entre uno de sus objetivos la difusión de la "conciencia aseguradora" en la sociedad. A fin de contribuir con este objetivo, a través de este concurso se premian piezas gráficas y audiovisuales que representen los aspectos positivos de contar con una cobertura de Seguros de Vida y de Retiro, dado que los mismos protegen a quienes los poseen frente a imprevistos que pueden ocurrir a lo largo de la vida.

Las piezas creativas deben contener ideas claras que sirvan para explicar la conveniencia de estar asegurado.

Este concurso lleva al día de hoy ocho ediciones. Se suele realizar en el primer cuatrimestre de cada año y se encuentra abierto a todas las personas mayores de 18 años, argentinos o residentes en el país. Otorga premios en dinero para el 1°, 2° y 3° puesto de las categorías "Gráfica" y "Audiovisual" y un televisor para el único ganador de Instagram. También se realizan menciones especiales y se entregan certificaciones, también para las piezas que resultaron favoritas del público (las que más reacciones positivas hayan recibido en las redes sociales del concurso).

- Promise Brain

Este concurso es realizado desde el año 2008 por la empresa dedicada a la comunicación en vía pública Atacama. Premia trabajos presentados por estudiantes universitarios y terciarios de todo el país, de las carreras relacionadas con la comunicación social, publicidad y otras afines, sobre temáticas vinculadas con temas de responsabilidad social. Es una versión para estudiantes de su concurso titulado Golden Brain que premia profesionales del ámbito por su larga y destacada trayectoria.

- Arte único

Organizado por la marca Fernet Branca. Lleva quince ediciones. Generalmente es el concurso que ofrece premios en dinero más abultados. Sin embargo, la baja especificidad en su *brief,* y la posibilidad de poder utilizar cualquier tipo de técnica visual, de expresión o representación bidimensional, como dibujo, fotografía, pintura, etc. lo convierte en un certamen artístico, lo que hace que sea difícil de abarcar por estudiantes de publicidad, que suelen trabajar con requerimientos ligados a objetivos puntuales.

- Obrar

Los premios Obrar fueron creados hace 13 años por el Consejo Publicitario Argentino para reconocer los mejores trabajos del país en comunicaciones de impacto positivo para la comunidad. Está orientado principalmente a estudiantes de universidades o de una escuelas terciarias especializadas en publicidad y/o comunicación en cualquier parte de la Argentina

En sus últimas ediciones implementaron, además del brief libre, dos o tres briefs específicos, sobre alguna temática. Cuenta generalmente con un jurado muy acorde a la disciplina y una forma consistente y transparente de evaluación.

En otras gran cantidad de cursadas también se ha trabajando con comitentes reales. Esto también implica la posibilidad al estudiante de tener una práctica profesional, que se asemeja a lo que pasaría en el mercado laboral. En estos casos, el cliente también da su devolución, que muchas veces resulta disonante inclusive con lo que uno puede enseñar desde la teoría. Desde el punto de vista de lo académico, en las materias prácticas específicas de la carrera que eligieron, es donde los estudiantes tienen la posibilidad de realizar trabajos de calidad que puedan ser de utilidad para su portfolio; y esto adquiere aún mayor valor, si el docente impulsa la práctica de trabajar con clientes reales, principalmente por ser, en la mayoría de los casos, uno de los objetos del propio conocimiento del docente, y, posiblemente el objetivo del estudiante, al entrar definitivamente dentro de la etapa profesional. Como se mencionó anteriormente, los concursos le brindan visibilidad al estudiantado y una experiencia de gran valor al realizar un trabajo que tendrá una evaluación externa por parte de un jurado conformado por profesionales.

TESTIMONIO

Soy Graciela Aliotta, estudiante de último año de la carrera Licenciatura en Publicidad, de la Facultad de Ciencias Sociales, de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Como tal he trabajado en muchos proyectos grupales relacionados con la comunicación; pero nunca habíamos participado de concursos, ni presentado esos proyectos más allá de la exposición ante profesores y alumnos. Por eso, cuando en 2021, desde la cátedra de Diseño Multimedial se nos propuso, a todos los estudiantes de la misma, participar de la 12ª edición de los Premios Obrar, nos pareció una gran oportunidad para ir un poco más allá y lograr mayor visibilización del proyecto en el cual nos íbamos a adentrar. Con mis compañeras de grupo; Micaela Agüero, Drusila Escobar y Eliana Martínez; lo tomamos como un gran desafío y una grandiosa oportunidad, tanto de aprender como de darnos a conocer. Y le pusimos tantas ganas y dedicación que logramos obtener una mención, lo cual por supuesto, fue una gran alegría para nosotras.

Los Premios Obrar fueron creados por el Consejo Publicitario Argentino, para dar a conocer los mejores trabajos del país en comunicaciones de impacto positivo para la comunidad. En ellos hay varias categorías de participación como Grandes Empresas, Organizaciones y Estudiantes, en las cuales se presentan múltiples trabajos que son evaluados por un Jurado de especialistas. Así, anualmente se premian a las campañas de bien público más destacadas.

Para participar se puede elegir libremente una causa que te motive para hacer el proyecto de campaña, o mediante la utilización de uno de los *brief* que se proponen, desde este concurso, cada año. En nuestro caso, elaboramos el proyecto a partir de la segunda opción, que es lo que se nos pedía desde la cátedra. Esto nos resultó interesante, por representarnos un desafío mayor y por ser la forma en la que habitualmente se trabaja en los proyectos publicitarios.

Entre los briefs que teníamos para elegir se encontraban: “La inserción laboral de personas trans”, “Medio ambiente” y “Trastornos de la conducta alimentaria”. Elegir uno de ellos no fue una decisión fácil, sobre todo porque nos queríamos tomar el trabajo con total responsabilidad, ya que son problemáticas que impactan profundamente en la sociedad, y les iba a llegar a muchas personas. A

su vez, tratamos de elegir pensando desde qué lugar íbamos a comunicar. Estábamos en la materia diseño multimedial y queríamos aprovechar el apoyo y acompañamiento de nuestros profesores, profesionales en esta área. Sí, queríamos generar impacto desde una idea innovadora, pero también queríamos elegir la problemática que más se vinculara, de alguna forma, con esta área. Por eso elegimos el brief de los Trastornos de la Conducta Alimentaria (TCA), ya que las nuevas tecnologías -muy relacionadas con el diseño multimedial- muchas veces pueden influir en el padecimiento de estos trastornos.

Para nosotras nunca fue sólo un trabajo práctico de una materia, sino una manera de lograr visibilización y concientización sobre un problema que afecta a gran parte de la población. Por eso, más que nunca, queríamos hacerlo a conciencia y metiéndonos de lleno en el proyecto.

Como profesionales y futuros profesionales de la comunicación tenemos que comprender la responsabilidad que esto conlleva. Tomar dimensión de que eso que comunicamos puede tener un gran alcance, sobre todo en esta época en donde todo lo que decimos y hacemos se multiplica enormemente, gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación.

En esta era, los nuevos dispositivos tecnológicos nos permiten maximizar los éxitos y lo positivo, pero lo mismo ocurre con los fracasos y lo negativo. Un acierto puede llegar a miles de personas, que a su vez lo compartan con otros miles, pero esto es así también con los errores que cometemos. El foco muchas veces se pone en los beneficios o perjuicios que pueden llegar a tener quienes comunican, pero nunca se debe olvidar que como comunicadores impactamos profundamente en las sociedades. Un simple error puede tener graves consecuencias. Allí radica la importancia de tomar conciencia sobre lo que vamos a decir y sobre lo que vamos a hacer. En esto es fundamental la investigación, tanto sobre lo que vamos a comunicar, cómo a quién. No importa si comunicamos para nosotros o para terceros, siempre debemos hacerlo con responsabilidad.

Considero que una de las cosas por las que llegamos a obtener un reconocimiento en estos premios es por la manera en cómo lo abordamos. No sólo por el hecho de encararlo desde la conciencia y la responsabilidad, sino también por la importancia, el tiempo y la dedicación que le dimos a la

investigación. La cual nos permitió entender mejor esta problemática y desarrollar una idea distinta para concientizar, prevenir y ayudar a quienes padecen estos trastornos.

- Requisitos y criterios de evaluación

● ¿Qué teníamos que presentar?

Un video de hasta 2 minutos y/o una pieza gráfica estilo *board* en formato A4.

● ¿Cuáles eran los criterios de evaluación?

- Diagnóstico del caso y objetivo comunicacional.
- Estrategia creativa para lograr los objetivos que se persiguen. - Factibilidad del proyecto.

● ¿Qué problemática teníamos que abordar?

Los trastornos de la conducta alimentaria (TCA), que constituyen hoy un problema de salud pública por las graves consecuencias físicas y emocionales que generan. Los mismos son definidos como alteraciones graves de la conducta alimentaria, que se acompañan de una gran preocupación por el peso y la silueta y una significativa insatisfacción con la imagen corporal. Las consecuencias físicas y emocionales involucran no solamente a la persona afectada, sino también a su familia. Se trata de enfermedades multideterminadas en las que los factores psicológicos, biológicos y socioculturales se encuentran en un punto máximo de entrecruzamiento.

● ¿Qué objetivos teníamos que lograr?

Promover la reflexión acerca del ideal de belleza como una construcción sociocultural, con el fin de prevenir los TCA; generar conciencia sobre la presión actual para alcanzar el ideal de delgadez y sus consecuencias.

● ¿A qué target teníamos que apuntar?

Toda la población, ya que los TCA afectan no solo a quienes lo padecen, sino también a todo el entorno familiar.

● ¿Qué teníamos que lograr que la persona con TCA sienta?

Que se puede salir adelante, que existen equipos interdisciplinarios con profesionales especializados que brindan tratamientos con muy buenos resultados.

- Avance del proyecto

Luego de elegir el brief de los TCA nos inscribimos en el concurso. Para la entrega teníamos una fecha límite y especificaciones concretas con las que teníamos que cumplir, así que nos enfocamos en hacer rendir el tiempo de la mejor manera y en lo que queríamos lograr.

Comenzamos con la investigación, decidimos plasmar todo lo relevado de forma individual en un documento para luego analizar y discutir en conjunto lo que habíamos encontrado. De esta manera, cada una por separado, podría ahondar en el conocimiento y entendimiento de esta problemática social, y posteriormente podríamos encontrar puntos en común sobre las cosas que nos parecieron importantes para utilizarlas en el proyecto, y buscar *insights* que nos pudieran servir.

- ¿Cuál fue el diagnóstico?

Por un lado, la existencia de nuevos trastornos alimenticios que no son tan visibilizados, como lo son la vigorexia; un trastorno de la conducta alimentaria, provocado por la obsesión de ganar masa muscular y eliminar cualquier índice de masa corporal. Por lo cual se entrena excesivamente y se cuentan hasta las calorías y proteínas consumidas), y la ortorexia; trastorno de la conducta alimentaria caracterizado por la obsesión de consumir alimentos considerados saludables, dejando de lado todos aquellos que no cumplan con estas características, pero sin sustituirlos de manera correcta para incorporar los nutrientes necesarios, los cuales muchas veces no son tomados como un problema real.

Por el otro, considerar el hecho de que hoy en día una gran parte de las imágenes que circulan en las redes sociales -a las cuales estamos expuestos continuamente-, no siempre reflejan la realidad. A su vez, se están fijando estereotipos de alimentación y conducta deportiva para verse bien, los cuales no son acordes a todas las personas y cuerpos. Esto crea en muchas personas problemas de alimentación y una autopercepción no real.

- ¿Cuál fue nuestro insight?

A partir del darnos cuenta de que existen determinadas conductas socialmente naturalizadas con relación a la alimentación o el deporte, decidimos que nuestro *insight* esté relacionado con las mismas, pero desde el punto de vista de la solución, y resultó en: “Tu mejor versión aparece cuando dejas de buscarla”, la cual utilizamos en el *board*.

- ¿Cuál fue nuestro concepto inicial?

Visibilizar los nuevos TCA (vigorexia y ortorexia), concientizar sobre los mismos y dar a conocer herramientas para la prevención y el tratamiento de esta problemática.

- ¿Cuál fue nuestro concepto creativo?

“Una simple decisión puede definirlo todo”, el cual usamos de guía para desarrollar nuestra idea.

- ¿Cuál fue la solución que planteamos?

Concientizar sobre: los nuevos TCA; el hecho de que todos los cuerpos y personas son y tienen necesidades distintas, tanto alimenticias como deportivas; que no hay que verse como en las redes sociales para vernos y sentirnos bien; la importancia de consultar a profesionales.

- ¿Qué idea se nos ocurrió para llevar a cabo esto?

Realizar una miniserie web interactiva en coproducción con Telefé, para la plataforma de YouTube. La idea era que los espectadores decidan sobre la conducta de los protagonistas, con el fin de que tengan una perspectiva distinta pero más cercana a la situación. De esta forma se buscaba la reflexión sobre cómo cada decisión es importante, y dar cuenta de la importancia que tiene la contención del entorno y la búsqueda de ayuda de especialistas.

- ¿Qué queríamos lograr con ella?

Contar una historia haciendo parte a los espectadores y presentarles lo que queríamos comunicar, a la vez que creábamos un vínculo. Queríamos llegar a ellos y lograr que quieran compartir eso que vieron, esa experiencia.

- ¿Qué tono de comunicación decidimos utilizar?

Informal y empático, evitando lo dramático, ya que no queríamos agregar más

dolor al dolor.

- Nombre de la miniserie:

Epifanía. Elegimos ese nombre, ya que una epifanía es una revelación, a partir de la cual se descubre un asunto importante.

- Claim:

“Tu mejor versión aparece cuando dejas de buscarla”, que reflejaba lo que queríamos comunicar: aprender a quererse y a aceptarse, dejando de lado la búsqueda del "cuerpo perfecto".

- Slogan:

“Una simple decisión puede definirlo todo”, que reflejaba lo que queríamos transmitir y la interactividad de la miniserie.

- Comunicación de la idea

Para comunicar esta idea creamos una institución ficticia, relacionada con los TCA. A la misma la nombramos Instituto Especializado en Trastornos Alimenticios (IEDA) y su tagline fue: “acompañando caminos”. También le creamos un logo, el cual pusimos en el *board*.

A partir de su diseño y colores buscábamos representar y comunicar: el apoyo a las luchas contra las TCA, el acompañamiento y la ayuda brindadas por la institución, confianza, esperanza y profesionalismo.

La miniserie también contó con un logo, el cual al igual que el de la institución fue utilizado en el *board*. Lo realizamos con un estilo distintivo y llamativo.

Con él queríamos representar el hecho de que nuestro producto multimedial buscaba romper con el ideal de belleza y los estereotipos, y reflejar los cambios que producen en la vida tanto los TCA, como el hecho de recibir la ayuda adecuada cuando se sufren estos trastornos.

- Caso *board* y video de caso

Para la realización del *board*, previamente realizamos un *key visual*, con el que decidimos utilizar los colores del logo de IEDA, tanto para representar a la marca, como para transmitir lo que queríamos; para los textos que deseábamos que se resalten utilizamos la tipografía del logo de EPIFANÍA, logrando una unidad entre el mismo y el proyecto; y para los textos más pequeños y extensos, optamos por una tipografía más legible. También hicimos un *layout*, en donde establecimos una jerarquía visual, destacando ciertos aspectos y generamos un contexto adecuado para la idea. Y así quedó nuestro *board*:

Para el video decidimos crear un spot televisivo de 27 segundos de duración, a modo de publicidad de la miniserie, que explicaba de qué se trataba Epifanía, a través de mostrar diferentes personas con distintos síntomas de vigorexia y ortorexia y en el cual se resaltaba la interacción de la miniserie y la posibilidad de elección que iba a tener el espectador.

REFLEXIÓN FINAL

A partir de esta narración de una experiencia personal como estudiante en la participación de un concurso que tuvo resultados positivos, se cuenta la metodología para encarar este tipo de proyectos. También, se destaca la importancia que tienen este tipo de concursos y premiaciones, a la que pueden acceder tanto profesionales consagrados, como estudiantes que recién se están adentrando en el mundo de la comunicación profesional. Como una manera, no solo de adquirir experiencias dentro de este mundo, sino también de darse a conocer y sobre todo dar a conocer el potencial de cada uno. Al participar en este tipo de proyectos tenemos la oportunidad de que profesionales, agencias, marcas, etc. nos conozcan y vean lo que hacemos.

Por otro lado, se desarrolla todo el proceso desde la primera lectura del *brief*, el

cual deja en evidencia el esfuerzo y dedicación que hay detrás de un simple *board* o de un spot televisivo de 27 segundos. Detrás de un producto final o de cualquier tipo de comunicación, no sólo hay una idea para solucionar un problema o lograr un objetivo, sino un grupo de personas que tuvo que contemplar muchos aspectos; teóricos, técnicos y prácticos, además de la creatividad para salir de una comunicación lineal, y buscar así destacar entre otros proyectos. Esto se traduce en una gran cantidad de tiempo invertido en el desarrollo de una idea, investigación sobre la temática a comunicar, del público o audiencia a alcanzar y sobre todo la gran responsabilidad y seriedad que implica tratar problemáticas como la abordada.

CONCLUSIÓN

El recorrido por algunos concursos vigentes actuales en los que pueden participar los estudiantes, junto al testimonio en primera persona de una estudiante que participó e incluso fue galardonada en uno de estos concursos, permite visibilizar el valor que pueden tener para los estudiantes, que más allá del resultado, deriva en una experiencia enriquecedora. Se debe tener en cuenta que muchas veces pueden haber ciertas expectativas no cumplidas. En este tipo de concursos es usual la participación de otras universidades y escuelitas de creativos y, en muchos casos, trabajan exclusivamente sobre estos concursos. Pero el mayor premio es que los estudiantes logren crear una campaña o pieza creativa que resulte efectiva y que puedan incluir en un portfolio, el cual será su vidriera hacia el mundo profesional.

En cuanto a la metodología, al tener que trabajar bajo especificaciones concretas, los estudiantes se instruyen o potencian los conocimientos en ciertas herramientas técnicas que les permiten materializar sus ideas de la forma más profesional posible. También se destaca la importancia del trabajo en equipo, y la implementación de técnicas de creatividad que les permitan transitar el partido conceptual y llegar a una solución efectiva y creativa. Descubren en este proceso, la necesidad imperiosa de una investigación exhaustiva, más aún cuando se trata de una problemática social, que les permita entender la temática a abordar con la mayor profundidad posible, para así poder extraer datos duros que puedan sustentar sus campañas, testimonios para comprender a su audiencia e incluso

descubrir *insights* que posiblemente puedan ser de utilidad o el eje central de un *storytelling*.

No fue el objetivo de esta ponencia hablar de fórmulas estrictas que garanticen el éxito sobre los concursos, el foco está, como se mencionó anteriormente, en la metodología para que los estudiantes logren piezas de valor, visibilizar su trabajo, sus ideas y producciones, y que logren, por sobre todo, un primer acercamiento al mundo profesional. De todos modos, es innegable la motivación y recompensa que adquieren los estudiantes cuando un trabajo logra ser finalista, obtiene una mención o es galardonado con cualquier tipo de premio.

BIBLIOGRAFÍA

- Arte Único. https://www.arteunico.com.ar/paginas/concurso
- Bassat, L. (1993). El libro rojo de la publicidad. Barcelona: Debolsillo.
- FERRY, G. (1997): Pedagogía de la formación. Bs. As. FFyL-UBA. Ed. Novedades educativas. Formación de formadores-serie Los documentos N. 6.
- Gutiérrez, C. N. (2014). Creatividad publicitaria eficaz 4ª edición: Cómo aprovechar las ideas creativas en el mundo empresarial. ESIC Editorial.
- MORIN, E. y otros (2002): Educar en la era planetaria. Barcelona. Gedisa. La Publicitaria. http://lapublicitaria.com/category/concursos/
- Obrar. https://premiosobrar.org/
- Promise Brain. Atacama. https://www.atacamapublicidad.com/en/promise-brain/
- TARDIF, M. Saberes docentes e formação profissional. Petrópolis: Vozes, 2002.
- Tsuji, Teresa, Violante, N. Sebastián y Laurent, Jessica M.. Estrategias y experiencias educativas sobre el diseño multimedial para la publicidad y la difusión científica”

TRABAJO DE CAMPO CON METODOLOGÍAS VIRTUALES/ ON LINE

Maria Victoria Martin | Centro de Políticas Públicas, Educación, Comunicación y Tecnología
mvmartin@perio.unlp.edu.ar

Nancy Larrañaga Diaz | Centro de Políticas Públicas, Educación, Comunicación y Tecnología
nlarran@gmail.com

Maria de la Paz Echeverria | Centro de Políticas Públicas, Educación, Comunicación y Tecnología
mpazecheverria@gmail.com

RESUMEN

Así como ocurrió en casi todas las dimensiones del día a día, a partir de la experiencia que las y los investigadoras/es de universidades atravesamos en la pandemia, tanto las formas de organización del trabajo al interior de los equipos como los modos de aproximarse a los fenómenos de estudio se vieron modificadas radicalmente. En el contexto de aislamiento, al mismo tiempo que las prácticas sociales mayormente ancladas en espacios territoriales físicos se vieron trastocadas y debieron reorientarse creativamente y apelando a las tecnologías digitales, los equipos de investigación con trabajo de campo en las mismas debimos aprender y familiarizarnos con recursos digitales que nos permitieran continuar con nuestra tarea, aunque esto implicara hacerlo de modo

diferente a lo previsto en los proyectos originales. Más aún: a partir de ese hecho disruptivo casi sin precedentes de la vida social, las interacciones sociales que tienen lugar en entornos virtuales crecieron tan vertiginosamente hasta resultar innegables, por lo que el potencial documental, observacional y conversacional de los mismos se erige y constituye un foco que las y los investigadoras/es debemos atender, ya sea como complemento o sustituto de las técnicas y procedimientos tradicionales que empleábamos hasta hace unos años atrás.

Por eso, el siguiente trabajo se pregunta, a partir de la revisión de literatura específica y de experiencias, por las características que adquieren algunas técnicas de la metodología cualitativa de investigación en Comunicación y Ciencias Sociales cuando se realizan bajo modalidades virtuales. Entre otras, revisaremos las particulares de la etnografía virtual (o netnografía[83]), el cartografiado cultural, la realidad virtual como ámbito de relevamiento, los diarios y portafolios digitales, los foros de discusión y técnicas para la observación y la participación, para registrar la conversación y narración, y destinadas a la recolección de datos.

Como conclusión, se presentan las posibilidades y limitaciones que nos ofrecen algunas técnicas para la investigación.

Palabras clave: investigación- comunicación- metodologías

TRABAJO DE CAMPO CON METODOLOGÍAS VIRTUALES/ ON LINE

La metodología involucra fundamentalmente un conjunto de decisiones, de opciones que quien investiga realiza durante todo el proceso de investigación. Esto implica dejar de lado la concepción tecnicista y dogmática del método, para dar cuenta de la creatividad y la experimentación como elementos claves de este proceso, en el cual se ponen en juego el conocimiento metodológico, el rigor intelectual crítico y la responsabilidad científica. En ese marco, el siguiente trabajo

83 La netnografía, es definida por Redondas a partir de la utilización de "sistemas informáticos para rastrear comunidades virtuales y proporcionar después todos los datos sobre la misma a los analistas, que son los encargados de dotar de sentido a la información y elaborar las conclusiones". Citado en Turpo, 2008, 84.

se pregunta, a partir de la revisión de literatura específica y de experiencias, por las características que adquieren algunas metodologías y técnicas de investigación en Comunicación y Ciencias Sociales, cuando se realizan bajo modalidades virtuales.

Partimos por definir la metodología como "un espacio central un continuum de análisis crítico ubicado entre el estudio de los postulados epistemológicos que hacen posible el conocimiento social y la elaboración de las técnicas de investigación. En este sentido, ocuparse de la metodología es encontrarse en una continua tensión dialéctica entre los polos de ese de ese continuum: si se obtura la dimensión epistemológica, la metodología se reduce a un conjunto de prácticas controladas intelectualmente, y si se abandona el aspecto técnico, se transforma en una especulación abstracta sobre las ciencias sociales, incapaz de incidir sobre las acciones de investigación concretas" (Archenti, Piovani y Marradi, 2007:13).

Siguiendo a Marradi, podemos decir que a diferencia del método, como "la elección de las técnicas más apropiadas para abordar un problema de conocimiento condicionada por las posiciones epistemológicas" y de las técnicas como "dispositivos técnicos utilizados en la investigación para la recolección de datos"(2007:54), la metodología es el análisis de los procedimientos científicos y de las técnicas e instrumentos de investigación, que "debería entenderse como el discurso, análisis, reflexión acerca del método y su objeto"(Archenti, Piovani y Marradi, 2007:54).

En esta línea, problematizar los modos de abordaje metodológico implica reconocer los posicionamientos epistemológicos, las técnicas que seleccionan, y las decisiones que se van tomando en el proceso porque "Todo proceso de investigación involucra un conjunto de decisiones no lineales y de distintos niveles de complejidad, que, a su vez, ponen en juego saberes impersonales (técnicos, objetivados) y saberes personales (tácitos, no explicitados y difícilmente explicitables)" (Archenti, Piovani y Marradi, 2007:14). Estas decisiones, están a su vez influenciadas por los contextos sociales e institucionales de los que los investigadores/as forman parte, por tanto, este trabajo contempla condiciones reales en las que se investiga en comunicación en Argentina.

En el contexto de aislamiento por la pandemia COVID-19, al mismo tiempo que las prácticas sociales mayormente ancladas en espacios territoriales físicos se vieron trastocadas y debieron reorientarse creativamente y apelando a las tecnologías digitales, los equipos de investigación con trabajo de campo en las mismas debimos aprender y familiarizarnos con recursos digitales que nos permitieran continuar con nuestra tarea, aunque esto implicara hacerlo de modo diferente a lo previsto en los proyectos originales. Más aún: a partir de ese hecho disruptivo casi sin precedentes de la vida social, las interacciones sociales que tienen lugar en entornos virtuales crecieron vertiginosamente hasta resultar innegables, por lo que el potencial documental, observacional y conversacional de los mismos se erige y constituye un foco que las y los investigadoras/es debemos atender, ya sea como complemento, o como sustituto de las técnicas y procedimientos tradicionales que empleamos hasta hace unos años atrás.

Considerar "(...) a la técnica como algo exterior o ajeno a una auténtica comunicación, implica desconocer la materialidad histórica de las mediaciones que ella instituye, que articulan potencialmente, las nuevas formas de socialidad" (Martin, 2009, 64). Es así como este cambio en las estrategias reconfigura el nivel epistemológico del trabajo de campo al construir el conocimiento de una manera diferente. Al mismo tiempo, habilita la posibilidad de ampliar, tanto los perfiles de las personas y grupos a ser considerados para realizar los estudios, como los límites físicos tradicionales de tiempo y espacio, y los contenidos, lenguajes y soportes a considerar como campo material de trabajo. Las exploraciones online expanden las indagaciones a los múltiples nodos y relaciones, generando una interseccionalidad de perfiles, incluso grupales. A su vez, hacen posible recoger discursos y opiniones de lugares remotos, y de hacerlo de manera sincrónica o asincrónica. En ocasiones, estas manifestaciones en la red funcionan como documentos que dan cuenta de un fenómeno o situación. Finalmente, en cuanto a los registros a través de "blogs, redes sociales, grupos de Whatsapp, páginas web, foros, Twitter, contenidos en Facebook, Instagram y otras plataformas virtuales son sitios donde la experiencia se transforma en expresión y da pie a la innovación y creatividad en la investigación cualitativa", añade Hamui Sutton (2021).

En el marco anteriormente descripto, este trabajo presenta algunas características de distintas metodologías y técnicas que solíamos utilizar en nuestras investigaciones pre-pandemia, pero ahora consideradas desde sus abordajes virtuales, tales como la etnografía virtual, el cartografiado cultural, la realidad virtual como ámbito de relevamiento, los diarios y portafolios digitales, los foros de discusión y técnicas para la observación y la participación, para registrar la conversación y narración, y destinadas a la recolección de datos. Al respecto, el primer comentario que debemos hacer es que -como puede verse por las fechas de publicaciones de la literatura referenciada- la utilización de las mismas en la virtualidad era preexistente a la pandemia. Pero fue esta situación de emergencia sanitaria la que condicionó a las personas y grupos a tener que usarlas, si es que deseaban continuar con sus investigaciones.

¿NUEVAS MODALIDADES? ¿NUEVOS FORMATOS?

Existe un amplio espectro para nombrar las formas que adquiere la etnografía cuando se lleva adelante considerando a Internet como ámbito de estudio. Nociones como etnografía digital, etnografía en/a través de internet, etnografía conectiva, etnografía virtual, etnografía de la red, ciberetnografía y netnografía, entre otros, dan cuenta de posturas que entienden esta práctica investigativa como una forma más de la etnografía tradicional hacia otras que la conceptualización como una nueva forma específica, con principios metodológicos diferentes. Siguiendo a Hine (2004), podemos señalar que la referencia a comunidades ubicadas en lugares singulares “se desconfigura en Internet, que sigue siendo un lugar habitado bajo otras dimensiones, que ya no son físicas, sino que se mueven en el terreno de los vínculos sociales, del plano físico se pasa al plano de las relaciones en las cuales los procesos de interacción son la base para la interpretación de las comunidades en Internet” (Alvarez Cadavid, 2009,5).

Esta última postura reconoce que “en lo metodológico, los caminos y los procedimientos también se multiplican, navegar por la red, registrar datos, interactuar por vías alternativas y generar información, permite innovar en la lectura de situaciones complejas y problemáticas auténticas que emergen de las reconfiguraciones interactivas” (Hamui Sutton, 2021).

De esta manera, Internet resulta objeto de estudio y, a la vez, herramienta de investigación: si en la metodología etnográfica, quien investiga trata de ver el funcionamiento de un colectivo a partir de sus producciones (discursos, dinámicas, negociaciones, interacciones, etc.), "el ciberespacio es, en ese sentido, un escenario óptimo para estos análisis" (Turpo, 2008, 83).

Como características, a diferencia de la etnografía tradicional, modifica el cubrimiento y alcance (en tanto la web permite variadas relaciones con manifestaciones culturales diferentes y, por ende, múltiples escenarios); deja la oralidad en un segundo plano, como práctica de relevamiento, ya que coexisten y predominan otros lenguajes y códigos (videos, imágenes, etc.) lo que, a su vez, transforma las técnicas y los tiempos de registro (pueden ser sincrónicas o asincrónicas).

En cuanto al cartografiado como metodología, se ve enriquecido con la implementación de la Web debido a que su carácter abierto y flexible permite que usuarios/as puedan comunicarse, participar y compartir informaciones de manera colectiva en la producción de mapeos, y superponer distintas dimensiones de análisis, dando cuenta de la complejidad de los territorios y de las construcciones simbólicas sobre los mismos. Además, su alcance extendido habilita una mayor implicación social tanto en lo que respecta a la participación para confeccionarlos como para su difusión, incluida la capacidad de combinar fotos, videos, audios, textos, etc.

En lo que refiere al mapeado participativo, cuya característica principal es el cruce entre el proceso de construcción (se basa en las voces de quienes están involucrados/as) y los usos "para gestionar el devenir de la comunidad y también los vínculos con otros" (Tena, 2017,9), al llevarlo adelante mediatizado por Internet, entendemos que podría acrecentar la cantidad de participantes, permitiendo que alcancen a otras comunidades con las que tengan puntos en común próximas o lejanas, y, de esta manera, establecer redes y estrategias de acción conjuntas. "El hecho de que sean los propios ciudadanos los que puedan emplear este medio, en un entorno digital, para realizar sus propias contribuciones, demandas y reivindicaciones -y expresar su disconformidad respecto a decisiones políticas, por ejemplo-, hace de él un instrumento clave para la participación ciudadana en la sociedad digital", afirma Subires-Mancera (2011,214).

Quienes proponen que la realidad virtual es un buen ámbito para realizar relevamientos socioculturales, esgrimen entre sus argumentos que, como se trata de una vivencia en primera persona, permite recrear experiencias "naturales, directas, no reflexivas y subjetivas" (Zapatero Guillén, 2011,21). En especial se refieren al ocio y entretenimiento, pero también a indagaciones de la medicina, la ingeniería, arquitectura, arqueología, etc. En este sentido, creemos que también son susceptibles de recrear situaciones de interacción entre sujetos y entre estos con determinadas situaciones, siguiendo caminos predeterminados como opciones o incluso proponiendo otros, a modo de "elige tu propia aventura". Además, nos ofrece la posibilidad de hacerlo a partir de avatares, identidad que elige el/la usuario/a para que le represente en el online, en donde las respuestas podrían ser más espontáneas y auténticas, libradas de los condicionamientos que supone el hecho de dar la cara.

Al respecto, se enumeran una serie de ventajas tales como proporcionar motivación, sensación de experiencia real mediante la representación, incluso de manera inmersiva continua o fragmentaria; facilita tanto la recreación de situaciones y registro de las interacciones en distintos materiales, sin barreras lingüísticas; permite las interacciones a distancias y habilita incluir acontecimientos inasequibles de otro modo por su costo o dificultad (escenas históricas, lugares protegidos, etc.) y propicia dinámicas entre participantes o con la situación, animando intervenciones más activas o colaborativas. Como desventaja principal, señalan los altos costos y tiempo que implica desarrollar estos simuladores, y también podría considerarse que la contracara de la posibilidad de resguardarse en el anonimato o el uso de seudónimos o avatares, puede ser la habilitación a formas descuidadas y/o poco respetuosas (e incluso agresivas) de relacionarse con otras personas.

¿TÉCNICAS CONVENCIONALES O NUEVAS FORMAS DE INDAGACIÓN?

La utilización de técnicas en la red de internet adquiere especificidades que le son propias. A continuación, sin pretender la exhaustividad, enunciaremos algunas de

las técnicas que consideramos relevantes en nuestra experiencia de investigación reciente, así como algunas preguntas e inquietudes que surgieron de la reflexión grupal:

A) Comenzaremos recuperando una técnica tradicional: técnica de lectura y documentación: Las investigaciones siempre requieren de una búsqueda e interpretación de información relacionada con aquello que estamos estudiando, y la existencia de internet brinda muchas facilidades de acceso a diferentes fuentes documentales en formato digital. En esta nueva modalidad en la que nos encontramos con documentos textuales, hipertextuales, hipermediales y multimediales (véase López y Sánchez Gómez, 2006), accesibles para muchas personas e incluso de forma gratuita, los desafíos pasan por: la gran diversidad de recursos existentes; la dificultad de seleccionar; el reconocimiento de las fuentes legítimas; el acceso a repositorios institucionales validados; la contrastación de fuentes; y la vulnerabilidad de la información (en tanto es posible alterarla fácilmente); entre otros.

B) En otro grupo, encontramos aquellas técnicas que permiten la recolección y el registro de datos. El registro de datos consiste en recolectar y almacenar de forma segura la información producida/recolectada. El formato digital de los entornos virtuales posibilita rapidez, facilidad y comodidad, permitiendo a investigadores/as que así lo deseen, realizar tareas sistemáticas y ordenadas. Además, las pistas electrónicas de la mayoría de las herramientas permiten revisar, revisitar, e incluso volver atrás dato, documentos, planillas, resultando de gran ayuda especialmente en aquellos casos en que las investigaciones son realizadas de forma grupal, y/o cuando muchas personas intervienen en la recolección, registro, redacción, entre otras.

Entre ellas, el portafolio digital refiere a “una carpeta en la que se recoge una selección de materiales o actividades, llamados muestras o evidencias, cuyo objetivo es mostrar el aprendizaje realizado durante el proceso de formación a partir de reflexionar sobre las mismas” (Atienza Cerezo, 2009,3). A diferencia de su implementación analógica, su confección utilizando la red admite la interactividad, multimodalidad e hipertextualidad, de la que una comunidad mayor puede participar y compartirla.

Tradicionalmente vinculados con la educación, apuntan a la escritura como narración anecdótica y como elemento para la investigación por lo que debe apuntar hechos y también experiencias significativas, integrando "dos líneas de sentido, una primera basada en la narración y una segunda regida por la reflexión y la construcción de textos con carácter investigativo" (Fernández, 2012,118) y agrega, siguiendo a Vásquez (2002), que es un referente central para "la clasificación, codificación y categorización de la información, dentro de un proceso de investigación etnográfica, por lo cual el diario se convierte en un objeto de estudio que aporta datos, permitiendo registrar los hallazgos de cada sesión" (2012,222).

C) Dentro de las técnicas de conversación y narración, decidimos focalizarnos en las entrevistas en entornos virtuales.

La realización de entrevistas continuó siendo una de las técnicas preferenciales durante la pandemia, y en este caso, podríamos afirmar que ha aportado muchos beneficios. Cuando las personas entrevistadas se encontraban en condiciones personales de relativa comodidad, como el entorno de su propia casa o de una institución, las conversaciones con videocámaras permitieron este tipo de interacciones de forma rápida, accesible, resolviendo dificultades relativas a distancias y traslados, y ofreciendo la posibilidad del registro audiovisual. La posibilidad de la charla sincrónica mediada por tecnologías permitió sostener las fortalezas de los intercambios otrora presenciales, posibilitando la observación de gestos, las repreguntas, y la opción de gestionar encuentros sucesivos. Al igual que sucedió con otras técnicas, en este caso las dificultades estaban dadas por las limitaciones de acceso al equipamiento tecnológico adecuado y de buena velocidad de conexión a internet que posibilite una fluida conversación, sin cortes y pérdidas de imagen y sonido.

D) Técnicas de observación y participación.

Por último, dentro de las técnicas de observación y participación, desarrollaremos algunos aspectos relativos a una técnica que por su particularidad requiere especial atención: el focus group. Al respecto, la primera pregunta que podemos hacernos es: ¿Incide/condiciona/transforma el contexto virtual en la recolección de información de esta técnica que se caracteriza por recuperar la producción

que surge de la interacción entre personas en torno a una propuesta puntual, y en un espacio específico y definido para ese fin? En el foro de discusión virtual, un determinado número de usuarios/as de la red accede a un espacio virtual en el cual se propone intercambiar pareceres sobre un objeto o una temática. Hay una figura que modera, supervisa y dinamiza, tanto el correcto funcionamiento informático como de vinculación (respeto, turnos de habla, tiempos, etc). En vez de concurrir presencialmente, cada usuario/a accede con un ID y una contraseña, se asigna un tiempo para el ingreso y se da inicio. Una serie de aspectos deben resolverse previamente: ¿Qué pasa si alguien no se conecta a tiempo? ¿Puede ingresar después? ¿Se realiza de forma anónima o no? En caso de que no sea anónima, ¿el ingreso será con nombre y apellido real o seudónimo? ¿Con la videocámara activada? En caso de que se requiera la videocámara, ¿tendrá que estar activada de forma permanente? ¿Los intercambios serán verbales o escritos? Si son verbales, ¿se tomará la palabra por turnos? ¿Se permitirá el intercambio de audios? Si son escritos, ¿se permitirá el uso de emoticones o serán solo palabras? ¿Se permitirá el intercambio de imágenes, sonidos, videos? El cierre del evento ¿será por tiempo? ¿Por saturación? ¿Por decisión de quien modera? A estas preguntas de carácter técnico se suman otras: ¿Cómo afecta en la virtualidad la opinión de las otras personas que participan en los intercambios? ¿En qué se diferencian estas dinámicas a las que se realizan de forma presencial? En términos de producción de información, los resultados ¿son similares? Sabemos que la investigación social online es previa a la pandemia, y que estas preguntas aplicaban antes al uso de esta opción, pero la retomamos porque el contexto de pandemia obligó al uso de esta modalidad de focus group virtual de forma extendida.

En síntesis, recuperando lo planteado en los ítems anteriores, podemos acordar que entre las ventajas de la investigación social virtual, figuran que representan un ahorro de tiempo y dinero, ya que no es necesario trasladarse y el tiempo de recolección de los datos (que pueden ser diversos y heterogéneos) es menor; en determinados grupos con cierta competencia tecnológica, facilitan la participación de manera ubicua y permiten el almacenamiento inmediato en diversidad de lenguajes; eliminan las barreras de distancia y tiempo al poder implementarse de modo sincrónico o asincrónico y, cuestión no menor para el

posicionamiento de los investigadores, estimulan la metarreflexión que implica su introducción.

Entre las principales limitaciones, podemos señalar la disponibilidad de conectividad, el costo del diseño desde el punto de vista informático de las estrategias, recursos y equipos tecnológicos para que sucedan las interacciones; la falta de competencia de uso de plataforma o asistente, o el tiempo que implica su aprendizaje; problemas técnicos al llevarlas adelante, el hecho de -en ocasiones- no poder verificar quiénes son efectivamente los/las que participan, puede acarrear que se incluya a personas que no entrarían en el universo esperado o que se obtengan respuestas maliciosas. En algunos casos, se suma la formación y habilidad de quienes desarrollan o moderan las instancias, así como la falta de relación personal entre investigador/a e investigado/a.

CONCLUSIONES: POSIBILIDADES Y LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA ONLINE

Tras la pandemia, y habiendo continuado con experiencias investigativas de emergencia, nos enfrentamos a tres escenarios posibles para la consecución de trabajos cualitativos en el ámbito de las ciencias sociales. Por un lado, retomar prácticas previas a la situación excepcional con dinámicas cara a cara de tipo analógicas; otra opción es tratar de emular los relevamientos a través de medios tecnológicos tal como lo hicimos durante la pandemia; y, finalmente, podemos enriquecer las metodologías y técnicas reflexionando sobre lo acontecido y dimensionando que en tanto las personas ya no somos las mismas, tampoco pueden serlo las prácticas de investigación.

Es real que las tecnologías de la información y la comunicación generaron muchas facilidades en la investigación, posibilitando incluso el trabajo colaborativo y en grupo. También es real que durante la pandemia, no tuvimos otra opción que recurrir a lo disponible para poder sostener este tipo de trabajo. El problema es que lo hicimos improvisando, en lo que podríamos llamar “investigación remota de emergencia”.

Para ampliar nuestras perspectivas, y no reducirlas a la cuestión técnica que primó en la investigación en emergencia, podemos preguntarnos: Como cientistas sociales ¿Podemos seguir siendo los/as mismos/as? ¿En qué ha cambiado y cómo es ahora el rol de quien investiga?¿Qué cambia con la utilización de estas técnicas en la virtualidad? ¿Podríamos decir que emergieron nuevas formas de indagación? ¿Nuevas dimensiones de análisis? Y también, ¿Cómo se redefinen y desplazan las agendas temáticas de investigación?

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Cadavid, G. M. (2009). Etnografía virtual: exploración de una opción metodológica para la investigación en entornos virtuales de aprendizaje.
- Archenti, N.; Marradi, A.& Piovani, J. (2007). Metodología de las ciencias sociales. Buenos Aires, Argentina: Emecé
- Atienza Cerezo, E. (2009). "El portafolio del profesor como herramienta de autoformación". *Revista Didáctica Español Lengua Extranjera*, 9.
- Díaz Larrañaga, N., Echeverría, M.P. y Martin, M.V. (2022). "Del mapa al mapeo participativo: aportes desde el cartografiado cultural". 5to. Simposio Comunicación, Educación y Ciudadanía en la Era Digital, GT CLACSO
- Domínguez, D., Beaulieu, A., Estalella, A., Gómez, E., Schnettler, B., & Read, R. (2007, September). Etnografía virtual. In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research* (Vol. 8, No. 3).
- Fernández, A. Y. M., & Roldán, E. M. P. (2012). El diario pedagógico como herramienta para la investigación. *Itinerario educativo*, *26*(60), 117-128.
- Hamui Sutton, L., & Vives Varela, T. (2021). Trabajo de campo virtual en investigación cualitativa. *Investigación en educación médica*, *10*(37), 71-77. https://doi.org/10.22201/fm.20075057e.2021.37.20271
- López, D. M. O., & Gómez, M. C. S. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa. *Revista de investigación educativa*, *24*(1), 205-222.
- Martin, M. V. (2009). "Identidades juveniles móviles: la sociedad de la comunicación personal". *Educación, lenguaje y sociedad*, 6, 53-68.

- Muñoz, R. A. (2007). ¿Nuevos medios o nuevas formas de indagación?: Una propuesta metodológica para la investigación social on-line a través del foro de discusión. In *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research* (Vol. 8, No. 3, p. 14). DEU.
- Ruiz, S.L.; Domínguez-Alfonso, R.; Chica-Merino, E.; Pastrana-Brincones, J.L.;Hernández-Mendo, A. (2018). Una plataforma virtual para la evaluación e investigación on-line: MenPas. *Cuadernos de Psicología del Deporte,* Vol 18(3), 26-48
- Subires-Mancera, M.P.: (2011) Cartografía participativa y web 2.0: estudio de interrelaciones y análisis de experiencias. *Vivat Academia*, núm. 117, pp. 201-216. Universidad Complutense de Madrid, España
- Turpo Gebera, O. W. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. Revista *Educar*. Universidad Autónoma de Barcelona. Págs. 81-93 https://doi.org/10.5565/rev/educar.132
- Zapatero Guillén, Daniel (2011) " La realidad virtual como recurso y herramienta útil para la docencia y la investigación", *TEyET*, n.º 6, pp. p. 17–23.

MESA 9:

COMUNICACIÓN Y CIENCIA

Cordinadoras de mesa:
Cristti, Noelí; Scalone, Lucía

CÁPSULAS AUDIOVISUALES DE CIENCIA

Ana Ines Echenique | Universidad Nacional de Salta
anaeche66@yahoo.com.ar

RESUMEN

Los términos cápsulas/pastillas han sido fuertemente cuestionados, generando discusiones en la Academia debido a su brevedad, fugacidad y fragmentación. A pesar de estas resistencias y rechazos, desde la Cátedra de Teoría y Práctica de TV y el Laboratorio de Producción Audiovisual Experimental (LAPAE) de la Universidad Nacional de Salta, venimos experimentando desde el 2015 micronarrativas y formatos audiovisuales científicos.

Entendemos como "cápsulas audiovisuales de ciencia" a microrelatos que narran la ciencia en audiovisual teniendo en cuenta tres factores "proximidad, rareza e interés visual" (Bienvenido, 2013) con la intención de generar narrativas que pongan en diálogo y dinamicen en las redes la producción científica. El objetivo de esta ponencia será entonces, indagar y describir (a partir de las producciones seleccionadas)[84] las distintas estrategias narrativas, los enfoques utilizados y las técnicas implementadas para la simplificación del contenido (cuadros, stop motion, gráfica, etc.) con la finalidad de reflexionar sobre las "competencias" de los microfomatos audiovisuales para generar diálogos y dinamizar contenidos científicos en las redes.

[84] Se seleccionó para este trabajo dos tesis audiovisuales dirigidas por el LAPAE UNSa: "Microdosis de Ciencia" (tesis/2015) es una serie de microrelatos sobre proyectos de investigación de energía renovable. "Ciencia Mashup" (tesis/2022) es un corto con fines educativos donde se explora el sistema planetario.

Palabras clave: Microrelatos – Audiovisual - Ciencia

“PÍLDORAS”

Scolari (2020) nos propone diez píldoras para adentrarnos en la experiencia de la de “Cultura Snack” para degustar de la brevedad, fugacidad, fragmentación, miniaturización, movilidad, infoxicación, viralidad, remixabilidad y afterpost de los microtextos.

En el año 2015, cuando comenzamos a investigar las “Microdosis de Ciencia”, estas “píldoras” eran aún un territorio por explorar. Las redes exigían micronarrativas pero esta síntesis[85] provocan preocupación y desconfianza.

Cabe recordar en este punto que, ya desde finales del siglo pasado, Bourdieu (1997) cuestionó fuertemente estos “mordiscos” de “fast food” cultural (ideas preconcebidas) que promueven los “fast thinker”. El autor argumenta en su libro “Sobre la televisión” la imposibilidad de comprobar si las condiciones de recepción son efectivas. Claro está que el autor francés enfoca su crítica en la recepción y no en la exploración de narrativas.

Los espacios de circulación de estos relatos audiovisuales llevó a la necesidad de virar hacia las microformas. Guarinos (2009) señalaba tempranamente que: “El gusto por el fragmento, por la lectura rápida con sentido completo en pocos minutos (es) acorde a nuestros tiempos (p.36).” Estos “snack” se caracterizan por su brevedad temporal, la fragmentación y la velocidad de circulación y pertenecen a sistemas tales como redes sociales, blogs, chats, móviles, etc. De allí que, se entiende al microaudiovisual como un relato breve que, a través de recursos estéticos y gráficos, facilita la comprensión de ideas para que el tema/problemática en cuestión se entienda fácil y rápidamente y, además

[85] Guarinos argumenta que toda materia del universo es medible y respecto a los relatos señala que: “Por encima de la unidad los prefijos deca-, hecto-, kilo-, mega- y giga- son inversos a los que dividen la unidad en segmentos cada vez más pequeños: deci-, centi-, mili-, micro-, y nano-. Lo micro se corresponde con un 0,000001 de la unidad; lo nano con un 0,000000001. Los textos audiovisuales también son medibles y, si bien, la proporción de reducción no es exacta a la milésima como en las ciencias experimentales, la reducción temporal que están alcanzando los relatos (y también las historias) audiovisuales actuales justifica la denominación relativamente reciente empleada para determinadas producciones: micro y nanometrajes”. (2009, p. 34)

pueda circular por múltiples dispositivos.

Microdosis de Ciencia

La tesis de grado en la Licenciatura de Comunicación de la Universidad Nacional de Salta de María Guadalupe Blasco, Diana Escobar y Carlos Figueroa se titula:" Comunicación y Ciencia. Una experiencia de divulgación de tres proyectos del Instituto de Energías no Convencionales (INENCO), UNSA, Salta, 2015-2016". El título fantasioso que los tesistas propusieron, "Microdosis de Ciencia" con la animación de la gráfica del gotero del cual se desprende una gota y se crea un hashtag con el título.

> *"Microdosis plantea otras lógicas de "contar la ciencia" desde la resolución de problemas de la vida cotidiana y la conjunción del saber científico con el saber local, como integración de un conocimiento complejo donde todos los actores son fundamentales para el desarrollo tecnológico y social" (Blasco, Escobar y Figueroa, 2015, p.4)*

Esta tesis buscó crear micros audiovisuales sobre la aplicación de tecnologías solares en la puna salteña. A partir de este eje se elaboraron tres videos con diferentes temáticas:

3

Captura de video de "Destilador Solar en Hurcuro, San Antonio de los cobres". (Blasco, Escobar y Figueroa)

Captura de video de “Cocina solar parabólica en El Rosal, Rosario de Lerma”.

(Blasco, Escobar y Figueroa)

Captura de video de “Calefón Solar en Higueras, Iruya”.

(Blasco, Escobar y Figueroa).

TERRITORIO

Como se planteó al inicio de esta ponencia lo que se busca es indagar y describir las distintas estrategias narrativas empleadas en las dos tesis seleccionadas. De allí que no me detendré en el análisis puntual de cada uno de los capítulos de la serie, sino que tomaré lineamientos generales empleados en cada una de ellas.

El relato que nos propone “Microdosis de Ciencia” tiene particularidades que llevo a ubicar a esta pieza audiovisual como una tesis fundante y emblemática para investigar micronarrativas de ciencia.

Invierte la lógica de la “proximidad” que nos marca León (2013) como criterio y

nos acerca un territorio (Iruya, Hurcuro y Rosario de Lerma) que resultan completamente lejanos a la esfera del interés próximo del público al que va dirigido.

El interés lo despierta a través de la "rareza" de imágenes y sonidos de cada uno de estos territorios, presentándose no como parte de un paisaje exótico y extraordinario, sino como ciudadanos a los que la ciencia busca dar una respuesta a sus problemáticas.

El "interés visual" es quizá la mayor fortaleza de este relato que nos cuenta tres historias con una variedad de texturas de imágenes y sonidos. Por ejemplo, en el capítulo de Hurcuro, San Antonio de los Cobres, en el que se aborda la problemática del arsénico en el agua, comienza con un *time laps* de amanecer en el lugar de la aplicación tecnológica y el audio de una copla referente al agua de los manantiales.

A través de estética localizada los tesistas nos describen los escenarios naturales, los personajes adentrando al público a través del lenguaje audiovisual en aspectos/cuestiones intangibles difícil de transferir en un *paper*: el transcurrir del tiempo de la puna, los silencios, el frío, la magnificencia de los espacios y los personajes destinatarios de la tecnología.

Captura de pantalla Presentación del capítulo *Time/laps* amanecer/ off copla sobre el agua en Hurcuro, San Antonio de los Cobres. (Blasco, Escobar y Figueroa).

6

Captura de pantalla representación del frío a través de una placa de hielo en Hurcuro, San Antonio de los Cobres. (Blasco, Escobar y Figueroa).

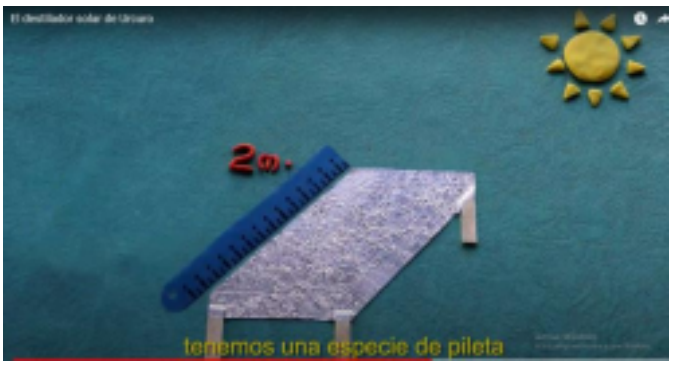
LAS ANIMACIONES COMO RECURSOS DIDÁCTICOS

La problematización que da lugar a la aplicación tecnológica en el territorio la lleva a cabo el investigador a través de una entrevista. Este modo de narrar "tradicional" complementa, pero no innova de allí que se desarrollará a continuación la explicación de la tecnología a través del stop motion.

El stop motion tiene un rol fundamental en cada microdosis porque nos posibilita manipular todos los aspectos en lo que refiere a la explicación de los procesos tecnológicos.

Podemos controlar el tiempo y la escala de los fenómenos, las partes del dispositivo, las posiciones de la cámara. Por ejemplo, logramos mostrar la circulación del agua por las canaletas internas del destilador, o le damos movimiento a un dispositivo simple como el calefón solar en Iruya. (Blasco, Escobar y Figueroa).

Las gráficas digitales a través de la técnica de *stop motion* permitió explicar de forma breve y didáctica contenidos complejos como el funcionamiento de los artefactos o informaciones abstractas.



Captura de pantalla destilador solar de Hurcuro, San Antonio de los Cobres. (Blasco, Escobar y Figueroa).

Ciencia Mashup

La tesis de grado en la Licenciatura de Comunicación de la Universidad Nacional de Salta de Jimena Rotundo y Ayelén Fernández “Ciencia Mushup” propuso realizar un video (micro) que aborde la ciencia desde otra perspectiva: enseñar con emoción para despertar curiosidad (Mora, 2019)

Mashup es una palabra que proviene de un término musical en inglés, que significa la creación de una nueva canción a partir de la mezcla o pedazos de otras canciones. Ciencia Mashup es un formato les permitió crear un micro de ciencia empática a partir de la mezcla de ciencia ficción, música, baile y canciones.

Esta tesis se propuso elaborar una estrategia narrativa (utilizando distintos géneros y recursos del audiovisual) para explorar el sistema planetario de un modo empático y creativo.

Captura de pantalla de “La sinestesium” (Rotundo/Fernández)

Para poder llevar a cabo su este objetivo crearon un artificio para explorar los planetas desde un laboratorio. La “sinestesium” (artificio) es una lectora de sueños e imaginación de las personas; a través de esta máquina la protagonista[86] ingresa a universos paralelos de cada planeta.

Esta píldora audiovisual de ciencia “encapsula” a su vez clips del sistema planetario con metatexto que brindan información de cada uno de los planetas y anclan el sentido referencial.

Clips de los planetas

Captura de pantalla Clip de Marte (Rotundo /Fernández)

Estas cápsulas (clips) de los planetas fue una estrategia narrativa que buscó dar respuesta a ciertas preguntas: ¿Cómo presentarlos de una manera atractiva y emocionante y anclar información referencial?

Se intenta ampliar el público a través de estrategias visual y sonoramente atractivas. Este formato, como ya se lo mencionó previamente, es “Ciencia Mashup”. De allí que la estrategia resulta de mezclar sonidos diversos, previamente seleccionados, creando un sonido único en donde se apela a despertar la curiosidad en el espectador.

86 La estrategia narrativa recrea un laboratorio donde las protagonistas, Kiki y Buba, van a explorar el sistema planetario. Buba comienza interpelando al público y se hace una pregunta retórica sobre las posibilidades de viajar a través del sistema planetario con la “sinestesium”. Presenta a su compañera, Kiki y ambas se embarcan e invitan a la audiencia a experimentar estas emociones intensas

Más allá de las de crear una estética visual y sonora atractiva para captar la atención, cada clip está acompañado por la información referencial (metatexto: distancia al Sol, tamaño, duración de la órbita y un dato curioso que complementa el objetivo)

A modo de cierre, estas dos tesis nos sugieren que a pesar de la gran cantidad de micro/producciones audiovisuales de ciencia existentes sigue siendo posible innovar, ordenar el rompecabezas con técnicas diferentes y crear otras maneras de contar que resulten atractivas, didácticas, empáticas. Esto implica que estamos al inicio de una etapa exploratoria que tiene un gran potencial.

Desde el LAPAE (Laboratorio de Producción Audiovisual) y desde la Cátedra de Teoría y Práctica de TV de la Carrera de Ciencia de la Comunicación de la UNSa entendimos que el nuevo paradigma nos obliga a pensar nuestros formatos para las redes. Las redes exigen "microrelatos" y lenguaje audiovisual. De allí que investigamos narrativas y estéticas.

Se trata de contar la Ciencia. Contar experiencias y saberes en territorio, a través de imágenes y sonidos, permite comunicar información no tangible que resultan interesantes a la hora de comunicar la Ciencia. Y en este sentido, el lenguaje audiovisual permite "traducir" a través de dos canales distintos y simultáneos, auditivo y visual, transfiere información, experiencias y emociones.

"Las Cápsulas Audiovisuales de Ciencia" no pretenden reemplazar a la lectoescritura, sino que son complementarias y altamente competentes para facilitar la comprensión de ideas para que el tema/problemática y, además pueda circular por múltiples dispositivos.

BIBLIOGRAFÍA

- Bourdieu, P. (1997). *Sobre La Televisión*. Anagrama. Barcelona
- León, B. (2013). *Cómo hacer un video científico con un iphone*. En Gamazo, C., Sánchez, S. y Camacho, A. I., Microbiología basada en la experimentación, Barcelona: Elsevier, pp. 193-201
- Mora F. (2019). *El cerebro sólo aprende si hay emoción.* En Educación 3.0. Recuperado de: https://www.educaciontrespuntocero.com/entrevistas/francisco mora-el-cerebro-solo-aprende-si-hay-emocion/
- Guarinos, V. (2009). *Microrrelatos y microformas. La narración audiovisual mínima*. Admira, 1, pp. 33-53.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*, Barcelona, Gedisa.
- Scolari, C. (2020). *Cultura Snack*. La Marca Editora. Buenos Aires

VIDEOGRAFÍA

- Blasco, Escobar y Figueroa (2015) *Escuela solar El Rosal, Rosario de Lerma*. Tesis de grado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Salta. https://www.youtube.com/watch?v=Vx-etV-w0mg
- Blasco, Escobar y Figueroa (2015) *Destilador Solar de Hurcuro, San Antonio de los Cobres*. Tesis de grado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Salta https://www.youtube.com/watch?v=m6cnoBKWpdU&t=5s
- Blasco, Escobar y Figueroa (2015) *Calefón solar en Higueras, Iruya*. Tesis de grado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Salta https://youtu.be/PRbMm9I0MKE
- Fernández A. y Rotundo J. (2022) *Ciencia Mushup. Tesis* de grado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Salta. https://youtu.be/ANk3QJvs8GE

CONOCIMIENTOS, CONFLICTOS SOCIOAMBIENTALES Y DINÁMICAS EXTRACTIVISTAS

Maria Guadalupe Macedo | Universidad Nacional de Salta
macedom.guadalupe@gmail.com

RESUMEN:

En los últimos 20 años, el futuro ha sido objeto de un creciente interés en los estudios sociales de la ciencia y la tecnología (Hubert y Spivak L'Hoste, 2022). Por ejemplo, Sheila Jasanoff y Sang-Hyun Kim (2009) propusieron el concepto de imaginario sociotécnico para dar cuenta del rol de las expectativas y proyecciones a futuro como elemento crucial y constitutivo de sociedades globales (Wallerstein, 1979), en las cuales el desarrollo científico y tecnológico juega un papel central. La presente ponencia se inscribe en este marco analítico y propone algunas pistas para estudiar narrativas sobre posibles futuros sociotécnicos en el caso de los bioinsumos en la Argentina. Según sus promotores, los bioinsumos agrícolas, que incluyen diferentes sustancias para controlar las especies invasivas y regular los procesos fisiológicos de los cultivos, pueden mejorar el rendimiento y la calidad de las cosechas, además de reducir el uso de productos agroquímicos y contribuir a la conservación del suelo (Plan de acción del Ministerio de Agricultura, ganadería y pesca de Argentina). En ese sentido, la potencialidad que ofrece este tipo de innovación tecnológica está tomada por actores muy diversos, poniendo bioinsumos a la intersección de distintos intereses políticos, sociales, académicos e industriales (Goulet y Hubert, 2020).

El objetivo de nuestro proyecto de investigación, aún incipiente, es analizar, en el caso de los bioinsumos en Argentina, cómo las expectativas y proyecciones a futuro modelan y están modeladas por los procesos de innovación tecnológica. A esos fines se llevará adelante un abordaje que combinará la búsqueda y el análisis de fuentes y documentos de distinto origen (legales, institucionales, informativos, etc.) con diversas técnicas de orden cualitativo (entrevistas, observaciones participantes). En la presente ponencia, utilizaremos el enfoque de los imaginarios sociotecnico para estudiar el plan de acción propuesto por el Ministerio de Agricultura, ganadería y pesca de Argentina en materia de bioinsumos.

Palabras claves: BIOINSUMOS; NARRATIVAS; POLÍTICAS PÚBLICAS; PROYECCIONES A FUTURO

INTRODUCCIÓN

La manera de anticipar y construir el futuro juega un papel crucial en el desarrollo de nuevos sectores tecnológicos (Hubert & Spivak L'Hoste, 2022). En efecto, las expectativas y proyecciones a futuro influyen en las decisiones que se toman en el ámbito del desarrollo científico y tecnológico y los beneficios socio-económicos de los nuevos avances tecnológicos e industriales se dan a través del análisis de las anticipaciones que hacen los principales protagonistas.

En este artículo indagaremos sobre el rol del futuro (Nelson, 2008; Aykut, 2019) en el desarrollo de los bioinsumos en el sector agropecuario teniendo en cuenta algunos conceptos y enfoques propuestos por los estudios sociales de la ciencia y la tecnología (CTS). En particular, retomaremos aca las tres constataciones hechas por Hubert & Spivak L'Hoste (2022):

> Primero, el futuro, como objeto de conocimiento y acción, constituye una dimensión crucial del desarrollo de la ciencia y la tecnología, sobre todo en los campos emergentes de las tecnociencias como la genómica, la biología sintética, la robótica o la inteligencia artificial. Segundo, las anticipaciones

> se concretan en muchos índices empíricos (que sean previsiones cifradas, discursos de promesas o proyecciones a futuro, modelos o simulaciones matemáticas, escenarios, roadmaps o incluso narrativas sobre posibles futuros sociotécnicos, etc.) que son rastreables por técnicas clásicas de investigación de las ciencias sociales y, por lo tanto, constituyen un objeto de estudio válido para los estudios CTS. Tercero, la cuestión de la performatividad es central en esos mismos estudios, lo que significa que entender las dinámicas y lógicas de acción que explican los efectos de las anticipaciones en la realidad social constituye uno de sus principales desafíos. (Hubert & L´Hoste, 2022. Pp. 4).

En la presente ponencia, utilizaremos el concepto de imaginario sociotécnico (Jasanoff y Kim, 2009) para analizar cómo se establecen las políticas públicas en materia de bioinsumos. En particular, se propone indagar las proyecciones a futuro del "Plan de acción para el sector de los Bioinsumos de uso agropecuario" elaborado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina.

Desde esta perspectiva surgen las siguientes interrogantes: ¿En el plan de acción se pueden identificar imaginarios sociotécnicos que moldearon las decisiones tecnológicas sobre el uso de bioinsumos en el país? ¿Cuáles son las acciones de política pública que se ponen en juego? ¿Qué actores se involucran en esta acción?

En la siguiente sección se contextualiza la utilización de los bioinsumos en la Argentina, luego se analiza el contexto de surgimiento del "Plan de acción para el sector de los Bioinsumos de uso agropecuario" elaborado por el Ministerio de Agricultura, ganadería y pesca de Argentina y para finalizar se indaga en los imaginarios sociotécnicos que se vislumbran en el plan. La transición a modos de desarrollo más sostenibles en la relación entre soberanía y transición sostenible energética propuesta por Hubert y Spivak (2021).

La noción del imaginario sociotécnico refiere como lo plantea Jasanoff y Kim (2009) a las formas colectivamente imaginadas de la vida social que se inscriben en el diseño y puesta en marcha de proyectos de transición energética. Teniendo en cuenta la necesidad de construir la soberanía para lograr erradicar problemáticas generadas por el uso de agroquímico que es inmensa en el mundo

y principalmente en los países más pobres y que se produzca desde la transición energética sustentable a partir de la utilización de los bioinsumos es una apuesta por el plan de acción de Ministerios de agricultura, ganadería y pesca.

1. De la revolución verde a los bioinsumos: algunos elementos de contexto

En los territorios de la Argentina los diversos cultivos utilizan a los agroquímicos como uno de los principales insumos para mejorar la productividad de las tierras y conseguir mejores resultados. La utilización de estos elementos causa grandes problemas en la salud de sus poblaciones. Por este motivo se están proponiendo otras alternativas para promover una vida más saludable.

Según un informe denominada “Efectos de los Agrotóxicos en la salud infantil” elaborado por el comité Nacional infantil y ambiente de la Sociedad Argentina de Pediatría en el año 2021, el Informe final del grupo de trabajo interministerial sobre buenas prácticas en materia de aplicaciones de fitosanitarios realizada en el año 2018,el proyecto PNUD ARG/17/010 sobre el “Fortalecimiento de las Capacidades Nacionales para el Manejo de Productos Químicos y sus Desechos” elaborado en el año 2021 informa que en las poblaciones cercanas a campos de cultivos que utilizan agroquímicos en su producción tenían un 30% más de problemas de salud vinculado con el cáncer y malformaciones. Es decir que la utilización de estos productos afecta la salud de las personas y al medioambiente por lo que es necesario nuevos elementos para los cultivos.

El surgimiento de tecnologías alternativas al uso de agroquímicos viene en ascenso. “Los bioinsumos agrícolas incluyen diferentes sustancias para controlar las especies invasivas y regular los procesos fisiológicos de los cultivos. Pueden mejorar el rendimiento y la calidad de las cosechas, además de reducir el uso de productos agroquímicos y contribuir a la conservación del suelo” (Goulet & Hubert, 2020).

Estos nuevos elementos despiertan muchas expectativas en el ámbito agropecuario ya que por un lado pueden ser para la agricultura tradicional como una alternativa al uso de agroquímico en sus producciones y por el otro lado para el campo de la agricultura orgánica y la agroecología aparecen como una solución sobre la contaminación, ya que ofrece una alternativa para ofrecer

productos más sanos y respetuosos de la naturaleza. Se establece un debate sobre el uso de la tecnología en la reducción del uso de agroquímicos.

El uso de insumos químicos como los fertilizantes y plaguicidas divide a la sociedad argentina ya que el uso de la ciencia y la tecnología sobre el sector agrícola a través de “dos paradigmas divergentes” (Levidow, Birch y Papaioannou, 2012). Por un lado, se encuentra el régimen agroindustrial que tiene en su dominio las innovaciones tecnológicas basadas en la utilización de biotecnologías e insumos químicos. Por otro sector tenemos a régimen alternativo de conocimientos y prácticas calificado de "agroecológico" (Vanloqueren y Baret, 2009), valorando los procesos naturales y biológicos. (Arancibia, 2013).

Como lo plantea Goulet y Hubert (2020) la utilización de estos insumos permite reflexionar sobre las posibles soluciones técnicas que permitirán detener o controlar cambios globales como por ejemplo el cambio climático. También es necesario reflexionar acerca de los impactos que puede acarrear su uso desde lo biológico y ecológico en los ecosistemas y la salud de los suelos.

En la década del 50 y los 60 la Revolución Verde comenzó a despegar la difusión de insumos agroquímicos y luego se potencia entre la década del 90 y los 2000 con el auge de la agroindustria de la soja. Se produjo una amplia difusión de cultivos transgénicos resistentes a los herbicidas a base del glifosato por lo que amplió el consumo de insumos químicos. A partir del uso en múltiples campos empezaron a surgir variadas problemáticas sociales vinculadas a la salud y a la contaminación del medio ambiente.

A partir de estos años Argentina se convirtió en la tercera productora de soja, por lo que se producía alrededor de 55 millones de toneladas de soja. Se necesitan más de 300 millones de litros de agroquímicos por año sobre los campos. En ese paradigma, por un lado, los agroquímicos son considerados como peligrosos y, por lo tanto, están sujetos a un uso controlado (Chateauraynaud y Torny, 1999). Por esta razón, 2 de los 40 millones de argentinos fueron afectados por las fumigaciones de los agroquímicos (Blois, 2016). Los campos utilizan semillas modificadas genéticamente que resisten a los agroquímicos que permiten así el uso intensivo de la tierra y evitan largos procesos que implican un mayor esfuerzo.

A finales de los 90 empieza a abordarse mediante políticas públicas la utilización de la fumigación de plaguicidas por la movilización de las personas que vivían próximas a las tierras que utilizaban estos químicos por las consecuencias que estaban viviendo en sus comunidades. Muchos municipios comenzaron a prohibir la fumigación en tierras cercanas a zonas residenciales y se comenzó a promover las buenas prácticas de usos de insumos en las plantaciones, pero a pesar de la implementación de políticas públicas los usos no mermaron.

Argentina es uno de los principales países exportador de alimentos en el mundo y uno de los países que más adquiere sus productos es Estados Unidos o la Unión Europea en donde existen rigurosas legislaciones sobre la limitación del consumo de agroquímicos en sus alimentos, ya que desde el año 2000 se estableció un fuerte incentivo para reducir el uso de agroquímicos principalmente en las frutas. Esto se convirtió en un problema para los exportadores del país porque debieron adoptar nuevas medidas y adoptar nuevas prácticas que sean más sustentables para poder seguir exportando sus productos.

> Después de los insumos químicos y los organismos genéticamente modificados, los bioinsumos constituyen la promesa tecnológica de nuevos desarrollos que podrían resolver los problemas de productividad, en particular los relacionados con la resistencia de ciertas enfermedades a los productos químicos (Goulet y Hubert, 2020. Pp. 6).

Así surgieron alternativas como son los bioinsumos que proporcionan un desarrollo a partir del biocontrol que se juntan para facilitar el desarrollo. Para poder definir biocontrol tendremos en cuenta lo trabajado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y el Ministerios de Agricultura del país. Establece que son agentes de control biológico. Herth, establece que para ser considerados como “biocontrol” deben encontrarse dentro de estas cuatro familias de productos:

- Los macroorganismos auxiliares son invertebrados, insectos, ácaros y nematodos utilizados de manera razonada para proteger los cultivos contra los ataques de los bioagresores.

- Los microorganismos son hongos, bacterias y virus que se utilizan para proteger los cultivos contra las plagas y enfermedades o para estimular la vitalidad de las plantas.
- Los mediadores químicos incluyen feromonas y kairomonas de insectos. Se utilizan para vigilar los vuelos de insectos devastadores y controlar las poblaciones de insectos mediante la confusión sexual y la colocación de trampas.
- Las sustancias naturales utilizadas como productos de biocontrol están compuestas por sustancias presentes en el medio ambiente natural y pueden ser de origen vegetal, animal o mineral (Hert, 2011).

De este modo se entiende por biocontrol a todos los productos fitosanitarios que no son químicos. Son productos que no generen consecuencias nocivas sobre la salud de las plantas y los suelos. Los bioinsumos en Argentina empezaron a ser desarrollados y utilizados a principios del 2010 a partir del liderazgo del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). En este periodo el gobierno argentino lanza diversas iniciativas para promover los bioinsumos con un comité asesor dentro del Ministerio de Agricultura como base organizativa. Este comité reúne a los principales protagonistas públicos y privados y formula recomendaciones con el fin de fomentar el desarrollo de estos productos" (Goulet y Hubert, 2020. Pp. 2).

En la actualidad los bioinsumos tienen un papel cada vez más importante en la agricultura convencional como complemento de fertilizantes y productos fitosanitarios. Los beneficios de su uso es potencial en el sector económico, social, medioambiental, político e industrial. La utilización de estos insumos beneficiará en primer lugar al Estado ya que, a través de varios programas, promueve la I+D, adapta su sistema de regulación e incentiva la adopción de bioinsumos por parte de los productores. En segundo lugar, beneficia al sector privado (pymes como empresas multinacionales de insumos) ya que ven una oportunidad para diversificar sus actividades. Luego otro actor que se ve beneficiado es la comunidad científica, en particular en el área de microbiología, que le considera como un frente de conocimiento y de colaboración con la industria. También se encuentran los actores del desarrollo rural, que están interesados en reforzar la autonomía de los pequeños productores y el apoyo a buenas prácticas agrícolas.

Por último, es de interés para los productores preocupados por el impacto del uso de agroquímicos sobre la salud de los trabajadores del campo y de las poblaciones locales (Goulet y Hubert, 2020).

Si bien, inicialmente, los bioinsumos se utilizaban principalmente en la agricultura orgánica, hoy en día también juegan un papel cada vez más importante en la agricultura convencional, como complemento de fertilizantes y productos fitosanitarios. La medida de ese potencial está tomada por actores muy diversos, poniendo bioinsumos a la intersección de intereses políticos, sociales, académicos e industriales (Goulet y Hubert, 2020).

Los múltiples actores involucrados y la necesidad de establecer un norte hacia donde quiere el país dirigir la producción de bioinsumos requiere de programas de investigación, la conformación de vínculos entres laboratorios públicos y privados como con empresas privadas que se dediquen a este campo o quieran invertir en él. Además, es necesario revisar y establecer marcos regulatorios para la aprobación de su uso. Otro punto que es muy importante es concientizar a los productores sobre el uso de estas tecnologías y establecer iniciativas políticas para atraer nuevas inversiones.

Los bioinsumos despiertan muchas expectativas dentro del ámbito agropecuario, ya que abren la posibilidad de reconciliar intereses opuestos (Goulet y Hubert, 2020). Para la agricultura convencional representan una alternativa al uso de insumos agroquímicos mientras que, para la agricultura orgánica y/o agroecológica, ofrecen una solución para responder a un crecimiento de la demanda de productos más sanos y respetuosos de la naturaleza. En ambos sectores, contribuyen a transformar en un debate tecnológico el tema de la reducción del uso de agroquímicos, mientras hasta ahora estaba visto como un tema de interdicción o de reglamentación pública cada vez más limitante. Los bioinsumos abren también una reflexión sobre las soluciones técnicas que permitirán enfrentar cambios globales como el cambio climático, y sus impactos biológicos y ecológicos sobre los ecosistemas y la salud de los suelos.

2. El plan de acción del Ministerio

El Plan de acción del Ministerio de Agricultura, Ganadería y pesca de Argentina define a los bioinsumos como insumos biológicos que facilitan el desarrollo y la

aplicación de un manejo integrado de plagas, el cual reduce los costos de producción a mediano y largo plazo, sin generar impactos ambientales ni desarrollo de resistencias. Afirma que se produjo un aumento del uso de los bioinsumos se debe a que a nivel local se busca producir alimentos que cumplan con la normativa internacional con la intención de ampliar los mercados a nivel mundial. Otro punto a tener en cuenta es facilitar el desarrollo y controlar las plagas lo que permite reducir los costos de producción sin generar impacto ambiental. Según las expectativas y anticipaciones del plan a nivel local podría "dar impulso a la industria para alcanzar estándares de calidad y competitividad que permitan abrir su mercado al mundo" (Plan de acción, 2019, p. 7).

Según el mismo informe, a nivel internacional la utilización de estos insumos en Europa, América del Norte "se ha demostrado que el uso de plaguicidas químicos está llevando a una reducción masiva de la población de insectos benéficos, (por ej. polinizadores), con efectos negativos en el sector agrícola. Debido a esto, la conquista del mercado internacional de controladores biológicos constituye un desafío para la industria nacional de los bioinsumos" tiene como base de sustento. El plan establece que a partir de la Resolución N° RESOL-2017-235APN-MA de fecha 6 de septiembre de 2017 del entonces Ministerio de agroindustria, se creó el “Programa bioproducto argentino” que tiene como objetivo que "la agroindustria nacional desarrollo bioinsumos en el marco de una política de impulso a la bioeconomía". Por lo que el plan es el primer paso para impulsar el uso y producción de bioinsumos en las industrias del país al igual que lo hicieron países modelos como Estados Unidos, Canadá, Francia y países de Asia.

<u>El plan presenta los siguientes apartados de la siguiente manera:</u>

- Experiencia del uso de bioinsumos en otros lugares del mundo. Cuenta la experiencia de Europa, América del Norte, Asia y algunos países de África. Se establecen los resultados de su implementación en estas ciudades y se tiene como norte la implementación de este plan obtener resultados similares o mejores a las de estas experiencias contempladas a lo largo del mundo. Se visualizan las principales características de las experiencias como son los contextos sociales, económicos e industriales y las legislaciones y apoyo

brindado por el estado para el desarrollo y sostenimiento de las mismas.

- El Árbol de problema, cuya sección establece los limitantes u oportunidades en las acciones para promover el uso de bioinsumos en el país. El principal problema registrado es: “La falta de bioinsumos agropecuarios y agroindustriales de calidad en el mercado formal, impactando sobre la sustentabilidad del sistema productivo y expansión del mercado de productos y derivados tanto dentro como fuera del país”.

  Este problema repercute en el desarrollo y su utilización ya que no existen políticas públicas que regulen el mercado ni su desarrollo, hay una escasa variedad de productos en el mercado formal y existen varios productos en la informalidad e ilegalidad. Falta de desarrollo en el área científico tecnológica en el país en el desarrollo de estos insumos. Otro gran problema es el escaso conocimiento por parte de los productores de la existencia de este producto y de sus ventajas en la utilización.

- El Árbol de los objetivos en este ítem se establecen los objetivos de la actividad, donde se visualiza, las cadenas causales y se determinan las acciones que modificarían la realidad actual. También se busca revertir los posibles problemas e inconvenientes. Se propone en el plan como objetivo final o fin último “Contar con bioinsumos agropecuarios y agroindustriales de calidad en el mercado formal, elevando la sustentabilidad del sistema productivo y expandiendo el mercado de productos y derivados tanto dentro como fuera del país”.

  Se establecen los objetivos secundarios donde se busca el establecimiento de normativas adecuadas para la producción y uso, la capacitación y formación de profesionales para su creación como para su manipulación. También se espera establecer un sistema de registro de los bioinsumos para su posterior comercialización y usos dentro y fuera del país.

- La matriz de planificación es donde se establecen los indicadores, los modos de verificación y resultados para las acciones y los objetivos. Como principales acciones para poder cumplir con el objetivo planteado se realizará:

  - Facilitar el acceso de los bioinsumos al productor/consumidor. Se realizará la visibilización de la temática, incremento de instrumentos legales para bioinsumos; creación de un programa nacional de bioinsumos (PNBA); incrementar la participación en capacitaciones en buenas prácticas agropecuarias.

  - Aumentar la presencia de bioinsumos nacionales en el mercado internacional. Se propone el incremento de los productos elaborados por CABUA y mejora en la competitividad y diversidad internacional de bioinsumos.

  - Aumentar la presencia de bioinsumos nacionales en el mercado internacional. Se buscará el aumento en la diversidad de bioinsumos en el mercado internacional, Incrementar el número de bioinsumos de elaboración nacional con certificados internacionales y registrados.

  - Incrementar las alternativas biológicas para el reemplazo y/o la complementación de los productos químicos. Se pretende incrementar la venta de bioinsumos registrados y mejorar la disponibilidad de bioinsumos de reemplazo/complementación.

  - Disminuir la presencia de bioinsumos en el mercado informal. Para esto se implementarán medidas sancionatorias para el comercio de bioinsumos no registrados.

LOS IMAGINARIOS EN EL PLAN DE ACCIÓN

En el plan se puede encontrar los tres imaginarios sociotécnicos identificados por Hubert y Spivak L' Hoste (2021): el imaginario mercantil, el imaginario desarrollista y el imaginario de la justicia socio-ambiental. En efecto, se establecen objetivos y metas para que el desarrollo y uso de bioinsumos en el país se convierta en un potencial tecnológico que ayude a mejorar la situación económica, social,

ambiental y cultural. Se plantea como una de las mejores alternativas al uso de los agroquímicos ya que se muestra este insumo como superador y con más condiciones tecnológicas para el cuidado medioambiental. Retomamos aca los imaginarios identificados por Hubert y Spivak L' Hoste (2021) y los aplicamos al plan del Ministerio:

- El imaginario mercantil, se propone el plan ya que los bioinsumos son un potencial para el desarrollo económico del país ya que "ofrece ventajas competitivas favorables para el desarrollo de bioinsumos de uso agropecuario". A lo largo del plan se muestra a los bioinsumos como una potencia que va a desarrollar al país económicamente porque es uno de los pioneros en implementar esta tecnología lo que permite tener réditos económicos que van a beneficiar al sector científico, agrícola y al comercial. Se propone como una tecnología que generará empleos a la sociedad y que será un campo potencial para el desarrollo del país. Es una tecnología innovadora que permitirá atraer inversiones y ser exportadora de tecnología convirtiéndose en una promesa para el desarrollo de Argentina y para que sea colocada dentro de los países subdesarrollados ya que posee tecnología de punta para el desarrollo de control biológico para el agro.

- El imaginario desarrollista, se presenta como un gran campo de indagación e investigación en el ámbito de la ciencia por lo que se constituye en un espacio para el desarrollo científico, social y económico. "Los sectores de investigación académica, el empresarial e industrial en Argentina, hace más de tres décadas que se investiga en biofertilizantes, bioestimulantes y agentes biológicos para el control de plagas" Establece el plan de Acción.
  El desarrollo de bioinsumos en el país es una promesa para el campo de la tecnología y la ciencia porque se puede crear un sector fuerte de desarrollo y de conocimiento. El país cuenta con recursos humanos y tecnológicos para poder posicionarse en este campo y convertirse en una potencia en el campo de los insumos para el agro. Este desarrollo en tecnología posicionaría al país dentro del mundo globalizado como una potencia en desarrollo convirtiéndose en una moneda de cambio y negociación en las relaciones internacionales permitiendo que se pueda posicionar como un agente fuerte ya que posee tecnología de biocontrol en su poder.

- El imaginario de Justicia socioambiental ya que el plan se posiciona desde una mirada a futuro donde la utilización de estos insumos va a permitir la mejora de la salud de los consumidores y el cuidado medio ambiental, al inicio del plan afirma que, “El actual escenario mundial conjuga las posibilidades que brinda la biotecnología con la demanda de los consumidores por alimentos más saludables, y una mayor conciencia global sobre la importancia de proteger el ambiente y la salud pública. Ello, gracias al aumento en el conocimiento de la opinión pública, sumado al cambio de paradigma productivo de la agricultura tradicional a una agricultura sustentable, basada en la utilización de técnicas agrícolas que resguardan al ambiente y la salud de los usuarios y consumidores” establece el plan del Ministerios de Agricultura, Ganadería y pesca del año 2019.
  La utilización de bioinsumos promete cuidar el medioambiente y preservar la salud de los suelos como de las personas que consuman dichos alimentos. Así se convierte en una de las más grandes promesas del cuidado medioambiental para poner freno a consecuencias globales como es el cambio climático. La utilización de estos insumos permitirá construir espacios más sanos para el ambiente y los seres humanos estableciendo así espacios de justicia socioambiental que estaban relegados con la utilización de los agroquímicos.

ALGUNOS ARRIBOS FINALES

Las proyecciones a futuro del uso de los bioinsumos en el sector agrícola es una promesa que despierta grandes expectativas.

De este modo aborda la relación entre la infraestructuras tecnológicas y culturas políticas teniendo en cuenta la dimensión nacional de los imaginarios, la interacción con el sistema tecnocientífico, las políticas públicas y la producción de bioinsumos. Pensar al estado como garante y formulador de políticas públicas este dado desde el imaginario desarrollista y de justicia socio ambiental a diferencia del sistema mercantil donde limita al estado a la regulación mínima dando mayor participación al ámbito privado siendo el mercado el regulador de estos espacios y pensarlo desde el imaginario de la

justicia socioambiental, donde se propone la necesidad de alcanzar una transición energética que no solo se asiente en una diversificación de los insumos utilizados en el agro, sino que impulse iniciativas respetuosas con el medioambiente que beneficien a las poblaciones directamente.

En estos espacios la construcción del imaginario tiene un rol central tanto como elemento epistémico como político y se produce una intersección de intereses entre quienes quieren el uso de los agroquímicos y las formas de llevar a cabo el proceso de transición donde siempre se pone en riesgo a los que menos tienen y salen beneficiados los grandes grupos económicos sacándole provecho a los recursos naturales. Construir un plan para la implementación de bioinsumos en el país implica generar políticas públicas a través del consenso de todos los actores que están involucrados en estos procesos. El concepto de imaginario sociotécnico permite tener un abordaje integral de la transición desde un planteo sociotécnico y como un análisis exhaustivo. Y pensar desde ahí la planificación ecológica teniendo en cuenta las nuevas tecnologías e instrumentos económicos con el fin de poder reducir la contaminación por el uso de agroquímicos es un nuevo desafío para la elaboración de políticas públicas.

BIBLIOGRAFÍA

- Arancibia, F. (2013). “Challenging the bioeconomy: The dynamics of collective action in Argentina.” Technology in Society 35: 79-92.
- Aykut, S. (2019) Reassembling Energy Policy: Models, Forecasts, and Policy Change in Germany and France. Science & Technology Studies 32(4): 13-35.
- Blois, M. P. (2016). “Ciencia y glifosato: interpelando órdenes. Una investigación en la prensa en el contexto argentino.” Cuadernos de Antropología Social 43: 73-93.
- Borraz, O. (2008). Les politiques du risque, Paris, Presses de Sciences Po.
- Chateauraynaud, F.; Torny, D. (1999). Les sombres précurseurs. Une sociologie pragmatique de l'alerte et du risque. Paris, EHESS.

- Goulet, F. y Hubert, M. (2020, en prensa) Making a place of alternative technologies. The case of agricultural bio-inputs in Argentina. Review of policy research.
- Herth, A. (2011). Le biocontrôle et la protection des cultures. 15 recommandations pour soutenir les technologies vertes. Disponible en: https://agriculture.gouv.fr/le-bio-controle-pour-la-protection-des-cultures-15-recommandations-pour-soutenir-les-technologies (consultado el 1/5/2020).
- Hubert, M. y Spivak L'Hoste, A. (2021). Los imaginarios sociotécnicos de las políticas de producción de energía eléctrica en Argentina. Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad — CTS, 16 (47), 223-250.
- Jasanoff, S. y Kim, S.-H. (2009). Containing the Atom: Sociotechnical Imaginaries and Nuclear Power in the United States and South Korea. Minerva, 47, 119-46.
- Levidow, L., Birch, K. y Papaioannou T. (2012) Divergent Paradigms of European Agro-Food Innovation. The Knowledge-Based Bio-Economy (KBBE) as an R&D Agenda. Science, Technology & Human Values 38: 94-125.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de Argentina. (2019) Plan de acción para el sector de los bioinsumos de uso agropecuario.
- Nelson, N., Geltzer., A y Hilgartner, S. (2008) Introduction: the anticipatory state: making policy-relevant knowledge about the future. Science and Public Policy 35(8):546-550.
- Vanloqueren, G. y Baret, P. (2009) How agricultural research system shape a technological regime that develops genetic engineering but locks out agroecological innovations. Research Policy, 38, 971-983.
- Wallerstein, I. (2005). El moderno sistema mundial. Tomo I. México: Siglo XXI. [págs. 489-502].

METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA PALEONTOLÓGICA EN DIARIOS GENERALISTAS DE LA PATAGONIA ARGENTINA

Guillermo Damián Spina | Universidad Nacional de La Matanza
spinaguillermo@gmail.com

RESUMEN:

Varios son los estudios que dan cuenta que los diarios representan una de las fuentes de información sobre ciencia y tecnología más frecuentemente utilizados por la sociedad.

Ante este contexto, en el presente trabajo se presenta la estrategia metodológica que fundamenta el estudio de la comunicación pública de la ciencia paleontológica en los diarios generalistas de la Patagonia Argentina (2022-23) que se lleva a cabo, como complemento de trabajos anteriores sobre los diarios generalistas impresos y digitales a nivel nacional.

Luego de realizar un análisis cualitativo, sobre la especialidad científica de la Paleontología y la forma de comunicarse la ciencia en general en la prensa generalista argentina; desde una perspectiva cuantitativa se diseñó una matriz de 32 variables para analizar los niveles de cobertura periodística sobre la información científica paleontológica publicada.

Mediante la metodología de análisis de contenido con un muestreo de semana construida durante un período anual, se pretende observar la estrategia editorial de los medios analizados en cuanto a visibilidad, jerarquización y tipos de fuentes utilizadas para abordar la comunicación de la ciencia paleontológica.

El corpus seleccionado para la investigación, es de cinco diarios argentinos correspondientes a las cinco provincias patagónicas, 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.

De este modo, se pretende dar cuenta de la construcción de instrumentos de captura de unidades, registro de datos y variables para observar tendencias en la cobertura periodística sobre ciencia paleontológica y su relación con la ciencia en general en Argentina, en el marco de los estudios de la comunicación pública de la Ciencia.

Este tipo de estudio resulta de interés para la comunidad paleontológica para comprender cómo se comunican los avances de la disciplina a la comunidad no paleontológica. Siendo también de interés para la comunidad educativa, principalmente los docentes universitarios que se vinculan con estudiantes interesados en disciplinas relacionadas a las ciencias de la tierra, atraídos por los "imaginarios" construidos desde los medios de comunicación sobre la paleontología.

Palabras claves: Comunicación de la ciencia, Paleontología, Diarios argentinos

INTRODUCCIÓN

Los estudios de la Comunicación Pública de la Ciencia (CPC) comprenden la totalidad de actividades de comunicación y socialización que cuentan con contenidos científicos destinados a ser transmitidos al público en general. Fundamentando su objetivo 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. En consecuencia, la CPC utiliza técnicas de la publicidad, el espectáculo, las relaciones públicas, la divulgación tradicional, el periodismo, entre otras y excluye a las prácticas entre expertos.

En esta línea, se consideran como funciones de la 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. Pero también, "es necesario distinguir claramente todos estos diferentes discursos acerca de la ciencia y no confundir la actividad discursiva de producción del saber -destinado a otros miembros de la comunidad científica- con los discursos sobre las condiciones de esta producción y sus resultados que van dirigidos a otros sectores de la sociedad" (Verón, 1998: 99).

En tal contexto, en el 2013 un primer estudio realizado[87] sobre la cobertura los diarios generalistas nacionales (llamados popularmente así, pero que en realidad se editan en la Capital Federal y Gran Buenos Aires abordando en general los intereses de dicha región, como fueron los casos de Clarín, La Nación y Tiempo Argentino), dio inicio a una línea de investigación 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 contexto descrito, se inició el presente año la investigación denominada “Comunicación científica paleontológica en los diarios generalistas de la

[87] Tesis "La comunicación pública de la ciencia en los medios gráficos argentinos" de Guillermo Damián Spina. Universidad Nacional de La Matanza, Maestría en Comunicación, cultura y discurso mediático.

Patagonia Argentina"[88], con el fin de profundizar el análisis de la comunicación científica llevada a cabo por los diarios generalistas de la región del país donde se producen la mayor cantidad de hallazgos paleontológicos, sobre una temática que se había observado en las investigaciones previas, era de la más abordada por la prensa nacional

MARCO TEÓRICO

Partiendo de la concepción en la que el periodismo científico tiene como función crear una conciencia científica colectiva como un factor de desarrollo cultural y educativo que contribuya a combatir el desinterés, a partir de desdramatizar la ciencia y el aprendizaje para comunicar (Calvo Hernando, 2003).

Se puede identificar, 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 repercusiones generada por la apropiación del conocimiento científico y tecnología por parte de los ciudadanos y colectivos sociales de acuerdo al país. Para lo cual, planteó 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 diversos paradigmas en relación al nivel de comprensión del público masivo a la producción informativa del periodismo científico y las funciones que se les otorga (Cortassa, 2011). Entre la década del sesenta y mediados de la década del ochenta, imperaba el concepto de "alfabetización científica" (Bauer, 2007) que infería el déficit cognitivo del público, y ante ello el periodismo científico facilitaba la transmisión de dicho

[88] Investigación "Comunicación científica paleontológica en los diarios generalistas de la Patagonia Argentina" (CyTMA2), Periodo: 2022-2023, presentada en el Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de la Matanza (UNLaM). Dicho proyecto está dirigido por Guillermo Damián Spina e integrado por Pablo Daniel Farinato, Damián Andrés Fernández, Melanie Ángeles Lago, Leonardo Salgado y Juliana Sterli.

conocimiento. Luego, entre mediados de los ochenta y mediados de los noventa, se cambió al paradigma de la "comprensión pública de la ciencia" que consideraba la falta de valorización de la ciencia en consecuencia al desconocimiento por parte del público sobre la temática. De tal modo, planteaba en consecuencia que era necesario educar y conquistar a la sociedad. Por último, el paradigma definido por Bauer (2007) es el denominado "ciencia y sociedad", correspondiente a mediados de los noventa, que invierte el diagnóstico de la problemática, considerando que el déficit de conocimiento se concentra en las instituciones científicas y en los expertos sobre el público que está dotado de saberes propios que pueden complementarse con la información especializada. Por consiguiente, este modelo propone instar a una mayor promoción de la participación en las decisiones sobre cuestiones científicos- tecnológicas.

Las nuevas corrientes de pensamiento al respecto, consideran la constitución de un “ciudadano científico”, que intervenga en la gobernanza de la ciencia, la cual es atravesada por diferentes intereses en juego (Irwin y Michael, 2003). En consecuencia, es en tal escenario, que la oferta informativa que propician los medios de comunicación masiva adquiere relevancia.

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.

Cada medio de comunicación establece una agenda de temas, una ponderación en relación con sus fines (comerciales, políticos, editoriales, etc.), para lo cual selecciona hechos de acuerdo a criterios noticiables, que los vuelve acontecimientos noticiosos. De tal forma, la información como un bien público se configura como producto lanzado al mercado comunicacional.

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 no 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).

Por otra parte, Martini y Luchessi (2004) distinguen una nueva tipología determinada por la importancia, extravagancia, rareza, curiosidad y conflicto. La novedad (entendida como una innovación importante o acontecimientos que acaban de ocurrir); excepcionalidad; imprevisibilidad; el interés público (entendido como el de muchas personas); el interés de los medios y de las fuentes; la revelación de lo oculto y la gravedad de los hechos. También, influyen el impacto o los efectos de una noticia en el futuro de una sociedad, la relevancia de sus protagonistas, el éxito del público (una recepción acorde con la noticia publicada), la cercanía geográfica con el lugar de los hechos y el compromiso con la sociedad, entre otros (Martini y Luchessi, 2004).

En términos generales, consideramos que las informaciones en ciencia cumplen con los rasgos de las 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.

En la práctica periodística, la selección de hechos noticiosos está intrínsecamente unida a la acción de jerarquizar que consiste en “ordenar, priorizar, destacar algo y relativizar otros temas” (López, 1995: 38). Estos criterios se observan en el modo en que se disponen los elementos textuales y gráficos conformando niveles de lectura que se corresponden con la ponderación respecto a que es lo importante en cada edición. Es decir, la relevancia atribuida a una información se corresponde a su visibilidad.

Por otro lado, cada ámbito de la actividad humana presenta complejidades en sus múltiples aspectos de abordaje. En el caso particular de la producción de conocimiento sobre ciencia, los campos de estudio y aplicación son sumamente

amplios y revisten de alguna relevancia social. Por eso, los paradigmas de la CPC distinguen niveles de conocimiento público. En ese sentido, es que la medición de la publicación de temáticas científicas permite observar un modo de selección noticiosa y así, inferir concepciones sobre la relación entre ciencia y sociedad vigentes en los medios de comunicación que refuerzan representaciones sociales sobre la misma y los investigadores[89].

En la práctica periodística, la producción de noticias está condicionada por el acceso a la información y su adaptación al lenguaje masivo. Puede ocurrir que la recolección de datos, consulta de fuentes y materiales sea realizada por el periodista o el corresponsal del diario o bien, que provenga de formatos "prefabricados" como las gacetillas o comunicados de prensa, cables de agencias de noticias (científicas o generalistas). Este segundo grupo, se caracteriza por redactar la información de acuerdo a los parámetros periodísticos sin editorializar, a los efectos de que puedan ser utilizados por una mayor cantidad de medios.

En efecto, si consideramos a los medios de comunicación como empresas periodísticas se pone en evidencia que la elección sobre ¿quién produce la información? implica destinar recursos económicos, humanos y temporales para la construcción de la noticia. De modo que este aspecto revela el criterio de jerarquización de la ciencia en las publicaciones en estudio.

En el mismo sentido funciona la observación sobre el género periodístico utilizado para comunicar información científica. Según Bajtín (1979), los géneros discursivos son adaptaciones del lenguaje a situaciones de comunicación particulares, por lo que presentan rasgos estables vinculados a las condiciones de producción, circulación y recepción de los textos. En este caso, en el ámbito periodístico el uso de diferentes géneros (noticia, crónica, entrevista, informe, etc.) está determinado por la disponibilidad de recursos para su elaboración y la intencionalidad de presentar abordajes de calidad que se diferencien de otros medios.

89 Se entiende la representación social, en términos de Raiter (2012), como "el conjunto de creencias compartidas por y presentes en todos los hablantes de una comunidad lingüística" (p. 17). Su funcionamiento nos permite comprender el mundo y condicionan nuestras acciones. Se socializan mediante el lenguaje y la comunicación.

LA COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA SEGÚN SU DISCIPLINA

La literatura científica al respecto plantea que suele haber diferencia en el tratamiento de estos temas. Olmos-Peñuela, Castro-Martínez y Fernández-Esquinas (2014), por ejemplo, plantean que existen grandes divisiones disciplinarias, que se exponen como modelos típicos. El primero es el modelo de divulgación de las ciencias experimentales, donde "una parte importante de las actividades de divulgación está vinculada al descubrimiento, entendido como la culminación del trabajo organizado en torno a proyectos de investigación. La divulgación se asocia frecuentemente a la comunicación de los que se consideran hallazgos relevantes".

El segundo es el modelo de divulgación de las ciencias humanas y sociales. Según los autores, "en el aspecto cognitivo del trabajo de los investigadores de las ciencias humanas y sociales no existen fases tan claramente asociadas al descubrimiento como en otras disciplinas, dada la distinta forma en que se desarrollan los paradigmas científicos. Ello se debe a que, para los humanistas y los científicos sociales, una parte esencial del material de trabajo es de carácter simbólico y conceptual, y en menor medida instrumental".

Teniendo en cuenta estos modelos y la diversidad de disciplinas a elegir y publicar, no parece haber una representación equitativa de cada uno de los campos en los medios. Según plantean Olvera-Lobo y López-Pérez (2013), la cobertura de la información científica es selectiva.

Tales planteos se pueden confirmar por lo constatado con la línea de investigación que se viene desarrollando en relación a la producción de ítems informativos científicos en los diarios generalistas de Argentina hasta el momento, analizando los diarios (tanto impresos como digitales) del país mediante las investigaciones PROINCE 55 a 195 (2015-2016), APIDC 219 (2017-2018) y CyTMA2-C2HUM037 (2019-2020).

En donde en todas las oportunidades, entre las conclusiones alcanzadas se confirmó que las temáticas mayormente abordadas por el periodismo científico en Argentina son las informaciones referidas a las Ciencias de la Salud y las Ciencias Naturales. Mientras que en la muestra nacional de casos en los diarios impresos los resultados indicaron que la información abordaba las Ciencias de la

Salud (35,6%) y las Ciencias Naturales (16%), en el caso de las versiones digitales los indicadores dieron cuenta que se abordó las Ciencias de la Salud (28,4%) y Ciencias Naturales (20,2%)

LA PALEONTOLOGÍA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para los públicos del mundo, la Paleontología es la ciencia naturales más populares, 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 pretéritos ocupan espacios noticiosos destacables y reciben una notable atención. A pesar de la asidua presencia de noticias paleontológicas en los medios masivos no hay, hasta el momento, estudios detallados sobre cómo es ese acto comunicacional. Meneses Fernárndez (2011) ha analizado el papel que cumplen los medios en la difusión y protección del patrimonio arqueológico y paleontológico, junto al tratamiento periodístico que dan a las noticias arqueológicas y paleontológicas, en España.

En líneas generales, la paleontología suele ser del interés de los medios masivos de comunicación, ya sea en la televisión, radio o diarios. Sin embargo, no hay estudios al respecto para saber con certeza más detalles cuantitativos y cualitativos sobre dicho acto comunicacional.

Haciendo foco en la Patagonia, la representación de las noticias sobre paleontología en esta región puede tener sus peculiaridades, tal vez debido

ciertas características particulares de la región (e.g., menor densidad demográfica).

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, tal abordaje aporta una representación precisa del conjunto de una serie de mensajes. Mediante dicha metodología, se puede asignar de manera sistemática los contenidos de la comunicación a categorías preestablecidas, utilizando para ello métodos estadísticos (Riffe, Lacy y Fico, 2005). Esto, a su vez, propicia identificar las relaciones entre las distintas características relevadas en el análisis de contenido realizado sobre el corpus establecido.

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 determinó a partir del establecimiento de una fecha aleatoria, que conforma una semana construida por semestre, en consecuencia se establecen dos semanas construidas para conformar una muestra anual.

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 1° semana de análisis, el semestre que va desde julio a diciembre del 2022 y como 2° semana al primer semestre del 2023 que contempla los meses de enero a junio.

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 set 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.

Por ende, al tratarse de una medición anual, fueron seleccionados doce días por doce meses 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.

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[90], 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.

El corpus seleccionado para la investigación, está constituido por los cuatro diarios argentinos correspondientes a las cinco provincias patagónicas indicadas, y que luego de analizar cualitativamente y cuantitativamente por investigadores propios de la región se establecieron cuáles eran los más representativos. De ese modo, la muestra se conforma por las siguientes publicaciones: Río Negro (Rio Negro/Neuquen), La Jornada (Chubut), La Opinión Austral (Santa Cruz), El Sureño (Tierra del Fuego).

Es pertinente aclarar, que al recortar la muestra de análisis de la investigación, se eligió analizar la región patagónica, teniendo en cuenta que dicha zona es la principal ubicación de descubrimientos fósiles en la Argentina, y por lo tanto, donde se podría inferir que existe una cultura e interés por la disciplina científica analizada en particular, como lo es la paleontología.

Como resultado del marco teórico, fueron definidas 32 variables de análisis, que permiten abordar la producción de la información, el género periodístico utilizado, la disciplina científica abordada, y cuál la especialidad paleontológica, identificar el carácter de la información paleontológica, precisando el sitio del hecho informativo. Además, a través de otras variables se identifica el tipo de ubicación del ítem noticioso analizado en el diario, el tamaño de la información, si la misma utiliza gráfica/imagen, en dicho caso la relación imagen-texto de la misma, la cantidad de fuentes utilizada para el abordaje periodístico, el género de fuente utilizada, la naturaleza de dicha fuente, el tipo de fuente, y la procedencia de la misma.

90 Proyectos de investigación “La comunicación pública de la ciencia en los diarios de la Argentina” PROINCE-UNLAM 55A195, presentada por el Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales en conjunto con el Instituto de Medios de Comunicación de la UNLAM. Dicho proyecto fue dirigido por María Victoria Santorsola y Guillermo Damián Spina e integrado por Adriana Amado Suarez, Natalia Pizzolo, Maximiliano Bongiovanni, Cecilia Beatriz Díaz, Santiago Fuentes, Valeria Antelo, Patricia Franco, Alejandra García Vargas, Milton Rubén Terenzio, Mariana Mendoza, Silvina Soledad Chaves, Daniel Pichl, Francisco Paterna y Nicolás Camargo Lezcano.

Para organizar dichas variables, se las agrupó en tres bloques, los cuales fueron denominados de la siguiente manera: Información general del ítem noticioso, Visibilidad del ítem noticioso y Fuentes y actores involucrados en el ítem noticioso.

CONSIDERACIONES FINALES

La investigación sobre la visibilidad, jerarquización y producción periodística de la ciencia, y especialmente en la disciplina de la paleontología como parte de la comunicación pública de la ciencia, exige observar nuevos hábitos informativos que se conforman en espacios de la formación de la opinión pública. Esto repercute en la necesidad de revisar instrumentos para conocer las piezas periodísticas y sus dinámicas.

En ese sentido, en este trabajo se ha dado cuenta de un proceso de reflexión en torno a decisiones metodológicas para llevar adelante el análisis exhaustivo del tipo y forma de producción de la noticia científica paleontológica, cuantificando la oferta informativa en temas de dicha especialidad en los diarios generalistas de la región Patagónica Argentina, en el contexto de todas la información que se publique sobre temáticas científicas.

Este tipo de estudio resulta de interés para la comunidad paleontológica para comprender cómo se comunican los avances de la disciplina a la comunidad no paleontológica. Siendo también de interés para la comunidad educativa, principalmente los docentes universitarios que se vinculan con estudiantes interesados en disciplinas relacionadas a las ciencias de la tierra, atraídos por los "imaginarios" construidos desde los medios de comunicación sobre la paleontología.

Con los resultados se espera observar no solo un escenario de la cobertura periodística sobre la comunicación pública de la ciencia, sino la posibilidad de analizar regularidades con respecto a otros estudios analizados en los últimos años.

BIBLIOGRAFÍA

- Bajtín, M. (1979). Estética de la creación verbal. Siglo veintiuno ediciones, 1982.
- 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.
- Dennis, E. y McCartney, J. (1979). 'Science journalists on metropolitan dailies'. Journal of Environmental Education 10, págs. 10-11. DOI: 10.1080/00958964.1979.9942627.
- Durant, J. R. (1990). Copernicus and Conan Doyle: or, why should we care about the publicunder standing of science? Science Public Affaires 5, 7-22.
- Fairclough, N. (1993). Una teoría social del discurso. En N. Fairclough, Discurso y cambio social (págs. 43-77). Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, UBA, 1998.
- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (2004). "El método científico aplicado a la investigación en comunicación social", Portal de la Comunicacion Incom UB (04/2004) http://www.portalcomunicacion.com/lecciones.asp?aut=11
- Irwin, A. and M. Michael. (2003). "Science, social theory and public knowledge", Open Univ. Press, Maidenhead, Philadelphia.
- Krippendorf, 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).
- López, M. (1995). Cómo se fabrican las noticias / Fuentes, selección y planificación. Barcelona: Paidós.

- Martini, S., & Luchessi, L. (2004). Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder. Buenos Aires: Biblós.
- Massarani, Luisa & Buys, Bruno (2007): “Science in the press in Nine Latin American countries”. Brazilian Journalism Research, 3 (2), 77-96.
- 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.
- MINCYT. (2015). Cuarta encuesta nacional de percepción pública de la ciencia. La evolución de la percepción pública de la ciencia y la tecnología en la Argentina, 2003-2015. Buenos Aires: Dirección de promoción y cultura científica del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación.
- 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)
- Olmos-Peñuela, J.; Castro-Martínez, E.; Fernández-Esquinas, M. (2014b). Diferencias entre áreas científicas en las prácticas de divulgación de la investigación: un estudio empírico en el CSIC. Revista Española de Documentación Científica, vol. 42 (2).
- Pasquali, A. (1990). Comprender la comunicación (Cuarta ed.). Caracas: Monte Avila Editores.
- Pellechia, M. (1997). ‘Trends in Science Coverage: A Content Analysis of Three US Newspapers’. Public Understanding of Science 6, págs. 49-68. DOI: 10.1088/0963-6625/6/1/004.
- Raiter, A. (2012). Tus creencias y las de los medios. En A. Raiter , & J. Zullo, Esclavos de las palabras (págs. 11-43). Buenos Aires: Editorial de la facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

- Riffe, Daniel, Lacy, Stephen, y Fico, Fredrick. (2005). Analizing 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. (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.
- Suleski, J. e Ibaraki, M. (2010). 'Scientists are talking, but mostly to each other: a quantitative analysis of research represented in mass media'. Public Understanding Science 19 (1), págs. 115-205. DOI: 10.1177/0963662508096776
- 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.
- Verón, E. (1998). "Entre la epistemología y la comunicación" En CIC Cuadernos de Información y Comunicación, N° 4, P. 99, Servicio de Publicaciones, Universidad Complutense de Madrid.

MESA 10:

COMUNICACIÓN AMBIENTAL

Coordinadoras de mesa:
Grasso, Agustina; Ortiz, Karina

COMUNICACIÓN Y AMBIENTE EN ZONAS VULNERABLES. CÓMO ACTÚAN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS.

Miguel Mendoza Padilla | Universidad Nacional de Avellaneda
mpadilla@undav.edu.ar

Santiago Giorello | Universidad Nacional de Avellaneda
sgiorello@undav.edu.ar

RESUMEN

En las dos últimas décadas se ha hecho hincapié en los medios de comunicación sobre la problemática ambiental y la importancia de cuidar el medio donde vivimos, en busca de una mejor calidad de vida. Pero la realidad nos marca que ello no resulta efectivo a la hora de revisar el estado ambiental de las zonas más vulnerables de la sociedad, por eso consideramos pertinente la presente investigación, la cual pretende indagar sobre las campañas públicas y privadas vinculadas a los sectores marginales y vulnerables en términos de accesos culturales y derechos elementales, que en muchos casos se encuentran postergados en primer instancia en el tema ambiental relacionado a la salud, educación, seguridad ambiental y contaminación entre otros.

Palabras Clave: Comunicación-Ambiente-Vulnerabilidad

Abstract: In the last two decades, the media has emphasized environmental problems and the importance of caring for the environment in which we live, in search of a better quality of life. But reality tells us that this is not effective when reviewing the environmental status of the most vulnerable areas of society, which is why we consider this research relevant, which aims to investigate public and private campaigns linked to marginal sectors. and vulnerable in terms of cultural access and elementary rights, which in many cases are neglected in the first instance in the environmental issue related to health, education, environmental safety and pollution, among others.

deterioro, asociado a la vulnerabilidad propia que deviene de las condiciones sociales existentes en el área. Pese a ello, se ha avanzado muy poco en relación a la atención de la población en situación de riesgo, que, según datos aportados por la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación (SAyDS) a la Corte Suprema de Justicia de la Nación (CSJN), alcanza a dos millones de personas. Según un informe de la Universidad Nacional de Lanús determinó que esta localidad es la que tiene las peores condiciones ambientales -más de 500 basurales a cielo abierto.

En la actualidad la Cuenca Baja del Matanza-Riachuelo concentra la combinación de altos niveles de pobreza crítica (las tasas más altas de mortalidad infantil de toda la cuenca se registran en esta zona) y concentración de asentamientos precarios en los bordes del curso de agua (en el caso de la Capital Federal, el 90% de los asentamientos precarios se concentra en la zona lindera al Riachuelo, en el conurbano en las márgenes de dicho cauce están asentadas las villas de emergencia más antiguas del Área). Desde el punto de vista de los asentamientos humanos las zonas más críticas de la Cuenca son la zona portuaria del Riachuelo y la zona altamente industrializada a lo largo del río desde su desembocadura hasta cerca de Villa Diamante y Fiorito, así como la concentración de “villas de emergencia” que ocupan un área bastante extensa en las cercanías de Villa Fiorito, Villa Diamante, Villa Albertina, los Puentes Pueyrredón y Avellaneda. Los basurales en los alrededores del Mercado Central son también áreas críticas, así como una importante concentración de población residente en “villas de

emergencia” sobre ambas márgenes del Río Matanza. (Plan de Gestión Ambiental y manejo de la Cuenca Hídrica Matanza – Riachuelo, 1996).

OBJETIVOS

a) *General o marco de referencia*

- Indagar sobre qué políticas comunicacionales se aplican sobre el cuidado ambiental en zonas vulnerables de grandes ciudades y si estas son efectivas.

b) Objetivos específicos

- Realizar talleres y clínicas de capacitación y discusión interdisciplinar entre docentes y estudiantes de comunicación y ambiente.
- Realizar un análisis de situación en forma conjunta entre ambientalistas y comunicadores/periodistas con asesoría en derecho y tecnologías de la información.
- Encuestar y entrevistar a vecinos, referentes barriales, docentes, trabajadores de la salud y especialistas sobre las debilidades y fortalezas de las políticas de comunicación ambientalistas implementadas.

CARACTERIZACIÓN DEL ESTUDIO O DISCUSIÓN TEÓRICA PROPUESTA. - ENFOQUE Y/O METODOLOGÍA DE ABORDAJE.

Como se expresó en el resumen del tema y en el plan de trabajo, se busca trabajar, en primera instancia, en reuniones académicas de trabajo para la puesta en marcha del proyecto y planificar el trabajo de la recolección de datos en la zona seleccionadas, con métodos de recolección de información como: encuestas, entrevistas, observaciones participantes, registros fotográficos y audiovisual; búsqueda de material producido sobre la temática y entrevistas en profundidad a vecinos, especialistas y funcionarios pertinentes y rastrillaje bibliográfico.

Luego los especialistas ambientales realizan técnicas de observación y análisis de información recolectada y sistematizada para determinar líneas de acción, en forma conjunta con los periodistas y asesorados por abogados. En esta instancia nuevamente se plantea la realización de encuentros áulicos y en territorio entre estudiantes, docentes y actores sociales.

Como consecuencia se pensarán tipos de estrategias de comunicación a emplear para socializar los resultados del análisis ambiental y cómo encarar la problemática. Uno de los planteos es el uso de los medios de comunicación como socializadores de los primeros resultados y la otra con visitas a las escuelas y otras instituciones del tercer sector por medio de charlas y presentaciones.

También se realizarán análisis de distintos tipos de documentación: leyes nacionales y/o provinciales (Argentina, Bolivia y Paraguay), normativas y distintas herramientas letradas. Es importante destacar que el análisis de documentos tiene por objetivo "adquirir conocimientos sobre las personas que los redactan y mantienen al día". Es decir, que "*estos materiales permiten comprender las perspectivas, los supuestos, las preocupaciones y actividades de quienes los producen* (...) las estadísticas oficiales nos proporcionan información sobre los procesos organizacionales, más que sobre criminales, desviados u otros tipos de personas a cerca de las que tratan".

Con respecto a las técnicas en primer lugar se indagará mediante la técnica de búsqueda de material de archivo, en torno a registros documentales, históricos, libros, revistas, diarios, y demás materiales que permitan trazar ejes en las zonas de campo propuestas. Paralelamente se realizarán entrevistas abiertas y debates (como primer acercamiento) a actores claves de la problemática ambiental en zonas vulnerables.

https://www.acumar.gob.ar/patrimonio/recorrido-cuenca-matanza-riachuelo

La principal técnica será la entrevista en profundidad, siguiendo el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas. No será una mera recolección protocolar, sino que el propio investigador es el instrumento de la investigación. El rol implica no sólo obtener respuestas, sino también aprender qué preguntas hacer y cómo hacerlas. Orozco Gómez plantea una clasificación de los diversos modelos de entrevista en profundidad.

Se desarrollará la denominada entrevista semidirigida en la que “hay temas y subtemas con preguntas amplias, que permiten que el entrevistado pueda semi conectarse libremente con el subtema abordado”. Tal como explican Walter Romero Gauna y Alberto Mego, este tipo de entrevistas agrupan a su vez distintas técnicas que “buscan un análisis más profundo de las opiniones, actitudes y personalidad que surgen de la subjetividad del entrevistado”.

En tanto método de investigación cualitativo, las entrevistas en profundidad tienen mucho en común con la observación participante. Esto se relaciona con formular inicialmente preguntas no directivas y aprender lo que es importante para los informantes antes de enfocar los intereses de la investigación.

El observador participante obtiene una experiencia directa del mundo social. El entrevistador reposa exclusiva e indirectamente sobre los relatos de otros, ya que a través de ella podremos construir el objeto de investigación. Se seleccionó la técnica de la observación participante que implica observar mientras se participa, y participar mientras se observa. la observación participante, que pretenderá ir "de una apreciación del detalle etnográfico a conceptos útiles para abordar cuestiones con las que ya llegamos a esa investigación" (Becker, 2006), y convertirse de ese modo en un complemento que permita relevar aquellos datos que escapan a las oralidades; y el análisis de documentos, que permitirá estudiar diversas normativas y comunicaciones institucionales, así como ponerlas en relación con las interacciones y sentidos registrados en la práctica.

PRINCIPALES RESULTADOS, REFLEXIONES Y CONCLUSIONES MÁS IMPORTANTES.

En lo que refiere a la cuestión coyuntural, es pertinente tomar en cuenta los lineamientos de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación, donde expone siete objetivos desde la Subsecretaría de Planificación y Política Ambiental que van en la línea del trabajo de investigación, en especial en el punto 3 donde se expresa: "Intervenir en la elaboración y actualización permanente del diagnóstico de la situación ambiental y de los asentamientos humanos, en coordinación con otros organismos nacionales, provinciales y municipales".

Como dice Ricardo Serra (Decano del Depto de Ambiente y Turismo de la UNDAV) "El tema de la cuenca Matanza - Riachuelo, tiene tantos años de historia como el país, por lo menos 150 años. Vamos a poner un punto en la creación de la autoridad Cuenca Matanza-Riachuelo, que esto se dio en la década entre el 2003 y el 2010, que se creó la autoridad de Cuenca Matanza- Riachuelo (ACUMAR), donde hubo diferentes gobiernos". El tema central de la autoridad de Cuenca Matanza- Riachuelo que como única Cuenca en el país, el Estado en sus distintas facetas -municipal, provincial y nacional- tiene que cumplir una sentencia, ratificada y dada por la Suprema Corte de Justicia.

Teniendo en cuenta que tanto los departamentos de comunicación y tecnologías de la información como el de ciencias ambientales llegarán a su decimotercer año de desarrollo en el año próximo, es de vital importancia generar conocimiento y materiales de cátedra para las cátedras de producción propia de la UNDAV para sus docentes. A su vez es clave seguir tejiendo redes con universidades nacionales e internacionales en el proceso de visibilización de esta casa de estudios, con el aporte no sólo de investigadores sino de estudiantes en relación con la comunidad y sus problemáticas, herramienta clave para entender a las universidades como eslabón necesario de los pueblos para mejorar su calidad de vida.

BIBLIOGRAFÍA

- ACUMAR, Plan Integral de Saneamiento Ambiental de la Cuenca Matanza Riachuelo Diciembre 2009.
- ACUMAR. Cuenca Matanza-Riachuelo. Manual para Inspectores. Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD. Buenos Aires JULIO 2010
- ACUMAR - Autoridad de Cuenca Matanza Riachuelo https://www.acumar.gob.ar/patrimonio/legislacion/
- LEY CUENCA MATANZA RIACHUELO servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/120000-124999/122769/norma.htm
- Capanninni, D. y V. Mauriño, 1966. Suelos de la zona esteárica comprendida entre Buenos Aires y La Plata. INTA, Colección Suelos, N2, 46 págs., Buenos Aires.
- BECKER, Howard (2009). “Outsiders. Hacia una sociología de la desviación”. Buenos Aires: Siglo XXI.
- DA PORTA, E. *Senderos y recorridos. Apuntes para un mapa de investigación*. Tram(p)as n° 29, FPyCS, UNLP, La Plata, 2004.
- EASNE, 1973. Contribución al estudio geohidrológico del noreste de la prov. de Buenos Aires. C.F.I. Serie técnica 24, 157 págs., Buenos Aires.
- FARM - Fundación de Ambientes y Recursos Naturales. https://farn.org.ar/

- FERRETI, E. y otros (Comp.) *Comunicar el ambiente. Una nueva experiencia pedagógica*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. 2009
- Gómez Orea, D., 1994. Ordenación del territorio. Una aproximación desde el medio físico. Instituto Tecnológico Geominero de España. 238 págs., Madrid.
- JENSEN, B.; JANKOWSKY, N. W. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Bosch, Barcelona, España.
- Los siete objetivos se encuentra en la página oficial de la Secretaria http://www.ambiente.gov.ar/?idseccion=156
- MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía.* Editorial Nomos, 1993, Colombia.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Oficio de cartógrafo*, Fondo de Cultura Económica, 2002 Santiago de Chile.
- OROZCO GÓMEZ, G. *La investigación en la comunicación desde perspectivas cualitativas.* Ediciones de Periodismo y Comunicación, 1996.
- PASQUALIi, A. *Información Vs Comunicación.* Comunicación y cultura de masas. Monte Ávila, Caracas 1972.
- Pereyra, F. y H. Rimoldi, 2003. Geological and environmental aspects of the development of megacities. The case of Buenos Aires Metropolitan area, Argentina. Bull. Eng. Geology and Environment, 62:341-351.
- Pereyra, F., 2001. En Borthagaray compilador. El Río de la Plata como territorio. FADU (UBA)-FURBAN-INFINITO.
- Pereyra, F., F. Helms, S. Cavallaro, C. López y A. Dzendoletas, 2005. Estudio geocientífico aplicado al ordenamiento territorial. San Carlos de Bariloche. SEGEMAR. Serie Anales N°42. Convenio SEGEMAR-BGR, 165 páginas. Buenos Aires.
- Pereyra, F.X., 2004. Geología urbana del área metropolitana bonaerense y su influencia en la problemática ambiental. Revista de la Asociación Geológica Argentina, 59 (3):445-467.
- Rodriguez, K., 2004. Geología del Partido de Avellaneda. FCEyN-UBA, Trabajo Final de Licenciatura, inédito.
- ROMERO GAUNA, W y MEGO A. *La entrevista*. Apunte de Cátedra de Taller de Producción Gráfica I de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP. 2006.

- Sánchez, R., 2009. Ordenamiento Territorial. Editorial Orientación Gráfica Editora. 260 págs.
- Santa Cruz, J.N., 1972. Estudio sedimentológico de la Formación Puelches en la provincia de Buenos aires. Revista de la Asociación Geológica Argentina, T27, 1:5-62.
- Taylor y Bodgan, En “Introducción a los métodos cualitativos de investigación”, 1990, Pág. 149.
- Tognelli, G., 2002. La perspectiva geológica en el ordenamiento ambiental territorial municipal. II Congreso Argentino de Cuaternario y Geomorfología, Actas I:533-544.
- Tricart, J. y E Killian, 1982. La Ecogeografía y la ordenación del medio natural. Editorial Anagrama, 288 págs.
- UNLaM. Manual para el Docente. *“2as Olimpíadas Ambientales de las cuencas Matanza- Riachuelo y Reconquista del Conurbano Bonaerense 2009”*. Instituto de Medio Ambiente. UNLaM, 2009.
- www.acumar.gov.ar/archivos/web/ La Cuenca Matanza-Riachuelo –Cinco siglos de historia

MESA 11:

COMUNICACIÓN Y DEPORTE

Coordinadores de mesa:
Bilyk, Pablo; Bonino, Osvaldo; Fernández, Leonardo; Insúa, Patricio

EL EJERCICIO DEL PERIODISMO Y LAS NUEVAS HERRAMIENTAS DIGITALES EN EL PROCESO DE SELECCIÓN, JERARQUIZACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA.

Walter Barboza | Universidad Nacional de La Plata
wbarboza@perio.unlp.edu.ar

Gonzalo Annauasi | Universidad Nacional de La Plata
gannuasi@perio.unlp.edu.ar

RESUMEN

El presente trabajo se enmarca en el proyecto de investigación *La construcción de la información deportiva en Argentina y en América Latina. Perspectivas comunicacionales en la construcción de sentido en torno al deporte en los principales medios digitales del continente* que desarrollan docentes investigadores de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP) y propone indagar sobre la transformación de las prácticas periodísticas que provocan las herramientas digitales en la construcción de la información deportiva.

La consolidación del uso de herramientas digitales en la construcción de la información deportiva durante los últimos años, tanto en su etapa de producción como en la de circulación, se vio notoriamente potenciada durante la pandemia de Covid 19. Entonces, la interpelación a las rutinas de producción y a los hábitos de consumo informativo de los procesos de selección, jerarquización y

producción de la noticia, así como la reposición conceptual de términos claves en la producción y circulación de la información, proponen un escenario inédito para indagar sobre prácticas periodísticas.

Así, en esta etapa de la investigación, se desarrollan una serie de entrevistas en profundidad a trabajadores de prensa que, metodológicamente, aportan detalles propios del ejercicio de la profesión en pleno Siglo XXI, donde los procesos de producción, circulación y consumo de la información deportiva son muy diferentes a los que marcaron las rutinas profesionales durante el Siglo XX.

Algunas de esas prácticas dan cuenta de la incidencia que la tecnología digital, y las interacciones con usuarios y consumidores de noticias, van conformado un nuevo escenario en el que el propio proceso de selección, jerarquización y construcción de la información, se ve condicionado por este tipo de nuevas experiencias comunicacionales surgidas al calor de las TICS.

Entre los medios argentinos objeto de estudio, se encuentra el diario Río Negro, que resulta de particular interés, atendiendo a que es uno de los medios más relevantes de la región sur de la Argentina. Pero además, constituye un caso de estudio especial, tanto por su área de cobertura, como por las temáticas que aborda, ya que la cuestión climática y geográfica lo obligó a adoptar criterios de selección y jerarquización con marcadas diferencias al resto de los medios del interior del país.

Palabras clave: Medios digitales – Deporte - Información

PERFIL DEL MEDIO

Fundado en 1912 en General Roca por la familia Rajneri, provincia de Río Negro, es el diario tradicional del norte de la Patagonia argentina, desde la costa atlántica hasta la cordillera. Su zona de influencia son las provincias de Río Negro y Neuquén, lo que significó que el diario posea una amplia red de agencias que permitía atender la cobertura periodística a un área de casi 300 mil km^2. Del mismo modo, su público lector resultó no solamente amplio, sino también con

una importante dispersión geográfica.

Empresarialmente, no tuvo el desarrollo habitual hacia un multimedios con numerosas empresas relacionadas, como han hecho la mayoría de los diarios históricos del interior del país, integrando radios AM y FM, canal de TV (aire o cable) y distribución de TV por cable. Además del diario en los dos soportes (papel y digital), Editorial Río Negro S.A posee dos radios FM, una en Neuquén (90.9) y otra en General Roca (105.7).

Actualmente, al diario lo producen unas 100 personas, de las cuales 70 participan en la producción periodística, tanto en la redacción como en las distintas agencias a lo largo de las dos provincias. En particular, la sección de Deportes la integran tres personas de carácter permanente y dos de manera parcial.

Facundo Rumene es jefe de la Sección Deportes y uno de los responsables periodísticos de toda la edición del diario. Sus definiciones permiten comprender algunos de los criterios de selección y jerarquización informativa del medio y las prácticas periodísticas en la construcción de la información deportiva.

LA SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

A lo largo de trabajos anteriores, pudo determinarse la jerarquización prioritaria del fútbol profesional en los suplementos deportivos de los medios gráficos estudiados, tanto en sus ediciones en papel como en las digitales. Esta situación, sostenida en el tiempo, encuentra su justificación en la existencia de instituciones deportivas con fútbol profesional participando en los principales torneos del país. Así, puede observarse la relevancia de información deportiva sobre Godoy Cruz en *Los Andes* (Mendoza), sobre Talleres, Belgrano e Instituto en *La Voz* (Córdoba), sobre Aldosivi en *La Capital* (Mar del Plata), sobre Rosario Central y Newell's en *La Capital* (Rosario) o sobre Atlético y San Martín en *La Gaceta* (Tucumán).

Por otro lado, puede entenderse que por cuestiones fundamentalmente climáticas, el desarrollo en el sur del país de un fútbol profesional lo

suficientemente competitivo como para participar y permanecer en las principales competencias de AFA resultó casi imposible. Esta situación impactó directamente en el proceso de selección y jerarquización de la información del *Diario Río Negro*, que a diferencia de los otros medios regionales estudiados, suele darle un espacio preponderante a la información de equipos del Área Metropolitana de Buenos Aires, fundamentalmente Boca Jrs y River Plate.

Esta situación pone en superficie una primera dificultad en el ejercicio de la profesión, en tanto que los acontecimientos de relevancia para el medio suceden a varios cientos de kilómetros de distancia. Para Rumene "con tener manejo de redes sociales conseguís la información. Entonces no hay una exigencia de cobertura *in situ*, porque no hay herramientas ni recursos humanos. Entonces quizá lo nuestro es ser más un puente de comunicación que un generador de contenidos. Eso es una realidad. ¿Es lo ideal? ¿Es lo que uno pretende? Si me pongo a pensar, no. Pero elegí jugar este juego y es lo que toca".

En este sentido, es importante destacar el rol preponderante que se le otorga al uso de las redes sociales y dispositivos electrónicos en el proceso de recolección primaria de la información. No obstante, también amerita destacar que los criterios de jerarquización de *Rio Negro* son previos a la irrupción de las TICs.

¿Cómo se aborda entonces, periodísticamente, un acontecimiento permanentemente a la distancia? ¿Cómo se posiciona el medio en un mercado de la información desigual y muy concentrado, donde los grandes multimedios tienen la posibilidad de llegar en tiempo real a su mismo público hace al menos tres décadas?

Rumene considera que "no todos los periodistas que hablan de River y Boca van a la cancha de River y Boca. Entonces, hay una necesidad también de meterse en los temas masivos para hablar de las cosas que le habla la gente. La gente en la fila del banco habla de las cosas que le llegan por los medios masivos; y nosotros somos un medio masivo".

LA MIGRACIÓN DE LECTORES HACIA LA WEB

Si el fenómeno de caída de ventas de las ediciones en papel de los principales diarios del país (y del mundo) era una constante hasta principios de 2020, la crisis que generó la pandemia de Covid-19 "aceleró de forma muy marcada este proceso enfocado a las métricas. Las caídas de la venta de papel ha sido estrepitosa".

Según el informe de Coyuntura Cultural publicado en junio de 2022 por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) dependiente del Ministerio de Cultura de la Nación, la circulación de diarios informado por el Instituto Verificador de Circulaciones pasó de 783.000 ejemplares diarios promedio en 2016 a 627.000 en 2021. En particular, el *Diario Río Negro* pasó de 21.900 ejemplares vendidos en agosto de 2015 a 5.300 en 2021. En este sentido, la percepción dentro de la redacción da cuenta de un fenómeno similar: "la sensación es que el diario [en formato papel] funciona mucho más internamente para autoridades y para cierta parte del establishment político, de más de 40 o 50 años. Después, en términos de medio masivo, lo que lee la gente es la web".

Al mismo tiempo, el ejercicio profesional supone nuevos desafíos, entendiendo que las audiencias digitales generan información sobre su recorrido virtual de gustos e intereses que puede observarse en tiempo real y permite generar contenidos en función de ello. Explica Rumene que como jefe de sección lo que hago es no mirar, pero preguntó al responsable de la web de la tarde '¿de qué se está hablando?', '¿qué es lo que se está nombrando en *trends*?'. Y a veces lo que se está nombrando en *trends* es el apellido de un jugador que jugó el día anterior, por algo que salió en las redes. Y entonces armamos".

Así como las ventas del diario en soporte papel son las que permiten cotizar y ponerle valor a la pauta publicitaria, las visitas a la web, la interacción y la navegabilidad y permanencia de usuarios en ella es la que determina cómo se negocia la pauta, que en definitiva financia el funcionamiento del medio: "uno de los responsables de la web y nos pidió generar visitas, porque los anunciantes se fijan en cuántas visitas tenés. Nosotros tenemos que ir detrás del click".

Luego de varias décadas donde el minuto a minuto del rating era un fenómeno prácticamente exclusivo para la televisión, la prensa gráfica tuvo que enfrentar

otra transformación inédita. Si la aparición de la radio y la TV impactó en la inmediatez de la información, quitándole al diario la primicia y obligándolo a generar nuevos recursos periodísticos orientados al análisis y la opinión sobre los temas de actualidad, el seguimiento de las métricas en los medios digitales pone en debate cómo es el criterio de selección, jerarquización y construcción de la información, tanto deportiva como en general.

Rumene explica que "antes el diario era un medio unidireccional, que le contaba *la verdad* a la gente. Hoy se nos pide ir detrás de las audiencias, saber de qué están hablando las audiencias. Teniendo en cuenta el advenimiento de las redes sociales y el crecimiento de la web, deberíamos tener un equilibrio. No se puede publicar cualquier cosa, porque por algo somos comunicadores y no usuarios comunes; y al mismo tiempo tampoco podemos estar hablando de cosas que no le importan a la gente".

En el espacio de toma de decisiones en la sección Deportes del *Diario Río Negro* esta cuestión se encuentra en debate permanente, donde la calidad del ejercicio profesional también entra en contradicción con los recursos disponibles. "Hay una necesidad de profesionalizar porque, sin ser tan acartonado como en otros tiempos, se puede hacer un laburo serio, en donde no estemos necesariamente corriendo detrás de las audiencias. Ya no tiene sentido que el Diario Río Negro siga reproduciendo lo que hacen Boca y River. La gente ya puede verlo en otro lado. Yo lo que puedo dar es una interpretación, pero no el minuto a minuto. Antes de estar publicando qué hace Messi de su vida deberíamos estar publicando cómo es la vida del 9 del club de acá. ¿Qué es lo relevante y qué no? Estamos en la dualidad todo el tiempo. Hoy el periodismo es una confusión."

"Los medios que tradicionalmente fueron periodísticos hoy están detrás del click, del culo, de la teta, de la novia... A esta altura, con las herramientas que tenemos, deberíamos generar instancias superadoras. Y se está mutando a un lugar que no considero periodismo, que en muchos casos es reproductor de basura, en otros de contenido barato. Sí veo casos con calidad periodística, gente que quiere laburar distinto, a través de medios alternativos, Y no veo en las redes sociales una salida para hacer algo distinto acá en la región. Hay gente que tiene ganas de trabajar en serio, pero no sé hasta qué punto hay recursos para eso".

Las redes sociales, las fuentes informativas y la construcción de la información

Así como las métricas de la web son una herramienta de relativo peso, las redes sociales en relación a las tendencias o *trend topics* que posicionan determinados temas por sobre otros, también intervienen e impactan en el proceso de selección y jerarquización de la información.

"Con la cuestión de las redes hay mucha libertad y al mismo tiempo mucho condicionamiento. [La sección] Deportes nos da libertad y margen de maniobra, para jugar, y para la noticia blanda. Y en eso no estoy en contra. Todo tema, incluso los temas más banales o frívolos, tienen una forma en la cual se lo puede encarar y se puede hacer, no sé si periodismo, pero sí comunicación seria sobre temas que por ahí no lo son tanto a primera vista. Y para eso es necesario la creatividad, y que quienes estamos en lugares de toma de decisión tengamos una visión clara en el sentido de a dónde vamos."

Del mismo modo, las redes sociales se convirtieron en un espacio para acceder con mucha mayor facilidad a los testimonios de protagonistas deportivos que en otro contexto hubiera sido imposible para un trabajador de prensa desde una redacción en la Patagonia. No obstante, Rumene es cauteloso a pensar a las redes sociales como fuente de información primaria en el quehacer diario del periodista, aunque al mismo tiempo, facilita la tarea del profesional: "tu fuente la cultivas en el cara a cara; es raro que virtualmente te hagas amigo de alguien. Por eso, una de las deudas de los medios regionales es dejar de mirar para afuera y empezar a mirar mucho más lo que tenemos acá".

El acceso a las fuentes periodísticas también constituye para Rumene uno de los elementos que podría motivar una transformación en parte de la línea editorial del medio: "Yendo a la cancha, esa es tu fuente, ver el partido in situ. No es lo mismo el streaming que ir a la cancha. Hay gente que hace un periodismo ausente de fuentes, que es lo que normalmente se ve en la tele y en algunas radios. El periodismo dice 'dicen que', 'mencionan que', que no sabés de dónde sale. Con más razón nosotros tenemos que regionalizar nuestra búsqueda de información. Porque, si como línea editorial tengo que tener en tapa el partido de Boca, si tengo que mirar el partido de Boca y dedicarle tiempo ¿cómo hago para salir a buscar una nota?".

Sin embargo, al mismo tiempo la cuestión de la disponibilidad de los recursos es un factor determinante a la hora de pensar en ampliar y profundizar la mirada regional del medio: “si necesito salir a buscar una historia, la foto tiene que ser propia, porque para hacer algo bueno, no se le puede robar una foto de una red social. Y tengo una sola persona en el turno tarde encargada de la fotografía, que si la saco una o dos horas para hacer una nota de esas, no puedo editar el diario. Es muy difícil así pensar un periodismo de calidad. Esto no lo justifico, pero nos aleja de nuestro ideal de práctica periodística”.

“La gran deuda de los medios regionales, hoy por hoy, de los que tenemos acá, es justamente con el deporte regional. Pero es una deuda que viene de una lógica en la cual vos tenés escasas herramientas y escasos recursos humanos. Entonces tenés que elegir qué batallas dar”.

CONSIDERACIONES FINALES

A partir de la entrevista en profundidad con Facundo Rumene, jefe de la sección Deportes del *Diario Río Negro*, la cual forma parte de una serie de entrevistas a distintos trabajadores de prensa de varios medios gráficos del interior, se desprenden una serie de particularidades que resultan importante destacar:

- Se ubica al seguimiento de las métricas de visitas a la versión digital como un indicador de interés y un posible determinador de los temas de agenda del medio.
- Al mismo tiempo, ubica a los *trend topics* o tendencias en una posición activa como criterio de selección de la información.
- Existe una intención de ampliar la cobertura de temáticas de interés regional, incluso articulando con temáticas de relevancia editorial del medio. · Plantea la necesidad de buscar un equilibrio entre la demanda del público y el interés periodístico de un acontecimiento y el interés

comercial de la empresa. · Caracteriza al medio como un “puente de comunicación” atendiendo a la imposibilidad de dar cobertura in situ a un acontecimiento.

- Se considera a la falta de recursos (fundamentalmente humanos) determinante en la imposibilidad de ampliar las temáticas regionales con un abordaje periodístico de calidad

YO NO SOY COMO *ESOS*. VIOLENCIA Y SU RELACIÓN CON LOS CLUBES DEL CONURBANO BONAERENSE: BARRAS Y PERIODISTAS

Lucas Agustin Garcia | Universidad Nacional de General Sarmiento
garcialucasagustin2@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo correspondiente a la asignatura Comunicación Masiva y Matrices Culturales de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), abarca como tema de estudio la violencia en el fútbol, y sus distintos agentes como las barras y el periodismo en esta clase de hechos.

En ese sentido, para llevar adelante el trabajo de investigación se sigue un orden lógico que permite vislumbrar con mayor claridad el tema donde se definirán los conceptos claves que sirven como aporte al análisis gracias a la bibliografía desarrollada por diversos autores nacionales e internacionales en los últimos años.

Por otro lado, los tipos de entrevistas y junto a ellas la mirada enriquecedora de sus participantes, complementan a la perfección el objeto de estudio. Como consecuencia, se eligió un método de investigación de tipo cualitativo con una serie de preguntas semiestructuradas. Los testimonios provienen de hinchas o socios de clubes del Conurbano Bonaerense, tanto de la Primera División como así también de la Primera Nacional. Estas instituciones son: Boca Juniors, River Plate, San Lorenzo, Huracán, Platense y Chacarita Juniors

Para llevar adelante el siguiente análisis, y a raíz de la problemática del Coronavirus, se realizaron 14 entrevistas con preguntas semiestructuradas en formato Word durante el transcurso del año 2020. El rango de edad abarca en su gran mayoría entre los 20 y 30 años, con algunas excepciones de adultos mayores. De la misma manera, se entrevistaron a hombres y mujeres por igual. Por último, el lugar de residencia de éstos corresponde a las localidades de: Escobar, Malvinas Argentinas, Tigre, Pilar y Lomas de Zamora.

En lo que concierne al desarrollo, el mismo fue dividido en dos subtítulos para articular aquellos conceptos del marco teórico con las respuestas obtenidas en las entrevistas. El eje inicial está vinculado al fenómeno barrabrava y la prohibición del público visitante en todos los estadios del país. Y, en segundo lugar, entran en rigor los periodistas deportivos que producen discursos violentos que luego son incorporados por sus televidentes, quienes, en su mayoría, asisten a las canchas.

Para finalizar, se llevarán a cabo las consideraciones finales a modo de cierre del presente trabajo con sus aspectos más sobresalientes.

Palabras claves: fútbol, violencia, hinchadas

VISITANTES Y AUSENTES: LA VICTORIA DE LA VIOLENCIA

El 24 de junio de 2007, en República de Mataderos, Nueva Chicago y Tigre disputaban el partido de vuelta por la promoción de Primera/ B Nacional del fútbol doméstico[91]. Lo que debió ser considerado una fiesta para algunos y una desazón para otros, terminó mucho más allá y los incidentes y desmanes en la tribuna y adyacencias del estadio fueron la gota que rebalsó el vaso para los directivos de la Asociación del Fútbol Argentino. Aquel partido debió ser suspendido cuando el equipo de Victoria tenía un penal a su favor, y parte del sector de la barra de Mataderos e hinchas desenfrenados por la locura, invadieron el terreno de juego, robándose la indumentaria de sus propios jugadores y combatiendo con la parcialidad visitante que festejaba su retorno a primera después de casi tres décadas.

91 https://www.infobae.com/2007/06/26/323566-un-muerto-incidentes-partido-tigre-y-chicago/

A partir de aquel entonces y con el asesinato de Marcelo Cejas -hincha de Tigre- a raíz de un piedrazo en su cabeza afuera del estadio, la entidad madre que nuclea el fútbol decidió ponerle fin a la concurrencia del público visitante en el ascenso, solo para la provincia de Buenos Aires y por tiempo indeterminado.

En consecuencia, comenzó a marcarse un antes y un después en la espectacularización del deporte y la atribución que hacen las personas con la ausencia de ese "otro" en frente, al cual se iba a cargar, gozar y "combatir" desde los cánticos hasta en lo físico por medio de la pelea cuerpo a cuerpo.

De forma similar a lo ocurrido en 2007, seis años más tarde se produciría otro hecho que terminaría por darle el golpe final al folclore y la fiesta en un estadio deportivo. En junio de 2013, por el torneo de primera división Estudiantes y Lanús se veían las caras en el estadio único de La Plata[92]. Lo que a simple vista estaba catalogado como un juego más entre dos equipos bonaerenses que ya no corrían con chances de pelear por una estrella, terminaría desembocando en un torbellino de acusaciones, decisiones apresuradas y un deporte que se resquebrajaba por todos lados. Jerez, hincha del granate, fue asesinado de un balazo en el pecho por un efectivo de la policía federal, lo que automáticamente derivó en la suspensión del partido y la eliminación de los hinchas visitantes hasta la actualidad. Sin embargo, en tiempos en que la prohibición a los hinchas visitantes se ofrece como solución, resultan lapidarias las cifras de muertes por incidentes entre hinchas del mismo equipo: las últimas víctimas fatales llevan ese sello, ocurrieron entre 2017 y 2018 y portan los nombres de, por ejemplo, Emanuel Balbo (hincha de Belgrano) asesinado el 17 de abril de 2017 en el estadio Mario Alberto Kempes en un clásico contra Talleres de Córdoba, tal como lo remarcaba Julián.

En ese sentido, Santiago (hincha de Boca) considera que *"Ya no hay una relación de disputa con la hinchada rival. Las previas y el post partido no son las mismas. No se sienten los festejos visitantes y no se puede acompañar al equipo a todos lados",* del mismo modo que su apreciación respecto a la ausencia de visitantes está mal porque "*El fútbol es para todos. La ausencia de políticas no puede corromper lo lindo del deporte. La complicidad de dirigentes y policías no puede*

92 https://www.diariopopular.com.ar/futbol/futbol-violento-un-muerto-y-suspension-estudiantes-lanus-n159427

seguir arruinando al fútbol. Los hinchas deben dejar de legitimar el rol de los violentos"[93].

Por su parte, Nicolás (fanático de River) sostiene estar en contra de la ausencia de hinchas visitantes ya que son parte del folclore. Y continúa que *"Lo que no tienen que permitir es el ingreso de la barra visitante; ellos son los que causan los disturbios cuando no son locales. Los hinchas son los que disfrutan el fútbol en cualquier cancha sin importar el resultado y todos tenemos derecho a disfrutar de este deporte"*[94].

En cuanto a esto, el sociólogo jamaiquino Stuart Hall (1984) señala que en estas luchas se demuestra que lo que se ve en realidad es "la destrucción de diferentes maneras de vivir" (Hall. 1984: 94) y su paso a algo nuevo. Tanto en las tradiciones como en las actividades existentes se producen reelaboraciones de las mismas, estas persisten, pero sus relaciones con la sociedad cambian de un período a otro.

Hugo, seguidor del millonario de larga data lamenta saber que "*se perdió el duelo de las hinchadas en los recibimientos, los cantos... los duelos sanos. Era lindo ver que tu equipo hace un gol y ver las caras de los otros"*[95].

Pero no todo se circunscribe a una cuestión de mero deseos hacia lo que debería ocurrir, sino también que entra en disputa, aceptar la realidad y resignarse a que la cosas no van a cambiar, al menos, hasta el momento. En virtud de ello, Lucía (hincha de Huracán de Parque Patricios) destaca que *"hubo demasiados acontecimientos violentos y creo que no estamos listos para habilitarlos nuevamente. Extraño los partidos con ambas hinchadas, se vivían de otra forma. Pero lamentablemente, todavía hay muchos que no saben controlar su violencia"*[96], lo que determina su aprobación a regañadientes de la medida vigente.

Por su parte, Ramiro no tiene una decisión tomada pero explícita en que "*la prioridad es la salud de las personas y si dicha medida previene muertes o gente herida tiene que ser así"*[97], algo que en cierto sentido se contradice con las estadísticas y notas informativas presentes en los medios digitales como el caso

93 Ver anexo entrevista 8 (ocho)

94 Ver anexo entrevista 11 (once).

95 Ver anexo entrevista 12 (doce).

96 Ver anexo entrevista 2 (dos).

97 Ver anexo entrevista 5 (cinco).

del diario Infobae y la nota publicada bajo el título: *Cuando el fútbol argentino prohibió visitantes, hubo más muertos*[98]

Fiel a este estilo, fue la situación que se vivió en la esquina de Figueroa Alcorta y Quintero, el sábado 24 de noviembre de 2018, al momento que el micro de Boca hacía su recorrido hacia el estadio Monumental de Núñez para disputar la final de la Copa Libertadores de América contra el rival de toda la vida. "Hinchas anónimos" apedrearon el ómnibus xeneize, ocasionando la rotura de cristales, lesiones en jugadores y la posterior suspensión del partido y su traslado hacia Europa, en la capital española de Madrid para el 9 de diciembre.

Puesto que, en principio pareció ser un episodio más de tantos, luego se supo que la barra de River denominada como "Los Borrachos del Tablón 14", perdieron un negocio millonario en la reventa de entradas durante los días previos del partido, y que a modo de venganza planificaron suspender el encuentro atacando al conjunto visitante.

Por esa razón, al momento de identificar a los promulgadores de la violencia, Santiago manifiesta que estos son: *"Los barras- dirigentes (en la cúspide). Se puede pensar que con el aporte económico a la barra los jugadores pueden contribuir, pero considero que son quienes más sufren la violencia en el fútbol. Los hinchas o socios avalan a la barra en muchos casos, pero también la confrontan. Acompañan, pero no son cómplices totales."*[99]

Similar es la apreciación que tiene Néstor, un joven fanático del calamar de Vicente López, que considera que *"Los promulgadores de violencia son la barra brava sin dudas, y todos sus negocios sucios.* Asimismo, agrega *"La barra brava son unas lacras, y en Platense no es la excepción. Recuerdo una vez cuando un barra trajo una camiseta de Tigre en sus manos manchada con sangre, para luego quemarla en la tribuna... a ese nivel de locura están estos tipos, no les importa nada ni nadie."*[100] . A lo que deja en evidencia, que el concepto de aguante no siempre es bien visto como manifiesta Zucal. En este testimonio expuesto, haberle robado una camiseta a un hincha de Tigre y luego quemarla es percibido como una falta de códigos hacia el adversario del otro equipo que por

98https://www.infobae.com/2013/03/12/700549-cuando-el-futbol-argentino-prohibio-visitantes-hubo-mas-muertos/

[99] Ver anexo entrevista 8 (ocho).

[100] Ver anexo entrevista 14 (catorce).

consiguiente no entra bajo la lógica de defender a los colores propiamente dichos, sino más bien, mancharlos con actos vandálicos y de violencia que dejan mal posicionado al club ante los ojos de todos.

Tal es así, que al momento de preguntar sobre las locuras que los entrevistados realizaron por ver a sus equipos responden con anécdotas personales desde la pasión y lo sentimental pero nunca haciendo alusión a ejercer violencia sobre otra persona por tan solo portar una camiseta distinta.

Sin embargo, en modo contrapuesto y con relación al texto de los autores Garriga Zucal y Moreira donde consideran a un tipo de aguante que es compartido, tanto por los hinchas militantes como por algunos miembros de la hinchada, y que refiere al compromiso y a la fidelidad de los que están incondicionalmente presentes; Melina sostiene que: "*La barra es un mal necesario por así decirlo. Si ellos no están no es lo mismo, no tiene comparación. El año pasado fui a Mendoza a ver la Supercopa argentina contra Rosario Central. La barra llegó en el segundo tiempo y los primeros 45 minutos lo que menos parecía era un clima de final, no había coordinación, era un desastre todo*"[101].

Retomando al antropólogo José Garriga Zucal, en el artículo "Acá es así" la fidelidad es un aspecto crucial ya que *"estos simpatizantes afirman ser aquellos que a pesar de las condiciones desfavorables asisten a los partidos, sin importar si la adversidad tiene facetas deportivas o climáticas o de largas distancias"*. Asimismo, destaca el concepto de fervor donde *"según ellos son los únicos espectadores que durante todo el encuentro deportivo saltan y cantan, alentando a su equipo sin importar si éste pierde, gana o empata"*.

Pues bien, se puede evidenciar cómo, a pesar de que son altamente repudiadas por los diversos tipos de violencia que ejercen y los negocios que montan a costas del club, a su vez representan un sentido contrapuesto al nivel de *necesidad.* En caso de ausentarse en las tribunas, la diferencia se hace notar porque no es lo mismo el clima festivo ni la euforia de todos los espectadores al momento de *alentar* y *empujar* a su equipo para que consigan la victoria.

101 Ver anexo entrevista 6 (seis)

El epicentro de la violencia en la mayoría de las ocasiones tiene como común denominador a la barra de un club y los desmanes que éstos ocasionan a modo de satisfacer su ira. Ejemplos concretos en la República Argentina, como es irse al descenso o bien perder un campeonato en la última jornada puede compararse a la muerte de un ser querido, donde el foco a veces está más puesto sobre la reacción del clásico rival ante ese infortunio que a la desgracia propia. Así lo considera Julián: "*Todos tenemos un poco de culpa. Los barras son la cara visible de la violencia, o sea, son los que se agarran a puntazos, a piñas, a tiros. Pero no hay que perder de vista que están bancados por dirigentes corruptos y nefastos, para los que muchas veces actúan de guardaespaldas*"[102].

Mientras que por su parte Sofía agrega que *en esas ocasiones lo que ocurre es que la violencia aparece como una salida ante cualquier inconveniente. Esto parte de la creencia de que el aguante y el orgullo del club se defienden desde la violencia*[103].

A lo que Melina complementa como que *para un amante del fútbol y más si tu equipo fue toda la vida de primera, el descenso es lo peor que te puede pasar. Conozco gente que la ha pasado realmente muy mal pero no justifica que se generen ese tipo de situaciones. El violento siempre es violento.*[104]

A consecuencia de lo expresado anteriormente, el entonces expresidente nacional, Mauricio Macri, manifestaba que "*aquel equipo que perdiera la final de la Libertadores 2018 tardaría 20 años en recuperarse*". Resulta paradójico que el propio Jefe de Estado, por un lado haya instalado cierto dramatismo en sus declaraciones por una final de Copa y que a su vez haya realizado un pedido especial incentivando a que se permitiera la asistencia de público visitante, tanto en una entrevista en la radio *La Red* como en su cuenta de Twitter personal: "Como este es un hecho excepcional, insisto, que nunca más se va a repetir, acordamos que sí vamos a permitir que vaya el público visitante"[105] (Perfil, 2018), sin que esto no tuviera como trasfondo los propios actos de violencia.

---

102 Ver anexo entrevista 10 (diez).

103 Ver anexo entrevista 7 (siete).

104 Ver anexo entrevista 6 (seis).

105https://www.perfil.com/noticias/politica/macri-pidio-que-haya-publico-visitante-en-la-final-entre-boca-y-river.phtml

Lo propio hizo el jugador xeneize, Mauro Zárate, al ir más lejos y creer que "*el perdedor de la Copa debería irse del país*". Entonces, cuando los protagonistas del escenario, o políticos que representan los intereses comunes de sus ciudadanos, entran en debate y ponen en discusión un resultado deportivo, no es de esperarse, que ello no traiga consecuencias desfavorables para el deporte.

YO NO SOY COMO ESOS

En efecto, las barrabravas son consideradas como ese grupo de aficionados que se ubican en el centro de la tribuna por "amor a los colores" y dirigen la fiesta durante los 90 minutos, en compañía de bombos, trompetas, banderas y pirotecnia. Comúnmente, son el foco principal del espectáculo debido a sus algarabías y forma de vivir el encuentro. Pero no todo se remite a los tablones, sino que, además, entran en juego negociados económicos, liderazgos y prestigios que pueden terminar desencadenando un espiral de violencia.

Al momento de ingresar la barra, se produce un espectáculo festivo donde todos los hinchas acompañan por igual al unísono. A través de bombos, banderas, trompetas y pirotecnia la facción se ubica en el centro de la tribuna como un lugar característico que lo representa por encima de los demás. En consecuencia, de ello, las canciones son el principal eje por donde se demuestra la fidelidad a la institución y las amenazas constantes a los adversarios.

Como consecuencia, el fútbol en la República Argentina suele ser noticia en los principales medios de comunicación por su estilo de juego y los triunfos rimbombantes de deportistas que nos representan en el exterior. Sin embargo, a lo largo de la década del 80' en adelante y con una fuerte impronta instalada en los últimos años, las tapas de los diarios y canales televisivos se hicieron eco de un acto que se volvió moneda corriente: la violencia en las tribunas de primera división y el ascenso. Es por esto por lo que la AFA ha decidido la ausencia de público visitante en los partidos por liga, con excepción de la Copa Argentina. Ese afán por defender los colores, por querer resaltar en el aguante y por luchar por el dominio del territorio, desencadenan en episodios violentos. Y todo esto se refleja, por ejemplo, en las canciones de cancha que se originan desde el sector de la *popular* y el resto del estadio adhiere (o no).

Así lo resalta Julián (hincha de Chacarita Juniors) respecto al grado de violencia presente en las letras de los cantos:

"Ooooole oleeee.... ooooole olaaaaa...
Ahí viene Chaca
por el callejón
matando judíos
para hacer jabón"[106]

Recurrir a un hecho tan doloroso, como fue el holocausto que sufrió el pueblo judío en la década del 40', para provocar una gastada como hacer *jabón* a alguien es grave porque el pasado vuelve a ser parte del presente, pero sin un aprendizaje que a uno lo permita evolucionar para aquello tan atroz no se repita nunca más en la historia de la humanidad.

En ese sentido, respecto al grado de xenofobia y racismo presente en las tribunas, Andrés (hincha de Boca) destaca que *"la estupidez humana hace que un grupo de personas se identifiquen en las diferencias hacia el otro, el mismo mecanismo, salvando las distancias, que fomenta el racismo, la xenofobia, la homofobia, la violencia de género y llevó el mundo a la aparición del Nazismo"*[107].

Retomando la cuestión de la xenofobia como mencionaba Andrés, Hugo Morán añade una canción por parte de River hacia Boca donde queda explícito el desprecio hacia los países limítrofes por parte de los argentinos: *"Una manera de provocar, no son cantos de aliento, son cantos de agresión. Sos de Bolivia y Paraguay. Yo a veces me pregunto, che negro sucio, si te bañas. Boca, que asco te tengo, lavate el culo con aguarras"*[108].

Alejo, por su parte, (simpatizante de River) remarca como un cántico incitador de violencia: *"Boca te vamo' a matar... Boca te vamo' a matar... no te va a salvar, ni la Federal"*[109]., donde precisamente se remarca a la policía como un agente interventor en este tipo de duelos entre facciones de distintos clubes.

106 ver anexo entrevista 10 (diez)

107 ver anexo entrevista 1 (uno)

108 ver anexo entrevista 12 (doce)

109 ver anexo entrevista 3 (tres)

Igualmente, José Garriga Zucal en *Aguantar no es chamuyar* se considera que la lucha no se traduce solo a la guerra de cánticos en la tribuna para ver quien hace la mejor fiesta, sino que refiere a la pelea cuerpo a cuerpo entre dos facciones. Ir al frente y recibir golpes, pero sin correr es un símbolo de respeto, honor y prestigio; y por ende un incremento del capital simbólico que constantemente está en disputa. En efecto, el término *muerte*, no solo se transmite desde la evocación de la propia palabra, sino que es el paso previo al conflicto entre hinchadas a raíz de las reiteradas amenazas gestantes. Así lo señala Sofía en una canción de "La 12": *Riber plate, que puto que sos! Corriste en Mar del Plata y hace un par de años ya te matamos a dos. Dejate de joder y no te hagas la loca, venir a combatir a Boca. En Mendoza pediste por favor, son todos putos los borrachos del tablón*[110].

Como se observa, este cántico incluye todos los tipos de violencia a los que suelen referir las canciones. Violencia simbólica, como remarca Bourdieu en Razones Prácticas (1997) contra las mujeres y cualquiera que se corra de la heterónoma y la invitación a la violencia física.

Respecto a ello, Julián agregaba como un hecho que le impactó por su nivel de violencia, el ocurrido en 2017 en Córdoba: *"A la muerte de Emanuel Balbo, tuve la pésima suerte de verlo en vivo (por televisión). Me pareció de los sucesos más nefastos que le haya pasado al fútbol argentino en los últimos años. No solo porque significo la muerte de un fanático que fue a ver un partido de futbol, sino por todas las cosas turbias que había detrás."*[111]. Resulta interesante, en este testimonio la pérdida de *sentido común* por parte de los individuos y su accionar en manada ante un evento de semejantes características como la presencia de un supuesto infiltrado en la popular local, a punto tal de terminar con la vida de esa persona sin recapacitar en sus propias acciones y, al respecto, actuando en manada para cometer un crimen. Es, en lo que respecta a Bourdieu con el concepto de habitus acerca de los esquemas con los cuales los sujetos interpretan el mundo y actúan sobre él. En este caso, con un alto nivel de agresión.

No obstante, vinculado más al plano propiamente deportivo como perder la categoría o dejar pasar la oportunidad de adueñarse de una estrella, son sinónimos de conflicto en puerta. No solo porque el prestigio del club se ve

110 ver anexo entrevista 7 (siete)

111 ver anexo entrevista 10 (diez)

afectado y junto a ello el comportamiento de sus seguidores, sino que además cambia por completo el panorama a futuro. En efecto, cuando un interés redituable es puesto en jaque, pasan a la acción episodios de violencia que hacen a un lado al mero resultado deportivo y, en ese sentido, los negocios de *unos* terminan por empañar el buen momento de los *otros*. El autor alemán Max Weber entiende que la característica principal de la dominación es que debe ser legítima, es decir, debe ser aceptada y consensuada. Los dominados permiten su dominación por algún tipo de interés, que es consensuado y consienten que se prolongue el poder. La legitimidad valida y consolida la existencia de la dominación. De esta manera, la prohibición de los hinchas visitantes pasó a ser una realidad en nuestro país desde hace catorce años para el ascenso y ocho para la primera.

POPULARES Y FESTIVOS

En Argentina y algunos países de Sudamérica, existen dos sectores bien diferenciados para ubicarse en la cancha. Por un lado, se halla el denominado popular donde asisten las barras y aquellas personas con recursos económicos más escasos y que, a su vez, pretenden ser parte de la fiesta. Y en sentido opuesto, se encuentra la platea donde la comodidad de la butaca y la buena visión del campo de juego, le otorgan la posibilidad al hincha, de vivir el partido de una forma más relajada y tranquila a un precio más elevado.

Precisamente, el antropólogo Alejandro Grimson (2011) refiere que existen identidades que construyen fronteras. Es decir, existe la identidad porque hay alteridad. Por lo cual, puede identificarse con algo porque se diferencia de otra cosa. Dada la diversidad cultural, el problema que hay es qué políticas desarrolla el Estado para abordar dicho fenómeno. La cultura es el punto de partida, hay cultura porque hay pueblo, personas (que tienen valores, es decir, desarrollan un sistema de significación de las acciones). El sistema de significación va a generar la idea de lazos y diferencias, es decir, encuentro y conflicto entre los grupos que significan distinto las mismas cosas. Hay identidades que construyen fronteras (hay identidad porque hay alteridad, es decir, que uno se puede identificar con algo porque se diferencia de otra cosa). Dichas identidades, o diferencias, son políticas porque establecen este modo de ver el mundo que nos rodea.

Luciano, al vivir un partido en el Nuevo Gasómetro remarcaba que: *Yo cuando voy, generalmente voy a la popular, pero por una cuestión más económica que de "disfrute pleno" del partido. Particularmente me encanta cantar las canciones con la hinchada de la popular, pero también me molesta tener incomodidades para apreciar el partido.*[112]

Sofía, por su parte, agregaba que en La Bombonera: ``*Se siente diferente desde una popular que desde una platea. Esta diferencia viene ya desde la disposición de los asientos/escalones, en la popular estamos todos juntos, somos todos uno. La popular es también el sector más popular, el lugar de la fiesta, los bombos y la mayoría de las banderas*[113].

Nicolás, en sus concurrencias al Monumental señalaba: *Prefiero la popular, donde todos cantan, saltan, bailan. La diferencia entre un sector y otro no es solamente una cuestión de economía, sino que las personas que asisten a las plateas tienen otra forma de ver los partidos: tranquilos, sentados*[114].

Una vez que estos grupos de simpatizantes son diferenciados por el lugar donde se ubican, comienzan las diferencias internas, donde se gestan subgrupos dentro de un mismo espacio de convivencia. Por un lado, los barras que tienen como principal objetivo hacer negocios económicos a costas del club y, al mismo tiempo, ser el eje de atención por el espacio que ocupan y por el otro el hincha/socio que abona su entrada y tan solo asiste a la cancha para ver a su equipo.

Es así, que la identidad nos permite ser parte de un grupo donde se comparten las mismas costumbres como el amor a la camiseta, y en ese sentido, alentar al equipo desde la tribuna. Sin embargo, en la mayoría de las canciones predomina una fuerte agresión hacia el clásico rival más que el empuje hacia el propio club. Por esa razón, Giménez (1997) destaca a la pertenencia social como la inclusión de la personalidad individual en una colectiva hacia la cual se experimenta un sentimiento de lealtad.

Respecto a lo público, en términos de Rabotnikof (1998), podemos encontrar lugares donde las personas socializan y comparten “un punto” en común, como

[112] ver anexo entrevista 4 (cuatro)
113 ver anexo entrevista 7 (siete)
114 ver anexo entrevista 11 (once)

por ejemplo la plaza del barrio donde los barras se reúnen al momento de hacer la previa, dialogar y tomar alcohol. Mientras que, en lo privado, se vincula al domicilio particular del jefe de la hinchada y su fuero íntimo, donde solo sus cabecillas tienen acceso, a excepción que lo convierta en un espacio común invitando a otros miembros a formar parte.

BARRAS BRAVAS ELEGANTES VESTIDOS CON TRAJE

El periodismo deportivo en Argentina, con sus principales señales televisivas: Tyc Sports, Fox Sports y Espn con el correr de los años fueron reconfigurando sus respectivas grillas para cubrir aquellos hechos de mayor trascendencia y que, en ese sentido, generarán un tema de debate en la sociedad como concierne a la propia *violencia*: ocasionada en los estadios por jugadores o hinchas y replicadas en la propia pantalla. Así, el hecho de informar pasó a ser parte de una mercancía donde si la circunstancia no es redituable a nivel de ganancias, directamente no sale a la luz.

Fue entonces, que se crearon diversos programas de análisis deportivo donde la actualidad de los equipos y lo que dejó la última fecha del campeonato es analizado por un grupo de "profesionales de la comunicación", donde incluso alguno de ellos, tienen su origen en otra rama como por ejemplo ser ex jugadores de fútbol.

Al respecto, el escritor español Jesús Martín Barbero (1987) nos señala sobre los procesos de constitución de los masivo desde las mediaciones y los sujetos, esto es, desde la articulación entre prácticas de comunicación y movimientos sociales. De esta manera, no todo se vincula al escalafón final que son los hinchas que asisten a la cancha, sino que se debe indagar un poco más allá y analizar qué es lo que sucede con los periodistas "especializados" en lo deportivo y el mensaje que transmiten en sus respectivos canales que luego son absorbidos como un proceso de ósmosis y replicados en la cancha.

Por esa razón, Luciano destacaba que *"Los periodistas de los medios hegemónicos se manejan con una completa impunidad. Con el blindaje de la libertad expresión, son capaces de mentir, manipular, exaltar, minimizar y tergiversar hechos. Sea una opinión de partidos o externos a estos. No veo responsabilidad seria de parte de ellos, actúan con un completo sesgo o interés,*

en vez de un aproximado a la objetividad. Sus opiniones parecen "palabra santa" para algunos, cuando son muy cuestionables desde mi particular sentido crítico".[115]

Similar a dicho testimonio, es la visión que también sostiene Lucia quien destaca *"Mi opinión es la misma que la de los barrabravas. Considero que no miden sus actos y que no toman conciencia que un debate donde se promueve la violencia o se genera una polémica que puede derivar en violencia es algo muy perjudicial para el fútbol"*[116].

Como se aprecia, la responsabilidad de dichos comunicadores es importante al momento de hablar sobre actos violentos. Gracias al rol que ocupan en horarios centrales como "portadores" del conocimiento futbolístico a nivel general o con el seguimiento de un club en particular.

En consecuencia, todo aquello que sale a la luz, es visto por millones de personas del otro lado que ante determinado "mensaje" adoptan una postura al respecto. Bien sea omitiendo el contenido que se transmite, o, por el contrario, acoplándose a tal desencanto y replicando en el exterior lo que gira en torno a la discusión del momento porque si está en la tele entonces debe ser relevante.

En líneas con lo expresado anteriormente, Nicolás destaca: "*Los periodistas que promueven la violencia en los medios lo hacen porque creen que el "debate" se basa en eso y no en plantear distintas posturas. Por ejemplo, Pagani y Palacios son promulgadores de violencia, viven discutiendo y lo hacen porque saben que así llaman la atención"*[117].

Javier Szlifman (2011), en su análisis sobre la violencia en el fútbol remarca aquellos acontecimientos de tipo simbólico que involucran a otros protagonistas (declaraciones de jugadores, técnicos o periodistas, cantos de las hinchadas con contenido discriminatorio -xenófobos, homofóbicos o raciales- aceptados como parte del "folclore del fútbol"). Al respecto, en pleno desarrollo de la Copa del Mundo de Rusia 2018, luego de la derrota del seleccionado argentino por 3-0

[115] Ver anexo entrevista 4 (cuatro).
[116] Ver anexo entrevista 2 (dos).
[117] Ver anexo entrevista 11 (once).

frente a Croacia, la eliminación estaba a la vuelta de la esquina. Un clima pesimista reinaba en la atmósfera y las creencias en el equipo albiceleste en poder dar vuelta la página y salir airoso contra Nigeria era prácticamente imposible. Como consecuencia, el entrenador Jorge Sampaoli lejos de dar el ejemplo desde el banco de suplentes, insultaba a los jugadores adversarios ante la goleada y como una onda expansiva los argentinos presentes en el estadio hacían lo propio contra sus pares europeos.

A lo que, el periodismo hegemónico en términos gramscianos se expresa como un complejo efectivo de experiencias, relaciones y actividades que tiene límites y presiones específicas y cambiantes; fue que sin quedarse atrás en una señal del grupo Clarín se montó un espectáculo totalmente bochornoso. Los periodistas presentes iniciaron el programa de Tyc Sports con las imágenes del partido y la marcha fúnebre de fondo. Cuando el plano fue al estudio, estaban de pie, con caras de luto y llevando adelante un minuto de silencio. Su conductor, Diego Díaz, comenzó diciendo*: "La selección está muerta"*. En ese sentido, a partir de la crónica de Anfibia escrita por Pablo Alabarces y Juan Manuel Mannarino, los medios de comunicación construyen sentido común porque la sociedad consumidora de noticias tiende a asimilar ciertos hechos como sabidos de antemano, sin lugar a la sorpresa o cuestionamiento alguno, aunque éste nunca es verdadero del todo, sino que se construye a partir de ciertas lógicas de poder e intereses económicos.

En cuanto a ello, se puede destacar la visión que adopta Nahuel respecto a este grupo de personas: *"Los periodistas creo que no cumplen con su deber profesional, que es el de informar objetivamente. Pero también es entendible, muchos son hinchas y trabajan todo el tiempo en el club. Pero, por otro lado, en estos momentos de los medios de comunicación, el quilombo y la chicana, mal entendida como "folklore" vende y bueno, sirve"*[118].

De la misma manera, adhiere Andrés: *"los periodistas y publicistas fomentan bastante la violencia con ese discurso de la pasión descontrolada, como si un partido de fútbol fuera casi una guerra y la derrota lo peor del mundo"*.[119]

118 VER ANEXO ENTREVISTA 9 (NUEVE)

119 VER ANEXO ENTREVISTA 1 (UNO).

Es de manifiesto, que en los últimos años y con la vorágine de la instantaneidad en la que vivimos, cada minuto al aire cuenta. En ese sentido, la cuestión de generar mayor rating que el canal vecino o tener antes la primicia da lugar al todo vale. En varias ocasiones no es tanto el contenido sino las formas: desde gritar en conjunto sin que nada se entienda, o hacer rituales fúnebres hasta pelearse y amenazarse entre ellos para generar diversión al espectador, pero que a veces pueden ser interpretadas de otra manera distinta.

CONSIDERACIONES FINALES

En primer lugar y a partir de los diversos testimonios, se llegó a la conclusión de que las barras son la principal referencia al momento de hablar sobre violencia en el ámbito deportivo. Los/as entrevistados/as que previo al inicio de la pandemia de coronavirus eran de frecuentar, en mayor o menor medida, un espectáculo en los estadios; remarcan a estos grupos como los promulgadores de distinto tipo de violencia, no solo física sino también de tipo simbólica a través de sus canciones y gestos amenazantes. Al mismo tiempo, critican no solo a los que se identifican con sus propios colores, sino que lo hacen extensivo a nivel general, remarcando así que no deberían existir en ninguna institución. Sin embargo, a modo contrapuesto está la salvedad de considerar a estos grupos organizados como necesarios para llevar adelante la fiesta en la cancha, ya que, ante la ausencia de estos, el clima y la pasión no son idénticas y todo tiende a ser más opaco.

A su vez, sostienen que respecto a las letras de los cánticos impartidos desde el centro de la tribuna éstos ya carecen de sentido porque “enfrente” no están los visitantes con quienes se mantenía un duelo aparte de lo que ocurría en el rectángulo del verde césped. Por esa razón, desde la prohibición de los seguidores *contrarios* se fue perdiendo la esencia folclórica que se mantenía durante los 90 minutos y como consecuencia, la pasión, poco a poco, fue disminuyendo en comparación a épocas pasadas. De la misma manera, en segundo lugar, también le asignan su cuota de responsabilidad a los periodistas deportivos que a través de distintas prácticas discursivas son promulgadores de la violencia, que

posteriormente, es incorporada y reelaborada por los usuarios que los siguen desde el otro lado de la pantalla, generando así un espiral sin freno. Con el afán de tener la primicia antes que nadie, las escenas montadas en los estudios televisivos no se alejan tanto de la realidad de los barras como líderes de una hinchada de fútbol. Más aún, sabiendo que a los estadios solo puede asistir aquel que posee el capital económico y por escasas veces al mes, los medios deportivos transmiten constantemente por sus distintas señales y a lo largo de la semana fenómenos que hacen a la violencia implícita o explícita sin distinción de edad por parte del público que la recibe.

BIBLIOGRAFÍA

- ALABARCES, Pablo y MANNARINO, Juan Manuel. “Aguantar no es chamuyar” (2013).RevistaAnfibia.Disponible en http://www.revistaanfibia.com/cronica/aguantar-no-es-chamuyar/
- BOURDIEU, P (1997): *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Garriga Zucal, J y Moreira, M. V. (2005). “Aproximaciones y significaciones de los jóvenes en el espacio urbano. Identidades futbolísticas y territoriales”. En Revista Trampas de la Comunicación y Culturas. FPyCS, UNLP: 43/48.
- Garriga, José y Salerno, Daniel, “Estadios, hinchas y rockeros: variaciones sobre el aguante” en Alabarces, Pablo y Rodríguez, María. Resistencias y mediaciones; estudios sobre la cultura popular. Buenos Aires, Paidós, 2008.
- Giménez, Gilberto (1997). “Materiales para una teoría de las identidades sociales”. En Revista Frontera Norte, Vol. 9, N° 18, UNAM, México.
- GRIMSON, A. (2011) *“Los límites de la cultura”* – Siglo XXI – edit.
- MARTÍN BARBERO, J. (1987*) “De los medios a las mediaciones”* – Edic. Gili-
- RABOTNIKOF, NORA (1998). “Público-privado”. Debate feminista 18, pps. 3-13.
- SZLIFMAN, JAVIER (2011) Los medios de comunicación y las representaciones de la violencia deportiva argentina. Revista Question, Vol 1, n° 31, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- VARSKY, Juan Pablo (2008) “De qué hablamos cuando hablamos de violencia en el fútbol”. En *Más que un juego: una nueva manera de contar el deporte*. Buenos Aires: Sudamericana.
- WALDMAN, P. (1996): *Justicia en la calle. Ensayos sobre la policía en América Latina*. Medellín: Diké.
- WILLIAMS, Raymond (1977): “La hegemonía” (129-137), “Cultura” (21-32), en Marxismo y Literatura.
- http://salvemosalfutbol.org/2013/05/31/los-operativos-de-inseguridad-en-los-estadios-de-futbol/

MESA 12:

COMUNICACIÓN DIGITAL Y SOFTWARE LIBRE

Coordinador de mesa:
Bron, Maximiliano

USO DE MEMES EN FACEBOOK POR PARTE DE ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHILECITO

Maria Soledad Calvar | Universidad Nacional de Chilecito
solcalvar@hotmail.com

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 preliminares de una investigación en curso 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 cuanti 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 preliminares nos permiten aproximarnos a las características y a las significaciones otorgadas por los jóvenes a los usos del formato comunicacional del meme.

Para este estudio era necesario tener entre 18 a 30 años, ser usuario de Facebook y realizar publicaciones de memes. Entre los objetivos específicos que se establecieron 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.

Palabras clave: Memes – Usos juveniles – Facebook

MEMES, ANÁLISIS DE USOS DESDE LA TUG

Con base en la Teoría de Usos y Gratificaciones, analizaremos la información arrojada por los instrumentos de recolección de datos.

Como primer paso para la selección del grupo de estudio se tuvo en cuenta si eran usuarios de la red social Facebook como condición sine qua non para continuar el cuestionario.

En primera instancia los datos que arrojaron las encuestas fueron los siguientes:
El 81,6% de los jóvenes consultados usa Facebook y el 18,4% no, pero sí son usuarios de otras plataformas.

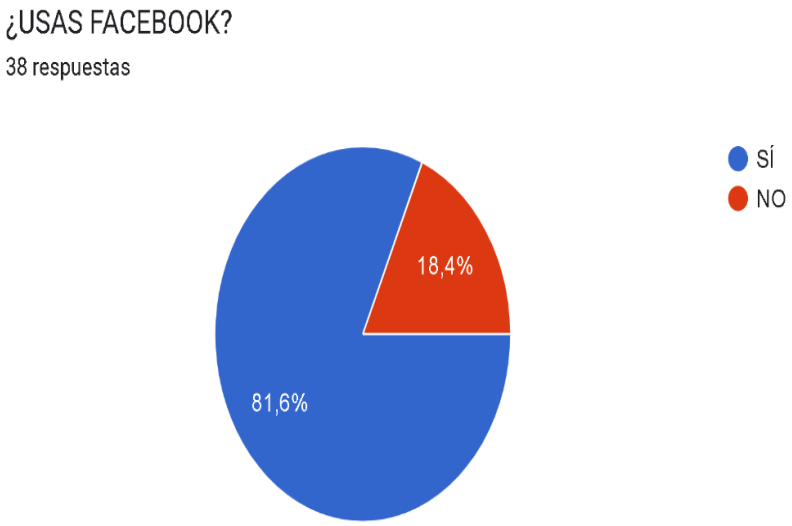


Gráfico 1: Uso de Facebook por estudiantes de UNdeC. Encuesta formulario google

Respecto a Facebook, su uso está ligado a satisfacer necesidades cognitivas, ya que es la red a la que ingresan en buscan información sobre el entorno directo como de la realidad circundante.

Si bien siempre son varios los motivos por los que se hicieron usuarios de Facebook, predominan dos: buscar información y establecer contacto con otras personas; éstas pueden ser parientes, amigos, compañeros de trabajo o ex compañeros de escuela. En este caso los encuestados cubren necesidades de índole afectivos, reforzando lazos con la interacción en la plataforma.

Según explicó Tatiana (30 años): "Yo lo uso en forma lúdica más que nada para perder el tiempo, para distraerme. Pero también lo uso mucho para leer noticias de páginas que están calificadas, que tienen el vistito de que son páginas certeras. Veo muchos memes, eso sí, y más últimamente y por ahí para mantenerme en contacto con familiares que están en otras provincias".

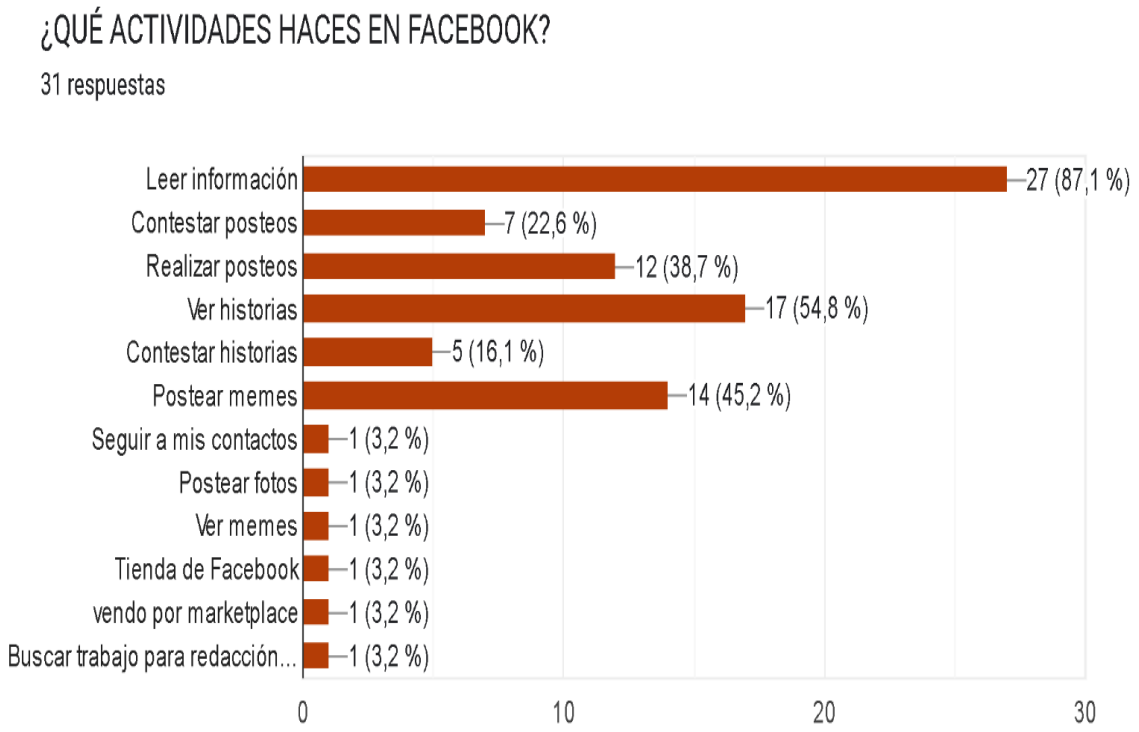


Gráfico 2: Actividades de alumnos en Facebook. Encuesta formulario google

En cuanto a las necesidades de integración social y personal, las encuestas arrojaron que Facebook es una plataforma en la que los usuarios pueden satisfacer ambas necesidades ya que se informan tanto de la actualidad social; su entorno como de sucesos que ocurren a nivel local, nacional y global, reafirman

conocimientos respecto de sus pares y amigos a la vez que pueden iniciar interacción con los demás usuarios.

Sin embargo, Facebook es una plataforma que ha ido adecuándose a las necesidades de los usuarios y en la que se puede realizar múltiples acciones como: vender u ofrecer productos o servicios, adquirir productos o contratar servicios, conversar con contactos, organizar eventos, organizar grupos de estudio, etc. Es decir que los usuarios empiezan a asumir un papel de generadores de contenidos, destacándose aquí los jóvenes y adolescentes que ven en estos ambientes una manera de satisfacer sus necesidades de comunicación, aprendizaje y esparcimiento.
En palabras de Susana Aspani, M. Sada y Raquel Shabot (2012), Facebook "contribuye en la construcción de una identidad personal y/o virtual y una oportunidad para mostrar a la persona tal cual es. Facilita las relaciones entre individuos, rompiendo todo tipo de barreras tanto culturales como físicas" (2012: 2).

¡Estudiantes a sus memes!

Respecto al uso de memes la encuesta arrojó que el 90,3% ve memes en Facebook.

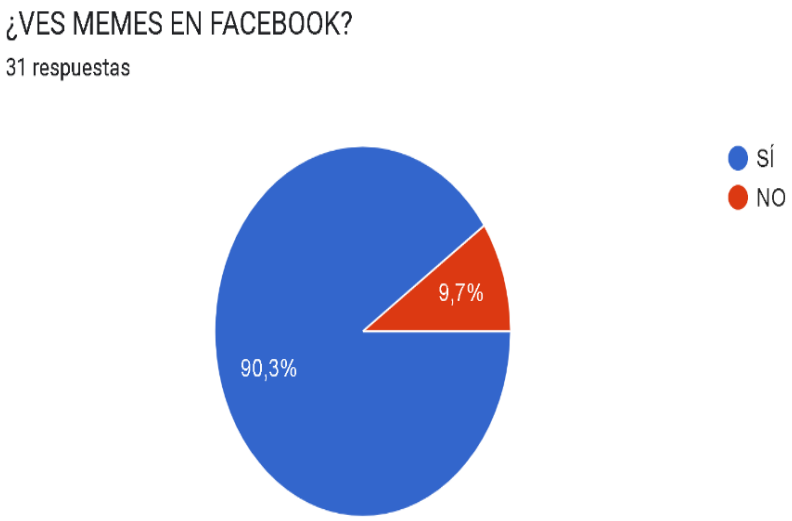


Gráfico 3: Consumo de memes en Facebook. Encuesta formulario google

Respecto al Uso de memes en Facebook, el 54,8% postea memes en su perfil. Las respuestas indican que un amplio porcentaje de alumnos de la carrera de Comunicación Social de la UNDeC comunica a través de memes.

Cabe recordar que los memes traen en sí un mensaje intrínseco, en palabras de Richard Dawkins, en su libro "El Gen Egoísta" (1976) realiza una analogía con los genes como replicadores (biológicos) y presenta el término meme como el replicador cultural.

Por esta razón los estudiantes que replican memes en sus cuentas de Facebook colaboran con la propagación de ideas contagiosas a la vez que satisfacen las necesidades básicas de diversión, relaciones sociales, identidad y vigilancia.

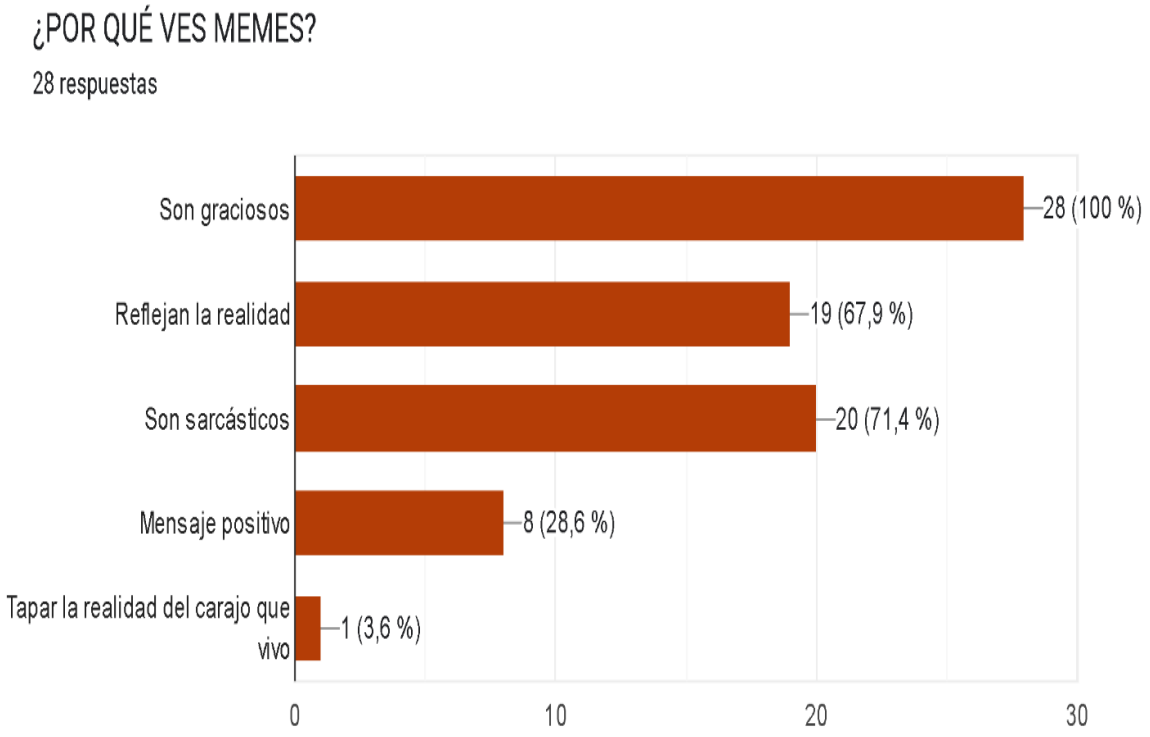


Gráfico 4: Tipología de memes. Encuesta formulario google

Respecto a las necesidades de diversión el 100% de los estudiantes consume memes para divertirse. Luego oscilan entre mesmes sarcásticos 71,4% y memes

que reflejan la realidad 67,9%. Los memes con mensaje positivo son menos consumidos 28,6% y en mínimo porcentaje 3,6%, elude la realidad cotidiana.

Las características de los memes que tienen mayor frecuencia de publicación entre los estudiantes de la UNDeC, son los elaborados a raíz de fotografías, el 100% utiliza este tipo de memes, el 88,2% indicó que puede llevar texto y 41,2% sin texto. Los videos se usan en menor escala 64,7% y 5,9% usa GIF.

En cuanto al contenido, la mayoría de los estudiantes se vuelca por los memes que los represente o con los que empaticen, pero hay una tendencia a buscar memes graciosos 94,1%, humorísticos 76,6%, que les haga recordar algún momento 5,9% o por el mensaje que transmiten 5,9%. En menor porcentaje el contenido del meme es porque le gustará al otro, 41.2% o reflejan la realidad con sarcasmo 5,9%.
Gisela (30 años) indicó que “Por ahí para no hablar directamente de un tema. Me encanta la ironía de los memes”.

Por su parte, Diana (22 años) remarcó que: “creo que hay un cierto grado de impunidad cuando uno usa memes. [...]. Todos comparten memes porque dicen cosas fuertes y es eso de que es broma o no es broma y ahí uno interpreta”.

GRATIFICACIONES POR EL USO DE MEMES EN FACEBOOK

En este apartado se analizarán las Gratificaciones vinculadas a los medios que obtienen los jóvenes estudiantes de UNDeC, con el uso de memes en Facebook o navegando en la plataforma.

Una de las categorizaciones que realizaron los teóricos de la TUG, Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michel Gurevitch en la publicación de 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 se adecúan a las gratificaciones que se esperan obtener, esto explica por qué los estudiantes son usuarios de la

red social Facebook, ya que les proporcionaría diversión, relaciones sociales, identidad y vigilancia, a sus usuarios y por ende recibe gratificaciones con su uso.

Acorde a la clasificación que hicieron Mc. Quail, Blumler y Brown en 1972, 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, por lo que la audiencia obtiene diversión, como así también relaciones interpersonales obteniendo información útil para interactuar en conversaciones sociales.

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. De igual manera, realizan una vigilancia de su entorno inmediato, cuando chequean los estados de amigos, familiares y conocidos.
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: 9).

Para los estudiantes de Comunicación Social de la UNDeC, el uso de memes está naturalizado como una herramienta corriente para transmitir un pensamiento, sentimiento, emoción, idea y opinión. Por lo que con su uso van cubriendo necesidades vinculadas a los medios, siendo la principal la necesidad de integración, porque los estudiantes publican para el “otro”. Los motivos son variados, pero conllevan la presencia del otro: porque le puede gustar, para generar debate, para expresar sarcasmo de situaciones o sólo para hacer reír, lo que es particularmente relevante para los jóvenes con respecto a sus pares y círculo familiar.

Constanza (20 años) expresó que ella publica memes: “para que lo vean las otras personas para ver si les da gracia o que entiendan lo que quiero intentar decirles. Podría esperar una reacción, mayormente”. O como expresa Tatiana (30 años), “salen en la página de noticias, entonces los veo y si me parecen divertidos los comparto”.

Publicar memes divertidos es la principal fuente de gratificaciones de los estudiantes encuestados. Representar la realidad con humor, ironía o sarcasmo les reporta bienestar, marcando de esta manera su presencia en la red social ya que el 70,6% lo hace para todo público. El 41,2% publica solo para amigos, el 29,4% solo permite que varios amigos vean sus posts, el 17,6% publica a una persona en particular. Por otro lado, el 23,5% responde a publicaciones con memes y el 5,9% hace post de
memes acorde a lo que le esté pasando.

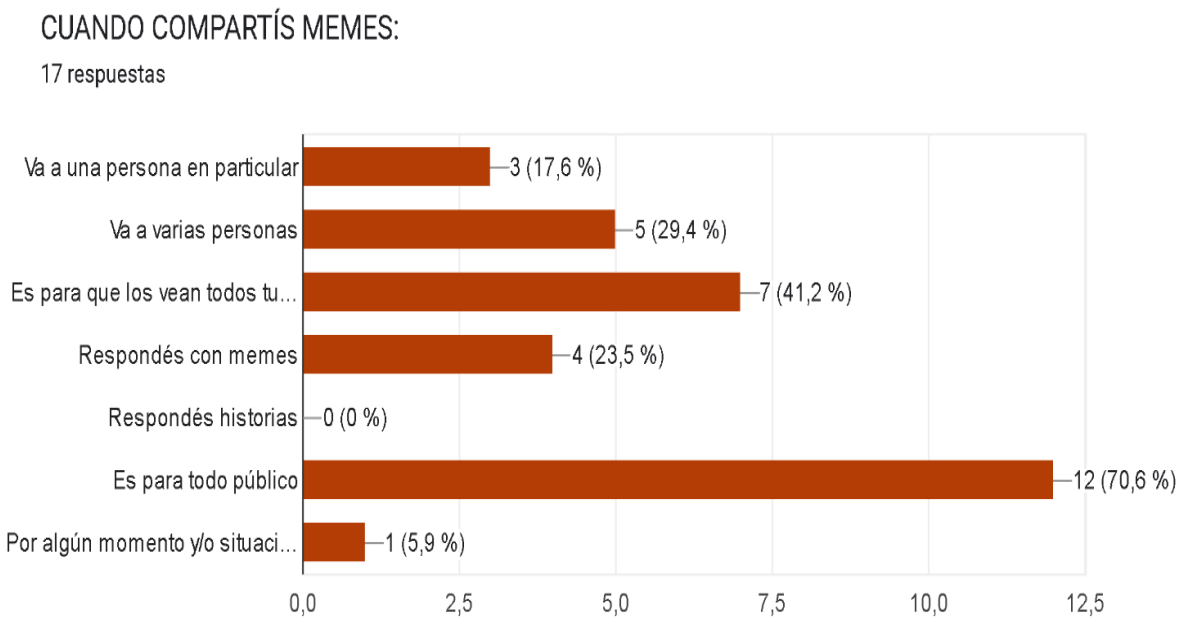


Gráfico 5: A quién va tu meme. Encuesta formulario google

El grado de gratificación de los estudiantes varía de persona a persona acorde al uso que hace de los memes.

Si bien la mayoría los usa por el placer que les reporta hacer reír o alegrar a familiares y amigos, algunos los usan para vincularse con una persona en especial o personas específicas, reforzando de esta manera los lazos que los unen. Parafraseando a Carlos Feixas, estar en redes sociales es existir en la cotidianidad de internet, siendo el lugar donde los jóvenes están y marcan presencia.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Si bien aún falta de cotejar resultados, hasta el momento se puede observar que internet ha cruzado nuestras prácticas cotidianas transversalmente, desde nuestros consumos, formas de ver y percibir la realidad y hasta en la manera de comunicarnos. Pero en todo este cambio, influenció mucho la rápida evolución digital y la proliferación de páginas, blogs, sitios, webs, plataformas y redes sociales, estas últimas de gran protagonismo entre los jóvenes y adolescente, cuya vida social pasa por ahí.

Entre tanta revolución e innovaciones, las ideas contagiosas hicieron su entrada en el mar de internet para volverse casi indispensables en toda comunicación y decires: los memes coparon las redes al punto que algunos teóricos los consideran una revolución.

A estos cambios, los estudiantes de la Licenciatura de Comunicación Social de la UNdeC no son ajenos y es la razón de este estudio, saber qué Usos hacen de los memes y qué Gratificaciones reciben por eso.

Si bien los resultados aún son parciales, se puede adelantar que los estudiantes cubren sus necesidades vinculadas a los medios y, puesto que estar en internet, es *ser* en el mundo digital el meme se ha convertido en la manera eficaz de lograr gratificaciones.

Respecto a los Usos, los alumnos prefieren los memes humorísticos, graciosos o que expresen con ironía o sarcasmo la realidad o sucesos trascendentales de su entorno directo o lejano.

A la vez, mediante estas publicaciones, satisfacen sus necesidades cognitivas e integración social como así también afectivas, ya que se comunican a través del humor del meme reforzando vínculos con su entorno directo.
En cuanto a las Gratificaciones, hasta el momento, podemos indicar que los jóvenes reciben diversión, por cuanto comunican desde el humor y la sátira utilizando a veces al meme como medio para liberar carga emocional.

En cuanto a las gratificaciones de 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.

Hasta el momento se ha observado que Facebook es una gran plataforma en la que los estudiantes pueden vigilar su entorno, a través de la visualización de "estados o historias", predisponiéndose para responder publicaciones o hacerle saber al otro si está de acuerdo con su pensamiento o intereses.

Por 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 confluyen, por lo general, en pensar en el otro.

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
- Dawkins, R. (1993). El gen egoísta: Las bases biológicas de nuestra conducta. Ed. Salvat, España.
- Feixa, C. (2000). Generación @: la juventud en la era digital. Nómadas (Colombia) https://www.redalyc.org/pdf/1051/105115264007.pdf
- 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 3/5/2021. Disponible en: http://www.ntic2012.yolasite.com/resources/17%20Mart%C3%ADnez.pdf
- Moragas, M. (1993). Sociología de la Comunicación de Masas. II Estructura, funciones y efectos. Editorial Gustavo Gilli S.A.

LA DIETA INFORMATIVA DE JÓVENES EN MEDIOS EMERGENTES

Silvana Comba | Universidad Nacional de Rosario
silvanacomba7@gmail.com

Edgardo Toledo | Universidad Nacional de Rosario
panitoledo@gmail.com

INTRODUCCIÓN

La ponencia que presentamos es un avance de nuestro proyecto de investigación "Jóvenes, contenidos informativos y prácticas de ciudadanía comunicacional en medios sociales" y a la vez incorpora resultados preliminares del proyecto Investigar en Red.

Los principales objetivos de esta investigación son:

- Caracterizar los modos en que las y los jóvenes combinan distintos medios y plataformas para el consumo de contenidos informativos. -Describir las nuevas narrativas informativas que las y los jóvenes crean en su cotidianeidad.
- Analizar los modos de compartir contenidos informativos en los medios sociales.

Para comprender estos procesos, asumimos la perspectiva metodológica cualitativa, mediante una estrategia de investigación de tipo exploratoria a través

de entrevistas semiestructuradas a una muestra de jóvenes, mediante la técnica de bola de nieve.

En Investigar en red, junto a otras 11 universidades del país, realizamos 165 entrevistas semiestructuradas a estudiantes universitarios de 18 a 24 años de las carreras de Comunicación Social y de Periodismo; una muestra con una composición bastante diversificada geográficamente, debido a que incluyó estudiantes del norte, centro y sur del país. Realizamos el trabajo de campo durante la pandemia, de ahí que en el análisis de la información recolectada surgen problemáticas específicas de este contexto inédito que fueron consideradas.

El celular es la puerta de entrada al consumo incidental de información: las y los jóvenes ya no van en busca de información, sino que se encuentran con ella bajo el formato de videos, podcasts, memes, textos, fotos, emojis, gifts, en las distintas redes (valoran el humor, el entretenimiento, la exploración de nuevas narrativas). Se genera una pérdida de contexto y jerarquía del contenido periodístico y esto da lugar a otras prácticas de consumo/producción.

Palabras claves: contenidos informativos – sociedad de plataformas – jóvenes

CONSUMOS HÍBRIDOS

En las habitaciones de las y los jóvenes dominan las pantallas del celular y del Smart TV. Ahí donde visiones apocalípticas del uso de los medios veían encierro y aislamiento, se lanzaron a explorar su identidad comunicándose con sus pares. ¿Cómo? En un nuevo espacio, el de las redes; con distintas actuaciones: fueron apareciendo booktubers, youtubers, fans que subtitulan series para compartir, quienes crean y viralizan memes y quienes publican microrrelatos en Twitter. Amateurs que producen y consumen información con distintas narrativas. A la vez, van tejiendo conversaciones donde mezclan lo íntimo con lo público, lo local con lo global, la información con el humor, lo más racional con lo grotesco o extravagante. Algunos testimonios dan cuenta de las prácticas híbridas de consumo de información, en definitiva, de cómo se informan hoy las y los jóvenes.

- Sigo a bastantes páginas como Radio3 y a algunos periodistas. Ellos van posteando información y miró. A veces al mediodía miramos la tele, poné El Tres, más que nada Rosario y así me mantengo informado. (Joel, 21 años, 2do. año de Comunicación, UNR) ¿Usás la tele para informarte?
- Sí, miro el noticiero por Youtube porque no tenemos cable, porque tampoco miro canales de cable ni nada de eso. Tengo el SmarTv y pongo Youtube, hay varios noticieros que transmiten en vivo. (Sofía, 23 años, 1er. año de Relaciones Públicas, USAL)
- Cuando yo quiero informarme lo que más busco es la televisión, la tele en vivo y por ahí si quiero informarme o si me interesa más un tema, ahí sí voy a la página y ahí leo o veo los videos. Pero más que nada estoy viendo en la tele o en las páginas de Facebook o Instagram como “Somos Jujuy” y ahí ya cuando quiero ver lo que pasa directamente entro ahí y veo más rápido, si es una noticia que me interese la busco y ahí la amplío. (Jemima, 20 años, 2do. año de Comunicación, UNJU)

Las características de estas prácticas híbridas coinciden con los resultados de la investigación realizada por Arri sobre el ecosistema mediático de jóvenes universitarios en el aglomerado Gran Buenos Aires:

- La interacción simultánea con el smartphone y los medios tradicionales permite a los/as estudiantes poder cotejar las informaciones que reciben a través de la radio o la televisión con lo que ocurre en plataformas sociales o en internet. Las personas entrevistadas combinan el contacto con los medios tradicionales y el smartphone en diversas situaciones: en algunos casos, la interacción con las plataformas sociales o el buscador Google sirven para chequear una información relevante tocada por la televisión o la radio (2022, p. 342).

Nuestra investigación lo evidencia en estos testimonios:

- Prendo la TV y luego las redes sociales, buscar noticias que vi en la TV para

contrastar, eso durante la mañana. Por la tarde muchas redes y medios digitales y algo de TV como para ver resumen de informativos, actualizaciones. Pero desde el celular siempre conectada. (Natalia, 34 años, 1er. año de Comunicación, UNLP)

- Sí, primero me fijo en Google. Tengo una tele, pero no miro mucho... Miro las noticias de las 8 de la noche en el once (...) Luego capaz que C5N o Crónica para ver qué pasa en el día (...) Pero si alguna noticia me interesa busco en el celular y me fijo bien. (Maximiliano, 33 años, 2do. año de Comunicación, UNLP)
- Las notificaciones al celular de alguno de estos medios las tengo como activadas, también me llegan y ahí, ahí veo algo, pero creo que me termino de enterar de los temas cuando veo el noticiero, por ejemplo, el de las 12. (Martina, 22 años, 3er. Audiovisual, UBP)

La combinación del consumo de medios tradicionales con medios emergentes genera reenvíos de unos a otros. El concepto de mediamorfosis, desarrollado por Fidler (1998), contribuye a explicar este fenómeno de complementariedad de medios. Los nuevos no suponen necesariamente la desaparición de los existentes previamente, sino una reconfiguración de usos y lenguajes.

LA VIGENCIA DE LA TV EN VIVO

Para reflexionar sobre la transformación que están atravesando los consumos de información, partimos del concepto de medio desarrollado por Verón, que "implica la articulación de un soporte tecnológico más una práctica social." (Carlón, p.163) Para dar cuenta de esta articulación, comenzamos por describir el cambio de rutinas informativas de las y los jóvenes a partir de la cuarentena. Fue significativo el aumento en el consumo de medios masivos, particularmente la TV y la radio, en el contexto familiar. No solo porque están más tiempo en el hogar, sino porque algunos volvieron a vivir en la casa de sus padres, ya que durante la pandemia regresaron a sus ciudades de origen. Esta circunstancia provocó un cambio en el contexto de recepción.

El aparato de televisión sigue ocupando un lugar central en la casa familiar, principalmente en el comedor. Esto hace que la TV esté encendida durante las comidas y, en consecuencia, que las y los jóvenes consuman de una manera indirecta las noticias de los medios tradicionales.

- ¿Televisión? Miro cuando mi viejo mira. Cuando comemos, que es el horario en que compartimos todos, miro la tele. Noticieros sobre todo. Y por mi parte, veo canales de deportes. Estoy en un escritorio, al lado está la tele. A veces tengo la puerta arrimada y siempre está el zócalo rojo de urgencia. Eso está siempre (Julián, 20 años, 3er. año de Comunicación, UNCo.)
- Ahora que estoy con mi familia, ellos siempre a la mañana están escuchando radio. Tipo de 10 a 12 estamos con la radio y ahí soy muy intermitente por si estoy desayunando o si estoy compartiendo con ellos o no. (Camila, 20 años, 3er. año de Comunicación, UNR).
- Después, a la hora del almuerzo, vemos el noticiero. Yo a veces no termino de ver el noticiero, como de una a una y media es que estamos todos juntos viendo la tele. (Rafael, 21 años, 3er. año de Comunicación, UNCo).

A partir del análisis, observamos que la TV tiene una fuerte presencia en los consumos de noticias, específicamente la TV en vivo. Una explicación analítica de este fenómeno la brinda Carlón en el libro La muerte de los medios masivos: “estamos bastante de acuerdo con que nos encontramos en la era en la cual probablemente haya comenzado el fin de la televisión como medio pero mucho menos en su fin como lenguaje y dispositivo” (2006, p. 163). Y continua: la televisión tiene dos dispositivos y lenguajes: el grabado y el directo o live. El directo (llamado así porque es el lenguaje de la toma directa) estuvo desde el origen y constituye el núcleo de lo televisivo: es aquello que lo diferenció de su ilustre antecesor: el cine. El grabado, es decir, la videograbación, aparecida a mediados de los años 50, enriqueció las posibilidades discursivas de la televisión, que a partir de entonces tuvo, a diferencia del cine, dos lenguajes, pero no le brindó una nueva especificidad: el directo es la extraordinaria novedad que en el siglo XX instauró la televisión (...) Si las predicciones son correctas podríamos decir que el grabado, cuya esencia no es televisiva, va a perecer, se va a sumergir

en el fin de la televisión (2006, p. 171)

Estos planteos aparecieron de este modo en los dichos de los entrevistados:

- P: ¿Cuando ves televisión mirás en directo o ves on demand? R: Miro por cable y después, si me entero por Twitter que pasó algo en un programa, por ahí lo busco en Youtube para ver qué pasó, si no, siempre miro por cable (Sol, 21 años, 3er. año de Periodismo, USAL).
- El noticiero está prendido siempre a la noche, no importa quién lo encienda siempre está encendido. En mi familia nos acostumbramos a eso. Ahora, a raíz del coronavirus lo solemos apagar más seguido para no ver noticias tan angustiantes y frustrantes (Abril, 18 años, 1er. año de Periodismo, UBP).

La TV, en muchas ocasiones de la vida cotidiana, está encendida de fondo. Como plantea Roxana Morduchowicz:

- Los jóvenes de hoy son la generación multimedia. No sólo por la variada oferta mediática de que disponen, sino y muy especialmente por el uso en simultáneo que ejercen de ella. Mientras ven TV hacen la tarea, escuchan música, hablan por teléfono y navegan por Internet (...) los medios no se desplazan entre sí: se complementan y superponen (...) La generación multimedia hace un uso simultáneo de los medios que termina por no anular a ninguno de ellos. Más bien los integra. (2008, p.15)

De esta manera lo expresan algunos testimonios:

- ¿Ves la TV para informarte? No sé si para informarme. La miramos porque está. Mi mamá pone siempre en el horario central la tele y ahí la tenemos de fondo, pero no es que estamos prestando demasiada atención a lo que pasa (Paula, 21 años, 3er. año de Periodismo, USAL).
- Y tele, en general, está prendida de fondo en casa a la noche así que si

estoy por ahí capaz me siento un rato a mirar (Ramiro, 20 años, 3er. año de Comunicación, UA).

- En mi casa siempre está prendida la tele en el living, generalmente con el canal TN, entonces eso lo terminó consumiendo, no porque me siente a verlo yo, pero bueno, está ahí, uno se sienta en el living a conversar con alguien y está de fondo. (Joaquín, 22 años, 4to. año de Relaciones Públicas, USAL).

Mientras que el consumo de TV está ligado al hogar y se realiza en compañía (familia, amigos, pareja), a la radio la escuchan en movilidad (celular y receptor del auto).

- La manera más común es en el auto porque donde trabajo vamos con mi padre en el auto y tenemos la radio puesta y generalmente el noticiero y a veces música. (Federico, 30 años, 3er. año de Comunicación, UNR).
- Y radio no escucho mucho, antes de la cuarentena escuchaba yendo a la facultad y volviendo, pero ahora ya no. (Ramiro, 20 años, 3er. año de Comunicación, UA)

  Si bien a la mañana cuando estaba en el contexto de presencialidad en la facultad a la mañana me levantaba, capaz que en el camino iba con auriculares escuchando La Kermés. Antes escuchaba mucho La Kermés, eso fue un cambio. Ahora estoy escuchando mucho Radio Noticias, ya desde fin del año pasado. (Belén, 22 años, 4to. año de Comunicación, UNLPAM)

La música y el entretenimiento son los géneros elegidos y, en mucha menor medida, la información, contenido que consolidó a la radio. En palabras de Fernández,

- La radio se hizo fuerte con la información urgente en vivo desde el lugar de los hechos y el show radiofónico como género broadcasting de síntesis de la actividad informativa, social y cultural y las relaciones entre diversas series de la vida social. (2013)

La radio tuvo que ir adaptándose al actual ecosistema sonoro. Un formato en crecimiento es el podcast, que apuesta por la personalización asincrónica del consumo y ofrece sus contenidos a la carta en plataformas de streaming

musicales. Aquí se accede a una gran variedad de temas, incluidos algunos contenidos informativos.

- P: ¿La radio es un medio informativo para vos? R: Escucho mucho podcast. Ahora estoy escuchando un resumen de la mañana de Redacción que se llama Foco, que me recomendó una amiga para seguir escuchando noticias. Entonces escuchó más que nada el podcast. Radio escuchaba cuando iba a la facultad manejando, pero ahora que estoy en casa, poco y nada escucho radio (Sol, 20 años, 3er. año de Comunicación, UA).
- Escucho mucho podcast. Nunca fui muy de la radio en general porque me gusta tener más control o curaduría de lo que yo escucho y el podcast me permite un poco eso. La radio, en cambio, tiene lo de controlar lo que uno está escuchando. Sí miro a veces Futurock que busco y escucho, por lo general terminan colgados también. (Bartolomé, 25 años, 5to. año de Comunicación, UNR)

Los diarios en papel ya no forman parte de los consumos mediáticos informativos de las y los jóvenes.

- P: ¿Y diario papel te llega a tu casa? R: Sí, llega todos los miércoles y domingos creo. Llegan Clarín y La Nación. P: ¿Y los lees o no? R: No, agarro veo la tapa y lo dejo ahí. Después se usa para el asado. (Iñaki, 19 años, 2do. año de Comunicación, UA.)
- Cero coma cero cero cero... Mi contacto con los diarios de papel literalmente es que envolvemos los huevos en la pollería (risas) (Bernardita, 24 años, 5to. año de Periodismo, UNLP).

En ocasiones, los compran con una función de archivo para atesorar una noticia que les resulta significativa o los leen para informarse sobre acontecimientos locales.

- Diario papel, no. Hace mucho que ya no leo. Es más, es muy esporádica la vez que puedo llegar a comprar un diario en papel. Tiene que haber algo muy puntual para que compre un diario en papel. Una nota especial que quiera leer o que quiera guardar. Creo que va por ese lado. Por comprar

algo que quiera guardar, más que por leer la noticia en sí. (Emilio, 26 años, 4to. año de Periodismo y Comunicación, UNL)

- Sí, El Tribuno. El Tribuno de Jujuy es el diario que más compramos en mi casa, quizás tres o cuatro veces a la semana. (Lidia, 22 años, 4to. año de Comunicación, UNJU)

Los medios locales siguen teniendo vigencia a la hora de informarse sobre lo que ocurre en sus ciudades.

- En mi casa se escucha mucho la radio, siempre está encendida, así que la escucho mientras me hago el desayuno, mientras cocino o mientras lavo los platos. Suelo escuchar Cadena 3. (Gerónimo, 19 años, 3er. año de Audiovisual, UBP)
- En el auto escucho radio de la Universidad Calf y LU5 de NQN. (Francisco, 19 años, 2do. año de Comunicación, UNCo).
- El medio que sí consumo mucho es Somos Jujuy durante la mañana es donde nos mantenemos prácticamente informados a la hora del desayuno como que vamos comentando lo que cada uno ve en su celular en familia. (Franco, 22 años, 4to. año de Comunicación, UNJU)

LA TV Y LOS MEDIOS SOCIALES

El ámbito natural de la TV tradicional es el hogar. Y esto condiciona el consumo que hacen las y los jóvenes, ligado a las rutinas cotidianas, combinando la TV con los medios sociales.

- Después también entro a Instagram y después ya me hago el desayuno y por ahí lo que veo es las noticias en la televisión, mientras me hago el desayuno como de fondo voy escuchando a ver qué onda. (Lourdes, 21 años, 2do. año de Comunicación, UA.)
- Mi mañana de información está muy relacionada con el día anterior, porque como normalmente veo el noticiero a la noche, ya sé lo que pasó. Entonces, si quiero buscar algo específico me levanto y lo busco, o si no, abro dos o tres portales para ver qué está pasando. A lo largo del día entro mucho a Twitter a ver las tendencias. De todas formas, depende cada día;

si vi algo que me interesó, entonces en ese caso lo busco para investigar más sobre el tema, si no espero a la noche donde me vuelvo a informar bastante, con una mirada más completa y general, a través del noticiero. (Abril, 18 años, 1er. año de Periodismo, UBP)

- La verdad es que hago un consumo "snack", durante todo el día; no es que tengo un horario fijo, mientras estoy trabajando es bastante intenso, entró también a los medios nacionales además de los regionales, a la tarde si entro a las redes y están hablando de algún tema informativo, también le doy su espacio, a la noche sí, es como que todavía me queda la costumbre de ver el noticiero, para hacer el resumen del día, me gusta irme a dormir informada, antes de dormir hago una última vuelta por las redes para ver como empieza el día. (Paula, 22 años, 3er. año de Comunicación, UNLZ)
- A la mañana me gusta más informarse con la televisión que con el celular. Tengo la costumbre de prender la tele mientras me voy despabilando, me hago el desayuno y esas cosas. Después abro la computadora y empiezo a ver más noticias con las redes o los portales. (Camila, 20 años, 3er. año de Comunicación, UNR)
- La TV, en cuanto medio tradicional, se fue adaptando a los usos de los medios emergentes, por ejemplo, a través de los Smart TV ya que las y los jóvenes consumen plataformas en el aparato TV. Una particularidad es que lo siguen teniendo en sus habitaciones, pero sólo para el uso de plataformas o consolas de videojuegos. No miran TV en formato tradicional, ni tienen conexión al cable. En ocasiones, transforman la TV en Smart a través de la consola de juego. Los medios tradicionales dejé de consumir hace bastante tiempo. Si bien he trabajado en radio, en un principio, pero no he consumido prácticamente nunca, excepto aquellas que pasaban música; después lo que es televisión, cable hace dos o tres años que ya no tengo. Como decía, no tengo una Smart TV, tengo tele común que lo hago smart con la consola, si no no. Y diarios físicos tampoco. Creo que desde que terminé de cursar en el instituto, no agarré ninguno más. (Federico, 28 años, 5to. año de Periodismo y Comunicación, UNL)

A MODO DE SÍNTESIS

Twitter aparece como el espacio privilegiado para el consumo de información, principalmente mediante el uso de hashtags, las tendencias y los comentarios. Instagram es su medio privilegiado de comunicación, entretenimiento y vida social. No obstante, durante los últimos años, también constituye una puerta de entrada a la información al igual que Tik-tok y Twitch. Entre los consumos emergentes de información se profundiza el uso del video, tanto en Instagram como en Youtube. En pocos casos observamos el uso de Facebook para informarse. Lo que advertimos como nuevos formatos son los podcasts y las newsletters. Relacionan a las plataformas y, especialmente, a los grupos de WhatsApp, con espacios de circulación de desinformación. Por este motivo, prestan atención al fenómeno de las noticias falsas y suelen chequear con varias fuentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Arri, F. (2022) Jóvenes, smartphones y “medios tradicionales”. Una indagación del ecosistema mediático de estudiantes universitarios/as de carreras vinculadas a la comunicación del Aglomerado Gran Buenos Aires en Jóvenes, medios y redes sociales: representaciones, usos y prácticas antes y durante la pandemia, de Raquel Tarullo ... [et al.]. Junín: Ed. Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires. UNNOBA
- Carlón, M. y Scolari, C. (Eds.) (2006) El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- Fernández, J.L., entrevistado por Scolari, C. (2013) Entrevista a J.L. Fernández: los lenguajes de la radio en el blog Hipermediaciones. Disponible en Entrevista a J.L. Fernández: los lenguajes de la radio. | Hipermediaciones
- Fidler, R. (1998). Mediamorfosis: comprender los nuevos medios. Buenos Aires: Granica.
- Giddens, A., & Muro, J. B. (1979) La Estructura de Clases en las Sociedades Avanzadas. Madrid: Alianza.
- Laddaga, R. (2010). Estética de la emergencia. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.
- Morduchowicz, R. (2018) La generación multimedia.Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes. Buenos Aires: Paidós
- Van Dijck, J. (2016) La Cultura de la Conectividad. Una Historia Crítica de las Redes Sociales. Buenos Aires: Siglo XXI.

LA OTREDAD EN MEMES. REPRESENTACIONES DE LA MARGINALIDAD EN REDES SOCIALES.

Mariana Denise Córdoba | Universidad Nacional de General Sarmiento
denisecordoba96@gmail.com

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 y que circulan, mutan y se reproducen cargadas de significado a través de distintas comunidades interpretativas en el espacio virtual.

El presente trabajo se enmarca en el proyecto de Investigación 30/3363 "Política (s) en torno a medios de comunicación en la Argentina contemporánea" que dirige Beatriz Alem en la Universidad Nacional de General Sarmiento. En el

mismo, se pretende abordar la circulación de memes ,compartidos por comunidades virtuales interpretativas, que aborden la temática de los planes sociales y sus beneficiarios, las representaciones sociales en relación a dicho fenómeno y la realidad sociohistórica en la que se desarrolla.

En este sentido, encontramos que preguntarnos acerca de dicha práctica nos supone al mismo tiempo adentrarnos en todo un entramado de significaciones, una compleja red que se conforma alrededor y en relación con las percepciones y discursos que mantienen determinados individuos sobre las personas que reciben ayuda social por parte del Estado. Como objetivo nos proponemos indagar acerca de las diferentes percepciones de personas que consumen y comparten el tipo de memes ya antes caracterizados y cómo estos se identifican a partir de la relación radicada en la diferencia con un otro que es segregado en sus contenidos.

Para esto, es necesario preguntarnos: ¿Qué representaciones existen en los memes respecto a los beneficiarios de planes sociales como la AUH o Potenciar Trabajo? ¿Qué características se ven asociadas a un otro reflejado en dichos contenidos?

Para responder a los interrogantes planteados, nos proponemos llevar a cabo un análisis de un corpus integrado por 45 memes que abordan la temática planteada y que fueron compartidos por las plataformas de Instagram, Facebook o Twitter.

Palabras clave: Memes, redes sociales, representaciones

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 Sifman, los memes poseen 3 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. Al nombrar otros de los principales rasgos que caracterizan a dichos elementos culturales, Bebic y Volarevic (2018) hacen referencia a que el contenido de los mismos debe ser "popular, real y humorístico" (p.44). También resulta relevante hablar de la noción de intertextualidad, otra singularidad notable de los memes, que refiere a la facultad que tienen dichos artefactos para relacionarse con la información de otros anteriores por medio de sus características culturales (Shifman, 2014). Podemos decir entonces que 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 los unos con los otros encontrando similitudes en su contenido o

disposición.

HISTORIA DEL CONCEPTO Y DE LAS TEORÍAS SOBRE SU USO

Las teorías que hablan sobre memes fueron evolucionando en su consideración respecto de dichos fenómenos comunicacionales, pero cabe destacar uno de los componentes históricos que hicieron al concepto.

Al rastrear las primeras conceptualizaciones sobre los memes encontramos que la teoría del biólogo evolutivo Richard Dawkins, expuesta en su libro *El gen egoísta* de 1976, cobra relevancia. Dawkins afirma que entre personas de una misma cultura algunas ideas o conceptos se reproducen por la imitación que se da en el traspaso de información de individuo a individuo. Según este autor la transmisión de la cultura se podría comparar con la genética en cuanto a la reproducción y evolución de las mismas. Así, el mimeme (como Dawkins lo definió aunque luego la abreviatura *meme* fue más popular) se instaló como una "unidad de transmisión cultural" que ,siendo egoísta como los genes, a partir de la réplica busca reproducirse para sobrevivir.

Se puede decir que durante un buen tiempo la memética, hipótesis sobre el proceso evolutivo cultural presentada por Dawkins, fue discutida y abordada desde diferentes perspectivas tanto negativa como positivamente. En este sentido, Daniel Dennett (1995), unas décadas después de la instalación del término, amplía la teoría entendiendo a los memes como "el tipo de ideas complejas que se constituyen en unidades memorables distintas". En su pensamiento se destaca el componente distintivo y simplificador de los memes, así como también la importancia del lenguaje y los vehículos que posibilitan la reproducción de dichas ideas.

Como vemos en las primeras hipótesis sobre el tema, el término meme no viene sólo a explicar y dar nombre a ciertos elementos culturales, sino que busca dar respuesta a interrogantes sobre la evolución del pensamiento humano, el traspaso de ideas, y la apropiación y mutación de las mismas. Representa la

simplificación de importantes y complejas redes de significaciones en constante circulación que se reproducen con la imitación y la mutación, pero siempre entrelazados con discursos anteriores. A propósito de tal supuesto Richard Brodie (2004), en su libro *Virus de la mente,* afirma: "Este es el elemento más sorprendente y más profundo de la ciencia de la memética: tus pensamientos no siempre son tus ideas originales".

En lo que sigue de la década de los 90 la memética continuó siendo un tema de discusión aunque un hito histórico intervino y cambió para siempre la acepción de la palabra meme. La aparición de internet no sólo modificó rotundamente los procesos comunicacionales de intercambio de ideas, al mismo tiempo reutilizó el término meme para nombrar a una nueva manifestación: los fenómenos virales de internet.

Uno de los primeros pensadores en abordar la nuevos fenómenos comunicacionales fue Henry Jenkins (2006), quien también problematiza sobre la nueva era mediática propagable que se gesta a partir de la comunión en red. Su pensamiento busca enfatizar en la capacidad de acción de los usuarios, explica que los procesos de comunicación cotidianamente mantienen un intercambio y circulación de ideas que se van modificando continuamente y que dichos procesos se llevan a cabo por y desde los individuos. De esta forma cuestiona los paradigmas que consideraban solo en la capacidad de los contenidos o la efectividad de los mensajes.

Jenkins propone el modelo propagable para entender cómo y por qué los contenidos de los medios circulan en la actualidad. Coloca en el centro a los consumidores al adjudicarles la capacidad de darle forma a la circulación del contenido "a menudo expandiendo los significados potenciales y abriendo las marcas a nuevos mercados inesperados" (Jenkins, 2009). En el proceso de circulación, desde este punto de vista, se consideran las posibilidades que traen las nuevas tecnologías y la importancia de los procesos de reutilización y modificación, ya que son los encargados de aportar valor a la comunicación al permitir que los significados se expandan hacia otros imaginarios o contextos. Por lo tanto, en el proceso de intercambio, en contraste con modelos anteriores, podemos entender que la naturaleza de un mensaje se puede ver modificada y

convertida.

Respecto de los memes Jenkins indica que el término fue acogido como una manera de referirse a la rapidez con la que se realizaba la propagación de la información y la circulación de conceptos en la era digital. Según Jenkins, nos encontramos en una 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*. Los memes de internet son una de las formas en que los usuarios se vinculan y expresan sus ideas, participan de estos nuevos espacios.

MEMES Y POLÍTICA

Teniendo en cuenta lo expuesto, ¿es posible considerar a los memes como una forma de acción política que se realiza en el espacio de la ciudadanía?. Al respecto Jenkins (2209) aclara que las imágenes o memes que circulan por internet pueden representar un recurso retórico que permite la plasmación de posiciones políticas y resultan tan importante como los textos publicados en diarios o folletos que se reparten con el fin de ser compartidos. Además agrega que el valor de lo compartido no radica en la existencia del contenido mismo sino en la posibilidad de generar un intercambio o persuasión, y señala que hay que tener en cuenta que muchos pueden lograr un gran alcance y llegar a un público masivo.

En la misma línea, Octavio Islas y Amaia Arribas (2018) consideran a los memes como acciones de la ciudadanía, ya que ven a las prácticas ciudadanas como 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, también resulta 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 permiten a los individuos que también forman parte comunicarse de una nueva manera, ofrece la capacidad de expresión política, compromiso, vínculo y participación de una forma más accesible para ciertos grupos. (Rivers y Ross, 2017) Sin embargo, Islas y Arribas aseguran que los memes no son solo imagenes 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, los contenidos en estos espacios se pueden ver producidos, reinterpretados, modificados o reconvertidos. 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 por una comunidad interpretativa, 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, actuar y vincularse que mantienen. Al tomar a los memes como una 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.

REPRESENTACIONES DE ODIO Y ESTEREOTIPOS EN MEMES

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 social. El programa brinda una prestación mensual a personas con hijos menores a 18 años, hasta 5 hijos por familia. En los memes referidos a la ayuda social, uno de los programas más nombrados es la AUH seguido del Potenciar Trabajo, un programa de propuestas productivas para personas con vulnerabilidad social y económica.

Teniendo en cuenta dicho contexto, propusimos como objetivo analizar los memes de internet que realizaban un tratamiento sobre este tema de opinión pública resaltando estereotipos de las personas beneficiarias de las asignaciones. Dicho análisis busca indagar en la producción de sentido que se realiza por medio de las redes sociales y la creación y circulación de memes, cómo se reproduce la discriminación y qué tipo de representaciones sociales vemos interpeladas en lo compartido por los ususarios de los espacios virtuales de interntet. La muestra utilizada para el trabajo consta de 45 memes recopilados de las plataformas de

Facebook, Instagram y Twitter, así como también una serie de comentarios que acompañan la circulación de estos contenidos.

Comenzando con el análisis, uno de los primeros tópicos tratados en las representaciones que encontramos en los memes es respecto a la queja por los gastos indebidos de los planes sociales. En este tipo de productos los prosumidores suelen transmitir la idea de que el dinero de los planes sociales son

malgastados ya que los beneficiarios no cumplirían con el objetivo de darle una mejor calidad de vida a sus hijos. En los memes en los que se hace referencia a esta cuestión podemos ver representadas a las personas beneficiarias de dichas políticas comprando o portando objetos costosos y ligados al entretenimiento o confort personal. Se muestra a los adjudicatarios como personas egoístas que sólo mantienen interés por su bienestar y sus beneficios, además se hace mucho hincapié en sus compras de bienes costosos. La mayoría de estos memes conforman una crítica hacía los responsables de los niños por lo cuales se recibe la AUH, y una gran cantidad de estas imágenes o videos acusan a las madres del malgasto de la asignación. Así, las personas beneficiarias representadas que aparecen en los memes, en su mayoría son mujeres, acusadas de ser malas madres. Los gastos que se visualizan casi siempre tienen que ver con ropa deportiva de marca, celulares de última generación y tatuajes o maquillajes. Las personas en cuestión entonces son vistas como egoístas, aprovechadoras de los planes para realizar gastos individuales, que nada tienen que ver con lo destinado según la asignación, y también son vistas como madres irresponsables que no centran sus acciones en la crianza y bienestar de sus hijos.

Otra cuestión que se repite con frecuencia en los memes analizados son los discursos relacionados con la pereza de los beneficiarios. 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. En

muchos de los memes vemos imágenes que con ironía muestran situaciones hipotéticas en las que las personas prefieren conseguir ayuda social antes que encontrar un empleo. También encontramos que algunos memes cargados de violencia demandan el obligar a los adjudicatarios a conseguir un trabajo. Además, muchos comentarios de estas producciones tienden a relacionar los mensajes de los memes con el declive de “la cultura del esfuerzo” o realizan una comparación con el estilo de vida de los trabajadores y los beneficiarios. En los estereotipos reproducidos casi siempre se pueden ver beneficiados cómodos en sus casas, recostados en asientos o buscando evadir la situación de empleo. El empleo es visto como la circunstancia meritoria del acceso a ciertos bienes y sobre todo se prima en los mensajes el esfuerzo de las personas que son empleadas.

Respecto a esto, también encontramos que en algunos memes o comentarios se hace referencia a los trabajadores de la clase media como los sostenedores del sistema que mantiene a los beneficiarios. En varias imágenes se hace referencia al esfuerzo y a la educación de la clase trabajadora realizando una comparación con los beneficiarios de los planes que se ven representados como perezosos.

En varias producciones es frecuente encontrar la idea reproducida de que existe un aprovechamiento ventajoso por parte de los adjudicatarios de los planes sociales. Los

personajes que representan a los beneficiarios en los memes se muestran como personas que realizan cualquier acción con tal de recibir el dinero de la ayuda social. En varias representaciones se los ve disfrazándose, exagerando su situación económico social o planificando embarazos para aumentar sus ingresos de la AUH. Muchas veces este tipo de memes se realizan sumatorias exageradas de combinatorias de beneficios para demostrar que se paga una gran suma a las familias beneficiarias. La idea que se presenta en este tipo de mensajes es la de entender a los beneficiarios como personas que se aprovechan de la ayuda social y buscan obtener más ingresos buscando ingresar a todo tipo de ayuda.

En relación a lo anterior, encontramos que existen ciertos memes que reproducen un discurso de disgusto respecto del funcionamiento del gobierno nacional, y se refieren a Argentina como el único país en el que las asignaciones son un problema. En este tipo de imágenes o videos se relaciona al país con un mal funcionamiento y desorganización, y se reproduce la idea de que resulta descabellado mantener un sistema de ayuda social. En relación a los reiterados mensajes que aluden al funcionamiento del país, encontramos que algunos memes hacen referencia a las dificultades que tienen los emprendedores, la cantidad de impuestos o trámites que deben realizar las pymes. En estos mensajes se busca contraponer las situaciones entendiendo como sencillos a los trámites vinculados con las asignaciones y como complejos a los requeridos para

las PyMEs. Una vez más encontramos que en los discursos reproducidos se juega una comparación entre la cultura del esfuerzo, representada por trabajadores y dueños de emprendimientos, y la pereza, representada por los beneficiarios de los planes.

Para este trabajo entendemos que es pertinente abordar por otro lado los memes relacionados con la marginalidad, ya que en el corpus analizado podemos encontrar similitudes en la forma de abordar las representaciones. Además, en los memes referidos a las asignaciones encontramos que se siguen reproduciendo estereotipos al asociar a los beneficiarios con la pobreza. Como marca de los estereotipos que aparecen en estas producciones podemos visualizar repetidamente la preponderancia de imágenes de ropa deportiva, exceso de maquillaje en las mujeres y una serie de características asociadas a los personajes que fueron creados en base a estos memes. Estos son llamados comúnmente por los internautas por nombres ligados a estas acciones que resultan de un proceso de racialización. Los nombres se repiten y suelen ser los siguientes: Yeni, Brayan, Kevin, Kimberly, etc. Las comunidades de internet al producir y reproducir estos productos fueron conformando un lenguaje compartido en el que, en base a repetición de estereotipos, sintetiza la imagen social de lo representado en relación con lo marginal. Además, es posible ver repetidamente el uso de estos nombres acompañados de imágenes de personas racializadas. Resulta necesario entender cómo todos estas representaciones se entremezclan, se sintetizan y crean nuevos productos significantes. En estos memes se encuentran estereotipos de las personas beneficiarias de los planes sociales, ridiculización de la pobreza y de los gustos de clase así como también significantes relacionados con el desorden, la suciedad, la precariedad y la delincuencia.

CONCLUSIONES

Los memes de internet forman parte de la cultura participativa del universo virtual en donde los individuos producen, transforman, reinterpretan y comparten contenidos. Estos artefactos digitales significan nuevas maneras de interactuar y de transmitir mensajes o reflejar pensamientos, 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. Entendemos que los memes que abordan la temática de los planes sociales de AUH y Potenciar trabajo son elementos que nos ayudan a entender las representaciones y las percepciones que mantiene un sector de la población.

Entender a los memes resulta importante para el análisis de significados compartidos por una comunidad interpretativa. En este sentido, a partir de la observación de los conjuntos de signos expuestos en los memes abordados, encontramos que desde dichas producciones se desprenden mensajes discriminatorios que estereotipan con ironía a las personas beneficiarias de las asignaciones. Las representaciones que encontramos ligadas a estas imágenes o videos realzan estereotipos de clase y reproducen mensajes machistas y racistas. Al mismo tiempo, encontramos que se repiten mensajes vinculados con la delincuencia, la pereza y el aprovechamiento del sistema de las ayudas sociales, y notamos que los discursos de odio se dirigen también hacia la organización nacional del país, el manejo de los impuestos y de los planes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- ISLAS O. y ARRIBAS A. (2018) *El uso de internet en las elecciones presidenciales de México* en Cuadernos Artesanos de Comunicación N° 169.
- ZEGEDA CLAURE M. y GUARDIA CRESPO M. (2018) *La vida política del meme: Interacciones digitales en Facebook en una coyuntura crítica* Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social "ceres"
- 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).
- KLOS I. (2017) *El meme de internet como evento comunicativo político*. XII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- JENKINS.H. (2006) *La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. New York University Press.
- DENNETT.D. (1991) *La conciencia explicada*. *Una teoría interdisciplinar*. Little, Brown and Company.
- DAWKINS. R. (1976) *El gen egoísta*. Oxford University Press.
- JENKINS.H, LI.X, KRAUSKOPF. A, y GREAN.J. (2009) *If it doesn't spread, it's dead (part one): Media viruses and memes*. Recuperado de[http://henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html].
- 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
- BEBIC.D. y VOLAREVIC.M. (2018) *Do not mess with a meme: the use of viral content in communicating politics*. Communication & Society N°31

MESA 13:

EDU-COMUNICACIÓN

Coordinador/a de mesa:
Martin, Paula; Pastorella, Marcelo

DOCENCIA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL. DESAFÍOS EN LA PANDEMIA Y EN EL REGRESO A LA PRESENCIALIDAD.

Mariana Denise Cordoba | Universidad Nacional de General Sarmiento
denisecordoba96@gmail.com

Pablo Francisco Guillino | Universidad Nacional de General Sarmiento
pgullino@campus.ungs.edu.ar

Sabrina Naves | Universidad Nacional de General Sarmiento
z2208scn@gmail.com

RESUMEN

La asignatura Comunicación Institucional forma parte del recorrido para obtener el título de Grado de Licenciado/a en Comunicación de la UNGS.
En la cursada abordamos diferentes problemáticas que hacen referencia a valores, a modelos y a significados para construir una identidad que legitime las acciones de las instituciones frente a sus públicos.

Todas las acciones de comunicación (comunicaciones integradas de marketing, lanzamiento y mantenimiento de marca, relaciones y acciones de prensa, comunicaciones internas, comunicaciones en situaciones de crisis, comunicaciones de responsabilidad social, etcétera) son parte de las comunicaciones institucionales en la medida en que hacen que una organización dedicada a algo en especial (privada, estatal o social) pueda aumentar la legitimidad y la validación de sus decisiones a través de la generación de valores, modelos y significados que otros toman como propios. Así es que planteamos diferentes herramientas de redacción y gestión de contenidos comunicacionales para públicos específicos como parte de los distintos tipos de evaluación.

El objetivo principal es que los alumnos puedan objetivar las situaciones comunicativas y analizar las mismas con las herramientas, metodológicas y analíticas, provistas por las ciencias sociales. Dotar de mecanismos de análisis y de puesta en ejecución de situaciones similares a los procesos concretos por los cuales atraviesan las diversas organizaciones y sus diversas modalidades de resolución.

En la construcción del conocimiento abordamos una perspectiva donde se considere al estudiante como emisor, capaz realizar los trabajos prácticos y expresar con claridad, coherencia y precisión las ideas y conceptos trabajados en el Programa.

Atendiendo a la necesidad de adecuarnos a diferentes contextos, de acuerdo a las características de la audiencia y a la organización que representan, recorremos el dictado de la cursada durante el periodo 2020 - 2022.

¿Cuáles son las herramientas que podemos analizar en un contexto tecnológico cambiante? ¿Cómo se vio modificada la cursada a partir del aislamiento preventivo y obligatorio durante el periodo 2020- 2021?

Nos proponemos analizar las diferentes metodologías de dictado de la cursada durante la modalidad a distancia mediada por tecnologías, así como en el regreso

a la presencialidad en el presente año 2022.

Palabras clave: Docencia, Comunicación, Pandemia

INTRODUCCIÓN

La Licenciatura en Comunicación de la UNGS no cuenta con orientaciones sino que integra dentro de su recorrido formativo espacios para la formación en producción de medios por un lado, y por el otro la comunicación institucional. Antes del año 2019 en la materia en cuestión se apostaba a realizar un trabajo final grupal donde, para promocionar la asignatura, se debía realizar una propuesta de Plan de Comunicación. Esta propuesta consistía en la selección de una Empresa, Organización Pública u ONG, para desarrollar una estrategia de Imagen y Comunicación destinada a mejorar su posicionamiento a través del estudio de su cultura organizacional, diagnóstico comunicacional y posterior propuesta de una estrategia de imagen corporativa acorde a la institución seleccionada. El trabajo era evaluado en forma periódica realizando una evaluación permanente del mismo, se entregaba por etapas y en términos generales consistía en:

- Análisis de Imagen Comunicacional: Se trata de recabar información de la organización elegida a partir de delimitar el objeto de estudio. Se buscaba comenzar a reconocer situaciones a diagnosticar, ¿se puede mejorar la situación comunicacional de la institución? ¿Qué aspectos problemáticos identifican?. A partir de la información obtenida se realizaba un cuadro de situación a través del cual se presentaba el ámbito comunicacional.
- Desarrollo del FODA para posicionar a la organización: Definir públicos claves y secundarios. Vincular las acciones a los públicos internos estableciendo sinergia entre las herramientas internas y externas. Establecer la factibilidad y viabilidad de la planificación propuesta
- Por último, producción de herramientas y materiales de comunicación: Se propone generar herramientas de comunicación que potencien la vinculación con el público externo de la institución posibilitando el desarrollo de su posicionamiento. Al mismo tiempo se pedía realizar una

presentación de manual de estilo o sobre las estrategias llevadas a cabo en el campo para mejorar la comunicación tanto interna como externa.

De esta manera, las consignas de la asignatura permitían que los estudiantes ejerciten en el diseño de estrategias en diferentes organizaciones e instituciones (ONG, empresas con fines de lucro, agencias estatales, cooperativas y comedores del territorio de influencia de la UNGS). Así, el enfoque propuesto permitía abordar la comunicación desde una perspectiva multidisciplinar en un contexto histórico complejo y cambiante. Sin embargo, la integridad del diagnóstico-planificación-gestión que propone el camino formativo de la Licenciatura contempla otras asignaturas donde se analizan las diferentes alternativas de la planificación desde la comunicación. Al mismo, en dichas materias se profundiza el análisis de los públicos de las organizaciones, con énfasis en las organizaciones de la sociedad civil y estrategias de posicionamiento en el espacio público.

MODIFICACIONES PLANTEADAS PARA EL 2020

Por lo tanto, desde 2020 con el equipo docente decidimos mantener la estructura general de los teóricos y modificar los trabajos prácticos, tal como describiremos a continuación:

1. Aspectos teóricos

La asignatura permite analizar y aplicar los conceptos teóricos fundamentales para construir e implementar la imagen de una organización. Desde este lugar y tomando en cuenta los conocimientos adquiridos por los estudiantes de la UNGS que cursan la asignatura, en el séptimo semestre, abordamos el programa en dos grandes ejes.

El primero de ellos será entender a los modelos organizacionales a partir de los cambios que se produjeron con la profundización del modelo postindustrial. En este sentido discutiremos las transmutaciones y la relevancia que adquieren las organizaciones para comunicar su presencia en un ámbito, que necesita la diferenciación de los servicios y productos: una identidad. El proceso de construcción de una identidad conllevo una serie de etapas que requieren de una planificación acorde a aquello que se quiere transmitir y por, lo tanto, a la imagen que es necesario construir comprender y diferenciar los aportes teóricos y metodológicos de las organizaciones; la cultura que las mismas construyen y los valores instituyentes e instituidos.

El segundo eje, relacionado con el anterior, toma en cuenta las características particulares que diferencian a las diversas organizaciones con las cuales trabajaremos.Particularidades que definen procesos, públicos y, por lo tanto, objetivos diferentes para las organizaciones públicas, las organizaciones comerciales y las organizaciones civiles sin fines de lucro.

El Objetivo General es hacer comprensible las problemáticas comunicacionales ligadas a las organizaciones y las transformaciones que estos vínculos generan en la visibilidad pública.

Dentro de los Objetivos específicos, se busca que los alumnos puedan objetivar las situaciones comunicativas y analizar las mismas con herramientas metodológicas y analíticas. Se busca dotar de mecanismos de análisis y de puesta en ejecución de herramientas en situaciones similares a los procesos concretos por los cuales atraviesan diversas organizaciones y sus diversas modalidades de resolución.

Algunos autores son fundamentales en estas indagaciones. Los autores de la primera Unidad sientan las bases del enfoque de la Asignatura. Paul Capriotti, por ejemplo, define a la Identidad Corporativa como el “conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de una organización, con las que la propia organización se identifica (a nivel introspectivo) y se autodiferencia (de las otras

organizaciones de su entorno)[120]. Joan Costa plantea que la imagen corporativa es la imagen que tienen todos los públicos de la organización en cuanto entidad. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta[121]. Otros textos se van adaptando en función de los aspectos que se relacionan con los tres tipos de organizaciones que vamos a trabajar. A cada Unidad le corresponde un tipo de organización. Por ejemplo, en la Unidad 2 se trabaja con la comunicación institucional en organizaciones con fines de lucro. Nos concentramos en abordar estrategias publicitarias y el rol de las marcas en los medios sociales. En la Unidad 3 nos centramos en la comunicación institucional en el tercer sector. Atendemos a los recursos humanos: captación, retención y desarrollo, además de realizar un repaso histórico del sector social. En nuestra última unidad, abordamos la comunicación institucional en el ámbito de la política. Nos concentramos en las características del discurso político, la comunicación de gobierno y de oposición, la campaña permanente, el abordaje teórico/metodológico de la imagen de gobierno, la crisis en las organizaciones públicas, la importancia de la comunicación y los discursos políticos en redes sociales informáticas.

Aspectos prácticos

A partir de la modalidad virtual exigida por el contexto mundial de cuarentena se hicieron necesarios algunos cambios en los trabajos prácticos de la cursada. La posibilidad de conectar con organizaciones por fuera de la universidad se vio dificultada y se tomó la decisión de configurar una serie de trabajos. Estas tres instancias configuran la nota de cursada:

A. Publinota: De manera individual o en duplas los estudiantes deben desarrollar un texto periodístico que permita difundir información comercial a los anunciantes de un medio. En este sentido, la publinota intenta que el lector se informe acerca de un producto, una marca o un evento, y dejar una valoración positiva o un interés de lo publicitado. Además, en una publinota se pasa de la información (brindar información

120 CAPRIOTTI, Paul. Planificación estratégica de la imagen corporativa. Ariel Comunicación, Barcelona (1999)

121 COSTA, J. Imagen corporativa en el siglo XXI. La Crujía, Bs.As. (2003

como en un artículo periodístico común y corriente) a la publicidad (publicitar una marca, un evento, un producto) sin poner énfasis en ese pasaje. El objetivo es que los

estudiantes realicen tareas de redacción y evalúen públicos y uso de la fotografía en la prensa.

B. Discurso político: En "La palabra adversativa"[122] Verón plantea que el "discurso político" es un tipo específico de discurso social. A su vez, supone tres tipos de destinatarios: el pro-destinatario, compuesto por el colectivo de identificación (los que comparten la idea), el contradestinatario (inversión de la creencia) y el paradestinatario, indeciso, que permanece por fuera del discurso y al cual va dirigido lo que es del orden de la persuasión. El discurso político tiene para Verón una función respectiva a cada destinatario. Así, al pro-destinatario le corresponde la función del refuerzo; al contradestinatario la polémica; finalmente, al para-destinatario, como ya se mencionó, la persuasión. Los estudiantes, de manera individual o en dúos, deben seleccionar un discurso político del sitio web de Casa Rosada y realizar un análisis para aplicar los conceptos del autor.

C. *Storytelling*. Desarrollo de Producto y *Pitching*: Este trabajo se desarrolla a lo largo de toda la cursada. Está a cargo del docente de los prácticos, Maximiliano Bautista. Los recursos de Storytelling en comunicación consiste en generar un discurso que represente los valores de la institución para que llegue al público prioritario determinado por el equipo de comunicación. Consiste en una técnica para conectar con tus usuarios con el mensaje que estás transmitiendo. Esta conexión es de tipo emotiva. Uno de los trabajos consiste en pensar la identidad de marca produciendo mensajes que busquen en el emisor generar empoderamiento, empatía y/o placer.

   Mientras se avanza en la redacción del Guión del Producto, se les van solicitando diferentes tareas. Entre estas, se les solicita que desarrollen un Storyboard para poder transmitir de manera gráfica el concepto a comunicar audiovisualmente. El cierre de este trabajo es la presentación en clase en modalidad *Pitching*, y en el caso del guión se relaciona con vender una idea de producto audiovisual publicitario. El objetivo es estimular las

122 VERÓN E. "La palabra adversativa" en A.A.V.V. El discurso político. Lenguajes y acontecimientos. Hachette, Bs.As. 1987. pp.11/26

competencias expresivas que permitan comunicar ideas con claridad y manejar el lenguaje
verbal y corporal. La modalidad del estilo *pithing* permite encontrar un discurso que genere una vinculación emocional con el auditorio.

CONTEXTO PARA LA REALIZACIÓN DE CAMBIOS

La práctica de docencia en la Universidad Nacional de General Sarmiento cuenta con varias particularidades contempladas por la institución. Una de ellas son las encuestas anuales anónimas con las que cuentan los docentes para poder evaluar el sistema de enseñanza, las prácticas en clase y la planificación de cada materia. Al finalizar la cursada de cada cuatrimestre, en el campus virtual se habilitan encuestas calificadoras anónimas para que el alumnado complete en base a su experiencia en el aula. Esta práctica busca mantener el feedback entre alumnos y estudiantes para así utilizar la herramienta para evolucionar teniendo en cuenta el punto de vista de los estudiantes.

A partir de los cuestionarios es que varios estudiantes pueden realizar comentarios y dejar plasmadas sus apreciaciones sobre la cursada en general. Las devoluciones realizadas en el 2018 y 2019 mantenían una preocupación por la parte práctica de la materia y a fin de cuentas se intentó brindar una solución modificando el cronograma de la misma. La nueva modalidad se centró en la realización de trabajos prácticos que se pudieran realizar sin establecer vínculos por fuera del aula y que resultaron al final de la cursada en la entrega de una planificación de un producto audiovisual publicitario. Cabe destacar que la primera vez que se utilizó esta modalidad de cursada fue en el contexto de aislamiento social y preventivo.

Otra particularidad en la docencia comprendida por la UNGS es la presencia de estudiantes en el equipo docente de las materias. En el último semestre en el que se dictó Comunicación Institucional 2 estudiantes de la Licenciatura en

Comunicación realizaron aportes a la cursada tales como revisión de la bibliografía y la presentación de algunos temas del plan estipulado. Dicha particularidad resulta posible a partir y por medio del programa de becas y adscripciones que mantiene la universidad con el fin de formar en docencia a estudiantes y graduados en general.

En el transcurso de la materia tanto la adscripta como la becaria desarrollaron temas: crisis de comunicación en las instituciones y estrategias de publicidad y promoción. Para el dictado de la clase correspondiente a cada uno de los temas buscaron ejemplos en imágenes y en formato audiovisual, desarrollaron una presentación y explicaron en clase los temas. Esta vinculación entre alumnos y estudiantes podemos entenderla como otro modo para expandir los temas de la cursada y/o las formas en que se presenta la planificación de la asignatura.

Por último, otra particularidad de la enseñanza en UNGS es el espacio de Acompañamiento de la Lectura y la Escritura en las Disciplinas (ALED). Este dispositivo se basa en el trabajo conjunto entre docentes de Lengua y Literatura con los equipos docentes que efectivamente están a cargo de cada asignatura. El objetivo es planificar y llevar a cabo actividades de escritura, lectura y oralidad académica. ALED se basa en el trabajo con géneros para considerar tanto sus aspectos discursivos y textuales como sociales, y en la consideración de los contextos disciplinares como ámbitos con formas de pensar, hacer y comunicar específicas[123].

COVID 19

La situación de la pandemia nos condujo a una experiencia inédita en la docencia universitaria. Pensar la labor docente en tiempos de COVID-19 implicó un acercamiento a la tecnología informática mucho más intensivo y fundamental en sus roles de mediadores de las relaciones sociales. El aprendizaje desde casa ha

[123] Cuatro iniciativas de alfabetización académica en contextos de encierro: actores institucionales y disciplinares en colaboración" María Lucía Molina; Yanina Elisabeth García; Federico Andrés Gareffi. II Encuentro Nacional de Educación 2019. UNCPBA Tandil

transformado la concepción y la contextualización de las prácticas educativas.

En la asignatura sucedió algo muy similar a lo acontecido en otros ámbitos durante la pandemia. La educación mediada por tecnologías es, de alguna manera, una oportunidad de probar nuevas formas de enseñanza sin perder de vista las difíciles condiciones que le dieron lugar. En el periodo anterior a la pandemia, utilizábamos el Campus virtual como un repositorio del material de lo que veíamos en las clases presenciales, con la separación física de los participantes del aula, la organización y planificación semanal tuvo que modificarse.

En el contexto, resultó muy difícil que los estudiantes tengan acercamiento a alguna organización para mantener un enfoque situado de los conceptos abordados en la materia, por lo tanto la comprensión y puesta en práctica de los conocimientos aprendidos se vió limitado.

En la modalidad de cursada que se implementó hasta el 2019 se tenía en cuenta un trabajo de campo con organizaciones que constaba de un sistema de evaluación enfocado en guiar a diferentes grupos de estudiantes en sus prácticas cotidianas constantes en dichas instituciones. Tal sistema resultaba poco práctico por la cantidad de inscripciones que mantenía la materia, por lo que terminaba siendo un proceso tedioso en el que era necesario dividir por grupos la cursada para mantener un seguimiento personalizado. Los resultados obtenidos en las encuestas que lleva a cabo la universidad demostraron que se encontraba cierto disgusto referido a la organización del sistema de evaluación. Los estudiantes que realizaban la encuesta se referían al modo de organización para realizar las devoluciones de la parte práctica. Por lo tanto fue necesario rever la manera en que se distribuían los trabajos y la forma de evaluación. Además, otros comentarios relevantes de estudiantes reflejaban el deseo de vincular con lo publicitario y lo audiovisual la materia.

En lo que respecta a las horas planificadas dentro de la materia para trabajar la parte práctica, consideramos necesario enfocar los trabajos hacia estrategias vinculares y emotivas con objetos cotidianos. La implementación del plan requería comenzar con la identificación de objetos importantes para cada

estudiante y la justificación de un vínculo a partir de un storytelling elaborado en clase. Si bien esta nueva mirada nos permitió saltar obstáculos comprendidos por la pandemia, en la vuelta a la presencialidad nos encontramos con inconvenientes tales como la falta de justificación teórica en cuestión de objetivos claros vinculados con los trabajos prácticos.

Por otro lado, la vuelta a la presencialidad permitió que lxs estudiantes pudieran poner en palabras sus vivencias y que se generara un diálogo más fluido con lo demandado en la materia. Así, podemos nombrar demandas específicas relacionadas con el acceso al aula y al espacio de trabajo, problemas referidos al traslado hasta el lugar de estudio, y demandas que comenzaron a manifestarse al encontrar lugar para el diálogo en la presencialidad.

CONCLUSIONES

El objetivo general de la asignatura es promover una reflexión y comprensión de la comunicación como un fenómeno que atraviesa transversalmente toda organización e institución. En este sentido, se brindan herramientas de gestión vinculadas al campo de la comunicación institucional para analizar los ámbitos y áreas del sector
productivo en particular, y del mundo del trabajo en general. En relación a las evaluaciones estudiantiles que se realizaron en las cohortes de 2018 y 2019 se evidenció un pedido por incluir mayor trabajo de aplicación teórica, pero la implementación de estrategias que intentaban cumplir con la demanda tuvieron ciertos límites. El distanciamiento del sector institucional produjo un desfase entre las prácticas de los estudiantes y la apropiación del corpus teórico de la materia. No poder desarrollar estrategias en contexto hace que resulten necesarias otras estrategias para lograr transmitir la complejidad de la comunicación integral aplicada a instituciones.

Consideramos revisar la bibliografía de la parte teórica para buscar generar una unificación con las tareas del área práctica, que en la actualidad trae mayores

momentos de ejercitación en los lenguajes gráficos y audiovisuales. Aun así, consideramos este trabajo en constante actualización debido a la materialidad propia de la disciplina.

Por último, la vuelta a la presencialidad nos permitió encontrar limitaciones y desafíos en nuestra práctica docente. Uno de estos desafíos nos mueve a seguir pensando el trabajo con cuestiones de discapacidad e intentar adaptar materiales de la asignatura. Esto nos lleva a trabajar en conjunto con la Comisión de Discapacidad (CD) de la UNGS en la búsqueda de una articulación entre los responsables de los equipos de la gestión central de la Universidad ocupados de la temática y los docentes a cargo de los cursos.

Nuestro desafío como docentes de la asignatura Comunicación institucional es volver a repensar el programa de la materia y una vez más volver a adaptarnos a los contextos y a las circunstancias.

BIBLIOGRAFÍA

- CAPRIOTTI, Paul. Planificación estratégica de la imagen corporativa. Ariel Comunicación, Barcelona. 1999
- COSTA, J. Imagen corporativa en el siglo XXI. La Crujía, Bs.As. 2003
- MOLINA, M. ;GARCÍA, Y; GAREFFI, F. (2019) “Cuatro iniciativas de alfabetización académica en contextos de encierro: actores institucionales y disciplinares en colaboración” . Ponencia presentada en el “II Encuentro Nacional de Educación” Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNCPBA, Tandil)
- VERÓN E. “La palabra adversativa” en A.A.V.V. El discurso político. Lenguajes y acontecimientos. Hachette, Bs.As. 1987.

LA TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO ÁULICO HACIA FORMATOS DE RE-PRESENTACION RESULTANTES DE LA MEDIATIZACIÓN

Juan Martin Del Valle | Universidad Nacional de La Matanza
ubbiquitous@yahoo.com

Eugenia Herrero | Universidad Nacional de La Matanza
eugeniaherrero@yahoo.com

Magali Abate | Universidad Nacional de La Matanza
narrativasur@gmail.com

INTRODUCCIÓN

A partir de la indagación en los procesos de comunicación en el espacio áulico presencial/mediatizado, el proyecto en que se enmarca esta ponencia pretende buscar rasgos de transformación en dicho ámbito social a partir de la adecuación de la comunicación a los formatos de re-presentación de los medios de comunicación digitales como resultado de la mediatización.

El abordaje pretende contemplar la transdisciplinariedad apropiada para el estudio de los procesos colectivos de producción de sentido a partir de métodos aplicados en concordancia con los fenómenos de comunicación y la

mediatización tecnológica que atraviesan todos los espacios de construcción sociales y culturales (Garduño, 2008, Couldry, 2013).
Las relaciones sociales de producción se proyectan en un espacio y producen dicho espacio en sí mismo. Las áreas sociales y culturales están siendo transformadas por la mediatización. Todo desempeño en el mundo social está relacionado con la forma que los medios digitales le dan a los ámbitos sociales (Couldry, 2013)

Esta investigación aborda las prácticas de dos asignaturas del último año de la Licenciatura en Comunicación Social: El "Seminario Cultura y Tecnología", que propone el desarrollo en el aula de un cerebro colectivo de conocimiento y el "Taller Electivo de Diseño" que genera intervenciones de identificación comunitaria. Ambas asignaturas comparten en su estrategia pedagógica la construcción de conocimiento a través del trabajo colaborativo, incorporando el saber periférico al académico en función de reconocer y poner en juego los saberes ocultos de los estudiantes en el marco de propiciar un reequilibrio de poderes y saberes que propicien mayor horizontalidad entre diferentes conocimientos (Serres, 2013; Rancière, 2017; de Sousa Santos, 2021).

La presente ponencia es la tercera exposición en REDCOM que describe la construcción del acto pedagógico en el espacio áulico presencial/mediatizado bajo la concepción del aprendizaje como un proceso de construcción social y de cambio conceptual a través de la reflexión colaborativa sobre la práctica.

En la etapa actual, la vuelta a la presencialidad presentó opciones alternativas de cursada semi-presencial que ofrecieron un marco propicio para continuar esta indagación a partir de la información obtenida en ambas modalidades durante el año 2022, sobre los procesos de comunicación en el espacio áulico colaborativo presencial/mediatizado en función de caracterizar la adecuación a los formatos de re-presentación de los medios digitales de comunicación como resultado de la mediatización, distinguiendo cuáles permanecen en las experiencias de cursada presencial y semipresencial después del aislamiento, así también como rasgos de la transformación del entorno resultante de la práctica áulica virtual que modificaron la comunicación y los procesos de enseñanza y aprendizaje tanto en la experiencia del retorno a la práctica áulica presencial como en la de la oferta

alternativa semi-presencial incorporada por la universidad, reduciendo el universo de estudiantes a quienes optan por esta modalidad por propia voluntad, conveniencia o necesidad, a diferencia de las experiencias abordadas durante el aislamiento en las cuales la virtualidad era la única opción posible.

Estas prácticas fueron desarrolladas en el marco de la investigación sobre los procesos de comunicación en el espacio áulico colaborativo presencial/mediatizado en función de caracterizar la adecuación a los formatos de re-presentación de los medios digitales de comunicación como resultado de la mediatización, con el fin de explorar alternativas de acción bajo la concepción del aprendizaje como un proceso de construcción social y de cambio conceptual a través de la reflexión colaborativa sobre la práctica.

Mediante la lectura de discursos formales e informales de los distintos actores del espacio áulico se realizó la construcción teórica del acto pedagógico surgido en un marco socio histórico particular con poder de transformación de la realidad y la búsqueda de alternativas de acción ofrecidas por la dinámica grupal en la comunicación virtual, a partir de la concepción del aprendizaje como un proceso de construcción social del conocimiento y de cambio conceptual a través de la intersubjetividad, confrontación y reflexión colaborativa sobre la práctica, las preguntas que guían este trabajo son las siguientes:

- ¿Qué contradicciones muestra el acto pedagógico en los procesos de comunicación en el espacio áulico presencial/mediatizado en el retorno a la presencialidad en asignaturas cuya estrategia pedagógica se basa en la construcción colectiva y el reequilibrio de poderes y saberes?
- ¿Qué características de la adecuación a los formatos de re-presentación como resultado de la mediatización permanecen en las experiencias de cursada presencial y semipresencial después del aislamiento?
- ¿Qué rasgos de la transformación del entorno resultante de la práctica áulica virtual modificaron la comunicación y los procesos de enseñanza y aprendizaje en la experiencia del retorno a la práctica áulica presencial y semipresencial?

Palabras Clave: ESPACIO ÁULICO VIRTUAL COLABORATIVO, CONSTRUCCIÓN DE CONOCIMIENTO, ACTO PEDAGÓGICO, FORMATOS DE RE-PRESENTACIÓN

CONSIDERACIONES TEÓRICAS

El desempeño en el mundo social está formateado tanto por los medios que han sido diseñados para la sociedad de la información, como por sus antecesores, que han adquirido características de las herramientas y medios digitales.
Además de la transmisión y recepción puntual de información, la mediatización implica una transformación del entorno que a la vez modifica las condiciones futuras de producción y comprensión de los medios de comunicación. En este sentido, el análisis del fenómeno de la mediatización debe abordar la variedad dinámica de los flujos de producción, circulación, interpretación, recepción y comunicación, así como la re-circulación de estos flujos como interpretaciones que generan re-diseños de plataformas y formas de producción e influyen en la vida social y cultural (Martin-Barbero, 2003 ; Manovich, 2005; Couldry, 2013).

La mediatización describe la transformación de diversos procesos sociales y culturales hacia formatos que se adecúan a una re-presentación a través de los medios de comunicación. El concepto de mediatización parte de la noción de replicación de los formatos de los medios de comunicación en los espacios de la vida social que necesitan ser re-presentados. Como consecuencia de la sobresaturación del entorno de información las características formales de la narrativa en línea contrastan con el relato oral presencial.

Los relatos tienden a complejizarse a través de la combinación de recursos visuales y sonoros que superan su contenido textual al mismo tiempo que a estandarizarse para favorecer su interpretación, limitarse en duración para asegurar la atención, en tamaño para optimizar su velocidad de transferencia, así como en cantidad de información, alcance o profundidad del enfoque, en función de prever efectos no deseados en posibles audiencias que no son destinatarias del mensaje (Couldry, 2013).

La modalidad presencial la configuración edilicia determina aspectos relevantes el funcionamiento de la institución escuela creada en la sociedad moderna para la reproducción de la herencia cultural y el orden social. Esta conformación de las relaciones sociales a partir de la institución construye identidades a partir de la significación de los intercambios sociales implicados. El cuestionamiento del proceso de enseñanza y aprendizaje tiene que ver con los modos en que se desarrolla e implica la revisión de los escenarios, las políticas de inclusión, los instrumentos, los intercambios interpersonales así como también los contenidos y los tiempos implicados (Misirlis, 2015).

El conocimiento es el resultado de la interacción social, no es ajeno al sujeto cultural ni puede separarse de la práctica que lo produce. Mediante la instrumentación del saber, se justifica la expulsión de los conocimientos que no responden a la lógica dominante y se reproduce la relación histórica con el conocimiento que encarna las desigualdades sociales y el amordazamiento de las culturas particulares (Martin-Barbero, 2002, 2003). “La igualdad de oportunidades otorgada a diferentes saberes en el proceso educativo no debe perder de vista el objetivo de analizar críticamente las contribuciones que los diferentes saberes pueden hacer a la construcción de otro mundo posible” (de Sousa Santos, 2021, pp.373).

Las jerarquías no van a dejar de existir en las organizaciones burocráticas, sin las cuales no podrían funcionar. Sin embargo, para la construcción de nuevas formas adecuadas a la realidad es necesario darle lugar al saber periférico de los estudiantes. “El propósito de crear relaciones más horizontales entre diferentes conocimientos no es incompatible con las jerarquías concretas que existen en el contexto de prácticas sociales concretas (de Sousa Santos, 2021, pp.373)”

La narrativa pedagógica relata y otorga sentido a través de los discursos a los hechos que suceden en la propia experiencia situada. En los discursos no oficiales los actores narran su historia con su propio lenguaje. Significar la experiencia de la cultura particular implica la reconstrucción de la identidad (Suárez, 2004, 2005).

Por ser espacios sociales densamente significativos, las escuelas están surcadas por discursos que tienen dimensión y temporalidad humanas de acuerdo a su

propio sentido histórico. Algunos de esos discursos son oficiales: están dichos y escritos en el lenguaje que requieren el gobierno, la administración y la gestión de los sistemas educativos. Otros discursos, en cambio, son relatos que se cuentan y se intercambian al ras de las experiencias que tienen lugar en las escuelas: en las horas de clases especiales, en los recreos, en los pasillos y rincones, en las jornadas de reflexión, en las capacitaciones, en las conversaciones de los viajes compartidos en la ida y vuelta de la escuela. Estas historias se narran con las mismas palabras, argumentos y estilos que usan los actores de esas experiencias para ordenarlas y otorgarles sentido y valor moral. Se dicen y se escuchan en el juego de lenguaje de la práctica, y están situadas en el espacio y en el tiempo de las escuelas y experiencias educativas a las que se refieren. En cierta medida, constituyen la otra cara del currículum escolar, aquella que nos muestra los elementos vitales, domésticos, llenos de sentidos, del currículum en acción (Suárez, 2004, 2005).

La propuesta de la narrativa pedagógica permite escribir y leer en el lenguaje de la práctica y la cultura particular. Es una invitación a buscar términos que repongan los sentidos para describir y analizar lo que los docentes, estudiantes e instituciones hacen y piensan. Significar la experiencia de la cultura particular implica la reconstrucción de la identidad. Al recuperar, interpretar y recrear los saberes prácticos que se producen en el ejercicio pedagógico es posible dar cuenta de la diversidad, heterogeneidad y complejidad de los procesos de enseñanza y aprendizaje (Suárez, 2004, 2005).

TEORIZACIÓN DE LAS SITUACIONES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Las crisis sociales se presentan como una puerta hacia la posibilidad de poner en práctica alternativas que en la normalidad son descartadas por el sistema y la población por considerarse imposibles. La pandemia dejó a la vista realidades diferentes a la forma de vida impuesta, desde la relación entre la industrialización y los problemas ambientales a la rigidez de las prácticas sociales, laborales y familiares, tras lo que se vislumbra el fin de la “época del presentismo” (De Sousa, 2020, 2021 pp.1)

Las narrativas pedagógicas que permitieron recuperar las prácticas durante la cursada presencial y semipresencial en el retorno a la presencialidad en 2022 parten del impacto generado por el atravesamiento obligatorio de la mediatización en las prácticas educativas durante los años anteriores. Estas experiencias dieron voz y fundamentos a los estudiantes para cuestionar la forma y la calidad de las prácticas tradicionales desde la realidad de los hechos, las soluciones implementadas por docentes e instituciones y las alternativas evidenciadas en las prácticas.

En este nuevo paradigma, las voces de los estudiantes reclaman transformaciones que descubrieron posibles pero que no necesariamente alcanzarían para atravesar adecuadamente los procesos de enseñanza y aprendizaje: la alternativa de implementar la bimodalidad para algunas asignaturas porque resulta más apropiada, evitar el traslado que requiere la presencialidad porque significa una pérdida de tiempo y recursos para ciertos contenidos que no la necesitan, e incluso la practicidad de haber transformado los trabajos prácticos grupales domiciliarios en foros asincrónicos por whatsapp.

El valor de la efectividad a partir de la optimización de recursos que se encuentra en el diseño mismo de la comunicación informática se enfrenta al tiempo plural y el intercambio humano necesarios para las prácticas educativas. Aunque no todos estos reclamos sean aplicables, aumenta la presión sobre la necesidad de explorar e implementar alternativas de acción en las prácticas educativas que incorporen equilibradamente las voces de los distintos actores implicados.

La documentación de las experiencias de aprendizaje y su circulación favorece la interpelación de los métodos y la comunicación en la práctica áulica. Las categorías y el lenguaje para abordar la realidad en tránsito requiere ser regenerada. Es necesario generar nuevas teorías que recuperen los sentidos de ese tiempo y espacio en particular. “El problema es que la práctica caótica y esquiva de los días va más allá de la teorización y debe entenderse en términos de subteorización. [...] Como si la claridad de la pandemia creara tanta transparencia que nos impidiera leer y mucho menos reescribir lo que estábamos registrando en la pantalla o en papel.” (Suarez: 2004, de Sousa Santos, 2021, pp.22).

Entre las características de la experiencia de cursada virtual implementada por necesidad que permanecieron después del aislamiento señaladas por los estudiantes se destacaron la optimización del tiempo, que teorizaron a partir de la significación que adquiere frente al espacio (Bauman, 2002), el aumento de la comunicación académica entre estudiantes ya sea en contactos privados o grupales y la disminución del intercambio simbólico en los encuentros presenciales, que tienden a desaparecer frente a la implementación de la comunicación virtual para coordinar y desarrollar los trabajos domiciliarios.

La teorización de los estudiantes sobre su propia experiencia describe tanto al espacio áulico virtual como al de trabajos prácticos domiciliarios condicionados por el determinismo y la racionalidad instrumental que resumieron en un concepto curricular incorporado en esta práctica: la economía de la abstracción mercantil (Barbero, 2003). En la interfase de videoconferencia, los estudiantes se disponen en orden en la pantalla y predomina el silencio. El diálogo entre estudiantes se da a través de whatsapp en el espacio topológico de vecindades paralelamente al desarrollo de la clase (Serres, 2013). Puede apagar la cámara así como silenciar al grupo de whatsapp cuando les toca hablar en la clase para ocultar su comunicación paralela, poniendo en práctica el poder pospanóptico intrínseco de la virtualización (Bauman, 2002).

La aplicación de la racionalidad instrumental que surge del mismo diseño científico informático generó una optimización instintiva de los trabajos prácticos domiciliarios en función de alcanzar los fines de cumplir con las entregas en lugar del objetivo de intercambiar interpretaciones en función de comprender los conceptos de los textos curriculares y formular relaciones conceptuales en grupo.

Esta problemática se evidenció en la clase, ya que cada estudiante comprendía un concepto pero no los demás y se les dificulta la posibilidad de establecer relaciones conceptuales y formulación de problemas. En la experiencia semipresencial la reflexión sobre la práctica situada permitió analizar el procedimiento y sus resultados haciendo que los estudiantes comprendan cómo se generaba y qué consecuencias tenía en el proceso de enseñanza y aprendizaje, que ellos relacionaron con los conceptos curriculares mencionados.

Este enfoque determinista en el que prevalece la efectividad en desmedro del atravesamiento del proceso de aprendizaje a través del desarrollo del trabajo práctico grupal, fue relacionado por los estudiantes con la disolución de los proyectos colectivos en la era del fin del compromiso mutuo (Bauman, 2002).

Al perderse las reuniones domiciliarias presenciales, el intercambio entre estudiantes adquirió las características deterministas de la comunicación digital y se optimiza el tiempo en función de la efectividad en desmedro del intercambio simbólico, la pluralidad, la superposición de voces, las prácticas cotidianas y los particularismos culturales. *"Se habla sólamente del trabajo práctico que hay que hacer, se dividen las tareas y se acuerda un plazo de entrega"*

También se ha relacionado conceptualmente este comportamiento propio para la realización del trabajo práctico domiciliario con una definición sobre el diseño de software desde el enfoque de la visión mundial ingeniera que lo describe como soluciones preconcebidas que no pueden resolver con antelación los problemas reales para los cuales se los aplicará en la práctica (Penny, 2001). *"Somos soluciones empaquetadas para problemas predefinidos"*

Los estudiantes pudieron resolver la dificultad y modificar su forma de realizar los trabajos prácticos domiciliarios tomando del medio lo que resultaba favorable, como la construcción colectiva a partir de la multidireccionalidad de la comunicación digital, evitando caer en la optimización de los medios en función de fines prácticos propias del determinismo intrínseco de la comunicación digital que les impedía realizar el proceso de incorporación y relación conceptual para la formulación de problemas .

La horizontalidad en el espacio áulico da oportunidades a diferentes saberes que al ser tenidos en cuenta críticamente se convierten en iniciativas plurales para la construcción colectiva de nuevas formas adecuadas a la realidad, sin perder por ello compatibilidad con las jerarquías de las prácticas sociales necesarias para el funcionamiento de las instituciones (Levy, 2004, de Sousa Santos, 2021).

El proceso de enseñanza y aprendizaje en la búsqueda del cambio conceptual de los estudiantes requiere un tiempo plural de desarrollo y maduración en la incorporación, interpretación de conceptos que a través de su relación con otros se transforman en construcción de conocimiento. El aprendizaje es un proceso de construcción social del conocimiento y de cambio conceptual mediante un proceso de intersubjetividad, confrontación y reflexión colaborativa sobre la práctica (de Vargas, 2006).

Cuando los actores narran su experiencia a partir de su propia cultura la historia de las instituciones deja de ser la oficial para pasar a ser una memoria en acto. Estas narrativas construyen una historia posible de revisitar y reescribir que es accesible culturalmente a todos aquellos actores que pertenecen a esos grupos.

En las narrativas sobre la experiencia de cursada presencial luego del aislamiento prevalece el cambio en la dinámica de las clases con tendencia a la hibridación y la optimización del tiempo a través del apoyo en la comunicación digital como resabio de la experiencia virtual.

De las narrativas de los estudiantes surge que en varias materias se implementaron grupos de whatsapp para consultas e intercambio de materiales e información, o sea, espacios topológicos de vecindades generado por las propias cátedras (Serres, 2013), y que se mantuvo la utilización de la plataforma virtual.

Esta expresión de la narrativa surge de un texto curricular incorporado a través de la propia experiencia: “Estos niños viven, pues, en lo virtual [...] Por el teléfono celular, acceden a cualquier persona; por GPS, a cualquier lugar; por la Red, a cualquier saber: ocupan un espacio topológico de vecindades, mientras que nosotros vivíamos en un espacio métrico, referido por distancias. Ya no habitan el mismo espacio” (Serres, 2013, pp.21).
Los estudiantes dan cuenta de indicios de una transformación en observaciones que abordan tanto la cultura universitaria, como la dinámica de las prácticas áulicas y las estrategias pedagógicas.

Las narrativas cuentan que algunos docentes dispusieron reducir la duración de las clases presenciales complementando con canales de comunicación digitales

ante dificultades históricas que pertenecen a la cultura universitaria, como el retorno a casa a altas horas de la noche y otras nuevas problemáticas de las cuales dan cuenta los estudiantes, como la pérdida de costumbre para mantener la concentración durante varias horas seguidas frente al discurso docente luego de dos años de cursada virtual en la cual el poder panóptico del docente se transformó en el poder pospanóptico de los estudiantes, disponiendo cuando encendían la cámara o el micrófono (Bauman, 2002).

Los intercambios presenciales tendieron a reducirse a lo esencial desde la lógica de la racionalidad instrumental que aseguró el tiempo indispensable para dar teóricos y pautas de trabajo, dejando para la comunicación digital gran parte de los hábitos y prácticas de la cultura universitaria, cómo consultar dudas a los docentes, conocerse para formar grupos, quedarse trabajando o charlando después de clase, generar intercambios imprevistos al encontrarse en la fila de la fotocopiadora.

Si bien la construcción de conocimiento requiere el ejercicio de la capacidad de abstracción en función de simbolizar, la implementación de soportes visuales en la modalidad virtual, en consonancia con la complejidad que adquieren los relatos en la comunicación digital a través de la combinación de recursos visuales y sonoros que superan su contenido textual, resultó una herramienta apropiada para la interpretación de ideas o conceptos, e incluso de aspectos de la realidad que requieren su representación en fotografías documentales, y que al ser descriptos por medio de la palabra quedaban librados a la interpretación de los estudiantes de acuerdo a sus distintas subjetividades y particularismos culturales.

Este nuevo material didáctico generado por los docentes se incorporó a las explicaciones teóricas en la vuelta a la presencialidad, dando lugar a la reinterpretación de la experiencia a través del relato de los estudiantes acerca de las prácticas propuestas por los docentes, la posibilidad de transformarlas a partir de la experiencia y el intercambio para proponer alternativas de acción que optimicen los procesos.

CONSIDERACIONES FINALES

De las lecturas de las narrativas de estudiantes se observa un aumento de la participación de los estudiantes en clase asociado a un cambio en su predisposición al diálogo multidireccional luego de la experiencia virtual, aunque al mismo tiempo dan cuenta de una disminución en la comunicación entre estudiantes fuera de la clase. En varias materias se dan indicios de un aumento en la utilización de las plataformas y medios de comunicación digitales logrando mayor efectividad para la organización de la cursada, aunque no necesariamente para los procesos de enseñanza y aprendizaje, si bien la dinámica del espacio adquirió multidireccionalidad y estrategias que promueven la horizontalidad y la participación en el espacio áulico.

En la virtualidad hay mayor apertura a formar grupos con estudiantes ajenos a los grupos de pertenencia. En ambas modalidades se dan reuniones domiciliarias sincrónicas virtuales, pero en mayor medida las reuniones son asincrónicas, coordinadas por whatsapp ante la dificultad de acordar horarios en común, a pesar de que antes del aislamiento las reuniones grupales presenciales eran prácticas comunes e incuestionables. Esta tendencia impulsó a algunos docentes a ofrecer parte del espacio de clase para asegurar las reuniones grupales presenciales.

El intercambio presencial se desvanece frente al intercambio virtual desde el lugar en que esté cada uno a través de los dispositivos individuales en la soledad de su casa. En las videoconferencias, algunos estudiantes se retraen de participar por sentir cierta falta de apoyo presencial de su grupo de pertenencia, desde un sector del espacio áulico métrico como manada. Pero para los estudiantes que no tienen un grupo de pertenencia, la interfase de videoconferencia les da mayor predisposición a participar ante la posibilidad de hablar cara a cara con el docente sin tener que dar cuenta al resto de los compañeros luego de la clase.

En el áula métrica el poder panóptico del docente genera que el estudiante no pierda la atención en la clase, en cambio en el aula virtual algunos estudiantes

tienden a apagar la cámara ante las dificultades para continuar con la atención, utilizando el poder pospanóptico de la huída.

Las reflexiones de docentes y estudiantes a través de sus relatos subjetivos sobre la propia experiencia situada permitieron pensar desde su propio lenguaje los procesos de enseñanza y aprendizaje recuperando sentidos particulares en función de generar nuevas teorizaciones sobre las prácticas. Escribir en el lenguaje de la práctica y la cultura particular genera la reconstrucción de la identidad a través de la elección de palabras y modos que describen sensaciones y sentidos subjetivos de la experiencia de la cultura particular (Suárez, 2004)

Transitar ideas desde su propia cultura, utilizar el lenguaje propio para atravesar la experiencia con la teoría propuesta ayuda a los estudiantes a comprender y aplicar los conceptos a su realidad desde una cercanía que no encuentran en el lenguaje científico. *"Escribiendo la narrativa terminé de comprender los textos"*

El intercambio entre estudiantes en reuniones sincrónicas en trabajos prácticos domiciliarios facilitó la comprensión de conceptos que luego se fortaleció en la discusión crítica horizontal en el aula. Luego la narrativa como práctica autorreflexiva permitió a los estudiantes aplicarlos a la realidad con mayor precisión y profundidad.

Cuando el estudiante intenta narrar su proceso de aprendizaje internaliza la experiencia y la objetiviza a través de los autores mediante la escritura, permitiéndose pensar a través de los autores pero desde su propio lenguaje.

Cuando se construye conocimiento desde el discurso científico, la teoría tiende a separarse de la práctica. Si no hay apropiación del lenguaje específico de la disciplina no es posible construir desde esa disciplina.La experiencia está atravesada por el lenguaje, por lo tanto si el lenguaje es pobre no es posible la construcción.

En ambas modalidades la práctica situada autorreflexiva manifestó una incorporación de características deterministas e instrumentales de la práctica mediada por las interfases digitales que priorizaron la optimización de recursos

para el cumplimiento de objetivos formales por sobre el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje. La re-presentación del espacio virtual en la presencialidad después del aislamiento modificó prácticas históricas de la cultura universitaria que habitaban en el tiempo y espacio compartido.

A partir de la aplicación de conceptos curriculares a la práctica los estudiantes pudieron reconocer la transformación del espacio áulico y de sus propios hábitos como resultado de las prácticas mediatizadas durante el aislamiento. Este cambio conceptual les permitió modificar la dinámica de trabajo en función de la apropiación de los medios digitales de acuerdo a la concepción de un espacio áulico de construcción colectiva, comprender e incorporar el marco teórico curricular y aplicarlo a las prácticas situadas en un marco socio histórico particular con poder de transformación de la realidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Bauman, Z. (2002) La Modernidad Líquida, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Cols, E. (2011) Estilos de enseñanza. Sentidos personales y configuraciones de acción tras la semejanza de las palabras. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- Couldry, Nick (2013) Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. New media & society, 10 (3), pp. 373-391
- de Sousa Santos, B. (2020) La cruel pedagogía del virus. Buenos Aires: CLACSO_____ (2121) El futuro comienza ahora. De la pandemia a la utopía. Madrid: Akal
- Levy, P. (2004), Inteligencia Colectiva por una antropología del ciberespacio, Organización Panamericana de la Salud. Unidad de Promoción y Desarrollo de la Investigación y el Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud. Washington.
- Maggio, M. (2018) Reinventar la clase en la universidad. Buenos Aires: Paidós.

- Manovich, L. (2005). El lenguaje de los nuevos medios. La imagen en la era digital. España: Ediciones Paidós Ibérica.
- Martín-Barbero, J. (2002) Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Chile: Fondo de Cultura Económica._____(2003) De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Misirlis, G. (2015) *Ritmos fuera de compás*. en Pensar la Educación. Edición Especial Febrero-Marzo de 2015. Buenos Aires: Le Monde Diplomatique - UNIPE. Capital Intelectual
- Rancière, J. (2017) El Maestro Ignorante. Buenos Aires: Libros del Zorzal.
- Serres, M. (2013) Pulgarcita. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Suárez, D. (2005) La documentación narrativa de experiencias pedagógicas. Buenos Aires: Ministerio de Educación Ciencia y Tecnología de la Nación.

RECURSOS ELECTRÓNICOS

- de Vargas, E. (2006). La situación de enseñanza y aprendizaje como sistema de actividad: el alumno, el espacio de interacción y el profesor. Revista Iberoamericana De Educación, 39(4), 1-11. recuperado de https://rieoei.org/historico/deloslectores/1306Vargas.pdf
- Garduño, G. et. al. (2008) *La Epistemología de la Comunicación en Michel Serres*. Cinta Moebio 31: 23-37 [en línea] Recuperado el 10 de enero de 2019 de www.moebio.uchile.cl/31/garduno.html
- Suárez, D; Ochoa, L. y Dávila, P. (2004) Manual de capacitación sobre registro y sistematización de experiencias pedagógicas. Módulo 1 “Narrativa docente, prácticas escolares y reconstrucción de la memoria pedagógica” y Módulo 2” La documentación narrativa de experiencias escolares”. Buenos Aires: MECyT / OEA.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA: LA UTILIZACIÓN DE ZOOM EN LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNLZ.

Samanta Fernandez | Universidad Nacional de Lomas de Zamora
fernandezcyc@gmail.com

Con la llegada de la Pandemia causada por el Coronavirus SARS-CoV-2 conocido como Covid-19, en Argentina el ciclo formativo 2020 se vio afectado, ya que el Consejo Federal de Educación suspendió el dictado de clases presenciales en todos los niveles desde el 16 de marzo, situación que se extendió a la totalidad del año, salvo algunas excepciones.

La situación obligó a las instituciones educativas a establecer diferentes estrategias para dar continuidad al periodo lectivo, incluyendo a las universidades que presentaron planes de contingencia educativa en formato virtual.

El presente trabajo se inició con el objetivo general de indagar y conocer los modelos de enseñanza priorizados por los docentes de primer año de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNLZ Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO)[124], para determinar desde su percepción los límites y las oportunidades técnicas y comunicacionales que habilitó la cursada virtual a partir de la utilización de diversas herramientas digitales, con especial interés en la

124 En marzo de 2020 se publicó en el boletín oficial de la República Argentina el decreto 297/2020. Artículo 1°: "A fin de proteger la salud pública, lo que constituye una obligación inalienable del Estado nacional, se establece para todas las personas que habitan en el país o se encuentren en él en forma temporaria, la medida de "aislamiento social, preventivo y obligatorio" en los términos indicados en el presente decreto. La misma regirá desde el 20 hasta el 31 de marzo inclusive del corriente año, pudiéndose prorrogar este plazo por el tiempo que se considere necesario en atención a la situación epidemiológica". Es decir, mediante el Decreto 297/2020 se estableció la medida de "Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio" (ASPO) desde el 20 hasta el 31 de marzo de 2020 y, finalmente, hasta el 31 de enero de 2021.

plataforma de Videoconferencia Zoom como instrumento para la continuidad pedagógica.

El diseño y puesta en marcha se organizó bajo la premisa de un estudio de caso. Desde un abordaje descriptivo, las técnicas utilizadas fueron la revisión bibliográfica y la aplicación de un cuestionario a través de la plataforma Google Forms.

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) EN LA EDUCACIÓN

Las prácticas comunicativas, nos dice Uranga (2007) se "recrean por los hábitos propios de la cultura, que van generando nuevas ritualidades, por el desarrollo de técnicas y tecnologías de comunicación, y por el entrelazamiento y la interacción de ambos campos en el ámbito de la vida cotidiana de las personas" (p. 5). Estamos ante un mundo globalizado e hiperconectado, que presenta características particulares tales como la digitalización, la reticularidad, la multimedialidad, y la interactividad (Scolari, 2008). El auge de la digitalización nos invita a complejizar la mirada acerca de las tecnologías, y cómo estas se aplican al ámbito profesional y al educativo, transformando nuestras prácticas y contextos, en resumen la forma en que percibimos y estamos en el mundo.

En este marco, con la incorporación de las TIC a los ámbitos educativos, surge el entorno virtual de enseñanza y aprendizaje (EVE-A), comprendido ante todo como un espacio de comunicación, que integra diversas herramientas, materiales y recursos que fueron diseñados y desarrollados para optimizar y facilitar los procesos educativos, con diferentes soportes: textual, audiovisual, digital. Donde se ponen en juego, además nuevas formas de interacción y nuevas relaciones. (Gonzalez, Esnaola, y Martín, 2012)

Asimismo, el contexto de convergencia digital en general, y el de Pandemia por Covid-19 en particular, demandó a las Casas de Altos Estudios una adaptación de los procesos educativos, atenta a los cambios sociales, políticos, económicos y tecnológicos. En tal sentido, las herramientas y recursos digitales se convirtieron

en el soporte necesario para poder desarrollar el ciclo académico 2020 caracterizado en Argentina por el ASPO.

MODELOS DE EDUCACIÓN Y LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC

En 1999, Inés Dusell y Daniel Caruso nos ilustraban acerca de la historia de la educación, la conformación de la escuela y la genealogía del aula, consignando que ese espacio no siempre fue configurado de la manera en que lo conocemos actualmente. Su estructura material, lo que refiere al mobiliario, el espacio y los instrumentos pedagógicos, así como también su estructura comunicacional, es decir quién habla, dónde se ubica, etc., fue mutando. Con base en ello, es menester afirmar que el "aula" como parte del contexto social en la cual está inmersa se sigue modificando en todos los ámbitos educativos (primario, secundario, terciario, universitario).

Estas mutaciones han propiciado la generación de diversas modalidades educativas. "Se considera que podemos educar a través de dos modalidades: virtual o presencial, o por supuesto combinar ambas (...) La educación virtual entonces se define por oposición a la educación presencial (no se opone a la real) como modalidad educativa diferente." (Educ.ar)

La educación presencial, es aquella que requiere y exige la presencia de los estudiantes en el aula, donde el aprendizaje es dirigido por un profesor, existe una proximidad física que facilita la interacción y la comunicación. Es importante destacar que las TIC también pueden jugar en este contexto un rol central, ya que los docentes pueden utilizarlas como apoyo didáctico.

A este último aspecto se lo suele llamar aprendizaje extendido, "una propuesta pedagógico-tecnológica basada en el dictado de un curso de modalidad prácticamente presencial y en la cual se aprovechan diversos soportes tecnológicos que permiten extender la acción docente dentro de la propuesta de formación, más allá de los medios tradicionales de la propia clase". (Gonzalez, Esnaola, y Martín, 2012, p.18)

Otros autores hablan de “aula aumentada”, una estrategia de mediación que, ampliando los límites físicos de la clase y generando un tráfico de contenidos digitales, emplea un espacio virtual complementario al presencial que combina elementos de ambos entornos y las traduce en una propuesta educativa en la práctica misma. Con ello se inaugura un nuevo espacio de comunicación y circulación de saberes, más estrecho a las formas de consumo de las nuevas generaciones (redes, descarga de archivos a demanda, producción y consumo multimedia, etc.) lo que genera nuevos vínculos contextualizados por una comunicación asincrónica donde el tiempo es diferente, fuera de clase (Sagol, 2013)

En el otro extremo se encuentra la educación a distancia, el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de Argentina (2004), llama:

Educación a Distancia a la modalidad educativa no presencial, que propone formas específicas de mediación de la relación educativa entre los actores del proceso de enseñanza y de aprendizaje, con referencia a determinado modelo pedagógico. Dicha mediatización se realiza con la utilización de una gran variedad de recursos, especialmente, de las tecnologías de la información y redes de comunicación, junto con la producción de materiales de estudio, poniendo énfasis en el desarrollo de estrategias de interacción. (Resolución Ministerial 1717/04- Artículo 2º)

A su vez, encuadra dentro de la educación a distancia a la modalidad semipresencial o B-Learning (por sus siglas en inglés), es considerada una experiencia de educación híbrida, se combinan las metodologías del aula presencial tradicional con las estrategias, herramientas y funciones de la educación a distancia. “Es una modalidad de formación que se centra en el aprendizaje devenido de la mixtura de estrategias pedagógicas, propias y específicas, de los modelos presenciales y virtuales” (Verdún, 2016, p. 80).

La Resolución Ministerial también integra al modelo de educación virtual o en línea, denominado E-Learning. Para Noelia Verdún (2016) “refiere al desarrollo de formación a distancia formal o no-formal, totalmente virtual a partir del uso de las TIC´S. Se pone énfasis en el aprendizaje interactivo y flexible” (p.78). La autora asegura además que sus posibilidades “no se agotan con la incorporación de una tecnología o accesorio más al proceso de enseñanza, sino que adopta un modo

muy diferente de concebir la comunicación, la interacción y las acciones tendientes a promover la comprensión entre los sujetos" (Verdún, 2016, p.79)

Sin embargo, la Pandemia por COVID-19 dispuso una característica excepcional para con la discusión sobre la incorporación de las TIC en la educación, el uso de la virtualidad se generó como Educación Remota de Emergencia (ERE). Un modo diferente a la educación a distancia porque esta es una elección, mientras que la ERE es una obligación dada por las circunstancias. Se trata de una forma de supervivencia en un tiempo de crisis con los recursos que se tenga a mano (Edu.ar). Lo que se realizó en contexto de ASPO no es educación en línea o a distancia, o al menos no todo lo es. (Hodges y otros, 2020).

Se considera que la ERE fue una respuesta rápida y heterogénea que brindaron los claustros educativos para afrontar la imposibilidad de la presencialidad que impuso la Pandemia. Conviene subrayar que esas respuestas heterogéneas se construyeron asimismo sobre dos posibilidades que brinda el proceso virtual, el espacio asincrónico y el sincrónico.

Para la Real Academia Española el asincronismo es la "falta de coincidencia temporal en los hechos", así la comunicación asincrónica se establece entre el docente o tutor y estudiantes de manera diferida en el tiempo.

Por otro lado, los encuentros sincrónicos son una herramienta de comunicación que permite la interacción en tiempo real independientemente de la locación de quienes participan del encuentro. Existen diversas plataformas de videoconferencias que permiten el desarrollo de clases sincrónicas, entre ellas: Google Meet, Jitsi Meet, Skype y Zoom Cloud Meetings.

PLATAFORMA DE VIDEOCONFERENCIAS ZOOM

Diversas instituciones del territorio nacional apostaron al uso de la plataforma de videoconferencias Zoom para el dictado de clases virtuales. El Zoom, con la enorme capacidad de hacer "como si" que tiene lo sincrónico, se expandió con enorme velocidad en el nivel universitario, tanto que rápidamente la empresa armó paquetes educativos atendiendo necesidades propias de la dinámica

universitaria, como el trabajo en grupos, los seminarios o los webinars (Ferrante y Rosemberg, 2021).

Zoom Cloud Meeting o simplemente Zoom es una plataforma que ofrece servicios de videollamadas a través de internet por medio de dispositivos móviles, computadoras o tablets. Permite realizar videoconferencias, salas de chat, llamadas de audio y grabar dichas sesiones mientras se llevan a cabo. En su página oficial la describen de la siguiente manera: "Zoom es el líder en comunicaciones de vídeo empresariales modernas, con una plataforma en la nube fácil y confiable para videoconferencia y audioconferencia, colaboración, chat y seminarios web en dispositivos móviles, computadoras de escritorio, teléfonos y sistemas de sala."

MARCO METODOLÓGICO

Indagar y conocer los modelos de enseñanza priorizados por los docentes de primer año de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNLZ en el contexto ASPO, para determinar desde su percepción los límites y las oportunidades técnicas y comunicacionales que habilitó la cursada virtual a partir de la utilización de diversas herramientas digitales, con especial interés en la plataforma de Videoconferencia Zoom como instrumento para la continuidad pedagógica, fue el objetivo general y desde un abordaje descriptivo, las técnicas utilizadas fueron la revisión bibliográfica y la aplicación de un cuestionario.

Los datos se recabaron a través de una encuesta de la plataforma Google Forms, distribuida el 15 de septiembre de 2021 a los Titulares de Cátedra de las 12 materias cuatrimestrales de primer año de las carreras de grado. Se incluyó un breve mensaje invitando a responder y compartir el instrumento de recolección de datos con los demás integrantes de las materias de forma voluntaria. Se envió un recordatorio del cuestionario 15 días después.

La herramienta contó con un total de 35 preguntas, 25 cerradas y 10 de carácter abierto, divididas en 8 bloques, desarrollado con base en los objetivos específicos:

- Indagar sobre las herramientas digitales utilizadas por los docentes de primer año para asegurar la continuidad del ciclo lectivo 2020.
- Conocer a qué modelo de enseñanza responde la utilización de la Plataforma de Videoconferencias Zoom por parte de los docentes de primer año de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNLZ.
- Analizar las ventajas y desventajas técnicas, desde la percepción docente, de la utilización de Zoom como herramienta de comunicación.
- Evaluar las complejidades y posibilidades, desde la percepción docente, que generan los encuentros sincrónicos con los estudiantes sin el espacio físico del aula.

ASPO, CICLO LECTIVO 2020 Y PERCEPCIÓN DOCENTE

Los datos recolectados fueron tabulados desde una hoja de cálculo (Google Sheets) que genera el propio almacenamiento de Google Forms, con el fin de establecer estadísticas descriptivas y gráficas de los resultados.

Es importante señalar que cuando iniciaron la encuesta los docentes respondieron a una pregunta cerrada que los ancló en el contexto de la materia en la cual dictan clases, sin que se solicite el cargo a fin de preservar el carácter anónimo de las contestaciones, se obtuvo la participación de todas las cátedras.

En segunda instancia se buscó conocer si los encuestados utilizaban TIC en el dictado de clases previo al ASPO. De los 38 que respondieron, más de la mitad ya había utilizado herramientas virtuales en el espacio curricular (el 44,7% seleccionó Sí, y el 21,1% Parcialmente).

A quienes respondieron Sí o Parcialmente se les habilitó otra pregunta de carácter cerrado, en la que debían indicar cuáles fueron los objetivos didácticos de dicha implementación.

El siguiente gráfico da cuenta de los resultados:

Con respecto a las herramientas utilizadas, las primeras consultas de este bloque buscaron dar cuenta de las restricciones de la práctica de los docentes en contexto de ASPO, en relación a las condiciones de acceso a tecnologías y herramientas, como así también de los aspectos teóricos y prácticos de los EVE-A.

La mayoría de los encuestados indicó poseer más de un dispositivo tecnológico para el desarrollo de tareas educativas en entornos virtuales. Asimismo, otro de los aspectos centrales que acompaña esta disponibilidad es el servicio de conexión a Internet, por lo que se indagó también sobre ese punto, regular (28,9%) y bueno (50%) fueron las opciones más elegidas.

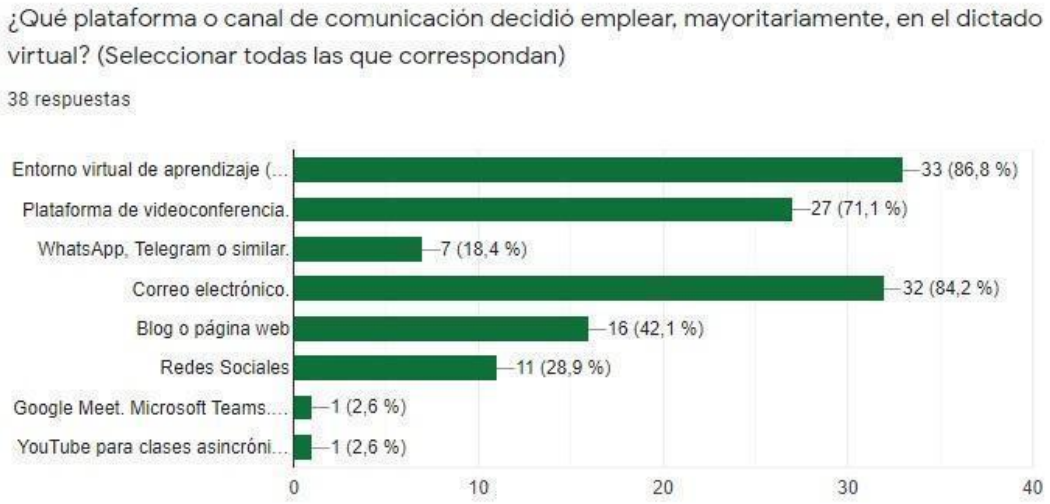
En cuanto a la percepción de los docentes sobre la implementación de la cursada virtual, más de un 65% destacó una imagen positiva.

Continuando con los parámetros de análisis sobre las percepciones se implementaron 2 preguntas cerradas más, una de ellas solicitó la calificación del propio grado de conocimientos teóricos sobre el dictado de clases virtuales en el inicio de ASPO, los resultados presentaron grandes variaciones:

- Muy malo: 7,9%
- Malo: 23,7%
- Regular: 39,5%
- Bueno: 23,7%
- Muy Bueno: 5,3%

Con el mismo criterio de evaluación en la siguiente pregunta se refirió a cómo interpretaban sus conocimientos y habilidades en el manejo de plataformas y redes, la opción con más elegida fue Bueno con un 57,9%

En el mismo bloque, para poder registrar cuáles fueron los canales de comunicación seleccionados para favorecer el proceso educativo, se brindó un listado a fin de que distingan cuál o cuáles de ellos fueron los más utilizados. Se destaca el hecho de que no se seleccionó un único medio de comunicación para establecer vínculos con la comunidad de estudiantes, las respuestas:



Para ahondar cualitativamente respecto a la selección de las plataformas y/o canales de comunicación se consultó en qué basaron su elección. Los argumentos expresados son variados:

- “Como equipo de cátedra evaluamos las herramientas que nos permitan desplegar mejores estrategias de enseñanza.”
- “Para ofrecerle a los alumnos la mayor cantidad de posibilidades de comunicación con la docente. Sobre todo por ser alumnos de primer año.”
- “En que todos los alumnos puedan acceder a la clase, facilitando de la mejor forma posible el dictado de las mismas.”
- “El entorno para la organización de las clases y para el alojamiento de clases escritas, clases en videos, guías de lecturas, actividades prácticas, etc. La videoconferencia durante todas las clases de manera opcional para profundizar las clases que se encuentran en el EVA. Correo electrónico y Redes Sociales (Facebook) para la comunicación masiva con estudiantes.”

- “El entorno virtual por las herramientas que la plataforma ofrece: Foros (presentación, actividades, evaluaciones, etc.) Mensajería, administración de información, etc. La plataforma se videoconferencia por la calidad del servicio (grabar, compartir archivos, trabajo en grupos pequeños, etc.)”

Con referencia a los encuentros sincrónicos, se buscó conocer la frecuencia de los mismos, el tipo de presencia para con la comunidad estudiantil (obligatorio o no) y, como elemento primordial a los fines del presente trabajo, cuál fue la herramienta utilizada.

En el primer caso, la frecuencia de los encuentros: semanales (71,1%) fue la opción con mayor respuesta frente a quincenal y mensual. Asimismo, la asistencia de los estudiantes en los espacios sincrónicos no se determinó como obligatoria en la mayoría de los casos 44,7%.

La siguiente pregunta, ¿Los encuentros sincrónicos fueron desarrollados con las mismas estrategias que utiliza en las clases presenciales? generó los siguientes resultados:

- NO: 31,6%
- SÍ: 13,2%
- PARCIALMENTE: 55,3%

Finalmente, la sección 5 del cuestionario se habilitó para quienes seleccionaron la plataforma de videoconferencias Zoom como herramienta para los espacios sincrónicos. Siendo la más utilizada, con un porcentaje de 81 sobre 100.

Las siguientes preguntas se confeccionaron para conocer la percepción sobre las ventajas y desventajas técnicas de la plataforma.

Entre ellas, debían indicar si utilizaron las herramientas que ofrece Zoom. Se visualizó el aprovechamiento de las mismas por parte de la comunidad docente, en la mayoría de los casos con el uso de más de una de ellas (Pantalla compartida, pizzarra, salón de usos pequeños (grupos), chat, habilitación de micrófonos).

Una vez seleccionadas las herramientas, se indaga sobre los motivos por los cuales decidieron incluirlas en los encuentros sincrónicos. Interacción, dinámica, participación, intercambio y presencialidad fueron los términos más mencionados.

En la misma línea, el 100% de los docentes utiliza otras herramientas además de la plataforma de vídeo conferencias Zoom para el desarrollo del ciclo lectivo: vídeos (83,9%), Google Docs (48,5%), encuestas (35,5%) y juegos (25,8%) figuran entre las más usadas.

El 58% de la comunidad docente estableció que encontró ventajas para con los encuentros sincrónicos. Destacando la interacción, la posibilidad de imitar la presencialidad y el contacto directo con el estudiantado.

Por otro lado, el 70% halló desventajas dentro de los mismos, ya sea de manera parcial (38,7%) o total (32,3%). Remarcando problemas de conexión y herramientas, como así también la poca participación estudiantil.

Es importante recalcar que pese a mencionar las desventajas, para el 61% de los participantes la comunicación con los estudiantes fue positiva.

El bloque 6 fue habilitado para el total de los encuestados, la primera pregunta fue con referencia al diseño pedagógico de la cursada en contexto de ASPO debiendo seleccionar:

A) Modelo de enseñanza tradicional (requiere y exige la presencia de los estudiantes en el aula, donde el aprendizaje es dirigido por un profesor, en la que los encuentros sincrónicos sustituyeron la proximidad física que requiere este modelo)
B) Experiencias de educación híbrida (mixtura de estrategias pedagógicas, propias y específicas, de los modelos presenciales y virtuales, entendiendo que las clases sincrónicas suplieron el rol de lo “presencial”)
C) Modelo de educación virtual (el aprendizaje no requiere de la presencia de los estudiantes en el aula)

Casi un 90% marcó la opción B para calificar el Modelo de Educación Remota de Emergencia llevado adelante en su materia.

La siguiente pregunta se relacionó con las dificultades para la elaboración de las clases virtuales, el 40% de la comunidad docentes requirió asistencia (23,7% que seleccionó que “Sí”, y el 15,8 eligió “parcialmente”)

Para el cierre de la recolección de datos las preguntas que se implementaron pretendieron determinar cuáles fueron las complejidades y posibilidades, desde la percepción docente, que generó la virtualidad.

En primer lugar, se destaca el hecho de que más del 70% de los docentes encontró desafíos comunicativos durante las clases que se llevaron adelante en el contexto de ASPO. Una de las cuestiones más citadas cuando se consultó acerca de dichos desafíos fue los problemas de conexión y el desconocimiento de las herramientas digitales por parte de los estudiantes.

A pesar de los inconvenientes y desventajas mencionadas a lo largo de la encuesta, un gran número de docentes aseguró sentirse satisfecho con la cursada virtual (65%) De la misma forma, se les solicitó que mencionen al menos tres desafíos que encontraron en sus labores docentes en contexto de ASPO, a continuación se destacan algunos de los testimonios:

- “Velocidad de internet (para subir materiales) capacidad de internet (caída de red) y disponibilidad horaria como docente (extensión de la jornada laboral)”
- “El primero fue sortear las barreras de conectividad tanto del docente como de los y las alumnas. El segundo reto fue el desconocimiento sobre herramientas digitales y el tercer gran reto fue la evaluación.”
- “Adaptación a un sistema nuevo y masivo. Lidiar con los problemas de conexión. Generar material nuevo para la modalidad.”

En cuanto a las posibilidades de continuar con clases virtuales el 55,3% de los docentes destacó que le gustaría dar clases en formato virtual aunque de manera parcial.

En tal sentido, se les consultó el porqué de la elección y los docentes recalcaron principalmente la importancia de configurar un modelo híbrido de educación:

- “Creo que un hibrido seria excelente, la presencialidad es beneficiosa para docente y estudiante. La virtualidad del modo que se trabaja en la cátedra es muy productiva.”
- “Porque creo que en facultades masivas como las nuestras se puede descomprimir la cantidad de asistentes, evitando además costos de traslado, ahorrando tiempo, etc. Pero considero que el sistema debería bimodal, con al menos las evaluaciones de manera presencial.”

- “Quizás para ciertas actividades puntuales, pero considero que la presencialidad nos permite ir más allá de una enseñanza teórica o práctica. Que debemos trabajar con las herramientas que incorporamos durante el ASPO pero sin dejar de lado la experiencia de compartir un aula.”

CONCLUSIONES

La segunda década de los 2000 dejará una huella inigualable en la historia mundial, no solo por los desafíos sanitarios que se debieron asumir, sino también por ser la primera Pandemia en la que la mayor parte de los habitantes de la tierra se mantuvieron aislados.

En este contexto, la educación no fue la excepción en lo que a retos se refiere. El Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio decretado por el Gobierno de Argentina en marzo de 2020 implicó un desafío enorme para todos los niveles de enseñanza y la imposibilidad de la presencialidad habilitó el desarrollo de respuestas alternativas para dar continuidad al ciclo lectivo.

Entre posibilidades y problemas, oportunidades y proyectos, que trajo el ASPO a la educación superior, se analizó el caso de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNLZ, con el fin de dar cuenta de las estrategias educativas desarrolladas, entendidas como planes para lograr los objetivos de aprendizaje, que implica la utilización de diversos métodos, medios y técnicas (o procedimientos) a través de los cuales se asegura que el estudiantado logrará realmente sus objetivos (Salinas, 2004).

El análisis del caso, y la posibilidad de encuestar a la comunidad docente que enfrentó el reto de brindar clases a estudiantes que mayoritariamente no contaban con la experiencia áulica universitaria, implicó la obtención de datos claves. En primera instancia, se destaca el hecho de que, en lo que a los encuestados refiere, no se detectaron condicionantes de acceso ni de conocimientos técnicos para la generación de clases virtuales.

En cuanto a las herramientas seleccionadas, en casi la totalidad de los casos se explotaron las potencialidades, accesibilidad y características de la virtualidad, ya

que se combinaron diversas herramientas, tanto de los espacios sincrónicos (los docentes que utilizaron Zoom, recurrieron a los distintos instrumentos que ofrece la plataforma) como de los asincrónicos (combinaron las videoconferencia con encuestas, vídeos, juegos, Google Docs, etc.).

Se detalló también los medios de comunicación utilizados por los docentes como lazo de unión para con el estudiantado. Siendo la opción: Entorno virtual de aprendizaje (ej. Moodle, Classroom o Edmodo) la más seleccionada (86,8%), seguidas por el correo electrónico (84,2%) y las plataformas de videoconferencias (71%). Los datos mencionados dan cuenta de la combinación de herramientas y espacios sincrónicos y asincrónicos, característico de la educación a distancia. En este sentido, es necesario destacar que el nivel de aceptación del trabajo educativo en entornos virtuales por parte de la comunidad docente en tiempos de ASPO fue positivo, más del 65% se sintió satisfecho.

Tal como describían Dusell y Caruso en 1999, el aula es un espacio que muta, y esa mutación no responde solamente a cuestiones de la conformación física del espacio, sino también a su estructura comunicacional, coincidiendo esto último con la afirmación de Kaplún (1998) que al elegir un método de enseñanza por sobre otro, estamos priorizando una determinada concepción y práctica de comunicación.

En este sentido, la implementación del modelo de Educación Remota de Emergencia, habilitó nuevas formas de producción, intercambio y negociación de bienes simbólicos que se establecieron gracias a la utilización heterogénea de recursos tecnológicos. Donde se destaca a su vez la preferencia docente por una continuidad educativa híbrida para los procesos de aprendizaje y enseñanza post pandémicos. El 55% aseguró que le gustaría continuar parcialmente con el dictado de clases virtuales, sumado a un 28% que eligió el sí, destacando en el proceso de relevamiento cualitativo que la afirmación deviene de pensar esos procesos combinando estrategias pedagógicas de los modelos presenciales y virtuales.

Esto último coincide con la afirmación de Kuklinski y Cobo (2020) “las instituciones tradicionales ahora deben concebir las experiencias de aprendizaje remoto como un aspecto central del proceso integral de formación” (p.5). Como resalta el especialista José Luis Orihuela (2020) “hoy, el reto consiste en tomarnos en serio el papel de las tecnologías de la información como soporte habitual de los procesos de enseñanza y aprendizaje”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CARUSO, C. y DUSSEL I. (1999) La invención del aula. Una genealogía de las formas de enseñar. En Saberes Claves para Educadores, ediciones Santillana.
- CONSEJO INTERUNIVERSITARIO NACIONAL –CIN-, (2020). Las universidades argentinas frente a la pandemia del COVID 19. Recuperado de:https://www.cin.edu.ar/las-universidades-argentinas-frente-a-la-pandemia-del-covid-19/
- EDUC.AR (2021) Ideas para educar con TIC en múltiples contextos. Claves y Caminos para enseñar en entornos virtuales. Ministerio de Educación de Argentina. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- FERRANTE, P. y ROSEMBERG, D. (2021) informe sobre la universidad en pandemia. Revista crisis. Recuperado de http://revistacrisis.com.ar/notas/informe-sobre-la-universidad-en-pandemia?fbclid=IwAR3cHcNFFRfYh6Q8T4aMOIf17pqS-y_VRWdRqg8QCN4KM7jdNnTBCRgyHpg
- GONZÁLEZ, A. ESNALOA, E. y MARTÍN, M (2012) "Propuestas educativas mediadas por tecnologías digitales. Algunas pautas de trabajo", Dirección de Educación a Distancia, HODGES, C.; MOORE, S.; LOCJEE, B. y otros (2020). «The Difference between Emergency Remote Teaching and Online Learning» EDUCAUSE. https://er.educause.edu/articles/2020/3/the-difference-between-emergency-remote-teaching-and-online-learning

- KAPLÚN, M. (1998) Procesos educativos y canales de comunicación. Comunicar. P. 158-165
- KUKLINSKI, P. y COBO H. (2020). Expandir la universidad más allá de la enseñanza remota de emergencia. Ideas hacia un modelo híbrido post-pandemia. Barcelona. Outliers School.
- ORIHUELA, J. L. (2020) Repensar la Universidad en Cuarentena. Recuperado de http://www.protegetucorazon.com/repensar-la-universidad-cuarentena/
- RESOLUCIÓN N° 1717 (2004) Educación a distancia. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, República Argentina.
- SAGOL, C (07 de febrero de 2013). Aulas aumentadas, lo mejor de los dos mundos. Recuperado de https://www.educ.ar/recursos/116227/aulas-aumentadas-lo-mejor-de-los-dos-mundos
- SALINAS, J. (2004) Cambios metodológicos con las TIC. Estrategias didácticas y entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje. Recuperado de http://www.researchgate.net/publication/39214325
- SCOLARI, C. (2008). Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona, España: Gedisa.
- URANGA, W (2007) Mirar desde la Comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales. Recuperado de http://www.comunicacion4.com.ar/archivos/URANGA-MirarDesdeLaComunicacion.pdf
- VERDÚN, N. (2016) Educación virtual y sus configuraciones emergentes: Notas acerca del e-learning, b-learning y m-learning. En Háblame de TIC: Educación Virtual y Recursos Educativos, Volumen 3. Editado por Miguel Ángel Casillas Alvarado y Alberto Ramírez Martinell. Editorial Brujas en coedición con Social TIC, Asociación Civil.

EL PODCAST COMO INSTRUMENTO EDUCATIVO

Sebastian Guisande | Universidad Nacional de La Matanza
saguisande@gmail.com

Sergio Sosa | Universidad Nacional de La Matanza

INTRODUCCIÓN

En vistas de los nuevos métodos de realización, consumo y la democratización de las plataformas digitales, el formato atemporal y bajo demanda comienza a abrirse paso en los medios de comunicación como una alternativa que abre nuevas puertas a la difusión de contenidos de diversas índoles y temáticas.

Así como en su momento, hace casi 20 años, el video personal comenzó a imponerse como un formato posible de realizar de manera independiente con el nacimiento de YouTube; en la actualidad, el formato audible empezó su lenta travesía a convertirse en el medio de búsqueda para transmitir ideas con el desafío de trasladar la imaginación a nuevos horizontes.

Con la radio superando su centenario y siendo el antecedente primigenio, sus distintas ramificaciones fueron las que construyeron un camino que hoy encuentran una manera de reinventarse de la mano de la globalización digital. El informativo, el magazine, el reportaje, el documental, el informe especial y el radioteatro, junto con sus aristas particulares (musicales, deportivas o de intereses generales) son los ejes en los que se construyen relatos que llegan a nuestros oídos.

Palabras clave: Podcasts - Historia - Educación

HISTORIA ARGENTINA EN FORMATO PODCAST

Para tratar con precisión la idea de una producción de podcast por radios universitarias primero necesitamos delimitarlo como formato.

Fue en el año 2004 cuando apareció en el periódico inglés The Guardian una publicación que planteaba sobre un nuevo fenómeno en internet: la difusión de archivos de audio en forma periódica con alguna temática específica y que eran producidos y distribuidos por una misma persona.

En el artículo “Audible Revolution”, su autor Ben Hammersley se preguntó como debía llamarse a este elemento comunicacional: “¿Audioblogging? ¿Podcasting? ¿GuerrillaMedia?” (Hammersley, 2004, párr. 2).

Sin embargo, cómo delimitar este nuevo formato y qué beneficios traía consigo seguían siendo un interrogante a definir, en el que el fácil acceso, su descarga bajo demanda y la volatilidad de su consumo por parte del usuario eran, sin duda, los puntos más fuertes.

Así, en 2001, la unión del programador de software David Winer y el locutor Adam Curry, dio luz al elemento técnico que hoy conocemos como podcast, cuando unieron sus intenciones con el fin de distribuir clips sonoros de la misma manera que lo hacía la información gráfica en los blogs (Berry, 2006: 11).

Una vez desarrollada la estructura técnica y extendida su práctica, el podcasting comenzó a trascender los espacios de foros y blogs para alcanzar una popularidad que no ha parado de crecer desde hace una década, debido a las mejoras en la conectividad y la facilitación del acceso a las redes a más personas en más lugares del planeta y a la proliferación de realizadores y temáticas para todo tipo de audiencias.

Para el licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra Antoni Sellas Güell, las características principales del podcasting son:

- “la distribución de contenidos sonoros a través de Internet mediante un

proceso de sindicación web o feed, el archivo o la serie de contenidos de sonido distribuidos de forma periódica y la portabilidad al permitir la descarga en el dispositivo de reproducción o la escucha online por streaming en caso de poseer conectividad". Sellas (2008: 177-178)

Por otro lado, para Mariano Cebrián Herreros, catedrático de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid:

- "Es a través del podcast que se abre paso una audiencia fragmentada, capaz de convertirse en su propio programador de contenidos al no estar condicionado a la emisión en directo de las emisoras. Así, el podcasting produce la ruptura de la «concepción emisión-recepción o de la sincronía-simultaneidad por la asincronía-diferido» (Cebrián, 2008a: 35).

Es en el centro de esta cuestión, y parados en un mundo globalizado donde el consumo a través de internet rompe las barreras de tiempo y distancia, que emerge el podcast como instrumento superador en instituciones educativas de todos los niveles, en el que la temporalidad inmediata ya no es un impedimento, sino que se delega el poder al consumidor, pudiendo construir su propia programación de contenido, escuchándola cuando y donde disponga.

Y es en el ámbito universitario en el que nos encontramos donde todas estas características adquieren una nueva valoración, en el que la búsqueda a una plataforma que concierne a estas temáticas específicas e innovadoras encuentran una alternativa, llegando a todos los niveles sociales, políticos y económicos, convirtiéndose en un elemento de público acceso más allá de la transmisión radial.

En definitiva, abordamos el concepto de podcast para difundir, en distintas plataformas de internet, contenidos culturales especialmente elaborados desde un medio radial universitario.

Cuando nos embarcamos en este proyecto a inicios del año 2021, entre el universo de temáticas a tratar en el destacado formato sonoro del podcast nos encontramos con escasos aportes sobre historia argentina. Y en los contados

casos en que este tópico fue abordado el tipo de relato era la narración individual o una charla a modo de tertulia radial.

Entonces, nos propusimos realizar un microprograma sobre los personajes destacados y hechos fundacionales de nuestro país en el siglo XIX con un estilo documental apoyado en varios narradores y narradoras, sumando recursos expresivos del radioteatro y elementos de ambientación sonora y musicalización que inmiscuyan al oyente en una experiencia más enriquecedora.

"SUCESOS DE REVOLUCIÓN"

Este proyecto surgió como un medio interactivo para la difusión educativa en pandemia dadas las restricciones que todavía regían en la actividad universitaria a mediados de 2020. Las inquietudes por parte del departamento de artística de Radio Universidad de La Matanza de llevar el relato histórico a otro perfil comunicacional nos llevó a presentar los hechos como un relato oral en simultáneo con una experiencia de paisajes sonoros en formato podcast.

La selección temática está vinculada con la función de la radio universitaria de compartir contenidos educativos respaldados académicamente, y para la investigación y elaboración del guión contamos con la participación de docentes de nivel medio y terciario para el acceso a fuentes y el asesoramiento sobre bibliotecas en línea, necesarias debido a la situación sanitaria.

La Semana de Mayo relatada en ocho micros radiales de cinco minutos con los hechos ocurridos entre el 18 y el 25 de mayo de 1810, y la conformación de la Primera Junta de Gobierno fue nuestra primera experiencia. Dada la buena repercusión y predisposición de quienes participaron, se planificaron las siguientes fechas patrias. En las sucesivas entregas se mantuvo el staff actoral y se sumaron nuevas voces, otros tipos de relato -metarrelatos, recitados e interpretaciones musicales- y se indagaron en personajes silenciados por la historia oficial.

Así fue como fue realizada una miniserie sobre Belgrano ("Belgrano, Nuestra Bandera"), otra sobre los sucesos que llevaron a la independencia argentina ("El Camino A La Independencia"), una sobre la vida de José de San Martín y sus

hechos remarcables (“San Martín, El Cruce A La Gloria”), dos episodios sobre la vida de Juan Manuel De Rosas (“Las Cadenas De La Libertad”) y un unitario sobre Martín Miguel De Guemes (“El Héroe De La Guerra Gaucha”).

Nos encomendamos la misión de utilizar estos micros como vehículo educativo y de entretenimiento para nuestra FM y optamos por su distribución online mediante servicios de streaming como Spotify, Apple Podcast y Google Podcasts.

Como fundamento nos basamos en el trabajo de Ana Segura Anaya -Máster en Radio por RNE y la Universidad Complutense de Madrid- y Daniel Martín Pena -Doctor en Comunicación y Máster en Comunicación y Educación Audiovisual por la Universidad de Huelva- que asegura que:

- *“El desarrollo tecnológico de los soportes, con la migración de usuarios a datos móviles creciendo día a día, hacen del podcast temático un formato atractivo, en cuanto es accesible desde distintos soportes y gracias a las plataformas de radio a la carta, a cualquier hora y en cualquier lugar“*. (Segura Anaya, Martín Pena, 2014: 12)

Estos servicios bajo demanda permiten que docentes de distintos niveles utilicen estas producciones radiales como material pedagógico en sus clases como material adjunto a la currícula, atendiendo a la demanda de nuevos recursos para llegar a las infancias y adolescencias.

En los siguientes apartados explicaremos, etapa por etapa, cómo se fue desarrollando cada momento de la producción de cada serie que conforma “Sucesos De Revolución”. Comenzaremos por la investigación en archivos digitales, bibliotecas virtuales y fuentes físicas para la selección del material histórico a guionar; en ese proceso se buscó seleccionar no solo la narración de los hechos sino también las declaraciones textuales plasmadas en textos oficialmente documentados. Por otro lado, desarrollaremos cómo, desde la edición y el diseño sonoro, recurrimos a diferentes tipos de recursos para la reconstrucción histórica y acompañar la narración oral tanto desde la ambientación como desde la musicalización para poder ubicar al oyente en tiempo y espacio.

INVESTIGACIÓN HISTÓRICA - PREPRODUCCIÓN/GUIÓN

Embarcándonos en el contenido de la propuesta “Sucesos de Revolución”, nuestro primer boceto fue elaborar una serie que narre las ocho jornadas de la Semana de Mayo, día a día, explicando y revisitando los hechos históricos con el aporte de voces que recreen la participación indispensable de los protagonistas.

Una vez establecidos los episodios y el contenido a tratar comenzamos con la búsqueda de las fuentes documentales (tanto en libros como en material digitalizado por bibliotecas públicas, museos e instituciones educativas) y la contrastación de esa información con asistencia de docentes e historiadores que aportaron a la veracidad y la clasificación del material. Para la producción del guión se seleccionaron no solo el relato de los hechos sino también las declaraciones textuales de los personajes históricos plasmadas en textos oficialmente documentados.

En cuanto al estilo narrativo, construimos “Sucesos de Revolución” como un documental sonoro no desde la perspectiva cronológica sino desde la novelización con dramatizaciones e interpretaciones de actores vocales basadas en fuentes reales.

Esta superposición entre el género de radionovela y el formato periodístico, nos permitió, con distintos recursos discursivos, contar de otra manera la historia argentina del siglo XIX para atraer a una audiencia más amplia.

Como corolario de cada episodio, desde lo textual, con poemas y proclamas se hizo una reivindicación de los hechos que marcaron la historia nacional y sudamericana y de los hombres y las mujeres que los protagonizaron.

Así, pudimos conmemorar a nuestros patriotas que durante décadas fueron marginados, o bien silenciados por la historia oficial. Tal es el caso de Martín Miguel de Güemes, su hermana Macacha, la generala Juana Azurduy o María Remedios Del Valle. Y también destacar sucesos como el éxodo jujeño, la batalla de Vuelta de Obligado o la llegada de la legión infernal a la plaza del Cabildo.

DISEÑO SONORO Y MUSICALIZACIÓN - EDICIÓN

Luego de una primera instancia en la que se sentaron las bases del relato radial del que nos íbamos a servir procedimos a organizar la musicalización y el diseño sonoro que mejor se prestaba a nuestra ficcionalización.

Por el lado de la musicalización fue necesario ubicarnos en tiempo y espacio para no dejar el relato sólo en manos de la voz y la ambientación sino llevar nuestra experiencia a un nuevo lugar, por lo que optamos por usar música de autores vigentes en el momento en que transcurrían los hechos que relatamos. Valses, contradanzas, oberturas y sonatas compuestas en el siglo XVIII, entre los años 1790 y 1840 de autores españoles como Vicente Martin y Soler, Mariano Rodriguez de Ledesma y Mateo Perez de Albéniz fueron las que mejor articulaban la ambientación, además de ser acordes al tiempo y espacio. El hecho de que sus compositores sean españoles nos servía como ejemplo de la hegemonía realista que se imponía sobre el incipiente territorio argentino.

Contamos con la ventaja que parte de nuestro equipo es adepto a la música académica de los siglos XVIII y XX por lo que la tarea resultó motivadora a la vez que educativa para el resto del staff.

Una vez superado ese primer paso de producción, el siguiente fue el de la selección de voces que iban a representar a cada uno de los personajes protagonistas y aquellos que, como narradores omniscientes, relatan las peripecias que atraviesan nuestros próceres patrios. Para ello recurrimos al personal de la Secretaría de Medios de la Universidad de La Matanza, quienes con muy buena predisposición se prestaron a ofrecer su tiempo y dedicación en pos de un proyecto que no había tenido precedentes en el pasado inmediato.

En el papel de narradores y lectura de créditos fueron elegidos aquellos compañeros que, dadas sus aptitudes prácticas adquiridas en su recorrido académico, cuentan con título de locutor o locutora nacional. Su división en cuanto a la lectura del relato fue el uso del “contrapunto” en el que un locutor y una locutora hicieron intervenciones intercaladas. Mientras que para las representaciones actuadas convocamos a operadores, productores y productoras y conductores y conductoras de la FM 89.1, además de personal del departamento de televisión, periodismo gráfico y docentes.

Luego de finalizada la etapa de interpretación y grabación de voces, la tarea más ardua fue la siguiente donde nos abocamos a la búsqueda de una ambientación y reconstrucción del paisaje sonoro para lo que, consultando los distintos momentos relatados en el guión, dónde ubicar sonoramente a nuestros protagonistas y cómo reflejar la idiosincrasia, costumbres y ritmos de la vida en las Provincias Unidas Del Río De La Plata. Con la ayuda de la música y sus climas nos hicimos de sonidos procedentes de la naturaleza, clips sonoros de medios de transporte, elementos de uso común y artillería disponibles en bibliotecas virtuales, para lo que se realizó una tarea de investigación y filtración de archivos con el fin de usar correctamente los acordes al siglo XVIII. Por otro lado, dimos rienda suelta a nuestra imaginación generando nuestros propios sonidos mediante la técnica de foley para llegar a aquellos sonidos que no podíamos dar en búsquedas por Internet.

En el proceso de montaje de todos los elementos se buscó que cada uno de los recursos tengan protagonismo y, para lograr una mejor audición y realidad, se realizó un cuidadoso uso de los planos sonoros en el que puedan convivir los actings, la locución, los efectos sonoros y la música.

Para el uso de las voces se dividieron dos grandes grupos que tuvieron su tratamiento particular: el relato locutivo y los actings. Por el lado de la locución, se buscó una ecualización propia para cada una de las personas participantes a fin de lograr una mejor recepción de su voz por parte del oyente. Su tratamiento fue sutil ya que se buscó una unidad estética a la vez que una diferenciación de las distintas voces. Los actings tuvieron su propia búsqueda estética y, con el uso de la reverberación y la ecualización, se llegó a un lugar sonoro en el que las intervenciones de los actores parecen surgir desde un lugar superior al de la locución, un “más allá” que hace las veces de subrayado actoral y de sello particular del podcast en el que las apariciones de los protagonistas no pasan desapercibidas.

De la misma manera, el tipo de relato fue evolucionando con el correr de las series y comenzamos a hacer uso de distintos formatos para lo que se buscaron definiciones estéticas diferentes. Así fue que comenzamos a explorar cambios de escena en el que dos relatos que se complementan suceden en simultáneo como es el caso del episodio “Batalla De San Lorenzo” de la serie “San Martín, El Cruce A La Gloria”; o las “pastillas”, pequeñas secciones en el que se cuentan historias

particulares y autoconclusivas que ofrecen una mirada más profunda y acabada de otros personajes que hicieron a la revolución, como es el caso de la sección “Mujeres De La Independencia” en la serie “El Camino A La Independencia”, relatando los hechos que rodearon el 9 de Julio de 1816.

Luego de la finalización del proceso de montaje y edición de los episodios se procedió a la búsqueda de una coherencia estética general a todas las series del podcast, paso que originalmente iba a ser el primero pero que, tras ver el potencial que había en el proyecto, se dejó para el final a fin de dedicarle un tiempo más que prudencial. En este momento se buscó un tercer locutor/narrador que funcione como presentador de cada una de las secciones, los subtítulos, y sea la voz institucional del podcast, siendo quien da la bienvenida al oyente, hace lectura del reparto actoral y formal hacia el final de los episodios y presenta la bibliografía utilizada para la elaboración de los guiones. En este momento de la producción se buscó salir del ritmo musical presente en el interior de los episodios y, por el contrario, se optó por una presentación minimalista de bombo legüero para los créditos de inicio, una lectura sin fondo musical para los apartados temáticos y una musicalización de chacarera a medio tiempo para el cierre, presentación de créditos, bibliografía al y el sello institucional hacia el final.

Todos estos elementos sonoros y uso de recursos técnicos nos dieron un resultado acabado, profesional e inmersivo a un producto que nos dio satisfacción y se nos presentó como un desafío del que, creemos, salimos airosos.

CONCLUSIONES

A modo de conclusión, “Sucesos de Revolución” nos llevó a coordinar los roles de producción radial consolidando la generación de contenido tanto para una emisora tradicional como para plataformas digitales y a desarrollar futuras series de temáticas variadas. Aplicando diferentes formatos radiales como el informe periodístico y de investigación, el radioteatro y la interpretación de textos, con aportes artísticos, tanto en la voz como musicales, logramos un producto integral con un enfoque novedoso en nuestro medio.

Así, como profesa Oscar Boseti, periodista, investigador y docente universitario, sobre la expresión artística en la radio:

- “La radio se adentró en el campo comercial y político, también ingresó en una esfera social y en otra cultural-artística. La amalgama de estas últimas dio como resultado una gran dimensión: la esfera de la expresión. Esto se traduce en que la radio re-crea la realidad, como lo hace un pintor, un novelista o un poeta. A través de las ondas hertzianas reconvertidas en sonido, el hacedor de la radio crea, y lo puede hacer gracias a sus posibilidades estéticas. Sin ese costado marcado por la creatividad, la radio inevitablemente hubiera encontrado su final mucho tiempo atrás.” (Bosetti en Martin-Pena y Vivas Moreno, 2018: 28)

Con el propósito de incorporar contenidos históricos y culturales a un formato periodístico, centrarlos y difundirlos en una emisión especial conmemorativa y ofrecerlos bajo demanda en distintas plataformas abiertas, nuestro aporte a la comunidad educativa, desde la universidad, es acercar la historia a un público diverso en forma sonora, entretenida y amena, que puede ser aplicado tanto al aula escolar como a la universidad y tanto a la radio tradicional como al consumo hogareño.

La idea es seguir desarrollando el formato de “Sucesos de Revolución” y otras futuras series en cada etapa histórica de nuestro país, tanto en el presente siglo como en el siglo XX, por lo que el desafío se presenta con más entusiasmo.

BIBLIOGRAFÍA

- Hammersley, B. (2004). Audible revolution. The Guardian Online, 12 de febrero de 2004. http://technology.guardian.co.uk/online/story/0,3605,1145689,00.html
- Sellas, A. (2008). La voz de la Web 2.0. Análisis del contexto, retos y oportunidades del podcasting en el marco de la comunicación sonora (Tesis doctoral). Universitat Internacional de Catalunya. Tesi_Toni_Sellas_Güell [Archivo pdf]. http://hdl.handle.net/10803/9351
- Cebrián, M. (2008a). La radio en Internet. Buenos Aires: La Crujía.
- Chavez Hidalgo, Iván (2013). Radio Universitaria y Podcasting. Universidad Internacional de Andalucía. 0571_Chávez [Archivo pdf]. https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/2837/0571_Ch%c3%a1vez.pdf ?sequ ence=1
- Quintana-Guerrero, Boris, Parra-Duque, Carolina, & Riaño-Peña, Johanna Paola. (2017). El podcast como herramienta para la innovación en espacios de comunicación universitarios. Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación-, 15(30), 81-100. https://doi.org/10.22395/angr.v15n30a4
- Segura Anaya, Ana & Martín Pena, Daniel. (2014). Radio universitaria para la formación: el podcast educativo. Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna. 133_Segura [Archivo pdf]. https://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/133_Segura.pdf
- Martín-Pena, Daniel & Vivas Moreno, Agustín. (2018). Radios universitarias en marcha: hacia la construcción de una contra agenda mediática. Avellaneda: Undav Ediciones.

LA APLICACIÓN DEL MODELO DE DISEÑO INSTRUCCIONAL A.D.D.I.E EN CURSOS VIRTUALES DE EDUCACIÓN NO FORMAL. DESCRIPCIONES ACERCA DE LA ETAPA DE ANÁLISIS Y DE DISEÑO EN EL ENTORNO VIRTUAL DE APRENDIZAJE DE TECNOMÚSICA.

Gustavo Lopez | Universidad Nacional San Juan Bosco
galolopez@gmail.com

RESUMEN:

En el presente artículo se relata la experiencia de la gestión realizada en el entorno virtual de aprendizaje (EVA) de Tecnomúsica.

Este trabajo tiene el objetivo describir el desarrollo de un curso virtual en los que se aplicó el modelo de diseño instruccional A.D.D.I.E, que consta de cinco fases Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Evaluación.

El desarrollo de cada una de las fases mencionadas, permitió elaborar siete cursos para el aula virtual de Tecnomúsica.

En este artículo se describen los procedimientos de dos de las cinco fases A.D.D.I.E aplicadas en un curso, que son la etapa de Análisis y la de Diseño, que tienen una

importancia fundamental ya que estructuran y secuencian el proceso educativo a implementar.

Con la expansión de internet, la educación virtual presenta nuevos procesos de formación específica en diversas temáticas y propósitos. Lo cierto es que hemos encontrado un área de vacancia en el campo de estudios que analizan los procedimientos empíricos de construcción de cursos de educación virtual no formal.

Los EVA son espacios formativos que se construyen en base a la planificación de un conjunto de fases que permiten su desarrollo. En este sentido, a través de los constantes cambios en las teorías de aprendizaje surgieron diferentes modelos de diseño instruccional.

El modelo A.D.D.I.E, surgido en la década del 80, se sustenta con las perspectivas teóricas constructivistas de los procesos de enseñanza y aprendizaje (Díaz & Morales, 2008).

Estos planteos teóricos, señalan que las metodologías deben estar centradas en la experiencia del estudiante, por lo que los docentes deben incorporar en sus competencias a las TIC para dar nuevos sentidos al conocimiento.

Se concluye que, para impartir cursos virtuales no formales, se debería tener en cuenta el modelo constructivista de enseñanza que se adecua principalmente en la educación virtual formal.

Aunque marcamos esta división, es fundamental que las propuestas en contextos no formales configuren su modelo educativo basado en procedimientos que permitan ofrecer cursos que garanticen la calidad en la formación de competencias y habilidades del estudiante.

En este sentido, la metodología de diseño instruccional A.D.D.I.E puede servir como guía de construcción e implementación de nuevos entornos formativos.

En el documento final, donde se analizan las otras etapas, se pondrá en

consideración la intervención realizada en Tecnomúsica intentando describir si las estrategias que se implementaron, responden a un proceso educativo coherente y confiable.

Palabras clave: Entornos Virtuales de Aprendizaje - Diseño Instruccional - Investigación Educativa.

INTRODUCCIÓN

Con la expansión de internet, la educación virtual presenta nuevos procesos de formación específica en diversas temáticas y propósitos. Bustos y Coll (2010) señalan que “todo esto se han traducido en múltiples propuestas de usos de las TIC tanto para repensar y transformar los contextos educativos ya conocidos (Educación presencial, a distancia, abierta), como para crear nuevos entornos de aprendizaje en línea y de aprendizaje bimodal”.

En este sentido, han surgido emprendimientos de educación virtual en contextos no formales que imparten capacitaciones sin pertenecer a una institución u organismo oficial y que no poseen una acreditación “formalizada u homologada”.

Tecnomúsica es un entorno de aprendizaje virtual no formal. Contribuye con la enseñanza de instrumentos musicales y está dirigido a jóvenes y adultos, que quieren tener sus primeras experiencias en tocar un instrumento.

Lo cierto es que hemos encontrado un área de vacancia en el campo de estudios que analizan los procedimientos empíricos de construcción de cursos de educación virtual no formal. Trillo (1993) señala que el sector educativo no formal es disperso y heterogéneo, pero enorme.

En el presente artículo se relata la experiencia de la gestión realizada en el entorno virtual de aprendizaje (EVA) de Tecnomúsica. Puntualmente describe el desarrollo de un curso virtual en los que se aplicó el modelo de Diseño Instruccional A.D.D.I.E (Belloch, 2013)

El Diseño Instruccional es una metodología fundamental para el desarrollo de los cursos virtuales, porque permite planificar, organizar y analizar el proceso de enseñanza y aprendizaje y consta de cinco fases: Análisis, Diseño, Desarrollo, Implementación y Evaluación.

Por medio de la metodología aplicada, se elaboraron siete cursos que se alojaron en el EVA de Tecnomúsica.
En este artículo se describen los procedimientos de dos de las cinco fases A.D.D.I.E aplicadas en un curso, que son la etapa de Análisis y la de Diseño, que tienen una importancia fundamental ya que estructuran y secuencian el proceso educativo a implementar.

La fase de Análisis, es en la que se manifiesta la necesidad de aprendizaje o problema que se quiere resolver. Es la base de todo el modelo. Esta etapa es generada por pedagogos, docentes y expertos, relegándose el análisis gráfico a los diseñadores y desarrolladores (Morales, 2018).

Por su parte, la fase de Diseño, comienza con el desarrollo de la estrategia de la instrucción, lo que se compone por los aspectos didácticos. En esta fase se plantean los objetivos, la secuencia de contenidos, se planifican las actividades y la evaluación.

MARCO CONCEPTUAL

Cabe señalar que existen diferentes modelos de Diseño Instruccional. Cada uno con diferentes características ya que, al transitar los diferentes contextos sociales y políticos, se fueron readaptando y realizando revisiones, para orientarlos al aprendizaje con aplicación de tecnologías.

En la década de los 60, el Diseño Instruccional estaba planteado desde el modelo conductista, lineal y prescriptivo, con una asociación de estímulo – respuesta. En los años 70 gravitaron en la Teoría de Sistemas, entendiendo a la escuela como sistema de interacción con otros sistemas, en las que se comenzaban generar

propuestas de participación de estudiantes. En esos años, surge el modelo de Walter Dick y Lou Carey.

En la década del 80 comenzó a trabajarse con la teoría cognitiva, la que valorizaba la comprensión de los procesos de aprendizajes, teniendo en cuenta los saberes previos de las/los estudiantes. Uno de los modelos destacados es el de Gagné y Briggs, de 1985.

Por esos años, el modelo A.D.D.I.E, se comienza a sustentar con las perspectivas teóricas constructivistas de los procesos de enseñanza y aprendizaje (Díaz & Morales, 2008). En los años 90, inician sus experiencias desde el aprendizaje significativo propuesto por Ausubel, en la que la construcción del conocimiento se nutre de teorías constructivistas, promoviendo el aprendizaje colaborativo por parte del estudiante. Aquí surgen el modelo ASSURE y el de Jonassen.

De esta manera, en el siglo XXI, los Diseños instruccionales se fundamentaron definitivamente en la Teoría Constructivista, aunque también se consideraban otras teorías. Así, por ejemplo, la Teoría de las Inteligencias Múltiples de Howard Gardner que permite identificar que cada estudiante tiene una forma particular de aprender y su interpretación del mundo o las teorías del Conectivismo, desarrolladas por George Siemens (2004) que tiene implicaciones en diferentes aspectos de la administración del conocimiento personal en relación con la administración del conocimiento organizacional y está vinculado con el diseño de ambientes de aprendizaje.

Continuando con nuestro análisis, los EVA son espacios formativos que se construyen en base a la planificación de un conjunto de procesos y resultados que permiten su desarrollo.

Estos planteos teóricos, señalan que las metodologías deben estar centradas en la experiencia del estudiante, por lo que los docentes deben incorporar en sus competencias a las TIC para dar nuevos sentidos al conocimiento.

En este sentido, Sangrà (2001) señala que la metodología educativa debe basar su modelo en cuatro pilares. Flexibilidad, cooperación, personalización e

interactividad. En tanto, para la construcción del modelo organizativo de un espacio virtual se deben incluir los siguientes ejes: Accesibilidad, Modelo de aprendizaje, Modelos de docencia, Estilo organizativo- cultural e Interculturalismo.

Asimismo, es importante destacar las variables críticas (Cabero, 2006) que garantizan el éxito de las acciones formativas en red.

En Tecnomúsica se decidió adoptar el modelo de Diseño Instruccional A.D.D.I.E que permitió organizar las acciones formativas en el EVA, vinculadas con la producción del material y secuencias didácticas (López, 2020).

Como señalábamos, a modo de ejemplo, se describe el Diseño Instruccional aplicado al curso de Piano, en donde desarrollaremos las dos primeras fases del modelo.

METODOLOGÍA

La propuesta de Tecnomúsica se centra en consolidar un modelo educativo para que los estudiantes aprendan a tocar un instrumento musical, aprovechando los recursos que proporcionan el contenido y estructura del EVA (guía teórica-práctica, videotutoriales y autoevaluaciones) y así desplegar sus conocimientos y valores culturales y sociales.

Es importante destacar que para acceder al curso el estudiante debe matricularse y una vez registrado el pago puede ingresar en la plataforma, mediante un usuario y contraseña.

En la primera pantalla se despliegan todos los cursos en los que el estudiante se encuentra registrado y al loguearse, tiene el acceso a los materiales.

La estructura de los cursos de Tecnomúsica está compuesta por 6 unidades.
Cada unidad está conformada por material audiovisual y una guía didáctica.

Como señalamos anteriormente, en general el recurso del video es el principal componente didáctico y fue diseñado por el instructor en conjunto con el diseñador instruccional.

Al recurso del video, en el que el instructor desarrolla las clases, se le suma la guía práctica que es un documento teórico, que contiene explicaciones sobre el material audiovisual, permitiendo a los estudiantes reforzar los conceptos.

Al finalizar todas las unidades el estudiante tiene la opción de realizar una autoevaluación de lo aprendido, mediante un cuestionario que está disponible y que puede completar tantas veces como quiera. Se optó por este sistema de evaluación, que permite que el estudiante incorpore los conceptos y prácticas vertidas y desarrolle competencias y habilidades, a su tiempo y a su ritmo.

Cabe destacar que la interacción con el profesor, en el desarrollo de las Unidades, es asincrónica ya que se realiza por medio de un foro, que está ubicado en cada curso dentro de la plataforma, lo que permite una comunicación con el instructor. Por último, una vez que el estudiante decida ser evaluado en la práctica, se pacta una videollamada para que demuestre el aprendizaje obtenido. En ese momento, el instructor tiene contacto directo con el estudiante, lo que permite reforzar, canalizar dudas y evaluar el progreso.

Esta breve pero necesaria explicación, nos introduce en desarrollar conceptualmente las decisiones que se tomaron para formalizar, en un documento, la propuesta presentada en las primeras dos fases del modelo A.D.D.I.E aplicado al Curso de Piano.

Hemos mencionado que la fase de análisis, está vinculada con justificar la necesidad educativa (Zabalza, 1997) por la que se pretende crear el curso. La propuesta del curso estima que los estudiantes desarrollen competencias digitales vinculadas con el aprendizaje multimedial, habilidades comunicativas, autonomía y capacidad para organizar conocimientos.

Es por ello que en la preinstrucción se realizó un exhaustivo análisis del contexto. En este sentido, Tecnomúsica surgió en el contexto de pandemia, que evidenció

el cierre de las academias musicales y las restricciones en las salidas, por lo que muchos de los instructores adaptaron y migraron su docencia a la utilización de herramientas virtuales. Asimismo, el aislamiento, provocó que muchas personas dejaran de asistir a sus capacitaciones y en muchos casos, les brindó un tiempo extra para estar en su casa y buscar algún curso, taller o seminario.

Antes de poner en marcha la propuesta se definió el grupo de trabajo. El equipo de Tecnomúsica estaba integrado por un "coordinador" que fue el responsable general de la ejecución y mantenimiento del sitio. Un "diseñador instruccional", quien tuvo a su cargo el diseño de los cursos. Además, se incorporaron cinco instructores (en su mayoría profesores certificados de música y otros idóneos en la enseñanza de instrumentos musicales). Un tutor virtual, quien acompañaba a los estudiantes e instructores en asesorarlos y resolver consultas. Además de la figura del webmaster, fundamental para el mantenimiento de la plataforma.

Cabe destacar que, en cada etapa del desarrollo, tanto el diseñador instruccional y el tutor virtual acompañaron a los instructores en la generación de los materiales didácticos.

La fase de diseño, incluyó la selección de la plataforma LMS (Sistema de Gestión de Aprendizaje). Consideramos de importancia, señalar que el Entorno Virtual que aloja los cursos, es un desarrollo web propio, realizado con Joomla! También se evaluaron las posibilidades técnicas de Moodle y de Google Classrom, entre otras plataformas a medida. Cabe señalar que el trabajo de gestión también incluyó la selección el hosting y se enroló el sitio con extensión .com.

Además, se planificaron las estrategias para el desarrollo de la instrucción, lo que comprendió definir el modelo pedagógico, el diseño metodológico, la selección de los contenidos, las instrucciones para las actividades y la evaluación.

En base a lo señalado, este segundo momento requiere definiciones sobre las formas de interacción y comunicación y la retroalimentación entre instructor y estudiante.

A continuación, se presenta la estructura del modelo de Diseño Instruccional del curso de Piano.

Título del curso Aprendé Piano a tu ritmo Fundamentación de la necesidad de formación - intención educativa El curso es una instancia de formación inicial para los estudiantes que deseen conocer y desarrollar las habilidades para aprender a tocar el Piano. En este sentido, el curso busca trabajar con estrategias didácticas y metodológicas ágiles para fomentar la motivación del estudiante, que permita alcanzar un aprendizaje significativo a través de un recorrido audiovisual. La finalidad de este curso es dotar a los cursantes de conocimientos teóricos básicos para tocar el Piano. Destinatarios El curso no tiene ninguna restricción y lo puede realizar cualquier otra persona interesada en la temática. Competencias a desarrollar. Curso estima que los estudiantes desarrollen competencias digitales vinculadas con el aprendizaje multimedial, habilidades comunicativas, autonomía y capacidad para organizar conocimientos. Institución Tecnomusica.com, una plataforma educativa e-learning, que presenta cursos masivos de formación musical, con matrícula restringida, cien por ciento online y en los que se utiliza el recurso del video, como material didáctico principal. Nivel Curso no formal, abierto. Modalidad La modalidad del curso es 100% virtual y su duración es de 20 horas reloj con evaluación final optativa. Carácter Teórico-Práctico. Modalidad de impartición El curso estará tutorizado, quiénes lleven a cabo este rol serán responsables de guiar, orientar y apoyar los procesos de aprendizaje de los estudiantes, como así también tendrán la disponibilidad para responder consultas, entre otras actividades. Requisitos de inscripción La inscripción online y la efectivización del pago del curso son los requisitos para asegurar un lugar en el mismo. Requisitos técnicos La modalidad de cursado implica contar con ciertos requisitos tecnológicos para desarrollar las actividades de aprendizaje propuestas. Para ello, el estudiante deberá contar con: ● Competencias digitales básicas sobre el manejo de computadoras e Internet. ● Una cuenta de correo electrónico ● Una computadora o dispositivo tecnológico con conexión a Internet para acceder al aula virtual. Micrófono, Cámara web y auriculares. ● Programas para la lectura de los documentos descargables (Office, PDF, Adobe Reader).

● Programas de reproducción de audio video. (VCL, Reproductor de Windows etc.).

 Equipo del proyecto
El equipo de Tecnomúsica está compuesto por un “coordinador” responsable general de la ejecución y mantenimiento del sitio.

Un instructor Musical

Un “diseñador instruccional”, quien tenía a su cargo el diseño de los cursos.

Un tutor virtual, quien acompaña a los estudiantes y e instructores en asesorarlos

Un webmaster.

 Metodología
El enfoque didáctico del curso está centrado en un “practicar para aprender”, el sistema de aprendizaje está centrado en el alumno.

El entorno virtual de enseñanza y aprendizaje de Tecnomúsica, será un espacio diseñado para que la impartición educativa se produzca con total flexibilidad e interactividad, garantizando una comunicación dinámica con los materiales y recursos diseñados y afín de optimizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes.

El curso se desarrolla en seis unidades temáticas y tiene una duración estimada de cursado de cinco (5) semanas. Estas unidades se habilitan y se mantienen abiertas hasta el cierre del curso.

El curso cuenta con numerosos recursos en diferentes formatos con el objetivo de satisfacer los diversos modos de aprendizaje y enriquecer lo mejor posible esta experiencia formativa

En cada una de las unidades, se pondrá a disposición de los alumnos material de lectura, enlaces a sitios web y videos tutoriales, que contienen actividades de práctica.

Las actividades de aprendizaje, mediadas pedagógica y tecnológicamente, se realizan de forma individual.

Se habilitará un foro que servirá para canalizar todas las dudas, comentarios y reflexiones con el objeto de facilitar y favorecer un aprendizaje colaborativo.

Así también, se utilizará el correo electrónico como medio de comunicación individual para consultas particulares entre el estudiante y tutor. Las respuestas por parte del docente y/o tutor se darán dentro de las 48 horas, cómo máximo, en días hábiles desde la emisión de dicha consulta.

El curso tiene una vigencia de tres meses, desde la fecha de compra.

 Mecanismo de evaluación:
El curso finaliza con una instancia de evaluación teórica optativa, por medio de una encuesta en la que se evalúan los conocimientos teóricos.

Se prevé, asimismo, la realización optativa de un (1) encuentro virtual sincrónico por Zoom, cuyos días y horarios serán pautados oportunamente con el estudiante, para ratificar el proceso de enseñanza y aprendizaje enriquecido por el aporte del instructor.

 Criterios de evaluación
El estudiante tendrá la posibilidad de evaluar su proceso de aprendizaje continuo por medio de las e-actividades, y son calificados de manera automática. La calificación se basará en el resultado obtenido de las respuestas del formulario de Google.

Por otro lado, se presenta un test de evaluación integral, que es un cuestionario de 10 preguntas que mide el nivel de conocimiento teórico. La calificación se basará en el resultado obtenido de las respuestas del formulario de Google.

Por último, el estudiante que lo solicite, tendrá la posibilidad de realizar un encuentro con el instructor por videollamada, para mostrar lo aprendido. Esta evaluación es opcional.

En el Aula virtual, está publicada una rúbrica con los conceptos y características que el instructor tomará en cuenta para evaluar en la Videollamada, y así, obtener el resultado final de cada participante. El tipo de calificación será de manera cualitativa, con la siguiente escala: Excelente, Muy bueno, Bueno, Regular, Desaprobado.

 Objetivos
General:
● Desarrollar nociones básicas para aprender a tocar el piano.

Específicos:
● Identificar los componentes del instrumento.
● Iniciar las primeras prácticas con el instrumento.
● Desarrollar competencias afines a la práctica del instrumento
● Incorporar conceptos fundamentales de la música: escalas, acordes, cifrado americano y ritmo.
● Aplicar lo aprendido a lo largo del curso en las actividades parciales y finales.

 Plan de estudios
Estructurado, ya que la propuesta formativa, en cuanto a contenidos, estructura de la información, materiales y prácticas de aprendizaje, será la misma para todas las personas inscriptas al curso.

 Contenidos
Unidad 1
 Pentagrama,
 Notas Musicales
 Figuras Musicales
 Ritmo y Compás
 Práctica en el piano con partituras de: Beyer, Op.101 No.3, Czerny, Op.599 No.1, Beethoven, Himno a la Alegría.

Unidad 2
 Digitación
 Tono y Semitono
 Melodía
 Práctica en el piano con partituras de: Vivaldi, Primavera Navidad

Unidad 3
 Escala Mayor
 Alteraciones # y b
 Intervalos de 2da. y 3ra. Mayores y menores
 Solfeo melódico de 2da. y 3ra. Mayores y menores
 Práctica en el piano con partituras de: Escala Mayor Alan Menken, Un mundo ideal (primera parte)

Unidad 4
 Compases Simples y Compuestos
 Ciclo de Quintas Justas
 Escalas con sostenidos #
 Solfeo rítmico a dos voces
 Práctica en el piano con partituras de: Leonard Cohen, Hallelujah

Unidad 5

🎼 Escalas con bemoles b
🎼 Ligaduras de prolongación y expresión
🎼 Acordes Mayor, menor y disminuido
🎼 Solfeo rítmico a dos voces
🎼 Práctica en el piano con partitura de: 🎼 The Beatles, In my life 🎼 Base para Blues

Unidad 6
🎼 Cifrado Americano
🎼 Tónica, Subdominante y Dominante
🎼 Técnica pianística
🎼 Solfeo rítmico a dos voces
🎼 Práctica en el piano con partituras de: 🎼 Hoagy Carmichael, Heart and Soul 🎼 Para Elisa (primera parte)

 Materiales audiovisuales
Los materiales educativos que se presentarán en el curso, son de tipo Guía didáctica Teórica-Practica, videos, links externos y fichas interactivas con ejercicios prácticos.
Cada unidad contiene una guía didáctica en formato .Pdf. Estas guías contienen conceptos teóricos, cancioneros y partituras.
En los videos correspondientes de la clase, consideramos que la utilización del lenguaje audiovisual, compuesto con imágenes y texto genera un aprendizaje de calidad.
En esta puesta asincrónica, la narración se apoya en la imagen y el audio, lo que produce un efecto comunicacional y formativo. De esta manera, cada clase tiene una duración mínima de 10 minutos y máxima de 20 minutos y a su vez, la posibilidad de rever el video cuantas veces lo necesite para obtener los conocimientos.
Asimismo, existe material opcional que complementa la clase y se presenta como hipertexto. Materiales de calidad y muy funcionales.
Cabe mencionar que todos los materiales son de fácil de acceso y se pueden descargar e imprimir.
El curso cuenta con materiales de elaboración propia.
Además, con bibliografía complementaria.

 E-actividades

En cada clase se proponen actividades como propuestas para facilitar y afianzar el aprendizaje.
• Se brindan las instrucciones para su realización
• Se organizan las actividades según complejidad
• Se determina el tiempo y el nivel de exigencia de las actividades.

Ejemplo de e-actividad:

E-actividad 1:
La siguiente e-actividad ha sido pensada y diseñada para la Unidad 1. Luego de leer los contenidos teóricos que están en la guía didáctica, a partir de los contenidos desarrollados, te invitamos a "unir con flechas".
Creamos un cuadro en donde tenés que seleccionar y ubicar la opción correcta.

¿Cuántas líneas tiene el pentagrama?
Opciones: 3, 5 7.

¿La clave de SOL es para las notas...?
Opciones: Más agudas o Más graves

 Evaluación del curso
La evaluación del curso tendrá en cuenta dos puntos de vista: el de los estudiantes y el de los instructores y tutores.
Para llevar a cabo este proceso se utilizarán dos instrumentos:

En primer lugar, la “encuesta de satisfacción” para los estudiantes, que nos permitirá tener una visión completa de la experiencia del usuario.

El instrumento de captación de datos es el siguiente:

Felicitaciones, terminaste el curso. Queremos hacerte una breve encuesta que nos servirá para poder mejorar la calidad de nuestra oferta educativa.
Son 6 preguntas y no tardarás más de 5 minutos en responderlas.
De antemano te agradecemos por elegirnos y estamos seguros que nos reencontraremos en los siguientes niveles del Curso.

¿Qué te pareció la experiencia de educación virtual?
Opciones: Muy buena. buena. regula. mala. muy mala

¿Qué te pareció la plataforma en donde está alojado el curso?
Opciones: Muy buena. buena. regula. mala. muy mala

¿Qué problemas o dificultades tuviste para realizar el curso?
Opciones: Comunicación con la administración. Dificultad para concentrarse. El acceso/calidad de internet. Falta de espacio cómodo. Falta de motivación. Ninguno
Otra.

En tu opinión ¿qué deberíamos mejorar en nuestros cursos virtuales?
Opciones: Las plataformas que se utilizan. La modalidad de las clases. La capacitación de docentes. Los contenidos audio visuales. Los contenidos teóricos.
La disponibilidad de la información. La información previa a la compra del curso. Ninguno. Otra.

De acuerdo a tu experiencia ¿qué te parecieron las explicaciones de los instructores?
Opciones: Muy buena. buena. regula. mala. muy mala

¿Recomendarías tecnomusica.com a tus contactos y amigos?
SI. NO

Por otro lado, el instrumento destinado para el instructor y el tutor será una “bitácora virtual” en la que pueden detallar todos los aspectos que consideren necesarios para la mejora continua del Curso. De allí surgirán las subcategorías de análisis posteriores:

- El entorno virtual: ¿Qué opinión tiene sobre la plataforma virtual para el cursado de la oferta formativa?
- Las estrategias de interacción: ¿Qué puede decirnos sobre los espacios de interacción con los estudiantes?
- La metodología de enseñanza, los contenidos y actividades. ¿Qué consideraciones puede hacer sobre estos puntos señalados?
- Los estudiantes ¿Qué observaciones puede hacer sobre el desempeño de los estudiantes?
- El plan de acción tutorial. ¿Cómo considera que el entrenamiento/capacitación recibida para la elaboración de los videos y las guías didácticas?

 Certificación
Sólo se entregará certificado de asistencia / carga horaria. En caso de contratar el servicio de evaluación final por videoconferencia y tras ser evaluado se le podrá expedir un certificado de aprobación.

A continuación de las fases de Análisis y Diseño, comienza la fase de “Desarrollo” del curso. Esta etapa requiere el trabajo colaborativo de todo el equipo. Aquí

comienzan a elaborarse los materiales, contenidos y actividades. Una vez finalizada esta etapa comienza la de la “implementación”. Estas etapas serán analizadas en un nuevo artículo.

Principales resultados:
Esta propuesta describe las acciones llevadas a cabo mediante la metodología del Diseño Instruccional A.D.D.I.E, en las fases de Análisis y Diseño, para la construcción de un curso virtual en el EVA Tecnomúsica.

Se concluye que, para impartir cursos virtuales no formales, se debe tener en cuenta el modelo teórico constructivista de enseñanza, que se adecua principalmente en la educación virtual formal.

Es fundamental que las propuestas en contextos no formales configuren su modelo educativo basado en procedimientos que permitan ofrecer cursos que garanticen la calidad en la formación de competencias y habilidades del estudiante.

En este sentido, la metodología de Diseño Instruccional A.D.D.I.E puede servir como guía de construcción e implementación de nuevos entornos formativos. Bajo esta línea de trabajo, se continuará estudiando el proceso del Diseño Instruccional impartido.

En este ejemplo, se ha planteado la propuesta metodológica para diseñar el Curso de piano, considerando las necesidades educativas existentes y el contexto; la planificación operativa y las evaluaciones sumativa y formativa.

BIBLIOGRAFÍA:

- Belloch, C. (2013). Entornos virtuales de formación. Rec. de https://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA4.wiki?1
- Bianchi, M.y Sandoval, L.R. (Editores) (2014) Habitar la red: comunicación, cultura y educación en entornos tecnológicos enriquecidos, Editorial Universitaria de la Patagonia, ISBN 978-987-1937-30-1.
- Bustos, A; Coll, C. Los entornos virtuales como espacios de enseñanza y aprendizaje. Una perspectiva psicoeducativa para su caracterización y análisis. Revista Mexicana de Investigación Educativa, vol. 15, núm. 44, enero-marzo, 2010, pp. 163-184 Consejo Mexicano de Investigación Educativa, A.C. Distrito Federal, México. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-666620100000100009
- Cabero, J. Bases pedagógicas del e.Learning. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC), 2006, Vol. 3, n.º 1. http://www.uoc.edu/rusc/3/1/dt/esp/cabero.pdf
- De león C., I y Suárez N, J. El Diseño Instruccional y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Posibilidades y Limitaciones Revista de Investigación, núm. 65, 2008, pp. 57-81. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas, Venezuela. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376140380003
- Díaz, B y Morales R. (2008). Aprendizaje colaborativo en entornos virtuales: un modelo de Diseño Instruccional para la formación profesional continua, Revista Tecnología y Comunicación Educativas, Año 22-23, No. 47-48. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24889w/Aprendizaje_colaborativo_EVA.pdf
- López, G. (2020) Creación y gestión del Entorno Virtual de Aprendizaje de Tecnomúsica. El uso del video como recurso educativo principal. 2° Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales. UNVM.

https://www.aacademica.org/segundo.congreso.latinoamericano.de.comunicacion.de.la.unvm/145

- Trilla, J. (1993). La Educación fuera de la Escuela. Ámbitos no formales y educación social. Ariel, Barcelona. https://www.academia.edu/40318051/La_educaci%C3%B3n_formal_no_formal_e_informal
- Sangrà, A. (2001). Enseñar y aprender en la Virtualidad. Revista Educar. Número 28. https://educar.uab.cat/article/view/v28-sangra/367
- Zabalza, Miguel Ángel. (1997) Universidad de Santiago de Compostela. España. (Documento PDF) Diseño y desarrollo curricular. http://www.terras.edu.ar/biblioteca/1/CRRM_Zabalza_Unidad_4.pdf

EDUCOMUNICACIÓN EN LA FORMACIÓN DE FORMADORES

Leila Moreno Castro | Universidad Nacional de La Rioja
lmoreno@unlar.edu.ar

Maria Constanza Tokeff | Universidad Nacional de La Rioja
mc.tokeff.a@gmail.com

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas el avance de los desarrollos tecnológicos y su incidencia social ha ido modificando las formas del hacer comunicacional en todas sus facetas, desde la producción de contenidos con nuevos circuitos de difusión y renovadas formas de consumir e interpretar. Así la democratización de bienes y servicios culturales se constituye en un objetivo por el cual trabajar desde un paradigma que sostenga a la comunicación como un derecho.

Si entendemos que los medios de comunicación aportan activamente en la construcción de signos y significados que hacen a las formas en las que interpretamos el entorno que nos rodea, a las personas y a nosotros mismos, el avance de la cultura digital no puede ser soslayado. Hoy las tecnologías digitales y el veloz desarrollo de las plataformas digitales han modificado usos y prácticas de la vida cotidiana y se han configurado como dispositivos clave de mediación cultural. Además, en un mundo cada vez más globalizado, atravesamos una

pandemia desatada por el virus COVID-19 que desnudó y profundizó las brechas económicas, educativas, socioculturales, de género, ya existentes. A su vez en este periodo se intensificó el uso de las tecnologías y plataformas digitales que, durante meses, se convirtieron en herramientas para todo tipo de actividades cotidianas: comunicarse con seres queridos, trabajar, entretenerse, estudiar. Por esto se vuelve aún más importante hoy comprender la lógica de los signos y los significados de los mensajes que circulan en las autopistas digitales que diariamente consumimos donde la desinformación, las noticias falsas, los prejuicios y estereotipos, los discursos de odio, han proliferado también y es necesario desarrollar estrategias para afrontarlos.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que las tecnologías y plataformas pueden constituirse como herramientas valiosas para la generación y producción de mensajes que fortalezcan la convivencia social. Pero a leer críticamente, a interpretar, a reflexionar, a generar, se aprende y es necesario emprender esa tarea educadora en la más temprana edad ya que el mundo digital nos acompaña desde los primeros años de nuestra existencia. Es en este punto donde la escuela cumple un rol esencial a la hora de sentar las bases de una ciudadanía digital que será necesaria para construir sociedades mejores. Hablamos de una ciudadanía que forme para comprender el rol de las tecnologías y saber usarlas de forma creativa, colaborativa, participativa.

En el convencimiento de que es necesario desarrollar estrategias de abordaje en el campo de la comunicación / educación, con énfasis en la alfabetización digital en las aulas, impulsamos acciones extensionistas que posibiliten a la Universidad pública aportar a los desafíos que nos interpelan como sociedad. De esta forma estamos dando continuidad a un recorrido iniciado en 2017 con un trabajo articulado con las comunidades educativas de escuelas primarias de la ciudad de La Rioja. Luego extendimos las acciones formativas hacia los Institutos Superiores de Formación Docente, comprendiendo el rol clave que tiene la formación de quienes van a cumplir la tarea docente en los próximos años.

Esta ponencia presenta los avances parciales de este proyecto de extensión universitaria denominado “Educomunicación para formadores”, el cual se está desarrollando a partir de la articulación entre un equipo de docentes, estudiantes y graduadas de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de

La Rioja y las comunidades educativas de los Institutos Superiores de Formación Docente (ISFD) “Pedro Ignacio de Castro Barros” y “Alberto Crulcich” de la ciudad de La Rioja, capital de la provincia homónima.

La propuesta extensionista fue seleccionada por la Secretaría de Políticas Universitarias de la Nación (SPU) para su financiamiento en la convocatoria 2021 “Universidad, cultura y territorio”. El objetivo general del proyecto – que se encuentra en desarrollo - es promover la educomunicación, con énfasis en el abordaje de tecnologías y plataformas digitales, en futuras formadoras y formadores, a partir de la capacitación y la producción de contenidos en un trabajo articulado con las comunidades educativas de los ISFD.

Palabras clave: Educomunicación – Formación Docente – Educación primaria

UN ABORDAJE DESDE LA EDUCOMUNICACIÓN

En el marco de este proyecto reconocemos a la educomunicación como un campo de acción, de investigación, de reflexión que pone en diálogo a las disciplinas de la comunicación y la educación con la finalidad de fortalecer los procesos educativos en contextos socio comunicacionales de marcada incidencia en las esferas de la vida social.

Reconocemos la larga trayectoria que este campo ha venido desarrollando y las diferentes denominaciones asociadas, tales como educación mediática, comunicación educativa, pedagogía de la comunicación, y más recientemente Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) que es la denominación con la que trabaja la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Atendiendo a este camino histórico y complejo, sostenemos la denominación educomunicación en nuestra propuesta buscando subrayar el potencial de los modelos pedagógicos emancipadores y liberadores que impulsaron desde nuestros territorios latinoamericanos precursores del campo como Paulo Freire,

Mario Kaplún, Jorge Huergo, Daniel Prieto Castillo, entre otros. Es así que consideramos un buen punto de partida adscribir a la noción que nos propone Ángel Barbas Coslado:

- Nuestra Educomunicación – la Educomunicación – tendría (tiene) como finalidad la construcción y creación colectiva a través del intercambio simbólico y el flujo de significados. Esto supone considerar, en primer lugar, la naturaleza colaborativa y participativa de la Educomunicación; en segundo lugar, sus posibilidades creativas y transformadoras y, en tercer lugar, los medios y códigos a través de los que se establece el proceso educomunicativo. (2012, p. 165)

Sobre esta concepción base, entre las primeras actividades que planificamos para el equipo extensionista fue un espacio de capacitación interna para desarrollar y poner en común los aspectos introductorios al enfoque educomunicativo y sus posibilidades de aplicación en actividades que al mismo tiempo se constituyen en formativas y extensionistas para la comunidad.

En esta línea postulamos que esa tarea alfabetizadora debe recuperar el pensamiento y espíritu *freireano*, entendiendo a la educación más allá de la escolarización tradicional, apostando por una educación que genere pensamiento y conciencia crítica, que esté atenta a los cambios en los contextos socioculturales y que reconozca los umbrales de experiencias, conocimientos y prácticas de los y las estudiantes que son el punto de partida para todo recorrido de aprendizaje.

LAS PRÁCTICAS DIGITALES DE FUTUROS DOCENTES

En tanto, una de las primeras acciones realizadas con las comunidades de los ISFD fue un relevamiento, de tipo cuantitativo, destinado a explorar y describir las formas de acceso, los usos y las representaciones en torno a las tecnologías digitales de los/as futuros/as formadores/as. Mediante un cuestionario online, el relevamiento se implementó entre 93 estudiantes de cinco carreras docentes que se preparan para desempeñarse en el nivel educativo primario.

En todos los casos, manifestaron contar con conectividad a Internet en sus hogares y el 93%, además, en sus teléfonos celulares. ¿Cuánto tiempo diario

permanecen “conectados/as”? “Todo el tiempo” fue la respuesta de la mayoría de los y las estudiantes (45%).

En cuanto a los usos principales de Internet, ocho de cada diez consultados/as señaló que el principal uso de Internet se enfoca en las redes sociales. Le siguen los usos para estudiar y chatear. En un tercer grupo pueden ubicarse: ver vídeos, películas, series; escuchar música e informarse (con promedios superiores al 40%). Asimismo, las redes sociales digitales más utilizadas son WhatsApp (la totalidad lo usa), Facebook, Instagram y YouTube, con porcentajes superiores al 80%. Otras redes señaladas fueron: Tik Tok (35.4%), Pinterest (32.2%) y Twitter (26.8%).

Por otra parte, específicamente consultados/as respecto a las experiencias en la pandemia, el 92% afirmó que desde el periodo iniciado en marzo de 2020 con el Aislamiento Social Preventivo Obligatorio (ASPO) se han incrementado sus prácticas a través de las tecnologías digitales.

¿Qué implica la alfabetización digital para los y las futuras docentes? Las respuestas fueron diversas, no obstante, se distinguió el aspecto asociado a las competencias técnicas que implican el manejo de las TIC.

- *Es poder realizar alguna tarea, poder organizarla, usando la tecnología, por ejemplo, las plataformas que se usan actualmente para realizar tareas escolares.*
- *Es conocer la aplicación de herramientas digitales que favorecen el aprendizaje.*

Estas fueron algunas de las respuestas registradas que ponen en evidencia una mirada más tecnologicista en el abordaje de la alfabetización digital. No obstante, también hubo estudiantes que manifestaron una concepción más integral de la noción alfabetizadora:

- *Es aprender a movernos sobre lo digital, tomar y apropiar de forma crítica y reflexiva las posibilidades que nos aportan los infinitos medios digitales, entendiendo que en este ámbito circulan intereses ajenos a nosotros y cercanos a la manipulación, la comercialización y el uso y abuso de la información o el conocimiento.*

En el aspecto donde hubo consenso generalizado en la consideración de que la alfabetización digital debe incorporarse en las prácticas de enseñanza y aprendizaje en el nivel primario.

Los resultados de esta etapa inicial permitieron orientar en la planificación de las siguientes fases de desarrollo que se dividieron en dos líneas de trabajo: capacitación y producción de contenidos.

FORMARSE PARA FORMAR

Como parte de la primera línea de trabajo se organizaron talleres de formación con estudiantes de los Profesorados sobre la incorporación del enfoque educomunicativo y el desarrollo de competencias digitales y su enseñanza en el nivel primario.

Con vistas a las instancias de capacitación se elaboró una primera publicación que reúne las bases teóricas, nuestros puntos de partida para enmarcar las acciones extensionistas a desarrollar. “Educomunicación para formadores. Un abordaje desde la alfabetización digital para la construcción de ciudadanía” se denominó la primera producción escrita, a cargo de las docentes Leila Moreno Castro, Fernanda Romina Gómez y Ana Núñez Lanzillotto.

Los contenidos se estructuraron en tres capítulos: el primero revisa el camino que el enfoque de la Educomunicación ha recorrido, destacando los aportes latinoamericanos que nos hablan de nuestros territorios y planteando el desafío continuo de seguir reflexionando en torno a un concepto que sigue haciéndose, transformándose. El siguiente apartado se centra en la alfabetización digital y la importancia de su abordaje en la formación docente, reconociendo los saberes previos y compartiendo, en este sentido, los resultados del relevamiento sobre prácticas digitales realizado con estudiantes de los ISFD riojanos. Finalmente, el último capítulo está destinado a reflexionar sobre nuestro presente marcado por las huellas de la pandemia y pleno de interrogantes sobre cómo seguir, cómo afrontar los desafíos que se nos presentan. Se esboza una propuesta práctica para trabajar la alfabetización digital, desde el enfoque educomunicativo, haciendo hincapié en dos dimensiones principales: el análisis y la reflexión crítica sobre los mensajes que consumimos, sus formas de producción y vías de circulación; y el

desarrollo de capacidades para crear y recrear contenidos, apostando a una ciudadanía digital democrática.

Esta primera publicación se constituyó en material bibliográfico de base y consulta para las instancias de capacitación que se desarrollaron con los y las estudiantes de los Institutos de formación docente. Se organizaron encuentros que giraron en torno de tres ejes: una introducción al enfoque educomunicativo con énfasis en la alfabetización digital como competencia clave para construir ciudadanía comunicativa; el análisis crítico y reflexivo de contenidos que circulan en medios y plataformas digitales; y la promoción de capacidades para producir y gestionar contenidos propios, representativos de experiencias, saberes, perspectivas, que permitan plasmar el ejercicio de la libertad de expresión potenciando las posibilidades que brindan las herramientas digitales.

LAS VOCES DE LAS INFANCIAS

La segunda línea de trabajo, que se fue desarrollando de forma complementaria a la de capacitación, se centró en la producción de contenidos en distintos formatos (sonoros, audiovisuales y gráficos) que funcionaran como recursos para la incorporación de la alfabetización digital en el futuro ejercicio de la profesión docente en escuelas primarias.

Se avanzó en primer lugar con la etapa de producción de contenidos sonoros a partir de una propuesta para incorporar en el proyecto las voces de niños y niñas relatando sus perspectivas en torno a la relación con los medios y las TIC. Teniendo en cuenta que se venía trabajando con la formación de quienes serían los y las futuras docentes y que tendrían a su cargo la alfabetización digital de las infancias escolarizadas, se consideró necesario conocer y visibilizar sus prácticas, significaciones y experiencias.

Tal como se explica en la guía para periodistas “Comunicación democrática” (Defensoría del Público y UNICEF, 2022):

- La niñez y la adolescencia son etapas de formación, de definición de la propia identidad y del lugar que cada quien se propone ocupar en el mundo. Durante este proceso, es clave que las chicas y los chicos adquieran progresivamente la

> capacidad para elegir contenidos, detectar la información falsa, distinguir los hechos de la opinión, la información de la publicidad, reconocer los mensajes que estimulan consumos nocivos para la salud y los discursos de odio. (Defensoría del Público, 2022, pág. 9)

Entendiendo que las TIC no solo configuran el momento de clase sino también muchas de las acciones por fuera del ámbito escolar, es importante que las formas de entrenar estas capacidades dentro de la escuela se creen y planifiquen en base a las necesidades de los niños. Se debe escapar a los estereotipos y prestar oído a sus prácticas. Tal como expresan la Defensoría del Público y UNICEF en su guía, “las niñas, los niños y adolescentes tienen derecho a participar en los medios de comunicación y los estados tienen la obligación de que este derecho se cumpla. Es una de las condiciones para la ciudadanía democrática.” (2022)

Desarrollar material de capacitación sobre el uso pedagógico y educativo de las TIC en las aulas es una tarea que implica comprender las dinámicas “maestro-alumnos” que se ejercen dentro del entorno. Tanto adultos como infantes cumplen diversas tareas y mantienen un rol activo dentro del proceso. Sin embargo, las voces de los niños y jóvenes no siempre forman parte del debate hacia nuevas propuestas educativas, a pesar de que son quienes se ven atravesados en mayor medida por ellas. Esteban Tortajada, Crespo i Torres, Novella Cámara y Sabariego Puig, (2020) en su artículo “Aportes reflexivos para la investigación con las infancias. Corresponsabilidad en el avance de su participación” contextualizan este aspecto y se refieren a la investigación sobre la participación de las infancias en diferentes entornos como una tarea que durante mucho tiempo se ha realizado sin ellas. El problema, desde su punto de vista, radica en que se trata a los niños como objetos de estudio sobre los que se impone una interpretación de sus realidades basada en marcos representacionales desajustados y descontextualizados, “suplantando sus voces; apropiándonos de sus saberes; y convirtiéndonos en defensores de sus necesidades interpretadas con mirada adulta.”

Con estos justificativos en mente, el proyecto de extensión presente se llevó a cabo siguiendo como pilar la activa participación de las infancias a lo largo del proceso, sin dejar de lado a los educadores. Los valores del proyecto responden a comprender que las opiniones y conductas de los niños representan la

perspectiva de personas con una forma de pensar y comunicar diferente, marcada por un desarrollo y experiencia que, si bien es más corta que la de los mayores, no por eso es inválida, o inferior, sino simplemente distinta.

Durante todo el proceso de este proyecto de extensión se buscó seguir el criterio de Jerry J. Chacón (2015) que estipula que es importante comprender que los niños y niñas son sujetos con visiones, criterios, experiencias, significaciones propias sobre la vida y la cultura por la cual transitan. De esta forma, en toda producción destinada a las infancias se necesita primordialmente incluir las visiones de los niños, para entenderlas desde sus propias voces y no por los juicios y prejuicios construidos por los adultos (Chacón, 2015).

Al momento de escribirse esta ponencia se está desarrollando una etapa de producción de podcasts elaborada a partir de visibilizar las voces, las experiencias y las perspectivas de los niños y las niñas respecto a las relaciones cotidianas que establecen con las tecnologías y las plataformas digitales. Así es que registramos los testimonios de un grupo de niños y niñas de entre 6 y 12 años con el objetivo de que sean sus propias voces las que vayan aproximándonos a sus prácticas y producciones de sentidos. La intención es que puedan reunirse tales registros en un podcast que sea insumo para elaborar propuestas pedagógicas por parte de los y las futuras docentes incorporando en la alfabetización digital las perspectivas de las infancias. Asimismo, estas producciones sonoras serán punto de partida para el desarrollo de la segunda instancia de capacitación en los ISFD referente a la promoción de las competencias de producción de contenidos comunicacionales en formato sonoro.

PRIMERAS CONCLUSIONES Y HORIZONTES

Una vez concluida la etapa descrita, ahora en ejecución, la siguiente se planificó para enfocarse, tanto en la producción como en la formación en el mundo audiovisual, buscando rescatar las miradas de quienes hoy se están formando para la docencia y sus propias experiencias con las TIC. En tanto, como última actividad está prevista la socialización y difusión de las producciones y las instancias formativas realizadas a lo largo del proyecto que se plasmarán en una publicación gráfica como así también en un sitio web.

Si bien este trabajo escrito presenta los primeros resultados y experiencias de un proyecto extensionista en desarrollo, podemos señalar que las bases que funcionaron como punto de partida y orientación de esta propuesta hoy se reafirman. Nuestra propuesta no se inscribe en una mirada de los medios y las tecnologías digitales como inevitables entidades perjudiciales y manipuladoras de las audiencias. Tampoco entendemos que se trate simplemente de desarrollos de herramientas y entornos tecnológicos neutrales, sin incidencia en las pautas socioculturales que nos rigen.

Se postula la necesidad, en cambio, de reconocer y valorar las formas de relación que establecemos con esos medios y tecnologías, tomándolas como punto de partida para pensarlas, comprenderlas y participar activamente en su decodificación y en la producción de nuevos contenidos que visibilicen voces, que narran contextos, que estimulan la expresión libre y responsable, que den a conocer distintas interpretaciones del mundo complejo que compartimos. En el escenario contrario, sin educación mediática, sin alfabetizarnos digitalmente, tendremos un mundo donde las brechas crecen, donde las posibilidades de participación disminuyen y, con ello, las de construir activamente una sociedad mejor. Así, este proyecto extensionista que busca tender puentes entre la Universidad pública y otras instituciones educativas – en este caso los Institutos Superiores de Formación Docente -, se propone como un aporte constructivo y comprometido al *hacer para la transformación* en el campo comunicación / educación, desde una pedagogía crítica e inscripta en el paradigma de los derechos.

BIBLIOGRAFÍA

- Barbas Coslado, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 10(14), 157-175. https://www.redalyc.org/pdf/4475/447544618012.pdf
- Chibás Ortiz, F. y Novomisky, S. (2022). Navegando en la infodemia con AMI. Alfabetización Mediática e Informacional. UNESCO y Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina. navegando-en-la-infodemia-web.pdf (defensadelpublico.gob.ar)
- Defensoría del Público y Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) (2022). *Comunicación, infancia y adolescencia. Guía para periodistas. Comunicación democrática*. Publicaciones | UNICEF Argentina
- Chacón, J. (2015). *Antropología e infancia. Reflexiones sobre los sujetos y los objetos*. Cuicuilco, 22(64), 133-153 Antropología e infancia: Reflexiones sobre los sujetos y los objetos (scielo.org.mx)
- Moreno Castro, L.; Gómez, F. y Núñez Lanzillotto, A. (2022). *Educomunicación para formadores. Un abordaje desde la alfabetización digital para la construcción de ciudadanía*. Publicación del Proyecto de extensión "Alfabetización digital en la formación docente. Una propuesta de capacitación y producción en el campo de la comunicación /educación". Convocatoria 2021 de la Secretaría de Extensión Universitaria de la Universidad Nacional de La Rioja.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2011). *Alfabetización Mediática e Informacional. Curriculum para Profesores*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2020). *Declaración de Seúl sobre Alfabetización mediática e informacional para todos y por todos: Una defensa contra las desinfodemias*. seoul_declaration_mil_disinfodemic_es.pdf (unesco.org)
- Tortajada, M., Torres, F, Cámara, A. y Puig, M. (2021). Aportes reflexivos para la investigación con infancias. Corresponsabilidad en el avance de su participación. *Sociedad e Infancias*, *5* (especial), 21-33. Aportes reflexivos para la investigación con las infancias. Corresponsabilidad en el avance de su participación - Dialnet (unirioja.es)

EL TRABAJO DOCENTE EN EL NIVEL INICIAL DESDE EL INICIO DE LA PANDEMIA

Oscar Ramon Ojeda | Universidad Nacional de San Luis
oscarojeda.sl@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo es un avance de investigación que indaga sobre las características del trabajo docente en tiempos de pandemia en el nivel inicial atendiendo a las políticas educativas que emergieron en ese contexto. Nos preguntamos ¿Cómo fue la comunicación y educación en el nivel inicial durante los primeros dos años de pandemia? ¿Qué características asumió el trabajo docente en relación con las formas de comunicación que se generaron con la virtualidad? Se propone como estrategia metodológica el análisis documental de los marcos regulatorios que se aprobaron durante los dos primeros años de pandemia y la realización de algunas entrevistas a docentes que hayan ejercido la enseñanza en escuelas de San Luis Capital. Algunos de los propósitos de este trabajo son: Indagar las Políticas educativas implementadas para el nivel inicial que tengan relación con el trabajo docente desde la suspensión de la presencialidad escolar, caracterizar el trabajo docente en el Nivel Inicial en tiempos de pandemia, Identificar similitudes y diferencias en el trabajo docente en las distintas propuestas educativas que existen en la provincia e Indagar la relación entre, proceso de trabajo docente, pandemia y políticas educativas.

Palabras Clave: EDUCACIÓN - PANDEMIA - POLÍTICAS

CONSIDERACIONES INTRODUCTORIAS

Este trabajo es un avance de investigación en el que nos proponemos indagar sobre las características del trabajo docente en los primeros tiempos de pandemia, en el nivel inicial, atendiendo a las políticas educativas que emergieron en ese contexto. Una de sus líneas de estudio se corresponde con las formas que adquirió el proceso de comunicación-educación.
Entendemos que la pandemia mundial del virus generó la saturación de todos los sistemas de salud pública, afectó las economías de un mundo globalizado y amenazó los propios medios de vida y subsistencia de millones de personas. Es decir, esta crisis sanitaria provocada por el SarsCov-2 afectó de distintas formas la organización de la sociedad en su conjunto, la del mundo del trabajo y la comunicación en particular.

El 27 de marzo Guy Ryder, Secretario General de la Organización Internacional de Trabajo, compara la Crisis de la década del treinta con la situación que se iniciaba a raíz del Covid-19 y advierte: "Esta pandemia ha expuesto sin piedad los profundos fallos de nuestros mercados laborales. Empresas de todos los tamaños ya han cesado sus operaciones, han reducido las horas de trabajo y despedido al personal. Muchas están al borde del colapso, a medida que van cerrando tiendas y restaurantes, se cancelan vuelos y reservas de hoteles, y las empresas optan por el trabajo a distancia. A menudo, los primeros en quedarse sin trabajo son aquellos cuyo empleo ya era precario: vendedores, camareros, personal de cocina, limpiadores o los que ayudan con el equipaje." (Guy Ryder 2020)

En este escenario de transformaciones generales que acontecen en la sociedad, el trabajo y la comunicación se fueron reconfigurando para sostener la continuidad productiva en todas las economías de los Estados. Al mismo tiempo caerá en sus índices de ocupación más bajos de los últimos tiempos. Según señala un informe del Observatorio de la OIT, uno de cada seis jóvenes ha dejado de trabajar desde el comienzo de la pandemia y dice que quienes siguen empleados han reducido sus horas de trabajo en un 23 por ciento.

Esta situación de crisis también afectó al trabajo docente, generando transformaciones puntuales que ameritan ser estudiadas ya que las mismas pueden ser el precedente de futuras reformas educativas. Conocer las formas que adquirió la edu-comunicación puede permitirnos identificar qué papel tuvo el Estado en cuanto ejecutor y organizador del trabajo docente en ese contexto. Un estudio de estas características puede brindar elementos específicos y contextuales para analizar lo que aconteció en San Luis, en relación al trabajo docente.

Por otro lado, si bien existe una variedad de investigaciones que abordan la temática de la educación Inicial, no hemos encontrado estudios que referencian el trabajo docente durante la pandemia y su relación con los procesos de comunicación. Históricamente, desde su conformación, distintas tradiciones en la investigación han aportado al estudio del Nivel inicial, atendiendo a los debates sobre su función tanto pedagógica como asistencial. En este sentido entendemos que es posible enriquecer las investigaciones considerando otras áreas de conocimiento, como el Trabajo Docente y su relación con los procesos de edu-comunicación, y aportar con un estudio que puede ser una fuente de futuros temas de investigación.

Con este trabajo esperamos contribuir en dos proyectos de investigación: en uno de ellos sostenemos una línea investigativa, que lleva varios años siguiendo el devenir de la Política Educativa de la Provincia de San Luis, el Proyecto de Investigación: “La relación Sociedad-Estado-Educación en la emergencia de las Reformas de Tercera Generación” (PROICO 04- 1218), en él analizamos las políticas educativas provinciales con referencia a la función del Estado, las formas de financiamiento, los cambios que han afectado al derecho social a la educación y a la definición de sistema educativo, estos indicadores pueden ser enriquecidos a partir de este trabajo. El otro proyecto de Investigación es: “Prácticas emancipatorias; miradas desde la comunicación / educación. Análisis de experiencias en la provincia de San Luis”, aquí nos proponemos estudiar y analizar los procesos de comunicación /educación en prácticas que se autodefinen como emancipatorias. Se constituye en la posibilidad de reconocer las características que asumen estos procesos en prácticas concretas para así, pensar nuevas acciones que promuevan el ejercicio de la autonomía y la libertad. En este último proyecto sostenemos “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"[125].

La barra (edu/comunicación) nos abre la posibilidad de la articulación y de la diferenciación, al tiempo que anuncia la imposibilidad de un tratamiento por separado[126]. En virtud de ello, en este trabajo hablaremos de los procesos de comunicación-educación o Edu-comunicación, en referencia a lo señalado más arriba.

Huergo J. sostiene que cuando proponemos sustituir la cópula "y", de Comunicación "y" Educación, por la barra "/": Comunicación/Educación lo que tenemos como propósito es significar:

- "la recuperación de procesos (en los diferentes niveles mencionados) de vinculación/expresión/liberación, aunque se pierdan los objetos disciplinares delimitados por un afán cientificista, o a costa de la posible ruptura con los "imperialismos" de las disciplinas (cfr. Martín-Barbero, 1989); el reconocimiento de los contextos históricos, socioculturales y políticos (además de los campos disciplinares) donde surgen o se originan los problemas y las producciones teóricas (cfr. la perspectiva al respecto de Armand Mattelart); la propuesta de algunas bases preliminares (que implican aquella recuperación y aquel reconocimiento histórico, y no una propuesta "fundacional") para la construcción de un espacio teórico transdisciplinario, 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." (Huego, J. 1997. pp 67)

Esta perspectiva teórica nos permitirá abordar las prácticas docentes en pandemia, con una mirada más compleja y abarcadora, ya que supone la posibilidad de transgredir los campos disciplinares y avanzar hacia un estudio que

125 Fragmento del Marco Teórico del PROIPRO 04-2420 Prácticas emancipatorias: miradas desde la comunicación / educación. Análisis de experiencias en la provincia de San Luis

126 Ídem.

se asume como campo problemático en tensión.

LOS MARCOS REGULATORIOS QUE INFLUYERON EN LA EDU-COMUNICACIÓN DURANTE LA PANDEMIA

En líneas generales y a los efectos de su estudio, podríamos señalar dos dimensiones de intervención, aquellos marcos que resolvieron lo general, por ejemplo, la suspensión concreta y aquellos que atendieron a especificidades del trabajo o la enseñanza.

El Domingo 14 de Marzo del año 2020 el presidente Alberto Fernández realiza una conferencia de prensa donde anunció la suspensión de la presencialidad escolar a partir del Lunes 15 de Marzo por el plazo de 15 días. Mediante la RESOL-2020-108-APN-ME el Poder Ejecutivo resuelve:

- “Establecer en acuerdo con el CONSEJO FEDERAL DE EDUCACIÓN y en coordinación con los organismos competentes de todas las jurisdicciones, conforme con las recomendaciones emanadas de las autoridades sanitarias, y manteniendo abiertos los establecimientos educativos, la suspensión del dictado de clases presenciales en los niveles inicial, primario, secundario en todas sus modalidades, e institutos de educación superior, por CATORCE (14) días corridos a partir del 16 de marzo.” (Art. N°1).
- Asegurar las medidas necesarias para la comunicación y el seguimiento de las actividades de enseñanza propuestas por las autoridades educativas nacionales y jurisdiccionales, que estarán disponibles para su implementación durante este período mediante distintos soportes, a los efectos de acompañar la vinculación entre los equipos docentes, estudiantes, familias y comunidades. (Inciso c. Art. N°1)

Esta medida puntualmente es la primera que se tomó con la llegada de la situación pandémica al país y abarcó la totalidad del sistema educativo en sus niveles, en todas las regiones. Cabe destacar que pocas veces, a excepción de las Leyes Nacionales, una medida del Estado Nacional tuvo el alcance de este Decreto.

Los artículos señalados más arriba constituyen un primer escenario que ubica la relación comunicación/educación como fundante de este momento educativo tan particular. Esto no niega su existencia previa, sino más bien que señala su relevancia particularmente en ese contexto. “Asegurar las medidas necesarias para la comunicación y el seguimiento de las actividades de enseñanza” constituye el primer paso para sostener la educación durante la pandemia.

El 26 de abril de 2020 se publica en el Boletín oficial el Decreto DECNU-2020-408-APN-PTE, en el mismo, a razón de un mayor conocimiento de la situación sanitaria y social, el Estado resolvió en conjunto con las provincias (incluida San Luis) prorrogar el “aislamiento social, preventivo y obligatorio”. Otorgando a cada Gobierno provincial la posibilidad de otorgar algunas excepcionalidades respecto a las restricciones, pero se excluye como posibilidad de excepción retomar las clases presenciales. Es decir que, si bien el Estado Nacional da sus primeros pasos en flexibilizar, o brindar mayor grado de autonomía a las provincias, sigue manteniendo la centralidad en la decisión de mantener las escuelas con clases no presenciales.

Estas medidas fueron renovadas de manera quincenal durante varios meses, afectando de múltiples maneras las formas de comunicación/educación en el Sistema Educativo. Las instituciones educativas permanecen abiertas para contener a aquellos sectores vulnerables que no pueden prescindir de su asistencia alimentaria. La medida fue tomada a partir de las recomendaciones del Ministerio de Salud y la Organización Mundial de la Salud. Si bien esta se anuncia como transitoria, finalmente determinó el cese de las clases presenciales durante varios meses en las provincias.

Algunos de los aspectos más relevantes en esos meses fueron: la suspensión de la presencialidad, la enseñanza a través de plataformas digitales, el uso del internet, la elaboración de cartillas, etc. Paralelamente se redefinen también, algunos elementos de las relaciones laborales en su conjunto para distintos sectores, entre los que podemos incluir, el trabajo docente.

Con posterioridad se sancionó la Resolución del Consejo Federal de Educación N° 364/2020 por la cual la Asamblea del mismo aprobó el "Protocolo marco y lineamientos federales para el retorno a clases presenciales en la educación obligatoria y en los institutos superiores", señalando que la misma debía adecuarse a la realidad edilicia de cada establecimiento.

A raíz de esto, el lunes 5 de octubre San Luis decidió retomar las clases presenciales de primaria y de secundaria de 12 escuelas rurales ubicadas en los departamentos de Pueyrredón, Belgrano, Coronel Pringles y Chacabuco. En total, aproximadamente 170 estudiantes vuelven a las escuelas, bajo un protocolo elaborado para reducir los contagios. El plan se encuentra en el marco de las disposiciones de la Resolución del Consejo Federal de Educación N° 364/2020. Se inició así un proceso focalizado de retorno que comenzó en las zonas de menor población para luego avanzar sobre las regiones más concentradas en densidad poblacional. De este modo el cambio de estrategia está basado principalmente en el retorno físico paulatino.

BREVES ANTECEDENTES A LA PANDEMIA EN SAN LUIS

En los últimos años previos la provincia de San Luis mantuvo una tendencia política de "modernización" en su estructura administrativa. Una de las primeras políticas que podemos señalar al respecto es el Plan Maestro de la Autopista de la Información inaugurado en el año 1998. Esta plataforma tiene por objeto centralizar el aparato administrativo al tiempo que actualiza en forma eficiente el uso y control de los datos provinciales. A la par de estas medidas el Gobierno avanzó en una política educativa que diversificó las modalidades de Gestión. Algunas de ellas son: Escuelas Autogestionadas, Escuelas Digitales y Escuelas Generativas.

También avanzó con programas vinculados entre sí que tenían por objeto generar una "inclusión digital masiva". Algunos de los programas más relevantes fueron: la "Agenda Digital de San Luis", una iniciativa que logró extender la conectividad a diversos sectores de la provincia tornando accesible el servicio de Internet inalámbrico, este era gratuito (Wi-Fi) para todos los ciudadanos(Ley N°

I-0716-2010). En esta misma dirección aparece el Proyecto “Todos los Chicos en la Red” básicamente este programa consistía en la entrega de computadoras portátiles a los alumnos de las escuelas primarias. Otro de los programas más importantes fue el Plan Estratégico, este tenía por objeto darle la posibilidad a toda la población de acceder a la compra de computadoras bajo el estímulo de obtener una parte del valor de la compra como crédito fiscal (Ley N° VIII -0635 –2008). Es decir que al momento de la suspensión de la presencialidad, existía una base material para sostener la virtualización de la educación.

LOS PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN DE SENTIDO EN CLAVE DE INTERMITENCIA PEDAGÓGICA Y PENSAMIENTO CRÍTICO.

Un primer aspecto que quisiera señalar está vinculado al concepto de mediatización, entendiendo a éste desde la perspectiva de Eliseo Verón, quien señala que "las instituciones de una sociedad y todas sus dimensiones comienzan a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios masivos". (Verón. E., 1993).

Si bien esta categorización apunta a reflexionar o analizar el papel de los medios de comunicación, como la televisión. Podemos acudir a esto atendiendo a lo que las redes sociales generaron desde la virtualidad en la pandemia.
En relación a lo que aconteció en educación podríamos suponer

que:

- “Si aplicamos este esquema a la escuela veremos que la mediatización no es un proceso que se ejerza de afuera para adentro sino que es justamente en el propio campo escolar donde se produce este fenómeno al imbricarse, mezclarse, articularse con las prácticas escolares cotidianas.” (Da Porta, E., 2000. pp.191).

Los procesos pedagógicos durante la pandemia se vieron afectados directamente por la mediatización de dispositivos y plataformas que configuraron las prácticas escolares de distintas maneras. El vínculo entre Educación en pandemia y dispositivos-redes sociales se materializa en el campo escolar mismo, los distintos sectores de la comunidad educativa migran los sentidos y significados de la

virtualidad a sus prácticas escolares cotidianas produciendo nuevos significados.
Durante el periodo de pandemia la educación se montó sobre dispositivos y plataformas, además el internet fue central en ambos aspectos. Teniendo en cuenta los conceptos mencionados anteriormente, nos preguntamos si la educación en el Nivel Inicial trasladó sus sentidos y prácticas a estos dispositivos o a la inversa la educación se vió impregnada de las lógicas y sentidos propios de las redes sociales. ¿Existió una "Ticktokerización" de las prácticas? Tal vez es posible pensarlo como una relación dinámica, en tensión y no como un proceso estático. Sin embargo, la educación puede haberse visto impregnada de la intensificación de las aplicaciones y redes sociales ya que éstas asumieron un papel protagónico en la sociedad en su conjunto a partir del aislamiento preventivo.
En tal sentido "la mediatización es un fenómeno de índole cultural, por lo que además de considerar que opera a nivel de las prácticas es necesario reconocer que también lo hace a nivel de las representaciones de los agentes que construyen diariamente la institución escolar. A ese nivel, el de la producción de los sentidos sociales es que se hace evidente su fuerza hegemónica, su capacidad de imponer significados y de lograr el reconocimiento social que le da legitimidad." (...) "Ese cúmulo de prácticas y sentidos hegemónicos (...) genera una serie de transformaciones sobre la rutina de la escuela que termina por cuestionar la legitimidad del conocimiento escolar, de los modos en que es producido, transmitido y recibido". (Da Porta, E., 2000. pp.192) En este caso la escuela ya no como institución física sino más bien como procesos social de aprendizaje en pandemia, ¿pudo haberse visto afectada por la dinámica de los tiempos y sentidos de las redes sociales? ¿Las plataformas educativas, contemplan la diversidad de maneras y formas que existen en la educación para enseñar en el Nivel Inicial? El segundo momento puede caracterizarse como una situación de intermitencia en la comunicación/educación. A partir de la aprobación de protocolos, en la segunda mitad del año se inicia un proceso de retorno a clases presenciales en algunas zonas menos pobladas. Esta intermitencia educativa podría ser entendida como un proceso educativo con interrupciones prolongadas donde las adaptaciones se realizaron sobre los acontecimientos diarios que fueron marcando los tiempos. La realización de burbujas, aislamientos, contagios, protocolos revisados, etc. constituyó un escenario complejo. ¿Fue posible una enseñanza crítica en este contexto? ¿Qué significados tuvo este primer retorno? ¿Es acaso la racionalidad instrumental la que guió el proceso educativo?

PARA DEFINIR ESTA ÚLTIMA RACIONALIDAD PODRÍAMOS SEÑALAR QUE:

- “se circunscribe en la relación medio-fin, en la que hay un análisis de costos y beneficios para permitir decisiones eficaces.si bien su uso ha contribuido a construir la civilización desde el punto de vista tecnológico y económico, los resultados de esta racionalidad instrumental también han sido las guerras, la desigualdad social, la pobreza y la devastación del planeta, al punto que, si queremos sobrevivir como especie, la racionalidad instrumental debe supeditarse entonces a consideraciones más profundas de tipo ético. (Patiño, 2014, p. 5 como se citó en Martínez Pineda, María Cristina. 2020) ”

En tal sentido es posible señalar que si bien la mayoría de las plataformas educativas que se diseñaron (algunas ya existían desde antes) a partir de la pandemia, tienen por objeto resolver las clases de manera virtual. La mayoría de ellas no fueron fruto de debates ni procesos dialógicos de las mismas comunidades educativas. Estas plataformas acuden “por ausencia” a la resolución de un problema concreto, la continuidad pedagógica. Tal vez no se trate entonces de una cuestión de soporte, sino del tipo de racionalidad que subyace a ellas. En efecto, la racionalidad que dominó en la mayoría de las propuestas en pandemia influyó en todas nuestras maneras de pensar, en nuestras escuelas, en nuestras concepciones de la enseñanza, del diálogo, incluso en nuestra concepción de la presencia. El trabajo docente en clave de Exclusividad virtual es una respuesta desde dicha racionalidad.

¿QUÉ NOS QUEDA?

El momento histórico del que venimos es una bisagra importante que consolidó una crisis en los procesos de comunicación/educación, las consecuencias de la misma son visibles, no sólo en términos estadísticos sino también en cuanto a la construcción de sentidos posteriores a una experiencia de catástrofe y aprendizaje. Una racionalidad instrumental que se intensificó a partir del aislamiento y al mismo tiempo la necesidad concreta y real de participar/construir una nueva etapa “post”. Esta doble situacionalidad se presenta como desafío para quienes sostienen que la comunicación/educación es un derecho fundamental

para la construcción de una sociedad más justa. Partir de la situación post pandemia: por un lado, la de reconocer muy bien el papel hegemónico de quienes son dueños del flujo de la información y, por otro, la de descubrir cuáles fueron (o están siendo) las alternativas al centro hegemónico. ¿Por dónde empezar? La teoría crítica debe participar de este compromiso en tanto la misma se asume como resistencia constante a la razón instrumental, razón técnica y calculadora basada en la relación entre medios y fin. (Martinez, P. 2020) Racionalidad que cuenta con un amplio consenso y que se habita como algo instalado. Más aún los conceptos que se presentan como alternativa están cargados de un significado "derrotado", presencialidad, aula, papel, tradicional, anterior, previo, viejo. Los conceptos para enfrentar lo nuevo (en tanto nuevo escenario de desigualdades), hoy no son tan claros.

- "Es un problema complicado, porque si son instrumentos hegemónicos, por definición no van a resolver nuestras inquietudes, nuestras aspiraciones, y no van a conseguir lo que queremos lograr, que es una sociedad más justa, reinventar la emancipación social. Entonces tenemos que hacer un doble trabajo. Por un lado, intentar ver si los instrumentos hegemónicos pueden ser utilizados de una manera contra-hegemónica: si podemos desarrollar un concepto contra-hegemónico" (Boaventura, S. 2006 pp.72)

Particularmente en el Nivel Inicial se produjo un corrimiento de sentido sobre las plataformas y los procesos de edu-comunicación. Las pantallas, objetos que fueron históricamente resistidos en muchos casos, pasaron a ser partícipes necesarios de los procesos educativos. Es decir, la frontera de lo prohibido se trasladó hacia lo regulado. Las infancias en su conjunto mantuvieron videollamadas breves que permitieron sostener un vínculo diferente al habitual. En ese espacio comunicacional la voz y la imagen corporal cobraron un sentido particular dentro de esa dinámica virtual que alteró la organización escolar, en su dimensión temporal y espacial, tradicional. Sin embargo, aunque parezca imperceptible, también se sostuvo desde una perspectiva instrumental y unidireccional. El sentido participativo, colectivo y dialógico que se estructuró históricamente sobre esa organización escolar, no pudo ser recuperado por las estrategias que impuso la virtualidad en el nivel inicial.

Finalmente si bien en este trabajo no hay datos empíricos que aborden la situacionalidad concreta sobre lo que aconteció con el trabajo docente, esperamos avanzar en esta línea de investigación para obtener, en una segunda instancia, información sobre el trabajo docente en el Nivel inicial durante la pandemia.

BIBLIOGRAFÍA

- BOAVENTURA DE SOUSA SANTOS. Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social. (encuentros en Buenos Aires). ISBN [10]: 987-1183-57-7 ISBN [13]: 978-987-1183-57-9 Buenos Aires: CLACSO, agosto 2006 (23 x 16 cm) 110 páginas. 71-72
- DA PORTA, E. (2000) La Mediatización del Conocimiento TV y Escuela. Cuadernos de Educación UNC N° 1 Disponible en: https://revistas.unc.edu.ar/index.php/Cuadernos/article/download/637/601
- HUERGO, J. (1997). Comunicación/educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas. En Comunicación/Educación Ámbitos, prácticas y perspectivas. 60, 67-68
- KAPLÚN, M (2002) Una pedagogía de la comunicación. El comunicador Popular. EDitorial Caminos. La Habana
- TRUJILLO GUERRERO, D. (2016) Formación de subjetividades: aproximaciones desde en el campo de comunicación/educación Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.° 1, diciembre 2016. disponible en : http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas
- MARTINEZ PINEDA, María Cristina. Educar para la emancipación. Hacia una praxis crítica del sur. María Cristina Martínez Pineda, Emilio Guachetá Gutiérrez. ----Bogotá : CLACSO, Universidad Pedagógica Nacional, 2020. 280 páginas. 5-6
- VERON, E. (1995), La mediatización, UBA.

EDUCACIÓN TRANSMEDIA PARA LA ENSEÑANZA DEL MAPUZUNGUN

Noelia Peralta Bareille | Universidad Nacional Patagonia San Juan Bosco
noeperalta43@gmail.com

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se presentará una propuesta de trabajo transmedia en donde los estudiantes de nivel primario con modalidad de Educación Intercultural Bilingüe pueden poner en práctica sus conocimientos y habilidades de herramientas digitales y vincularlo con el aprendizaje de *mapuzungun*[127].

En el contexto actual de innovación tecnológica y digital, la educación no puede ser ajena a la transformación de modos de consumos, creación y distribución de información. La educomunicación implica no solo la incorporación de las tecnologías en las aulas sino también nuevas formas de enseñar y aprender. Prieto Castillo (2000) afirma: “La comunicación en la educación va más allá de los medios de enseñanza. Nos preguntamos por la comunicación en el trabajo del estudiante y en los medios y materiales utilizados.”

La generación “Z” o los *centennials,* que se encuentra cursando la educación primaria, tiene características particulares debido a los cambios de modos de vida, especialmente a aquellas vinculadas a la estrecha relación con los dispositivos tecnológicos. Nativos digitales, es un concepto que fue utilizado por primera vez por Marc Prensky y es utilizada para identificar a aquellos que nacieron en la era digital y son usuarios permanentes de las tecnologías con habilidades consumadas. Esta generación, encuentra en la tecnología un espacio para entretenerse, informarse y educarse.

127 Idioma del pueblo mapuche

Algunas de las características que identifican a esta generación es el constante contacto con el mundo online mediante los smartphones. A diferencia de otras generaciones, los *centennials* desde siempre pudieron acceder a casi toda la información que deseaban lo cual facilitó la capacidad autodidacta. Prefieren el contenido visual por lo cual las infografías y videos son los contenidos más elegidos por ellos. Realizan varias tareas a la vez. consumen varias pantallas al mismo tiempo y valoran la inmediatez de las respuestas. Pero, ¿Se contemplan este modo de producción y consumo en los diseños curriculares?

- Si tenemos en cuenta que los adolescentes son muy activos en las redes sociales y en las plataformas para videojuegos, entonces se pueden plantear más preguntas: ¿Qué hacen los adolescentes con los nuevos medios digitales interactivos? ¿Qué tipos de prácticas llevan a cabo? ¿Qué tipo de contenido producen y comparten? ¿Cómo han aprendido a hacerlo? Y, de nuevo: ¿Cómo se pueden «explotar» estas competencias en el aula? (Scolari, 2018, p.83).

Palabras claves: interculturalidad- narrativas transmedia- educomunicacion

NARRATIVAS TRANSMEDIA APLICADAS EN EDUCACIÓN

Scolari (2013) define a las narrativas transmedia como “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.).” Otra de las características de este tipo de narrativas es que los usuarios participan activamente en el proceso de expansión de los relatos. Las historias giran en torno a un mundo narrativo y pueden entenderse de forma independiente a pesar de estar distribuidas en múltiples plataformas. Pueden circular por redes sociales y adoptan como herramientas de producción los dispositivos móviles.

Harry Potter, Matrix, Lost o Star Wars son algunos de los transmedia más reconocidos. Como aspecto diferencial, las ficciones generan una fidelización de las audiencias lo cual permite la expansión del contenido a partir de la participación de los fans. Sin embargo, las narrativas transmedia no solo se aplican en ficciones. El periodismo retoma algunas de estas características y también se pueden encontrar narrativas transmedia documentales o sociales las cuales tienen como objetivo concientizar a las audiencias sobre un determinado tema social.

La creación de narrativas transmediáticas en el aula es útil para poner en acción las competencias que han adquirido los estudiantes en otros ámbitos. "El alfabetismo transmedia 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" (Scolari, 2018 p.17). Además, permite la participación de toda la comunidad educativa y hasta de personas por fuera de este ámbito.

Se han desarrollado distintas experiencias en dónde las narrativas transmedia se convierten en una herramienta para poder trabajar en el aula. Alonso y Murgia (2018) describen la propuesta educativa "Si Sócrates viviera ... Narrativa transmedia y filosofía", diseñada e implementada en el ciclo secundario de una escuela de Olavarría. Por otra parte, Hernández Ortega y Rovira Collado (2020) analizan proyectos transmedia aplicados a la enseñanza de la Literatura. A partir de la lectura de obras literarias, los estudiantes producían diversos contenidos con los cuales integraban los distintos aprendizajes. Por último, Fonseca (2020) explica el desarrollo de un transmedia que tiene como público objetivo a la educación primaria, sobre la comunidad indígena Boruca. Este proyecto se compone de un mundo virtual en Unity 3D, un folleto, que muestra elementos de ingeniería de papel y realidad aumentada, una casa interactiva en Second Life y un sitio web parallax.

El último de los proyectos mencionados tiene como tema principal la educación intercultural, el cual es interesante recuperar debido a que mantiene un diálogo con la comunidad para poder realizarlo y además tiene un objetivo de educación que muestra un discurso contra hegemónico.

También se recupera el trabajo de Herrera Corahua (2022), quien desarrolla un estudio sobre la revitalización de la lengua quechua. Si bien, no utiliza una narrativa transmedia como objeto de estudio, analiza el papel de las redes sociales como Whatsapp y Facebook. El trabajo concluye que los estudiantes participaban de manera activa creando audios y videos, y que al ser productores de contenido los niños se acostumbraban a hablar en quechua, fortaleciendo además su relación con la identidad originaria.

PUEBLO MAPUCHE EN COMODORO RIVADAVIA

Mapuche (gente de la tierra) es un pueblo nación que habita a ambos lados de la Cordillera. La lengua originaria del mapuche es el mapuzungun (lengua de la tierra). En la antigüedad eran agricultores, pero se dedicaban también a la cría de animales. En la actualidad, algunos viven en comunidades y otros han migrado hacia la ciudad en búsqueda de trabajo. Según el Censo (2010), en Chubut viven 43.000 descendientes de pueblos indígenas de los cuales 31.771 se autoreconocen mapuches.

En cuanto al acceso a educación, la población originaria que tiene 20 años o más que asistieron a un establecimiento educativo, el 19,4% tiene primario incompleto; el 29,1%, primario completo; el 20,8%, secundario incompleto; el 19,1%, secundario completo; y solo el 11,6% alcanzó niveles superiores. Cabe destacar que, a partir de esta edad y en una situación ideal esta población debería haber completado el secundario y/o estar cursando niveles superiores.

La situación del mapuzungun como lengua es compleja ya que ha estado atravesada de distintos aspectos socioculturales que han generado un proceso de desaparición. En primer lugar, se debe tener en cuenta el genocidio de los pueblos originarios como así también la separación de las familias y la imposición de la cultura dominante lo cual incluye que desde el Estado se implementaron medidas en dónde se impuso el español como lengua oficial.

Díaz Fernández (2018) señala a la vergüenza étnica producto de la marginación, la prohibición de la lengua y la escolarización en dónde se aconsejaba a las familias a dejar de hablar mapuzungun para una mejor inserción en la educación, como causas del desplazamiento de la lengua del pueblo mapuche.

El autor define a la revitalización de la lengua “el fortalecimiento y adecuación de una variedad que aún cuenta con algunos hablantes aun cuando ésta ya no se emplee en la comunicación cotidiana y sólo tenga un uso esporádico”. (p.3) Los hablantes mapuzungun no suelen utilizar la lengua cotidianamente sino en un contexto ceremonial o actos de reivindicación étnica.

EDUCACIÓN INTERCULTURAL BILINGÜE EN COMODORO RIVADAVIA

Durante muchos años, los Pueblos Originarios fueron invisibilizados y obligados a dejar de lado sus expresiones culturales. La educación se veía como una manera de “civilizar” a los habitantes argentinos, las singularidades de grupos sociales eran homogeneizadas: “los indígenas, inmigrantes y criollos fueron nivelados en el objetivo civilizatorio.” (Teobaldo, M. E. y García, A. B. 1993, 352). La escuela como institución reproductora del orden social en este caso fue una herramienta para asegurar la homogeneización de la población obedeciendo al *deber ser* hegemónico de la civilización. En este contexto, quienes pertenecen a Pueblos Nación Originarios debían renunciar a su lengua, cultura y cosmovisión a fin de ser parte del sistema.

La Educación Intercultural Bilingüe, establecida en la Ley de Educación Nacional N.° 26.206 en el artículo 52, es la modalidad del sistema educativo de los niveles de Educación Inicial, Primaria, y Secundaria que garantiza el derecho constitucional de los pueblos nación originarios a recibir una educación que contribuya a preservar y fortalecer sus pautas culturales, su lengua, su cosmovisión e identidad étnica; a desempeñarse activamente en un mundo multicultural y a mejorar su calidad de vida. Asimismo, la Educación Intercultural Bilingüe (EIB) debe promover un diálogo mutuamente enriquecedor de conocimientos y valores entre los pueblos nación originarios y poblaciones étnicas, lingüística y culturalmente diferentes, y propiciar el reconocimiento y el respeto hacia tales diferencias.

Enmarcada en la Ley Nacional de Educación, la Ley de Educación de la Provincia del Chubut VIII – N° 91/10, presenta entre los objetivos de la Educación Intercultural Bilingüe “Propiciar en los/las estudiantes el desarrollo de

competencias en múltiples sistemas culturales, el ejercicio de la empatía y del respeto a las diferencias en un entorno pluricultural y plurilingüe" (Art. 73 Inc. a) , "Preservar, desarrollar, fortalecer y socializar sus pautas culturales históricas y actuales, sus lenguas, sus cosmovisiones e identidades étnicas en tanto sujetos de derecho y protagonistas activos del desarrollo de la sociedad contemporánea" (Art 73 Inc. c) y "Generar la construcción de modelos y prácticas educativas propias de los pueblos indígenas y migrantes que incluyan sus lenguas, valores, conocimientos y otros rasgos sociales y culturales" (Art 73 Inc. 2).[128]

El bilingüismo hace referencia al uso de dos lenguas distintas por parte de un hablante, o una sociedad. Esta segunda lengua hablada puede ser oficial o no. En Argentina, la lengua oficial es el español, aunque existen 16 lenguas indígenas en Argentina, según datos de la Unesco, el Censo 2010 y la Encuesta Complementaria de Pueblos Indígenas 2004-2005 (ECPI). En los últimos, algunas de ellas se han declarado cooficiales a nivel provincial como el guaraní en Corrientes (Ley 5598, 2004) y el mocoví, qom y wichi en Chaco (Ley 6604, 2010). La exclusión de las lenguas originarias en la currícula escolar contribuye al debilitamiento de las mismas. Por lo cual, la modalidad EIB colabora en la revitalización de las lenguas originarias.

Las Escuelas con EIB en Comodoro Rivadavia son tres: N°153 (con Kimeltuchefe[129]), N°155 (con Asistente Bilingüe[130]) , N° 755 (con Kimche[131]). Además se incorporará la modalidad en el nivel secundario en el colegio N°1715. En la implementación de la modalidad se concretan algunas tensiones producto de los discursos hegemónicos. Es importante hacer énfasis de esta problemática para entender la relevancia de llevar a cabo un proyecto transmedia para la enseñanza intercultural. En primera instancia, se registra una precarización laboral de los agentes EIB ya que los mismos son categorizados como talleristas por lo cual quienes enseñan solo tiene tres horas cátedra a la semana. La modalidad se plantea como eje transversal a todas las materias, sin embargo, se presentan

128 Recuperado del documento público de la Subsecretaría de Política, Gestión y Evaluación Educativa.

129 Figura del Pueblo Mapuche y Mapuche - Tehuelche reconocida por Ministerio de Educación para dar clases en la modalidad.

130 Figura reconocida por el Ministerio de Educación, mayormente de pueblos andinos. Ayudan a mantener aspectos de la cosmovisión de los migrantes y su idioma.

131 Personas mayores del Pueblo Mapuche que tienen el *kimun* (conocimiento) y que además tienen una autoridad dentro del pueblo. Son reconocidos como agentes de la EIB, su trabajo dentro del aula es en el lugar de docente acompañante, en pareja pedagógica con los y las docentes de las disciplinas enmarcadas en los Diseños Curriculares Provinciales.

resistencias por parte de profesores y directivos a ser parte de la EIB. Si bien, se plantea la modalidad para los tres niveles educativos en Comodoro Rivadavia solo el nivel primario tiene acceso a esta educación, y como se mencionó anteriormente, en muy pocas escuelas.

METODOLOGÍA

El trabajo se basó en una metodología cualitativa, en dónde se realizaron consultas y entrevistas a agentes EIB para seleccionar el contenido que podría adecuarse a una producción transmedia, y además para conocer la metodología de trabajo dentro del aula (tiempo, espacios, didáctica). Finalmente, con la información se redactó una propuesta de abordaje transmedia que tiene como objetivo consolidar el aprendizaje. Debido a que se hizo foco en el aprendizaje de mapuzungun se prioriza el contenido que tuviera en cuenta el lenguaje sonoro.

DISEÑO DE LA ACTIVIDAD

Para pensar la actividad, se eligió una de las escuelas en dónde está implementada la EIB. En la Escuela Provincial N° 153, la educación intercultural bilingüe se trabaja desde el año 2008 cuando se inicia como una pasantía cultural. En el 2014 se formalizan las horas cátedras, a cargo de la Kimche Rosa Pincol quien trabaja con estudiantes de nivel primario. En el 2022, La EIB se enseña a niños y niñas de cuarto grado de primaria.

La duración del espacio es de seis horas reloj distribuidas en dos días. Se trabajan diferentes contenidos, como los símbolos propios de la cultura como las banderas, los juegos y las ceremonias. También se recuperan las efemérides interculturales, propuestas por Ministerio de Educación. Se enseñan cuestiones básicas de mazudungun como los números y los colores. A su vez, se trabajan elementos relacionados con la flora y fauna del lugar con el fin de crear un sentido de identidad. Como metodología de enseñanza se utilizan juegos, dibujos y canciones. En esta escuela, existen dificultades para incorporar las TIC´s ya que la escuela no cuenta con notebooks.

El contenido seleccionado para que los estudiantes puedan realizar la narrativa transmedia es el tema de la flora y fauna. Este puede ser abordado en vinculación con otros espacios curriculares (Ciencias Naturales) o en relación a efemérides

como el Día del Medio Ambiente. La actividad se dividiría en diferentes etapas para poder afianzar el contenido.

En primera instancia, en el espacio de EIB se debería realizar un primer acercamiento con el tema. Respecto a la fauna, se pueden compartir relatos originarios, canciones o juegos a través de los cuales se enseñe a identificarlos con sus nombres en mapuzungun. La flora es abordada desde la EIB a partir del mapu lewen (uso medicinal de las hierbas). El objetivo es que los estudiantes puedan identificar las hierbas y conocer las propiedades medicinales de cada una.

En una segunda etapa, los alumnos deberán poner en diálogo lo aprendido y profundizar el tema. Ya que como contenido para el transmedia se podrían adaptar los relatos originarios propuestos desde el Ministerio de Educación de Chubut por el equipo de EIB como Lalun Kushe (La araña anciana) o El Choike; se deberían acercar estas narraciones para que los estudiantes puedan dialogar entre ellos. Se puede presentar en esta etapa una actividad para que busquen información sobre los animales de la zona y sobre las plantas autóctonas de la ciudad.

En una tercera etapa, se dividirá al alumnado en grupos para que cada uno pueda producir el contenido que prefieran. Un grupo estará a cargo de la producción y edición de videos, para lo cual se recomienda la utilización de editores como Capcut, Inshot o Canva, ya que las mismas resultan intuitivas. Allí se pueden realizar video montajes con vídeos propios o de archivo, audios o imágenes. Un segundo grupo realizará la edición de piezas gráficas, para lo cual se propone Canva ya que al igual que las herramientas de edición recomendadas resulta intuitiva para los estudiantes. Canva permite utilizar plantillas predeterminadas a las cuales solo se debería agregar los textos que deseen. Además, permite agregar imágenes e íconos. Para la edición de piezas sonoras, se podría usar Audacity.

Debido a que no todos los alumnos tienen las mismas competencias tecnológicas, se debería realizar al menos un taller para que puedan aprender a utilizar lo básico en relación a las herramientas de edición. Además, como la escuela elegida no cuenta con elementos básicos como notebooks se debería gestionar las mismas para realizar la actividad.

Las condiciones para crear el contenido es que puedan poner en práctica lo aprendido en sobre la flora y fauna autóctona de nuestra ciudad y que puedan recuperar palabras en mapudungun en sus proyectos.

Por último, se propone la creación de perfil en Instagram para subir todo el material creado. La red social permitiría un vínculo con estudiantes y profesores de la escuela y además la interacción con la comunidad en general.

CONCLUSIÓN

En conclusión, debido a los cambios en cuanto las tecnologías y cómo estas han transformado los modos de aprendizaje, es necesario que estos saberes que los estudiantes traen se aprovechen para afianzar los contenidos. Las experiencias previas tanto en Argentina como en otras partes del mundo han demostrado que las narrativas transmedia y una educación interactiva es posible en el aula y abren una serie de nuevas oportunidades. Allí los estudiantes se vuelven en protagonistas y participantes activos de su proceso de aprendizaje.

Por otra parte, pese a todas las restricciones que aún existen en torno a la implementación de la modalidad EIB en Comodoro Rivadavia, Chubut; es necesario seguir trabajando para que más niños, niñas y adolescentes puedan tener acceso a una educación intercultural. Otra de las cuestiones a remarcar es la brecha digital, ya que para poder desarrollar actividades como las planteadas en este estudio se debe contar con los recursos tecnológicos básicos. En una sociedad digital los niños y niñas el acceso a notebooks e internet en la escuela es esencial para prepararse para el futuro.

El presente trabajo se basó solo en el diseño de la actividad transmedia, por lo cual en una siguiente fase se pretende su implementación para realizar los ajustes necesarios y observar cómo se construye la dinámica de trabajo

BIBLIOGRAFÍA

- Alfonso Gutiérrez, M. (2010) Creación multimedia y alfabetización digital. En Aparaci, R. Educomunicación más allá del 2.0. (pp.171-186) Comunicación Educativa.
- Alonso E. y Murgia V. (2018) Enseñar y aprender con narrativa transmedia. Análisis de experiencia en una escuela secundaria de Argentina. Comunicación y Sociedad, 33, septiembre-diciembre, 2018, pp. 203-222.
- Amador-Baquiro, J. ¿(2018). Educación interactiva a través de narrativas transmedia: posibilidades en la escuela. magis, Revista Internacional de Investigación en Educación, 10 (21), 77-94. doi: 10.11144/Javeriana.m10-21.eint
- Díaz Fernández, A. (2018) Experiencias en los intentos de enseñanza de la lengua Mapuche en la provincia de Chubut. Ministerio de Educación de Chubut, Argentina
- Fonseca González, V. (2020) Umbrales. Gamificación para la educación intercultural. Revista Internacional de Educación y Aprendizaje, ISSN 2255-453X, Vol. 8, N°. 1, 2020, págs. 57-72
- García, Felipe, Javier Portillo, Jesús Romo y Manuel Benito (2005), "Nativos digitales y modelos de aprendizaje", en *IV simposio pluridisciplinar sobre diseño, evaluación y desarrollo de contenidos educativos reutilizables (SPDECE)*, Barcelona, 19-21 de octubre, <http://spdece07.ehu.es/actas/Garcia.pdf>
- Hernández Ortega, J., & Rovira-Collado, J. (2020). Diseño de proyectos transmedia para la Educación Literaria en el aula de Educación Secundaria. Revista De Estudios Socioeducativos. ReSed, (8), 80-98. Recuperado a partir de https://revistas.uca.es/index.php/ReSed/article/view/5633
- Herrera, J. B (2022) El uso de las TIC en la EIB como herramienta para la revitalización del quechua. Lengua y Sociedad. Revista de Lingüística Teórica y Aplicada, Vol. 21, n.º 1, enero-junio 2022, pp. 463-479,
- Jenkins, H. (2010). Transmedia Education: the 7 Principles Revisited, Recuperado (13/09/2014), [en línea] url: http://henryjenkins.org/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html. - JOY, O. (2013). Nativos Digitales: ¿Quiénes son? Y ¿Qué significa? Recuperado (05/09/2014), [en línea] url: http://cnnespanol.cnn.com.

- Prieto Castillo, D. (2000) Comunicación, universidad y desarrollo. Plangesco. Buenos Aires.
- Scolari, C. A. (2013). Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto
- Scolari, C. A. (2018) Adolescentes, medios de comunicación y cultura colaborativas. Transliteracy
- Teobaldo, M. E. y García, A. B. (1993) Estado, educación y sociedad civil en Rio Negro. En Puiggrós, A (Dirección). La educación en las provincias y territorios Nacionales (1885- 1945). Bs. As. Argentina: Ediciones Galerna.

ALFABETIZACIÓN ACADÉMICA EN ENTORNOS PRESENCIALES Y VIRTUALES. EXPERIENCIAS DE ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA POSTPANDEMIA

Nadia Schiavinato | Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
nadiaschiavinato@gmail.com

Laura Sorgetti | Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
laurabsorgetti@gmail.com

Tamara Chocobar | Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales
tamara.chocobar@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El retorno a la presencialidad plena luego de casi dos años de enseñanza remota e híbrida en las universidades argentinas trajo consigo nuevos interrogantes. Tras la virtualización de la enseñanza universitaria a raíz del aislamiento obligatorio desarrollado en Argentina durante gran parte de 2020 y el primer semestre de 2021 como medida de prevención ante la pandemia de coronavirus COVID 19, la vuelta a las aulas físicas nos obliga a reflexionar acerca de qué prácticas pedagógicas permanecen, cuáles se descartan y qué aspectos de la didáctica de nivel superior se han visto modificados (García, 2021; Lion, 2021; Maggio, 2021; Morán, Álvarez y Manolakis, 2021).

En este trabajo presentamos resultados parciales de un proyecto de investigación llevado a cabo durante el período 2021 y 2022, en el que nos propusimos indagar acerca de las maneras en las cuales los estudiantes de Comunicación Social leen y escriben en la universidad. El objetivo de esta ponencia es indagar acerca de dichas prácticas en el retorno a la presencialidad desde la perspectiva de los y las estudiantes, identificando qué cambios y qué continuidades se han operado en sus prácticas de lectura y escritura luego de haber cursado en modalidad remota por un año y en modalidad híbrida durante el segundo semestre de 2021. Este proyecto se desarrolla en el marco del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Comunicación y Diseño (IICCOD) de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales y se inscribe en continuidad con estudios anteriores en los que hemos abordado la cuestión de la alfabetización académica en entornos presenciales y virtuales (Schiavinato, 2020; Schiavinato, Sorgetti y Chocobar, 2021; Sorgetti, Schiavinato y Chocobar, 2021)

.

Durante el período de la pandemia y la post pandemia se han desarrollado una serie de estudios orientados a conocer las estrategias didácticas llevadas a cabo por los docentes universitarios en el marco de la virtualización de las prácticas pedagógicas (e.g. Canellotto, 2020; Benchimol, Pogré y Poliak, 2020; Vinet Arzuaga, Casablancas y Dari, 2021, entre otros). Estos trabajos señalan el rol que cumplen las diversas aplicaciones y plataformas de comunicación mediadas por tecnologías (WhatsApp, Google Drive, Instagram) para asegurar la participación remota y asincrónica y el seguimiento de las clases virtuales, así como la importancia de tener buena conectividad. De la misma forma, los estudios consultados indican que la educación en modalidad remota no intenta “trasladar” las prácticas de la presencialidad a la virtualidad, a la manera de una “traducción” de un lenguaje a otro, sino que la modalidad híbrida o remota posee sus propias lógicas, sus formas de leer y escribir y sus maneras particulares de acercarse al conocimiento (Ferrarelli, 2021). Además, otro aspecto atendido por las investigaciones que abordan la educación universitaria en pandemia es el factor socioeconómico, ya que el acceso a los dispositivos, la calidad de conexión y la disponibilidad de tiempos y espacios para la cursada virtual se vieron atravesados por la desigualdad socioeducativa y la brecha digital (Bonilla Guachamín, 2020; Expósito y Marsollier, 2020).

Palabras Clave: Alfabetización académica – estudiantes universitarios – entornos híbridos

ENFOQUE METODOLÓGICO

Para conocer cómo leen y escriben los y las estudiantes de Comunicación Social tras el regreso a la presencialidad en la educación universitaria se desarrolló una investigación de enfoque cualitativo (Denzin y Lincoln, 2011; Vasilachis de Gialdino, 2006) cuyo diseño corresponde a un estudio de casos múltiples (Schettini y Cortazzo, 2015; Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014). En la primera parte del estudio, desarrollada durante 2021, se elaboró un cuestionario de preguntas abiertas que se distribuyó durante dos meses entre los estudiantes de segundo y tercer año de la Licenciatura en Comunicación Social de una universidad privada del Área Metropolitana de Buenos Aires. El objetivo de este cuestionario fue conocer de primera mano las experiencias de lectura y escritura que los y las estudiantes llevaban a cabo en la virtualidad, a la vez que se buscó indagar en sus sensaciones, opiniones y vivencias. Se recibieron cuarenta respuestas cuyos datos fueron codificados en una matriz de análisis. A partir del análisis de los datos relevados se elaboró una muestra por conveniencia formada por tres casos. Con estos estudiantes se mantuvieron durante 2022 entrevistas en profundidad a partir de una guía de preguntas semiestructurada. Dado que el objetivo del proyecto mayor en el que esta ponencia se enmarca es conocer la experiencia de los estudiantes universitarios, asumimos la postura epistemológica propuesta por Zemelman (2011) y Paredes (2014) que encuentra su correlato en la epistemología del sujeto conocido de Vasilachis de Gialdino (2006). Esta postura reconoce el lugar del sujeto no solo como informante o como “proveedor” de datos para la investigación, sino que comprende que el conocimiento científico se construye en la interacción entre ambos sujetos. De esta forma, se valoriza el rol del sujeto conocido, que a su vez puede reflexionar sobre sus propias vivencias y otorgarles un sentido propio, único y particular.

Una vez realizadas las entrevistas, se transcribieron en forma total y literal y se volcaron los datos obtenidos en una nueva matriz de análisis. A cada estudiante

se le asignó un código (E1, E2 y E3) y a partir de la lectura de todo el material se construyeron dos categorías de análisis, atendiendo a los objetivos específicos de la investigación. El primero de estos ejes indaga sobre las prácticas de escritura universitaria en los diferentes momentos y espacios de la cursada (modalidad virtual, híbrida, presencial) y el segundo de los ejes aborda la cuestión de la lectura de textos académicos. El objetivo de estas entrevistas fue conocer la experiencia de los y las estudiantes para verificar los cambios, continuidades y recurrencias en sus formas de leer y escribir en la universidad, entendiendo que la lectura y la escritura son actividades sociales y situadas, atravesadas por tensiones, conflictos y potencialidades

MARCO TEÓRICO

El marco teórico que seleccionamos para analizar las experiencias de lectura y escritura de los y las estudiantes considera a las literacidades académicas como prácticas políticas (Lea y Street, 1998, 2006; Lillis y Scott, 2007; French, 2020; Lillis, 2021) es decir que tienen en cuenta el contexto en el cual se desarrollan y el lugar que ocupan los y las estudiantes en cuanto agentes dentro de dicho campo (Bourdieu, 1976). Complementariamente, una serie de estudios recientes dan cuenta de la importancia de los entornos virtuales en los procesos de alfabetización académica (Olaizola, 2016; Gouseti, 2017; Álvarez, Bassa y González López Ledesma, 2018; González López Ledesma, Álvarez y Bassa, 2018; Guerin, Aitchison y Carter, 2020). Por tal motivo, nos proponemos indagar cómo experimentan los y las estudiantes sus propias prácticas escriturales y de lectura luego de haber cursado, en diferentes momentos y por algunos meses en forma simultánea, en entornos presenciales y virtuales.

ANÁLISIS DE LOS DATOS

En primer lugar, analizamos los cambios y continuidades operados en los y las estudiantes de Comunicación Social en lo referido a sus prácticas de lectura. A partir de las entrevistas realizadas, identificamos que la experiencia de la cursada virtual generó en los alumnos y alumnas una conciencia de la necesidad de ser

estudiantes autónomos, ya que el pasaje de la presencialidad a la virtualidad puso en primer plano la importancia de la lectura de los textos académicos para desarrollar cursadas óptimas en términos de los aprendizajes. Al respecto, los entrevistados señalaron lo siguiente:

- Yo noto que personalmente mi lectura aumentó mucho. Creo que fue una cuestión, más bien de organización, pero al cursar virtual y no ver al profesor como que fue preferible leer y prepararme un poco mejor de lo que me preparaba antes. También puede levantar un poco las notas, eso estuvo bueno, por parte de los profesores no siento que haya habido un cambio que nos obligara a los alumnos a leer, fue más una cuestión personal (E1).
- Para mí fue clave el tema de que estaba todo en PDF y (...) justo en la pandemia estaba todo digitalizado. A mi se me dificulta mucho leer en digital, porque justamente (...) asocio la compu a distracción viste, entonces tuve que organizarme para leer y estar con todas las cosas leídas (E2).
- Leía porque me mandaban a leer y no tenía ni idea de que hablaba el texto (...) antes leía así por arriba y ahora es como que leo, trato de resumirlo, entonces voy armando los resúmenes para los parciales y eso me ayuda, porque que al final solo tengo que leer y repasar un poquito lo que vimos en clase (E3).

Si comprendemos las prácticas de lectura desde la perspectiva de la literacidad académica, que considera que estas actividades como prácticas sociales y situadas, que se desarrollan en un espacio y en un contexto específico, podemos observar que la situación de modalidad remota cambió la formas de leer. Los estudiantes señalan que la lectura “mejoró” después de la pandemia, ya que la cursada virtual los y las obligó a ser más conscientes de las prácticas letradas que estaban desarrollando. De la misma forma, tal como indicamos en trabajos anteriores (Schiavinato, Sorgetti y Chocobar, 2021; Sorgetti, Schiavinato y Chocobar, 2021) las prácticas de lectura en la virtualidad tuvieron al PDF como soporte privilegiado, pero los textos no cambiaron su formato ni exploraron todas las posibilidades del hipertexto, sino que fueron versiones escaneadas de los

textos tradicionales. Esto llevó a “trasladar” las prácticas de lectura de un entorno analógico a uno virtual, sin que existiera un trabajo de adaptación de las consignas o de las actividades propuestas.

Sin embargo, una de las estudiantes consultadas señaló un aspecto que a su entender la favoreció en la comprensión de los textos de lectura obligatoria de la universidad: al verse motivados a generar materiales en interfaces visuales para explicar mejor los temas en la modalidad remota, los docentes elaboraron diversos tipos de apoyos con imágenes en plataformas como PowerPoint, Canva o Genially. Esto facilitó a los estudiantes la comprensión de los textos abordados:

- Me parece que el cambio va de la mano también de que muchos profesores (...) usan las clases que usaban en de manera virtual, que las tenían casi como preparadas con PowerPoint y eso y por ejemplo en sociología me pasó que hablando con otros amigos antes (la profesora) daba todo oral y ahora la profesora (...) da PowerPoint, nos muestra, y eso me ayuda también a mí a la lectura porque al ver, o sea visualmente autores (...) en una foto, eso me ayuda mucho más en la lectura personal (E1).

Por otra parte, con respecto a la escritura en los espacios universitarios, la misma suele estar asociada a instancias específicas de evaluación. Los estudiantes consultados señalaron que por fuera de las consignas de parciales que deben resolver, ya sean presenciales o domiciliarios, no son motivados o interpelados para la escritura. Por lo tanto, la escritura de los alumnos en el nivel universitario de grado está fuertemente anclada en la lógica de acreditación de los correspondientes espacios curriculares. Consultados respecto a las prácticas de escritura en la universidad luego de la experiencia de la cursada virtual, dos de los entrevistados indicaron lo siguiente:

- La mayoría de los profesores no se si generan en el estudiante el deseo de querer generar y producir contenidos de lectura y escritura.

Uno lo hace más bien por obligación. (...) Todo lo que nos pedían para los parciales era muy parecido a lo que hacíamos antes y, no te voy a mentir, en la cursada virtual es mucho más fácil copiarse. (...) Me costó mucho arrancar de vuelta a estudiar de manera tradicional en clase y memorizar esas cosas (E1).

- Mi ejemplo más claro, para esto es (nombre de una asignatura). Yo no entendí nada desde el minuto cero que empecé a cruzar esa materia y como que me conectaba por el zoom y tal vez mientras hacía algo de otra materia (...) el profesor daba parciales que eran múltiples, te daba creo que 30 minutos nada más para contestar diez preguntas cosa que no te daba el tiempo para entrar al texto y buscar la respuesta de cada una, pero sí le decía a una compañera che, que estás poniendo y me iba pasando o alguna tiraba al azar y le pegaba. Aprobé los dos parciales y claro, no me presenté al final porque no sabía nada (E3).

Por último, respecto a la importancia de los entornos virtuales en los procesos de alfabetización académica, los estudiantes señalan que la modalidad virtual los ayudó a relacionarse de otra forma con los recursos on line. El uso de Internet, que previo a la situación de pandemia era considerado como un reservorio casi automático de información, es considerado como un espacio de exploración y búsqueda de fuentes académicas:

- Yo creo que donde más consulto cuando tengo que hacer artículos y demás es buscando en fuentes confiables, siento que eso es lo primero que aprendí en la carrera. Si busco en diarios digitales siempre me fijo que sean varios, cosa de no quedarme con uno sino ir buscando, sacando información ahí. Si son más textos académicos y voy a libros, consulto las fuentes que me parecen más confiables, no es perfecto, pero más que nada es eso y también me ha servido mucho ver también videos en YouTube (E2).

CONCLUSIONES

En esta ponencia nos propusimos analizar las prácticas de lectura y escritura de estudiantes universitarios de Comunicación Social a fines de comprender qué cambios y qué continuidades se verifican en la situación de post pandemia. Para alcanzar estos objetivos, se diseñó una investigación de perspectiva cualitativa cuyo trabajo de campo se dividió en dos partes; en esta oportunidad abordamos los resultados de la segunda etapa de la investigación, obtenidos mediante un estudio de casos múltiples. Se llevaron adelante entrevistas en profundidad con tres estudiantes de una Licenciatura en Comunicación Social de una universidad privada del Área Metropolitana de Buenos Aires. Estos estudiantes atravesaron la experiencia de la cursada virtual y en la actualidad están cursando de manera presencial. En las entrevistas se abordaron cuestiones ligadas a la lectura y la escritura académica poniendo énfasis en las permanencias y las rupturas entre ambos momentos históricos.

Los antecedentes relevados para esta investigación señalan, en principio, que la enseñanza universitaria en la modalidad virtual tiene lógicas propias, distintas de la presencialidad. En este sentido, no se trata de un "pasaje" o de una "traducción" de un entorno al otro, sino de una adaptación de los tiempos, los contenidos y las actividades de clase. Sin embargo, los testimonios analizados nos indican que las consignas de lectura y escritura permanecieron casi idénticas, lo que favoreció situaciones de plagio y de búsqueda de información en Internet para resolver evaluaciones parciales. Además, los materiales de lectura siguieron siendo los mismos, solo que en lugar del soporte analógico se procedió a utilizar un soporte virtual como es el PDF. Esto generó en los estudiantes una sensación de cansancio y, en muchos casos, de retorno al papel por la falta de costumbre de leer texto en formato digital. Creemos que esto se debe a que los materiales no estaban adaptados a la virtualidad, sino que se trató de textos académicos clásicos escaneados en PDF.

En cuanto a los aspectos que los estudiantes señalaron como positivos, encontramos que las prácticas de lectura se volvieron más autónomas, ya que la pérdida del espacio común del aula física llevó a los estudiantes a desarrollar

competencias autónomas. Siguiendo a Carlino (2008) y a Estienne (2004) es posible afirmar que para los estudiantes leer en la universidad es adentrarse en una cultura nueva: la cultura universitaria. La pérdida repentina del espacio compartido en la presencialidad hizo que para poder incorporarse a dicha cultura los estudiantes generen capacidades autónomas de organización, ya que como señala una de las entrevistadas, lo que antes se hacía "por obligación" en la virtualidad es una responsabilidad que recae casi en su totalidad en el estudiante.

Por último, en referencia a las prácticas de lectura y escritura mediadas por tecnologías, los estudiantes señalan que la incorporación de interfaces visuales modificó su percepción de los textos escritos, ya que pueden comprender mejor de qué se trata un texto o el contexto histórico y social del autor a través de imágenes. Además, los estudiantes señalaron que el uso de Internet para la búsqueda de fuentes académicas confiables se desarrolló durante la pandemia, con lo cual no solamente se desarrollan como estudiantes autónomos, sino que adquieren un sentido crítico de la lectura de distintas fuentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, G., Bassa, L., González López Ledesma, A. (2018). Escritura colaborativa en entornos de formación virtual de una asignatura universitaria sobre Tecnología Educativa. *Revista CPU-e, 27*, 179-202. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7125467
- Benchimol, K., Pogré, P. y Poliak, N. (2020). Decisiones, prácticas y estrategias para garantizar el derecho a aprender. Desafíos de la enseñanza universitaria en tiempos de pandemia. En L. Beltramino (Comp.), *Aprendizajes y prácticas educativas en las actuales condiciones de época : COVID-19* (pp. 387-394). Universidad Nacional de Córdoba. https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/19531
- Bonilla Guachamín, J. A. (2020). Las dos caras de la educación en el COVID-19. *CienciAmérica, 9*(2), 89-98. http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i2.294
- Bourdieu, P. (1976). Algunas propiedades de los campos. En P. Bourdieu (2003), *Campo de poder, campo intelectual*. Quadrata (pp. 119-126)
- Cannellotto, A. (2020). Universidades viralizadas: la formación en post pandemia. En Dussel, I., Ferrante, P. y Pulfer, D. (Comps.), *Pensar la educación en tiempos de pandemia. Entre la emergencia, el compromiso y la espera* (pp. 213-228). UNIPE. https://isfd21-bue.infd.edu.ar/sitio/wp-content/uploads/2020/08/pensarlaeducacion.pdf#p age=213
- Carlino, P. (2008). Leer y escribir en la universidad, una nueva cultura. ¿Por qué es necesaria la alfabetización académica? En E. Narváez Cardona y S. Cadena Castillo (Comps.). *Los desafíos de la lectura y la escritura en la educación superior: caminos posibles* (pp. 155-190). Universidad Autónoma de Occidente. https://www.aacademica.org/paula.carlino/162.pdf
- Denzin, N. y Lincoln, Y. (2011). Introducción general. La investigación cualitativa como disciplina y como práctica. En *El campo de la investigación cualitativa. Manual de investigación cualitativa Vol. I* (pp. 43-101). http://metodo3.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/169/2014/10/Denzin-Norman-K.-Lincoln-Yvonna-S.-Introducci%C3%B3n-general.-La-investigaci%C3%B3n-cu

alitativa-c omo-disciplina-y-como-pr%C3%A1ctica.pdf
- Estienne, V. (2004). Leer en la universidad: Enseñar y aprender una cultura nueva. *Uni-Pluriversidad, 4*(3), 9–17. https://revistas.udea.edu.co/index.php/unip/article/view/12210
- Expósito, E. y Marsollier, R. (2020). Virtualidad y educación en tiempos de COVID-19. Un estudio empírico en Argentina. *Educación y Humanismo, 22*(39), 1-22. https://doi.org/10.17081/eduhum.22.39.4214
- Ferrarelli, M. (2021). Alfabetismos aumentados: Producir, expresarse y colaborar en la cultura digital. *Austral Comunicación, 10*(2), 395-411. https://doi.org/10.26422/aucom.2021.1002.fe
- French, A. (2020). Academic writing as identity-work in higher education: forming a "professional writing in higher education habitus". *Studies in Higher Education, 45*(8), 1605-1617. https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1572735
- García, A. (2021). La enseñanza on line post pandemia: nuevos retos. *Holos, 37*(2), 1-13. https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/12082/pdf
- González López Ledesma, A., Álvarez, G. y Bassa, L. (2018). Educación virtual en la universidad: un estudio de Investigación-acción para la enseñanza de la asignatura
- Tecnología educativa. *Ciencia, docencia y tecnología, 29*(57), 201-234. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6673270
- Guerin, C. Aitchison, C. y Carter, S. (2020). Digital and distributed: learning and teaching doctoral writing through social media. *Teaching in Higher Education Critical Perspectives, 25*(2), 238-254. https://doi.org/10.1080/13562517.2018.1557138
- Gouseti, A. (2017). Exploring doctoral students' use of digital technologies: what do they use them for and why? *Educational Review, 69*(5), 638-654. https://doi.org/10.1080/00131911.2017.1291492
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación.* McGraw Hill. https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf
- Lea, M. R. y Street, B. V. (1998). Student writing in higher education: An academic literacies approach. *Studies in Higher Education, 23*(2), 157-172. https://doi.org/10.1080/03075079812331380364

- Lea, M. R. y Street, B. V. (2006). The 'Academic Literacies' model: Theory and applications. *Literacies of and for a Diverse Society, 45*(4), 368-377. https://www.jstor.org/stable/40071622
- Lillis, T. y Scott, M. (2007). Defining academic literacies research: Issues of epistemology, ideology and strategy. *Journal of Applied Linguistics, 4*(1), 5-32. https://doi.org/10.1558/japl.v4i1.5
- Lillis, T. (2021). El enfoque de literacidades académicas: sostener un espacio crítico para explorar la participación en la academia. *Enunciación, 26*, 55–67. https://doi.org/10.14483/22486798.16987
- Lion, C. (2021). La enseñanza universitaria: tablero para armar. *Trayectorias universitarias 7*(12), 1-10. https://revistas.unlp.edu.ar/TrayectoriasUniversitarias/article/view/12583/11349
- Maggio, M. (2021). Enseñar en la universidad. Pandemia... y después. *Integración y Conocimiento: Revista del Núcleo de Estudios e Investigaciones en Educación Superior de Mercosur, 10*(2), 203-217. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8171323 .
- Morán, L., Álvarez, G. y Manolakis, L. (2021). Experiencias de aprendizaje estudiantil en la pandemia.Un análisis acerca de la sincronía y asincronía en la formación universitaria.
- *Virtualidad, Educación y Ciencia, 24*(12), 49-71. https://revistas.unc.edu.ar/index.php/vesc/article/view/36311/36639
- Olaizola, A. (2016). Las prácticas letradas vernáculas digitales de los estudiantes de la materia Comunicación Oral y Escrita de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Tesis de Maestría. Universidad de Palermo. https://www.aacademica.org/andres.olaizola/8.pdf
- Paredes, J. (2014). Pensamiento epistémico y conocimiento social: emergencias y potencialidades en la investigación social. *Revista de Estudios Sociales, 48,* 125-138. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-885X2014000100010
- Rossi, G. (2019). Alfabetismos transmedia y construccionismo como elementos para el rediseño didáctico. Un estudio de caso en el contexto universitario.
- Schettini, P. y Cortazzo, I. (2015). *Análisis de datos cualitativos en la*

investigación social. Procedimientos y herramientas para la interpretación de información cualitativa. Universidad Nacional de La Plata. http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/49017

- Schiavinato, N. (2020). La escritura académica de los estudiantes de comunicación: desafíos para su incorporación al campo disciplinar. *Grado Cero, Revista de Estudios en Comunicación, 2*, 1-20. http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/handle/123456789/5306
- Schiavinato, N., Sorgetti, L. y Chocobar, T. (2021). Alfabetización académica mediada por tecnologías desde la mirada de los estudiantes de Comunicación Social. Cambios, continuidades y desafíos en tiempos de pandemia. *Grado Cero. Revista de Estudios en Comunicación, 3,* 1-26. http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/5828/Alfabetizaci%c3%b3n_Schiavinato.pdf?sequence=3
- Sorgetti, L., Schiavinato, N. y Chocobar, T. (2021). Lectura y escritura académica en la virtualidad. Un análisis desde la perspectiva de los estudiantes de Comunicación Social. Actas del XXIII Congreso de la Red de Carreras de Comunicación. Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina. https://www.fcedu.uner.edu.ar/catalogo/wp-content/uploads/2022/04/02.08.-Sorgetti-Schi avinato-y-Chocobar.pdf
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). La investigación cualitativa. En *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 23-64). http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/103/2013/03/Estrategi as-de-la-investigacin-cualitativa-1.pdf
- Vinet Arzuaga, S., Casablancas, S. y Dari, N. (2021). La pandemia, las universidades y las prácticas de evaluación. *Virtualidad, Educación y Ciencia, 12*(24), 72–85. https://revistas.unc.edu.ar/index.php/vesc/article/view/36312
- Zemelman, H. (2011). Implicaciones epistémicas del pensar histórico desde la perspectiva del sujeto. *Desacatos, 37*, 33-48. https://www.scielo.org.mx

LA VOZ EN EL ÁMBITO EDUCATIVO: EVIDENCIA DE TÉCNICAS VOCALES INADECUADAS EN EL USO PROFESIONAL DE LA VOZ

Analia Veronica Silnik | Universidad Nacional de San Luis
asilnik@gmail.com

Claudia Haydee Zampa | Universidad Nacional de San Luis
clazampa@gmail.com

INTRODUCCIÓN

La presente investigación da cuenta de los resultados obtenidos a partir de aplicar los protocolos de exámenes diagnósticos y de autoevaluación diseñados para detectar comportamientos vocales inadecuados o perjudiciales de la voz utilizada como herramienta de trabajo. Esto surge ante el siguiente cuestionamiento: lo que autopercibe/autoevalúa el alumno/paciente, ¿es coincidente con lo evaluado por el profesional fonoaudiólogo?

A partir de la experiencia obtenida en distintos cursos dictados por los integrantes del PROICO N° 04-4218, Proyecto de Investigación "Comunicación, Educación y Promoción en la Voz Profesional", dirigido por la Lic. Claudia Zampa, y teniendo como antecedente la realización de otros proyectos que versan sobre la temática vocal, es que se vio la necesidad de hacer un registro y análisis pormenorizado de cada taller o curso que se dictó. Con este fin fueron diseñados un protocolo de

autopercepción y uno de evaluación foniátrica. El primero, es para determinar la manera en que la persona percibe su acto fonatorio, y el segundo protocolo, es aplicado por el equipo de trabajo. Este paralelismo es empleado por el equipo que dicta el taller con el objetivo de concientizar al alumno/paciente acerca de "cómo es su proceso fonatorio" y "cómo debería ser".

El desconocimiento de una técnica vocal adecuada, el uso excesivo de su voz, en condiciones inapropiadas, el mal uso y abuso vocal, derivan en fatiga, cansancio y/o patologías vocales.

Los datos obtenidos son importantes ya que permiten diseñar un plan de educación vocal dirigido a cada grupo en particular que asiste a los talleres y/o cursos. A través de estas modalidades, se intenta cubrir la demanda de una población conformada por profesionales que utilizan su voz como herramienta de trabajo, y que son considerados en riesgo, como son los locutores, docentes, actores, cantantes y estudiantes de profesorados.

En el caso de este trabajo, el curso-taller fue dictado en instalaciones correspondientes a la Universidad Nacional de San Luis, al que asistieron docentes universitarios y futuros docentes.

Palabras claves: Comunicación – Salud – Voz

MARCO TEÓRICO

Le Huche y Allali (2004), dicen que "la voz es un instrumento de expresión y de comunicación que adopta aspectos infinitamente variados". "La voz es el soporte físico de la comunicación humana".

Bustos Sánchez (1995), considera: "la voz como una manifestación expresiva de la persona en su totalidad, a través de ella cada individuo logra expresarse y comunicarse con sus semejantes de una manera singular y única".

La voz es y ha sido, a través de la historia, una herramienta fundamental de comunicación oral, para los procesos psicológicos y sociales, en los seres humanos. Al realizar repetidamente actos de comunicación se desarrollan mecanismos mentales que caracterizan su naturaleza social.

La voz se emite desde la persona toda, desde su cuerpo, su psiquis, sus emociones y las diferentes situaciones socioculturales y laborales. Este mecanismo se da por una compleja sinergia de sistemas anatómicos, fisiológicos, neurológicos y hormonales que son regulados y coordinados por procesos motrices, sensitivos y psicológicos.

Sostienen Torres Gallardo et al. (2013):

- El aparato fonador, por asimilación con un órgano ha sido dividido para su estudio en tres porciones: el vibrador, el fuelle y los resonadores. El vibrador se halla constituido por la laringe que contiene en su interior a los pliegues vocales (conocidos comúnmente como cuerdas vocales). Estos se ponen en vibración por acción del aire espirado, produciéndo el tono de la voz.
- El fuelle lo forman un conjunto de estructuras que se hallan por debajo de los pliegues vocales y actúan proporcionando una mayor o menor presión al aire espirado. Así encontramos los pulmones, la caja torácica, el músculo diafragma y los músculos del abdomen. Del fuelle dependerá inicialmente el volumen o intensidad de la voz.
- Los resonadores son las cavidades situadas por encima de los pliegues vocales (en su conjunto forman el tracto vocal) en las que el sonido producido será modificado y se hará audible. De la forma y posición de las cavidades de resonancia dependerá el timbre de nuestra voz. Estas cavidades son: la faringe, la boca y la cavidad nasal.
- A pesar de esta división, el aparato fonador es un todo homogéneo e inseparable, por lo cual cualquier alteración o modificación en alguna de sus partes determinará una modificación o alteración en las demás. (p. 41 - 42)

En la porción vibradora, se produce el sonido fundamental (F0) que proviene de las cuerdas vocales; debe atravesar todo el tracto vocal, cuyas partes se comportan como cavidades de resonancia. Este efecto produce una ganancia sonora en algunas frecuencias particulares, lo que constituye el tono y el timbre característicos y personales de la voz humana.

Las cavidades resonanciales, son espacios llenos de aire, parcialmente cerrados. Tienen una gama de frecuencias que, al ponerse en contacto con el sonido, las amplifica y deshecha aquellas no coincidentes.

Se pueden diferenciar como principales resonadores en la producción vocal: pabellón faringobucal, región nasofacial, región tóraco-abdominal, región perineo-pelviana y región craneal.

De estas estructuras, las dos primeras son las principales y contienen órganos esenciales: la lengua y el velo del paladar, la faringe y la laringe. La lengua, órgano sumamente móvil, modifica la cavidad oral, siendo el más importante y activo de los resonadores. El velo del paladar es una porción móvil del tracto vocal y está afectada por los movimientos de la mandíbula, lengua, faringe y laringe. Así, las modificaciones de forma y tamaño que sufre continuamente esta cavidad en la articulación fonemática determinan la resonancia vocal.

- “La articulación es la suprema cualidad en el arte de la voz hablada. Es ella la que permite ser escuchado y comprendido. La pronunciación exacta de las vocales, la articulación neta de las consonantes, la distinción de cada sílaba, hace perfecta la elocución de cada palabra. La articulación está incluida en la fisiología de la voz y del habla, porque se utilizan los mismos órganos de fonación, y porque a menudo incurren conjuntamente las alteraciones de la articulación de la palabra” (Ciberoteca, 2020, párr. 14).

Todo esto conforma el soporte fisiológico sobre el que se vehiculizan los procesos de comunicación del lenguaje hablado. Las más pequeñas desviaciones de ese equilibrio producen notables alteraciones en el tono o la calidad de la voz producida (Bustos Sanchez, 2012). Si a esto se le suma el desempeño de la profesión, las horas de exposición, las malas condiciones ambientales más, en algunos casos, el desconocimiento de una técnica vocal adecuada, la misma profesión se convierte en un factor de riesgo. Considerando como factor de riesgo a cualquier característica o circunstancia detectable de una persona o grupo de personas que se sabe está asociada con un aumento en la probabilidad de padecer, desarrollar o estar especialmente expuesto a un proceso mórbido. (Pita Fernández S, Vila Alonso MT, Carpente Montero J., 1997).

Otro aspecto que está directamente relacionado con los altos niveles de prevalencia de desórdenes vocales en cualquier profesional de la voz, es el comportamiento de abuso y mal uso de la voz. Las conductas de abuso vocal se

definen como mecanismos vocales donde se utilizan excesivamente conductas no fonatorias, las que se relacionan con una inadecuada higiene vocal ocasionando un trauma en las cuerdas vocales; entre estas conductas se encuentran el gritar, hablar excesivamente, forzar la voz y carraspear de manera constante. Por otro lado, el mal uso vocal se relaciona a un uso inapropiado del tono e intensidad de la voz; entre estas conductas se encuentra elevar la voz sobre el ruido ambiente asociado a una elevación del tono. Los profesores presentan un mayor riesgo de presentar disfonía debido a las conductas de abuso y mal uso vocal al ejercer su profesión. (Mora Pino, K., Clavijo Rocha, F., Galdames Durán, S., Maya Molina, C. y Soto Galleguillos, V., 2018).

Antes de que esto pase, es necesario desarrollar una manera de trabajar con un enfoque preventivo, desde la comunicación, educación y promoción en la voz de los agentes comunicadores, principalmente los que forman parte de una población de riesgo, solo por el hecho de que su voz es instrumento laboral. En estos profesionales, la voz es el medio de impacto, de trabajo, de manifestación, de transmisión de conocimiento, razón por la cual se la debe preservar para el óptimo bienestar físico, mental, social y laboral.

La investigación se basa fundamentalmente en la comunicación, educación y prevención en la voz de agentes comunicadores, con el basamento fisiológico del comportamiento vocal global (Le Huche, 2004). Desde este paradigma, no sólo se tiene en cuenta el comportamiento laríngeo y sus relaciones con las cualidades acústicas de la emisión vocal, el comportamiento respiratorio y la actitud general del cuerpo; sino que también se estudia desde la expresividad de la voz, las circunstancias en que se utiliza la voz y según la intencionalidad de la persona; este último depende de la pragmática, es decir, de la intencionalidad del sujeto y el tipo de mensaje que pretende transmitir. En este sentido interesa tanto la fisiología vocal como el comportamiento vocal en el ambiente natural en el que los agentes comunicadores se desempeñan laboralmente, es decir en su contexto de acción. Para ello es importante conocer cuáles son las conductas abusivas o los desequilibrios presentes en los sistemas participantes en la producción de la voz, para poder elaborar un plan de educación de la voz para ese grupo de docentes específicamente.

METODOLOGÍA

Se aplicó un protocolo de autoevaluación/autopercepción y otro de evaluación fonoaudiológica. El primero lo realiza el mismo alumno/paciente de acuerdo a la percepción propia acerca de los ítems que figuran en el protocolo. Luego, estos mismos ítems son evaluados por los profesores/terapeutas. Se realiza de esta manera, para conocer cómo percibe cada uno su funcionamiento corporal-vocal y corroborar con la evaluación realizada por los especialistas con la finalidad de trabajar posteriormente con las funciones alteradas.

El protocolo de autoevaluación/autopercepción consistió en:

- Percepción de la postura (como adecuada o inadecuada).
- Ingreso de aire (por nariz, boca o ambos).
- Concentración del aire al inspirar (zona superior, media o inferior).
- Aire manejado al hablar (suficiente o insuficiente).
- Lugar donde presiona la lengua al tragar.
- Repetición de lo que habla por falta de inteligibilidad (si o no).
- Elevación de la voz para llegar a la audiencia a la que se dirige (si o no).
- Sensación a nivel laríngeo al hablar durante tiempo prolongado (cansancio, molestia, contractura, dolor a nivel de cuello o garganta).
- Percepción de la voz (sana, ronca, débil, con pérdida, etc).

El protocolo de evaluación foniátrica consistió en:

- Sistema Postural: Alineación del eje vertical, curvatura dorsal, posición pélvica, relación cefálica-cuello esternón, relación cefálica-cintura escapular, relación horizontal de la cadera.
- Modo respiratorio: Nasal, bucal o mixto.
- Tipo respiratorio: costal-superior, costo-diafragmático o abdominal.
- Coordinación fonorrespiratoria: Adecuada o inadecuada.
- Deglución: Adecuada o inadecuada.
- Articulación: Adecuada o inadecuada.
- Proyección vocal: Adecuada o inadecuada.
- Presencia de esfuerzo laríngeo.
- Características acústicas subjetivas de la voz.

Se plantea entonces, a partir de la comparación de ambos exámenes, detectar las conductas de riesgo vocal que presentan con más frecuencia los docentes universitarios de la Universidad Nacional de San Luis.

El taller denominado *"Curso – Taller de Capacitación en herramientas para el uso adecuado de la voz en el ámbito educativo"*, fue realizado por una población de 30 profesores de distintas facultades de la Universidad Nacional de San Luis.

Durante el curso del taller, se fueron desarrollando los distintos aspectos correspondientes a un plan de educación vocal (antes mencionados), destinado a la prevención de patologías vocales en los profesionales asistentes.

Resultados

Paralelismo entre ambas planillas empleadas

Aspecto	Autoevaluación	Evaluación Foniátrica
Postura	Percepción de la postura	Sistema postural: ● De frente: ○ Alin. del eje vertical ○ Alin. del eje horizontal ● Perfil: ○ Eje gravitacional ○ Relac. esternón-malar
Respiración	Por dónde ingresa el aire	Modo respiratorio
	Dónde se concentra el aire al inspirar	Tipo respiratorio
	Aire manejado al hablar	Coord. fonorrespiratoria
Deglución	Lugar donde presiona la lengua al tragar	Deglución
Articulación	Repetición de lo que habla por falta de inteligibilidad	Articulación
Rendimiento vocal	Elevación de la voz para llegar a la audiencia a la que se dirige	Proyección vocal
Caract. vocales	Sensación a nivel laríngeo al hablar durante tiempo prolongado	Resonancia

Tabla 1: *Denominación de los aspectos evaluados según el examen realizado*

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

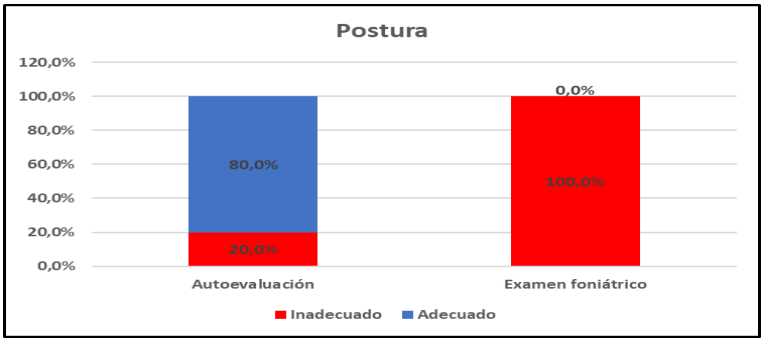


Figura 1: *Postura: comparación de ambos exámenes.*

En la autoevaluación el 20% (6) de los asistentes percibió su postura como inadecuada, mientras el 80% (24) restante lo hizo como adecuada. En el examen foniátrico, se observó el sistema postural como inadecuado el 100% (30) y como adecuado el 0% (0). Al analizar estos resultados, es notable cómo la percepción de los asistentes y lo que arroja el examen foniátrico varía. En la postura, 3 de los asistentes la perciben como adecuada por adaptación a las compensaciones que el cuerpo adopta para mantener el equilibrio.

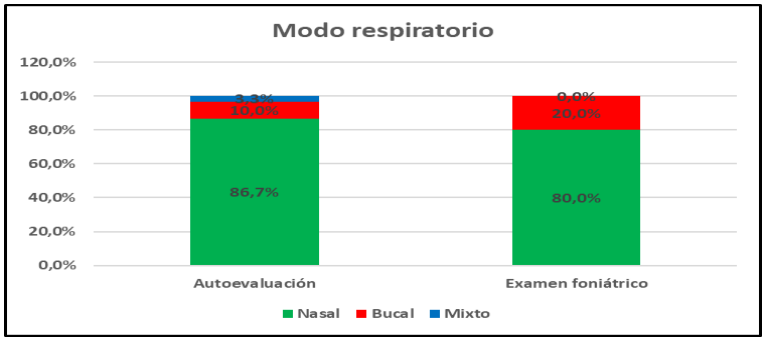


Figura 2: *Modo respiratorio: comparación de ambos exámenes.*

En la autoevaluación el 86,7% (26) de los asistentes percibió que el lugar por donde ingresa el aire es nasal (modo adecuado); el 10% (3) bucal y el 3,3% (1), mixto. En el examen foniátrico, se observó el 80% (24) con modo nasal; el 20% (6) modo bucal y el 0% (0) con modo mixto. Del análisis de los resultados se puede observar que es la variable que mejor perciben los asistentes en su autoevaluación.

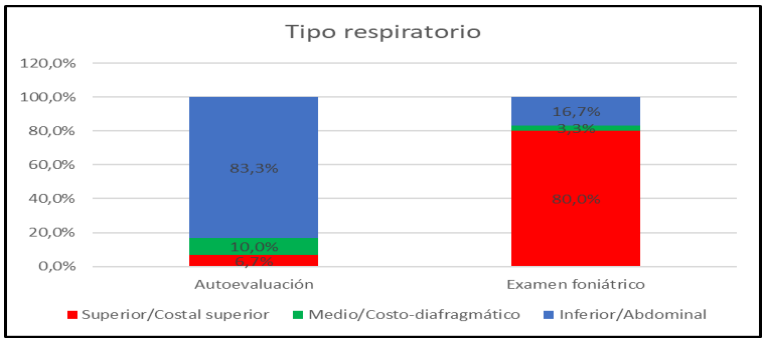


Figura 3: *Tipo respiratorio: comparación de ambos exámenes.*

En la autoevaluación el 6,7% (2) de los asistentes percibió su tipo respiratorio (lugar de concentración del aire como superior; el 10% (3) lo percibe medio y el 83,3% (25) restante, como inferior. En el examen foniátrico, se observó el 80% (24) de tipo costal superior; el 3,3% (1) medio y el 16,7% (5) como abdominal. En la

gráfica se colocan las denominaciones correspondientes a ambos exámenes, mostrando el paralelismo entre la terminología utilizada en el protocolo de autoevaluación y la del examen foniátrico. Del análisis de los resultados se puede observar la discordancia entre lo percibido por los asistentes en su autoevaluación y los arrojados por el examen foniátrico. Los asistentes perciben como normal (natural) la respiración costal-superior, siendo éste una alteración en el tipo respiratorio.

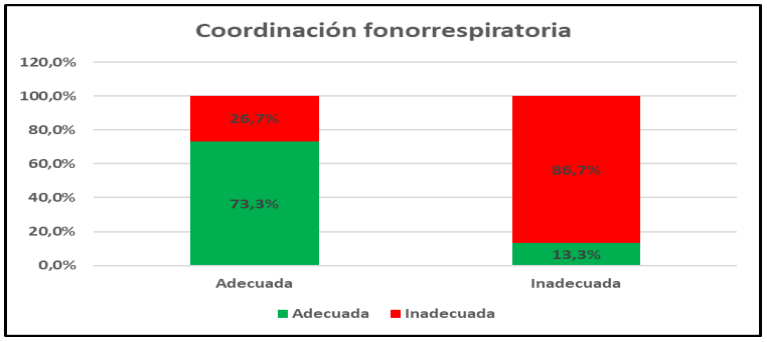


Figura 4: *Coordinación fonorrespiratoria: comparación de ambos exámenes.*

En la autoevaluación el 73,3% (22) de los asistentes considera que el aire inspirado empleado para hablar es suficiente: el 26,7% (8) restante insuficiente. En el examen foniátrico, se observó el 13,3% (4) con coordinación fonorrespiratoria adecuada; el 86,7% (26). Del análisis de los resultados se puede observar la discordancia entre lo percibido por los asistentes en su autoevaluación y los arrojados por el examen foniátrico. Los asistentes no perciben el esfuerzo laríngeo realizado para compensar la falta de aire para terminar una frase.

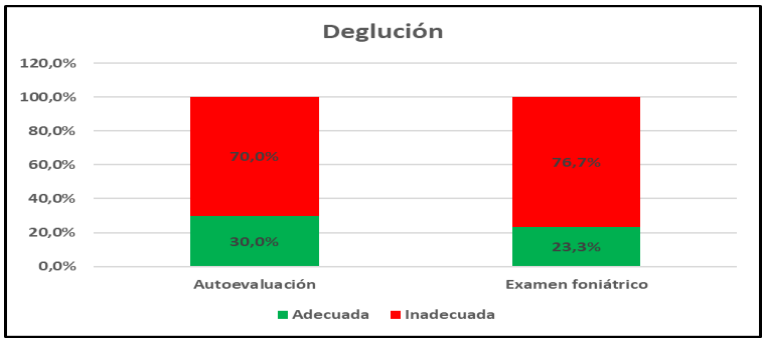


Figura 5: *Deglución: comparación de ambos exámenes.*

En la autoevaluación el 70,0% (21) de los asistentes manifestaron que al tragar presionan los dientes con la lengua (inadecuado), mientras que el 30% (9) restante lo hace contra el paladar (adecuado). En el examen foniátrico, se observó el 76,7%

(23) con deglución inadecuada y el 23,3% (7) adecuada. Del análisis de los resultados se puede observar que en la autoevaluación la percepción de los asistentes se acerca a lo evaluado foniatricamente.

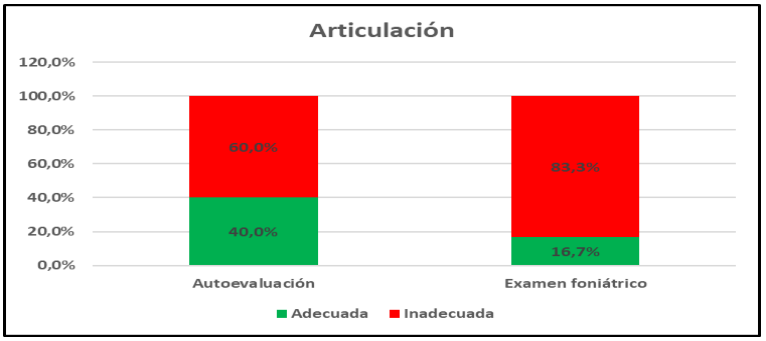


Figura 6: *Articulación: comparación de ambos exámenes.*

En la autoevaluación el 40,0% (12) dice no tener que repetir lo que dice cuando habla (adecuada); el 60% (18) restante, si debe hacerlo (inadecuada). En el examen foniátrico, se observó el 16,7% (5) con articulación adecuada y el 83,3% (25) inadecuada. Del análisis de los resultados se puede observar la discordancia entre lo percibido por los asistentes en su autoevaluación y los arrojados por el examen foniátrico, siendo articulación inadecuada aquella que se presenta como cerrada, blanda e imprecisa.

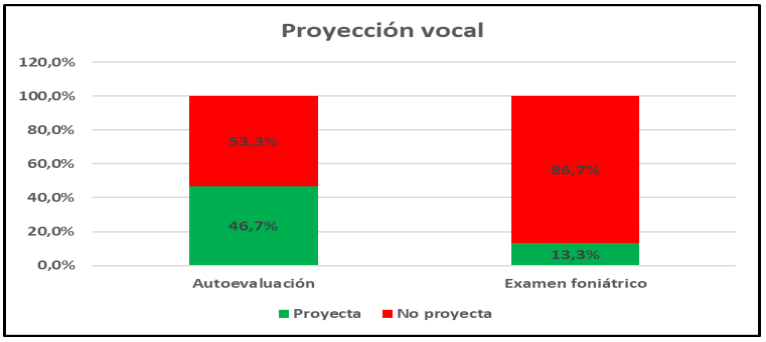


Figura 7: *Proyección vocal: comparación de ambos exámenes.*

En la autoevaluación el 53,3% (16) dice tener que elevar la voz para llegar a todo el auditorio mientras que el 46,7% (14) dice no tener que hacerlo. En el examen foniátrico, se observó que el 13% (4) proyecta la voz adecuadamente y el 87% (26) no lo hace. Del análisis de los resultados se puede observar la discordancia entre lo percibido por los asistentes en su autoevaluación y los arrojados por el examen foniátrico debido a que no hay conciencia que la proyección es realizada a base de esfuerzo laríngeo, perjudicial para la salud vocal.

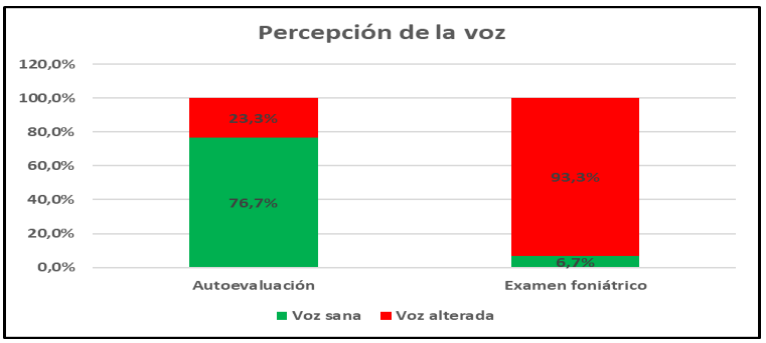


Figura 8: *Percepción de la voz: comparación de ambos exámenes.*

En la autoevaluación el 76,7% (23) dice tener voz sana; el 23,3% (7) restante, voz alterada. En el examen foniátrico, se observó que el 93,3% (28) presenta alteración vocal y sólo el 6,7% (2) voz sana. Del análisis de los resultados se puede observar la discordancia entre lo percibido por los asistentes en su autoevaluación y los arrojados por el examen foniátrico. Sólo perciben como voz alterada cuando existe una disfonía provocada por una patología. El examen foniátrico muestra alteraciones en la voz percibidas por el evaluador como: voz ronca, asténica, aérea, estridente, irregular, entre otras.

CONCLUSIÓN

Durante el desarrollo de la parte evaluativa del taller, se pudieron observar hábitos nocivos para la salud vocal adoptados como adecuados y naturalizados debido al acostumbramiento en respuesta a las exigencias del contexto de cada participante, generando una adaptación compensatoria considerada funcional en lo cotidiano.

Los resultados y las manifestaciones muestran que, en la mayoría de los casos, no hay conciencia de aquellas conductas nocivas para la fonación.

Los resultados de ambos exámenes, evidencian la falta de conocimiento de las conductas nocivas para la fonación, corroborado con las manifestaciones verbales de los asistentes los cuales estaban convencidos, en su mayoría, que poseían una fonación correcta, asegurando desconocer como es la mecánica y funcionalidad vocal. Al finalizar la etapa evaluativa, se realizó el paralelismo entre ambos

exámenes, lo que permitió a los participantes reconocer cierta fatiga o cansancio en la voz, luego de terminar una jornada laboral frente a alumnos.

A partir de allí, fueron planteados los objetivos del trabajo en el curso-taller, con el fin de mejorar la calidad vocal de los asistentes.

Cabe aclarar que el trabajo de aplicación de planes de educación de la voz aplicados durante el taller, serán abordados en otra presentación; ya que en esta publicación, sólo se abordó la parte evaluativa y autoevaluativa del taller.

BIBLIOGRAFÍA

- Behlau M. (2013). *Voz o Livro do especialista*. (3ª ed.) Revinter.
- Bustos Sanchez, I. (1995). *Tratamiento de los problemas de la voz: nuevos enfoques*. CEPE Ciencias de la Educación Preescolar y Especial.
- Bustos Sánchez, I. (2012). La voz. La técnica y la expresión. Paidotribo.
- Le Huche, F. y Allali, A. (2003). *La voz. Anatomía y Fisiología de los órganos de la voz y del habla.* (2ª ed.). Masson.
- Mora Pino, K., Clavijo Rocha, F., Galdames Durán, S., Maya Molina, C. y Soto Galleguillos, V. (2018). Contexto Ocupacional, Abuso y Mal Uso Vocal en Profesores de la Ciudad de Iquique. *Ciencia & trabajo, 20*(62), 116-120. https://www.scielo.cl/pdf/cyt/v20n62/0718-2449-cyt-20-62-00116.pdf
- Núñez F., Moreno A. (2013). Abuso y Mal uso vocal: Valoración de la Incapacidad Vocal. En: Cobeta I., Nuñez F., Fernández S. (Coordinadores), *Patologia de la Voz.* Ponencia oficial Sociedad Española de Otorrinolaringología y Patoloogía Cérvico-Facial 2013, SEOP, Barcelona, España. https://seorl.net/PDF/ponencias%20oficiales/2013%20Patología%20de%20la%20voz.pdf
- Serra, S. (2017). *Manual para el bienestar de la voz. Antes, durante y después del trabajo.* Editorial Brujas.
- Torres Gallardo, B. (2013). La voz y nuestro cuerpo. Un análisis funcional. *Revista de Investigaciones en Técnica Vocal, Año 1,* (N° 1), 40 – 58. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/44777/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Verdolini, K., Ramig, L. (2001). Review: occupational risks for voice problems. Logoped Phoniatr Vocol. 26(1), 37-46. https://doi.org/10.1080/14015430119969
- Zampa, C., Silnik, A., Silva, M. y Gimenez, G. (2021). Estrategia pedagógica en la educación de la voz profesional. *Umbrales de la Comunicación* (1), 119 – 134. http://dptocomunicacion.unsl.edu.ar/index.php/umbrales/article/view/15

ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS, DE ENSEÑANZA Y DE APRENDIZAJE, APLICADAS A LAS ASIGNATURAS TALLER DE PERIODISMO GRÁFICO Y TALLER DE PERIODISMO RADIOFÓNICO DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN LUIS

Mariela Fernanda Di Genaro Suarez | Universidad Nacional de San Luis
mfsuar77@gmail.com

Analia Ivana Orozco | Universidad Nacional de San Luis
analiaorozco@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo constituye un avance de la investigación que estamos realizando en el marco de nuestras carreras de postgrado Especialización y Maestría en Educación Superior en relación a qué estrategias didácticas se aplican específicamente en nuestras asignaturas: Taller de Periodismo Gráfico y Taller de Periodismo Radiofónico de la Licenciatura en Periodismo de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis, teniendo en cuenta el avance tecnológico que se ha dado en la educación en general y en esta etapa de post pandemia, los docentes y estudiantes retornamos a las clases presenciales y en algunas oportunidades, a la bimodalidad cuando la situación así lo requiere.

Además, nos referiremos al uso de los espacios físicos para el desarrollo de los talleres.

En esta instancia del trabajo describiremos las estrategias didácticas, de enseñanza y de aprendizaje, a partir de autores como Mario Kaplún, Daniel Prieto Castillo y Paulo Freire entre otros, también relacionaremos el Aprendizaje significativo y el memorístico de David Ausubel, y la transposición didáctica de Yves Chevalard, conceptos desarrollados en los diferentes módulos de las carreras de postgrados mencionados anteriormente.

Consideramos importante plantear estrategias didácticas que contemplen los objetivos de Enseñanza-Aprendizaje, a partir de diversos métodos, los cuáles deben dirigirse a las necesidades particulares de cada asignatura, en nuestro caso, el Taller de Periodismo Gráfico y el Taller de Periodismo Radiofónico de la Licenciatura en Periodismo. Es por esto que los docentes debemos conocer para implementar una serie de actividades que les permitan a los estudiantes concretar dichos procesos, apoyados, por ejemplo, en los diversos recursos que ofrece la web.

Coincidimos en que los docentes debemos propiciar aprendizajes deseables que se den desde la planeación, la implementación y el seguimiento de las etapas como el currículo, la didáctica y la evaluación. Desde esta perspectiva se sintetiza el proceso de forma general para diseñar estrategias educativas. (Latorre Ramírez, 2014).

Palabras clave: Educación - Periodismo - Taller- Estrategias didácticas

El siguiente trabajo es un análisis descriptivo de las estrategias didácticas utilizadas en las asignaturas Taller de Periodismo Gráfico y Taller de Periodismo Radiofónico que se dictan en 2° año de la Licenciatura 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 como “taller”, teoría con prácticas en aula.

Para fundamentar este análisis, se presentan conceptualizaciones de diferentes autores que serán una primera aproximación para luego explorarlas en profundidad, en búsqueda de proponer nuevas posibilidades que permitan ampliar las estrategias educativas con las que se pueden producir los contenidos de diferentes formatos dentro del Taller de Periodismo Radiofónico y el Taller de Periodismo Gráfico.

ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS, DE APRENDIZAJE Y DE ENSEÑANZA

En este trabajo consideramos importante plantear estrategias didácticas que contemplen los objetivos de Enseñanza-Aprendizaje, a partir de los diversos métodos, los cuáles deben dirigirse a las necesidades particulares de cada asignatura, en nuestro caso, el Taller de Periodismo Radiofónico y Taller de Periodismo Gráfico de la Licenciatura en Periodismo. Es por esto que los docentes debemos conocer y emplear una multiplicidad de actividades que le permitan a los estudiantes concretar dichos procesos apoyados, por ejemplo, de los diversos recursos que ofrece la web y la tecnología.

Según Velasco y Mosquera (2010), “el concepto de estrategias didácticas se involucra con la selección de actividades y prácticas pedagógicas en diferentes momentos formativos, métodos y recursos en los procesos de Enseñanza - Aprendizaje.” (Velazco y Mosquera 2010, párr.1)

Las estrategias didácticas contemplan las estrategias de aprendizaje y las estrategias de enseñanza. Por esto, es importante definir cada una.

Las estrategias de aprendizaje consisten en un procedimiento o conjunto de pasos o habilidades que un estudiante adquiere y emplea de forma intencional como instrumento flexible para aprender significativamente y solucionar problemas y demandas académicas. Por su parte, las estrategias de enseñanza son todas aquellas ayudas planteadas por el docente, que se proporcionan al estudiante para facilitar un procesamiento más profundo de la información. (Díaz y Hernández, 1999)

En este sentido, la concepción de la enseñanza como un proceso incentivador del pensamiento y la construcción del conocimiento por parte de los estudiantes; la necesidad del docente de actuar sobre el conocimiento científico para transformarlo en objeto de enseñanza. El aprendizaje, entendido como un proceso reflexivo, en el cual no sólo se aprende un contenido sino maneras de aprender y pensar, mediante procesos interactivos individuales y grupales y el docente como profesional reflexivo, creativo con capacidad de recuperar el pensar del hacer. (Celman de Romero, 1989)

Siguiendo a Celman de Romero (1989) no se puede concebir a “la práctica” como algo separado de “la teoría”. Por el contrario, se entiende que se trata de un proceso único de conocimiento, enseñanza y aprendizaje, dentro del cual, temporalmente, podrán existir momentos en los cuales se enfatizan algunos aspectos más que otros. Una práctica despojada de valores, ideas y principios se transforma en un acto de conducta repetitivo y rígido, solamente capaz de adaptarse a situaciones idénticas a sí mismas. (Celman de Romero, 1989)

HERRAMIENTAS PEDAGÓGICAS Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Se entiende por herramienta pedagógica aquella acción que ejecuta el docente con la intención de facilitar la formación y el aprendizaje de las disciplinas en los estudiantes.

La acción docente aparece motivada por medio de la orientación y de la inducción, ésta tiene como objetivo dar al estudiante herramientas y pistas que le ayuden a desarrollar su propio proceso de aprendizaje, a la vez que reconoce sus dudas y sus necesidades. Ha de procurar el desarrollo de las capacidades; trabajo autónomo del estudiante; planificación del aprendizaje; relación conceptual/redes conceptuales. (Picardo, 2005)

Por otra parte, el recurso didáctico, puede ser cualquier material que se ha elaborado con la intención de facilitar al docente su función y a su vez la del estudiante. Entre las funciones que desarrollan los recursos didácticos encontramos: proporcionar información al estudiante; son una guía para los

aprendizajes, pues organizan la información que quiere transmitir y de esta manera se ofrece nuevos conocimientos al estudiante; favorece el desarrollo de habilidades. (Latorre Ramírez, 2014)

Otra función de los recursos didácticos está relacionada con la motivación ya que la estimula, la impulsa y crea el interés hacia el contenido del mismo, proporcionando un ambiente para la expresión del estudiante.

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En relación a la implementación se usan estrategias didácticas de acuerdo con las necesidades de formación y la planeación y se utilizan los recursos didácticos en su interacción educativa directa e indirecta y de esta forma se generan aprendizajes.

A continuación, mencionaremos cómo se pueden implementar específicamente las estrategias y actividades relacionadas con la radio que el equipo docente puede llevar a cabo junto a los estudiantes, a partir de una serie de recomendaciones de Latorre Ramírez (2014):

- Áreas de trabajo: para conocer los alcances específicos que encierra cada una, tanto en lo referente a contenidos, objetivos, se sugiere la formación de áreas de trabajo.
- La Producción General selecciona contenidos: el equipo fija el tema que constituye el eje del programa o actividad a desarrollar.
- Producción de contenidos: una vez seleccionados tema y subtemas puede inclinarse por distintos formatos, para la radio, entrevistas en vivo o grabadas, lectura y comentario de material bibliográfico y/o periodístico gráfico o digital (diarios, revistas, publicaciones, folletos), móvil de exteriores, guión para ser abordado por personajes, entre otros. Para la gráfica, noticias, crónicas, entrevistas, reportajes, géneros de opinión, notas de parrilla, para publicaciones periódicas, diarios, revistas y también para el periodismo gráfico digital de publicaciones on line. La creatividad aquí

también se pone en juego para salir de los formatos más convencionales y proponer nuevas alternativas radiofónicas.

- Locución/conducción: esta tarea se encarga de la presentación del programa, de los distintos bloques, y acompañamiento de cada segmento. La precisión en la dicción, el volumen de la voz y el estilo son determinantes a la hora de generar una actividad de estas para que sea un elemento atractivo para la audiencia.
- Móvil de exteriores: el móvil puede salir en vivo o producir material grabado para compartir posteriormente. Se trata de una ruta de navegación en la que se muestran contenidos y tiempos asignados a cada bloque. Para el Periodismo Gráfico, el cronista que sale a la calle a realizar la cobertura del tema para llevar la información del hecho a la redacción, donde se plasma el género para la gráfica. Se le asigna determinado tiempo para la cobertura y redacción del género, y además un cierto número de caracteres que debe tener el texto que ocupará un lugar específico en la página correspondiente.
- Presupuesto: el proyecto de producción, tanto radiofónico como gráfico, debe contemplar también una cotización de todos los gastos en que se incurrirá durante el proceso. El presupuesto se divide en dos partes: el presupuesto de producción se tiene en primer lugar los recursos humanos: las personas que están dispuestas a realizar el programa radiofónico o la publicación gráfica, director, productor, musicalizador, locutores, técnicos de grabación, guionistas, reporteros, asistentes, para el producto radiofónico, y también, productor, cronista, fotógrafo, redactor, etc, para el producto gráfico. Hay que agregar a lo anteriormente citado, el presupuesto para la pauta (radio) y espacio publicitario (gráfica). En el presupuesto de producción debe considerarse un rubro para los materiales que se usarán: (cintas de grabación, discos, papel, grabadoras, computadoras, máquinas de fotos, etc.)
- Planes de trabajo: son instrumentos para constituir las actividades por ejecutar en un periodo determinado. Al elaborar un plan de trabajo, se toma en cuenta el tiempo, los recursos disponibles (humanos, materiales y económicos) y los objetivos.

Y, por último, para la radio, Operación técnica: su responsabilidad es la emisión. Está a cargo de la consola. Desde la consola articula la salida de los canales de reproducción del sonido (micrófonos, PC, reproductores de audio). La función del operador incluye también el control de la calidad de la emisión: los volúmenes de salida, la ecualización y la edición digital. (Latorre Ramírez, 2014)

SEGUIMIENTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Por parte de los docentes: organizar los grupos de estudiantes; distribuir los roles; ubicar el espacio donde realizarán las prácticas, ya sea al interior de la institución o fuera de ella, para ambas asignaturas, y manejo de consola y equipos tecnológicos correspondientes para la asignatura radial.

Por parte de los estudiantes: elaboración de guiones radiofónicos para programas radiales y podcasts educativos, para la radio, y para ambas asignaturas, producir noticias, entrevistas y crónicas, a partir de las diferentes etapas de producción de cada formato; cobertura periodística sobre temáticas de interés seleccionadas por el equipo docente de cada asignatura.

Actividades de aprendizaje para programas radiofónicos educativos y podcasts educativos: obtener información sobre los temas que se trabajarán en los guiones; leer y seleccionar información de interés, organizándose de manera esquemática; clasificar la información de acuerdo a cada una de las etapas de los guiones radiales (Inicio – Desarrollo – Cierre); realizar una redacción clara, con un seguimiento de ideas.

Actividades de aprendizaje para entrevistas, crónicas y noticias radiofónicas y gráficas: buscar la información de interés público, acontecimientos de la actualidad, o pueden ser temáticas de tipo cultural, ambiental, tecnológica o de formación ciudadana, entre otras; contactar a los entrevistados pertinentes a las temáticas que se abordarán; elaborar de manera escrita la información respetando las estructuras de cada formato (entrevista, crónica y noticia). Para la

radio, se recomienda realizarlas de forma narrativa y motivacional; grabación de los formatos en el Estudio de Radio (tiempo promedio de la crónica entre 4 y 7 minutos y de la entrevista de Semblanza entre 8 y 12 minutos); proceso de edición y montaje de cada formato; presentación final de cada pieza radiofónica.

Para la gráfica, se recomienda, una vez hecha la cobertura del tema, obtenida de diversas fuentes, realizar la jerarquización de la información obtenida, ubicar cuál es el hecho noticioso, se decide el criterio de noticiabilidad que se empleará en el género, sobre todo si es noticia, y cómo se sesgará la información. Se selecciona el contenido, y se comienza con la redacción del género, se prevé una etapa previa de borrador, que permite una serie de correcciones para finalizar con la redacción definitiva, por última se produce la titulación, que puede tener todos los elementos (volanta, título y bajada).

En la asignatura Taller de Periodismo Gráfico, implementamos estos últimos años, el trabajo con tecnología, para producir un trabajo final en formato de género entrevista de tipo semblanza, para la cual se introduce al estudiante en el aprendizaje de algunos programas de diseño para diagramar una publicación, en dos modalidades posible, ya sea para imprimir o para leer desde la pantalla. En la pre pandemia, se trabajaba con InDesign, pero durante y luego de la pandemia al no contar con el aula de máquinas donde los alumnos y alumnas practicaban y realizaban los trabajos, comenzamos a trabajar con la aplicación Gravit y continuamos en la pospandemia con la misma; esta nueva práctica al día de hoy nos ha dado resultados satisfactorios.

En tanto, por lo anteriormente expuesto, es en el seguimiento donde se da el espacio para la reflexión de la implementación de estas estrategias y el uso de recursos didácticos, tomando como referentes las necesidades de formación, la planeación y los elementos teóricos y prescriptivos pertinentes. Además, se establecen indicadores de la efectividad de las estrategias y del uso de recursos didácticos para la generación de aprendizaje.

No podemos dejar de mencionar el concepto de Transposición didáctica, por el cual se modifica un contenido de saber para adaptarlo a su enseñanza. De esta manera, el saber sabio es transformado en saber enseñado, adecuado al nivel del

estudiante, llevado al aula. (Chevallard,1997). Sin dudas, desde la transposición didáctica encontramos la base para trabajar los saberes científicos de nuestras asignaturas y transformarlos en aquellos que nuestros estudiantes puedan incorporar desde las estrategias didácticas que los docentes les brindemos transformados en un saber capaz de ser enseñado. Además de llevar al alumno o alumna a construir su propio aprendizaje y dotarlo de significado. Es decir, lograr el aprendizaje significativo (Ausubel, 1968) que no se olvida y se mantiene en sus capacidades, diferenciándolo del aprendizaje memorístico que básicamente es el que se obtiene por repetición y no por una reflexión y comprensión y no se relaciona con conocimientos previos.

SEGUIMIENTO DE LA EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

En la etapa de evaluación se identifican las necesidades de evaluación de aprendizajes coherentes con el currículo y las situaciones educativas implementadas, se diseñan estrategias de evaluación acordes con el currículo y las situaciones educativas y crean indicadores de aprendizaje para evaluar la efectividad de la acción pedagógica en este caso, en el Taller de Periodismo Radiofónico y Taller de Periodismo Gráfico.

En la implementación se aplican estrategias de evaluación planeadas coherentes con las necesidades de evaluación y se identifican los aprendizajes alcanzados por los estudiantes en coherencia con las necesidades de aprendizaje. Para finalizar en la etapa de seguimiento se identifican fortalezas y debilidades de los procesos y estrategias de evaluación implementadas (metaevaluación). Por lo que se generan procesos de mejoramiento a partir de los procesos de metaevaluación, que además incorporan la autocorrección.

Por parte de los docentes: 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 estudiantes con las características de la acción didáctica a medida que se despliegan y avanzan las actividades de

enseñanza y aprendizaje. Desde ambas cátedras se pueden tomar decisiones que permitan mejorar la actividad docente para ayudar a los estudiantes y a su aprendizaje. Consideramos que también se da la Evaluación Sumativa cuando, por ejemplo, incorporamos un Integrador Final de la materia, ya que 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.

En ambas materias- talleres, también se realizan Evaluaciones Parciales en cuanto al momento en que se toman y 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 alumno o alumna ha sido capaz de incorporar los conceptos y comprenderlos para aplicarlos en la práctica, por ejemplo, se puede mencionar las diferentes etapas de pre-producción, producción y postproducción para la realización de un podcast educativo para la asignatura radiofónica y la realización de una entrevista de semblanza para publicación impresa o para la web, para la asignatura de periodismo gráfico..

Según el momento de aplicación, se considera la Evaluación Procesual, porque evaluamos al estudiante en el proceso. En Taller de Periodismo Gráfico, por ejemplo, se emplea el uso del "portfolio" como instrumento de evaluación, el equipo docente tiene como documento del alumno o alumna, un seguimiento de todos los trabajos realizados durante la cursada. En ambas asignaturas, el equipo docente corrige y ajusta lo que considere necesario para una mejora en el objeto que esté trabajando, en este caso, un producto comunicacional (podcast, guiones, entrevistas, crónicas, noticias, entre otros); 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.

Por parte de los estudiantes: por ejemplo, trabajar en las diferentes etapas mencionadas anteriormente (pre-producción, producción y postproducción) de los géneros y formatos seleccionados para la concreción de un producto comunicacional final integrador de las asignaturas.

Como conclusión, podemos señalar que tanto la radio como la gráfica, constituyen recursos tecnológicos y comunicacionales con importantes aplicaciones en el ámbito educativo, que al utilizarse como herramientas didácticas en los encuentros de saberes permite enriquecer el proceso de enseñanza y aprendizaje, como también propiciar experiencias formativas, interactivas (en el caso de la radio) y dinámicas. Además, el uso de estas disciplinas comunicacionales puede convertirse en fuente de motivación para los estudiantes de educación superior en función de hacer desarrollar en ellos la capacidad intelectual y personal, lo cual contribuye a la construcción de una sociedad comprometida con el desarrollo sustentable de la nación.

Es importante destacar, recordar y tener en cuenta que existen múltiples maneras de trabajar las diversas estrategias educativas y comunicacionales en busca "del otro", estrategias que presentamos en este trabajo y que continuaremos ampliando para implementarlas a través de la Radio Estudio online de la Facultad de Ciencias Humanas de la UNSL y en la Radio Taller Educativa online de la asignatura Taller de Periodismo Radiofónico, con el fin de difundir contenidos educativos, elaborados, producidos por los estudiantes, destinados a una audiencia, con el fin de dejar una enseñanza, un aprendizaje para ser aplicados a la vida cotidiana.

BIBLIOGRAFÍA

- Atorresi A. (1996). Los estudios semióticos. El caso de la crónica periodística. Prociencia – CONICET. Argentina. https://es.scribd.com/doc/33551107/Atorresi-Ana-Los-Estudios-Semioticos-El-Caso-de-La-Cronica-a
- Celman de Romero, S. (1989) La Tensión Teoría-práctica en La Educación Superior (Mimeo).

- Cobo Beltrán, J. y Cañizález Torres, P. (2016) La radio como recurso didáctico para la formación integral de los estudiantes de Educación Secundaria. Educación en Contexto, Vol. II, N° Especial. I Jornadas de Investigación e Innovación Educativa. "Hacía una 314 Educación de Calidad para el Desarrollo Integral del Ser Humano". Diciembre, 2016. ISSN 2477-9296.
- Chevallard, Y. (1997) La Transposición Didáctica. Del Saber Sabio al Saber Enseñado. Prefacio, Capítulos 1, 2, y 3. Posfacio. Editorial Aiqué, Buenos Aires.
- Halperín, J. (1995) La entrevista periodística. Intimidades de la conversación pública Editorial Aguilar.
- García, D. Salazar, R. Lombardi, G. Barrios, J. Krisch, C. y Mirabal, I. (2002). XXXIII Congreso de Fe y Alegría. "La Pedagogía de la Educación Popular en Fe y Alegría". Aportes del Instituto Radiofónico Fe y Alegría (IRFA) – Venezuela para la elaboración del Documento Base del Congreso.
- Gómez Mendoza, M. A. (2005) La Transposición Didáctica: Historia de un concepto Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (Colombia), vol. 1, núm. 1 julio-diciembre, pp. 83-115. Universidad de Caldas Manizales, Colombia. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=134116845006
- Kaplún, M. (1978). Producción de programas de radio. El guión- la realización, 1° ed. Quito, CIESPAL.
- Latorre Ramírez, V. E. (2014) Actividades y estrategias relacionadas con la radio como herramienta pedagógica en procesos de aprendizaje de estudiantes de una escuela de secundaria. Escuela en Graduados en Comunicación. Tecnológico de Monterrey.
- Leñero V. y Marín, C. (1986) Manual de Periodismo. Editorial Grijalbo. S. A.
- Mata, M. C. y Scarafia, S. (1993). Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico. Aler, Quito.
- Ministerio de Educación de la Nación. (2012) Material de trabajo para radios escolares. Comisión Nacional de Comunicaciones.
- Peppino Barale, A. M. (1999). Radio Educativa, Popular y Comunitaria en América Latina. Origen, evolución y perspectivas. Plaza y Valdés Editores.
- Perassi, Z. – Macchiarola, V. (2015) Trazos claves para la evaluación democrática de las carreras de profesorados en Argentina. Revista Argentina de Educación Superior. RAES ISNN 1852 – 8171 – Año 7 – Número 11 – Noviembre.

- Perassi, Z. Clases virtuales. Bloque II y III. Módulo: La problemática de la Evaluación Áulica 2020.
- Pons, R., Serrano, J. (2012). Hacia una evaluación constructivista de los aprendizajes escolares. Revista de evaluación educativa, 1 (1). http://revalue.mx/revista/index.php/revalue/issue/current
- Programa de la asignatura Taller de Periodismo Radiofónico (2022). Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional de San Luis.
- Programa de la asignatura Taller de Periodismo Gráfico (2022). Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional de San Luis.
- Prieto Castillo, D. (2006). La vida cotidiana en la pedagogía radiofónica. RNTC- Radio Santa María – Pontificia Universidad Madre y Maestra. Santiago de los Caballeros, República Dominicana.
- Rodrigo Alsina, M. (1989) La construcción de la noticia. Paidos Comunicación.
- Quiroga, A. (1996) Matrices de Aprendizaje. Constitución del Sujeto en el proceso de conocimiento. Cap. 1 “Proceso de conocimiento. Constitución del sujeto y el objeto de conocimiento. Su relación. El aprendizaje y sus vicisitudes. Ediciones Cinco. Buenos Aires. Argentina.
- Velazco, M. y Mosquera (2010). Estrategias Didácticas para el Aprendizaje Colaborativo. PAIEP. Consultado el 12 de abril de 2013, en: http://acreditacion.udistrital.edu.co/flexibilidad/estrategias_didacticas_aprendizaje_colaborativo.pdf
- Viera Torres, T. (2003). El aprendizaje verbal significativo de Ausubel. Algunas consideraciones desde el enfoque histórico cultural. Universidades, núm. 26, julio-diciembre. Unión de Universidades de América Latina y el Caribe Distrito Federal, Organismo Internacional.http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/12251/El_aprendizaje_significativo_en_las_principales_obras_de_David_Ausubel_lectura_desde_la_pedagogia.pdf?sequence=5&isAllowed=y

EXPERIENCIA DESENTONAR: SOCIOLOGÍA EN INSTAGRAM

Ana Paula Salman | Universidad Nacional de La Rioja
apaulasalman@gmail.com

Lujan Noel Juica | Universidad Nacional de La Rioja
lujanjuica@gmail.com

Maria Nazarena Gonzalez | Universidad Nacional de La Rioja
nazarenag24@gmail.com

INTRODUCCIÓN

La relación entre dos disciplinas en apariencia distantes como lo son la educación y la comunicación ha sido objeto de muchas discusiones y observaciones. El hecho de que los discursos mediáticos sean percibidos como "livianos" o incluso contrarios al rigor formativo que se le atribuye a las instituciones educativas, dificultó la comprensión de una relación necesaria e inevitable entre estas dos esferas. Las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han revolucionado las formas de comunicar y percibir el mundo circundante y a las demás personas.

Especialmente a partir de la Pandemia desatada en 2020 por el virus Covid-19, quedó en evidencia que las comunicaciones digitales atraviesan las subjetividades y cada una de las tareas cotidianas para resignificarlas y transformarlas. El mundo fue testigo de cómo la mayoría de las actividades

diarias migraron a la virtualidad, con los desafíos que esto implicó para las personas involucradas que en su mayoría se vieron forzadas a *alfabetizarse digitalmente*[132] o bien, se encuentran marginadas del sistema y posicionadas del otro lado de la brecha digital, ante la imposibilidad de conectarse por motivos técnicos, de género, socio-económicos, raciales, geográficos, entre otros. En este sentido, la estrecha relación tecnología-educación comunicación se puso de relieve sin abandonar por ello su complejidad.

En este contexto, desde la cátedra de Sociología de los Medios de Comunicación de la Licenciatura en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Rioja se propuso la creación de un perfil de Instagram de divulgación cuyo contenido esté a cargo de las y los estudiantes, bajo la premisa de una construcción colectiva del conocimiento sociológico.

El propósito es que la formulación del contenido reflexivo-académico profundice lo visto en clase y sea una ayuda para que las alumnas y los alumnos sean capaces de llevar las propuestas de autores clásicos y contemporáneos desde el aula universitaria hacia la comunidad, promoviendo una práctica reflexiva e invitando a la reflexión como sujetos sociales.

La propuesta se inscribe en una perspectiva *freireana* de la educación, a la que entiende como un proceso emancipador, que genera pensamiento y conciencia crítica, atendiendo a los cambios y desafíos que se presentan en el contexto sociocultural y que parte de las experiencias, conocimientos y prácticas del sujeto de aprendizaje (Moreno Castro et al, 2022). Esta perspectiva se aleja de la concepción tradicional de la educación, donde los educandos se parecen a frascos vacíos ansiosos de incorporar un contenido dictado por el docente-poseedor legítimo del saber. *A-lumnos* faltos de luz con la necesidad de ser iluminados, como propone Paula Sibilia (2012)

Desde la vivencia remota del cursado en el marco del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio impuesto por el Estado Nacional a raíz de la Pandemia de Covid-19, se observó una dificultad para llevar a cabo el espacio de prácticas con las mismas características que en la presencialidad debido a la imperiosa distancia física, los problemas de conexión y en general los niveles

132 Entendemos a la *alfabetización digital* como "un proceso complejo que implica una serie de competencias frente a las múltiples formas de lectura y escrituras que hoy conforman el mundo audiovisual e informático, en el marco de un espacio social digitalizado, hipermediatizado y transmedia" (Gómez, F.R., 2022, p 26).

de desmotivación e incertidumbre que el alumnado manifestó. Por otro lado, los discursos que el estudiantado proponía en torno a los contenidos teóricos resultaban de gran relevancia y calidad, ponían en juego no solo sus lecturas del mundo que les rodeaba sino su creatividad en los medios o formatos elegidos. Así, se elaboraron ensayos escritos y fotográficos, podcast e incluso *memes* que acompañaron la incorporación del conocimiento académico.

Por esto se consideró que-en el marco de los lazos entre la Universidad Pública y la Comunidad en la que está inserta- las producciones estudiantiles resultarían en un valioso aporte para la sociedad riojana en general. El desafío era llevar toda esa colección de producciones-y las nuevas que se gestaran- hacia fuera de las *paredes* de la institución educativa. Se entiende con Sibilia que estas paredes, aunque sigan existiendo físicamente, ya no recortan el tiempo y el espacio. Lo que pasa *dentro* de las paredes del aula también fluye al mismo tiempo por las redes, generando una transformación radical en las Universidades y escuelas que hoy se mantienen en una tensión entre dos modos de vida -paredes y redes-desfasados (Martín, M., 2018). La autora propone a su vez entender al sistema educativo como una maquinaria anticuada, puesto que se trata de una *tecnología* destinada a producir algo y que se está volviendo gradualmente incompatible con los cuerpos y subjetividades de la juventud presente que, sin embargo, encaja fácilmente con otra maquinaria muy distinta: los aparatos móviles de comunicación e información (Sibilia, 2012).

Para conciliar esta tensión se suscribe a una concepción colaborativa, participativa, creativa y transformadora de la *educomunicación* similar a la propuesta por Barbas Colosado, para quien tiene como finalidad la construcción y creación colectiva a través del intercambio simbólico y el flujo de significados (Núñez Lanzillotto, 2022) en los medios y códigos propuestos -en este caso- por el equipo de cátedra.

Se pensó en un perfil de Instagram por ser la red social más utilizada en la franja etaria del estudiantado (según relevamientos anteriores realizados desde la Cátedra y en el ámbito de la Carrera) y porque la administración del mismo implica una serie de competencias que forman parte de las que le corresponden a un profesional de la comunicación en el contexto presente: definición de nombres, estéticas, estilos de redacción, estrategias de

engagement e interacción, planificación de contenido, etc. Sin embargo, por estar su uso cotidiano mayormente vinculado al entretenimiento y a la socialización, representa un desafío para las y los estudiantes llevar adelante esta propuesta con tintes educativos.

La cuenta en la red social lleva el nombre de Desentonar: sociología desde las aulas (@desentonar_socio) y el contenido publicado es íntegramente desarrollado semana a semana por el alumnado. Dentro de los objetivos destaca la intención de construir un canal de divulgación sociológica que acerque a la comunidad universitaria y sociedad en general al conocimiento en la materia, y el fomento de una instancia de práctica pre profesional para los estudiantes de la cátedra en la gestión de redes sociales.

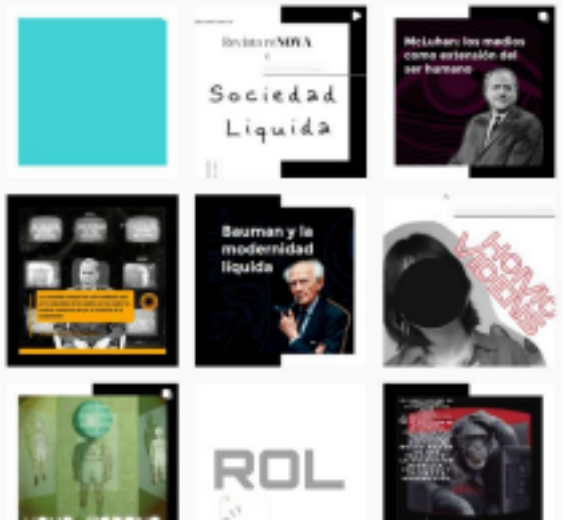
En la presente ponencia se expondrán los avances de esta experiencia en desarrollo, con el propósito de compartirlos con la comunidad académica para su enriquecimiento y difusión.

Palabras clave: Redes sociales – Educomunicación – Sociología

METODOLOGÍA

Durante el Ciclo Lectivo 2021 se realizó una experiencia piloto de lo que hoy es Desentonar. Promediando el cierre de cursado, se les propuso a las y los alumnos *traducir* algún concepto propuesto por un autor elegido de la currícula a los códigos de Instagram (esto es: darles formato visual, resumir el contenido, reemplazar vocabulario técnico por uno más accesible, etc). Se trató de una actividad puntual que no tuvo continuidad luego de la publicación del contenido. En esa instancia el grupo de estudiantes optó por utilizar una cuenta pre-existente de la red social que puede encontrarse como Revista reNOVA (@revrenova).

Perfil de Instagram donde se volcó el contenido en la experiencia piloto 2021. Revista reNOVA (@renrenova) recuperado el 9 de junio de 2022.



Captura del *feed* de Instagram donde se pueden apreciar las producciones de la experiencia piloto 2021. Revista reNOVA (@renrenova) recuperado el 9 de junio de 2022.

Luego de esta satisfactoria experiencia, el equipo de cátedra decidió repetirlo en el Ciclo Lectivo 2022 pero con un grado mayor de formalidad. Ya no se trataría de una acción aislada, sino que sería un espacio de producción de contenidos a cargo de las y los estudiantes desde el comienzo de año y continuando de manera simultánea al cursado.

La propuesta consistió en una iniciativa sin precedentes en el ámbito institucional de la Universidad Nacional de La Rioja, utilizada a modo de reservorio del conocimiento colectivo que siempre adopta las particularidades del grupo que lo lleva adelante. El propósito era crear un perfil *público* (visible para cualquier usuario o usuaria, según las políticas de la red social), activo en la frecuencia de su contenido, que busque por un lado acercar a la población al conocimiento sociológico pero que además acerque a futuros estudiantes a las producciones de la cátedra.

La experiencia Desentonar tiene los siguientes objetivos:

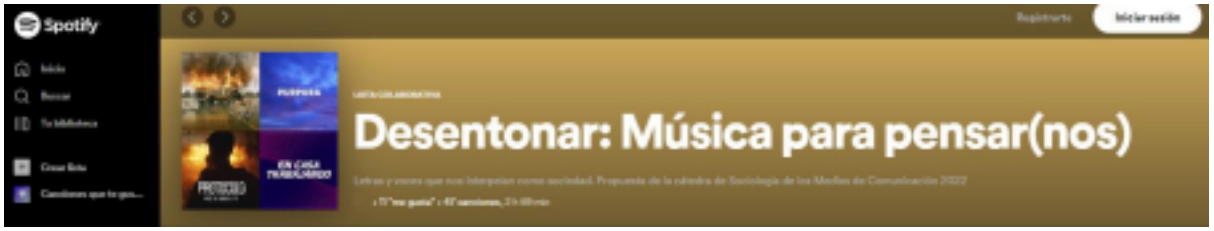
- Construir un canal de divulgación sociológica que acerque a la comunidad universitaria y riojana en general al conocimiento en la materia.
- Fomentar una instancia de práctica pre profesional para las y los

estudiantes de la cátedra en el manejo de redes sociales.

- Reforzar el conocimiento teórico aprendido en clase a través de una vinculación con la realidad social del país y la provincia en particular.
- Promover la reflexión crítica y consciente desde el lugar de sujetos sociales inmersos en un contexto sobre el que actúan.

El paso previo al surgimiento de la cuenta de Instagram fue la creación de una playlist musical homónima en *Spotify*[133], aprovechando la modalidad colaborativa que la plataforma ofrece (donde cualquier usuario o usuaria registrados pueden agregar a la lista de reproducción la música o podcast que consideren pertinentes). Se trata de una lista con canciones de cualquier época, género e idioma que hablan y cuestionan a la sociedad. El propósito es motivar la reflexión crítica sobre los propios consumos culturales, además de incorporar el elemento musical para el disfrute durante las clases. En algunas oportunidades también el enriquecimiento de esta playlist se vinculó con contenidos teóricos de la cátedra.

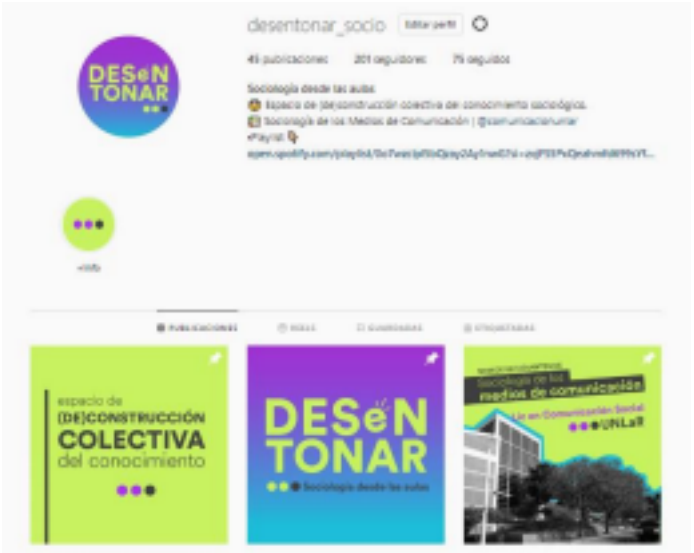
En un sentido musical, entonar es una virtud. Desde una mirada sociológica, se cree que lo positivo es precisamente *des-entonar*, de allí proviene el nombre de esta experiencia, de cuestionar lo establecido y permitir la (de) construcción del conocimiento colectivo.



Captura de la playlist musical colaborativa creada por la cátedra de Sociología de los Medios de Comunicación, disponible en la plataforma Spotify. Recuperado el 10 de septiembre de 2022.

[133] Según Wikipedia *Spotify* es una empresa de servicios multimedia sueca fundada en 2006, cuyo producto es la aplicación homónima empleada para la reproducción de música vía streaming. La plataforma ofrece música grabada y podcasts digitales restringidos por derechos de autor que incluyen más de 82 millones de canciones, de sellos discográficos y compañías de medios. Recuperado el 10 de septiembre de 2022 de https://es.wikipedia.org/wiki/Spotify

Bajo la misma denominación se creó la cuenta de Instagram, vinculada a un correo institucional, y se definió una estética que le fue propuesta a las y los estudiantes. El grupo eligió adoptarla y mantenerla como directriz para el diseño de las publicaciones futuras. Asimismo, desde la cátedra se proporcionó un manual de uso y aplicación de los recursos visuales para conservar la armonía, donde se incluyó además una tipografía determinada, códigos de color, tamaños de formatos óptimos e información sobre la modalidad de generación del contenido.



Captura del *feed* del perfil de Instagram donde se puede apreciar la propuesta estética junto con la descripción disponible. Desentonar: sociología desde las aulas (@desentonar_socio). Recuperado el 10 de septiembre de 2022.

Las exigencias de respeto a colores, tipografía y tamaños obedecen a un objetivo de visibilización en la red social, que permita a la cuenta alcanzar públicos interesados y mostrar el contenido generado. Aunque se suscriba a la idea de la libre creación como mecanismo de expresión, en la práctica se imponen ciertas reglas de la plataforma que deben cumplirse para evitar las sanciones que en ocasiones imparte, en el más grave de los casos, o al menos para evitar la penalización del usuario seguidor que tiene la posibilidad de

denunciar o reportar contenido o simplemente ignorarlo al *scrollear*[134]. Una de estas reglas es la adecuación de las imágenes/videos a formatos pre-establecidos: imágenes cuadradas para el *feed*[135], imágenes verticales para *stories,* límites temporales de hasta sesenta segundos para la pestaña de *reels*, o videos cortos con la que cuenta Instagram. La adopción de esta normativa se decide a los fines de la continuidad en la red social y de la visibilidad de lo generado en ella.

GENERACIÓN DEL CONTENIDO

A los fines de una creación organizada y dinámica del contenido se dispuso la división del grupo de estudiantes en duplas o tríos que se encargan de manera rotativa semana a semana de la producción de una cantidad determinada de posteos para *feed* y para *stories*, según una calendarización provista por la cátedra. Por otro lado, la tarea de publicación le corresponde a un grupo reducido de estudiantes que manifestaron interés por desempeñarse en el rol de *community managers*, para lo cual deben coordinar con el resto de sus compañeras y compañeros.

La difusión de la cuenta y la estrategia para sumar cuentas seguidoras es tarea del grupo de estudiantes, que así mismo debe acordar una serie de criterios estéticos que unifiquen el contenido a publicar semana a semana según sus habilidades creativas. En este sentido y contemplando en términos *freireanos* la base de los conocimientos y habilidades con los que cuentan las y los estudiantes, se les dio libertad para que utilicen los recursos visuales que tengan a disposición sin parámetros de corrección. Podía tratarse de fotografías propias, imágenes de stock o de autoría ajena (ante lo que se exigía la atribución), e incluso diseños que pudiesen realizar con cualquier software si así lo deseaban y estaba en sus posibilidades. Para el caso de los textos se

[134] Según la web de BBVA se trata de la "acción de mover verticalmente el dedo por la pantalla con un toque rápido para avanzar a lo largo de un documento o de lo que se muestra en un determinado momento en el dispositivo". Podríamos decir que se trata de una versión internauta del término *zapping* que en lugar de tener a la TV como protagonista, tiene a las redes sociales. Recuperado el 11 de septiembre de 2022 de https://www.bbva.com/es/dirias-espanol-correcto-scroll/

[135] Con la palabra *feed* nos referimos a una suerte de "tablero" que muestra las publicaciones de una cuenta ordenadas de manera cronológica y que está disponible al visitar el perfil de dicha cuenta. No desaparece a menos que el propio usuario decida eliminar o *archivar* el contenido. Se distingue del formato *stories* o "historias" que tienen una duración de veinticuatro horas y el propósito principal de promover la interacción con las cuentas seguidoras.

sugiere la redacción propia parafraseando a autores y autoras estudiados en clase, y en caso de emplear citas directas se resaltaba la obligatoriedad de atribuir a quien correspondan las palabras o artículos mencionados. Como profesionales de la comunicación en formación se consideró pertinente la valoración de la propiedad intelectual.

El contenido creado semana a semana debe tener vinculación con lo visto en la última clase, pueden incluirse relaciones con temas anteriores, asuntos de discusión pública, con otros autores o autoras que no sean parte de la cátedra (siempre que sean pertinentes). Se recomienda la incorporación de sugerencias audiovisuales, musicales, podcast, otras cuentas de IG, etc., siempre que se conserve la relevancia, pertinencia y ubicuidad. Estos últimos aspectos son los únicos criterios válidos de una revisión previa que realiza el equipo de cátedra a fin de que no se afecte la institucionalidad del perfil. A continuación, la propuesta de cada dupla o trío creador se publica y resulta visible para cualquier usuario o usuaria de Instagram y es en donde intervienen las propuestas de interacción generadas por el estudiantado en relación a la temática.

Luego del proceso de publicación, cada semana al inicio de la clase se realiza una pequeña devolución a la dupla creadora y al grupo en general, desde la cual se promoverá el intercambio constructivo para mejorar la experiencia. El contenido se evalúa teniendo en cuenta una serie de parámetros cualitativos: Relación con el contenido teórico / Pertinencia y variedad de los recursos empleados /Estrategia de interacción propuesta /Adaptación del contenido teórico a la plataforma /Reflexión sobre la propuesta de los autores/Cumplimiento de los plazos y cantidades mínimas.

Al momento de presentarse esta ponencia cada estudiante tuvo la posibilidad de crear contenido para Desentonar en al menos dos oportunidades, y son varios los contenidos que generaron repercusión dentro de la comunidad seguidora de Desentonar por su originalidad y relación con temáticas de interés de las y los jóvenes y de los públicos en general.

Portada de algunos de los posteos más relevantes en relación a temáticas de la actualidad. El criterio es representativo y de ningún modo abarcativo de la totalidad. Desentonar: sociología desde las aulas (@desentonar_socio). Recuperado el 10 de septiembre de 2022

Desentonar en primera persona

Por tratarse de una experiencia en desarrollo y que comparte la premisa de la construcción colectiva, la metodología inicial se mantuvo permeable a los desafíos, sugerencias y oportunidades que se advirtieran tanto desde el equipo de cátedra como sobre todo desde el estudiantado. En reiteradas oportunidades se puso la experiencia a consideración del grupo de alumnos para recibir una retroalimentación y que tuvieran la oportunidad de manifestar cómo se sentían siendo parte de Desentonar. Promediando la mitad de la cursada se les consultó cuál fue el aspecto que más les gustó de la cátedra, a lo que respondieron:

- *Estudiante G: Las clases, las catársis, Desentonar me encanta, es una experiencia única.*
- *Est H: Lo que más me gusta de la cursada en teoría es Althusser y Durkheim. En la práctica me encanta el perfil de IG y la playlist*

Al consultarles sobre los aportes que crean necesarios para la cátedra, algunas de las respuestas obtenidas fueron:

- *Est A: Me gustó la idea de reflexiones y utilizar mejor las herramientas de IG, creo que eso nos ayudará a explotar el algoritmo.*
- *Est H: Respetar la colorimetría y guía de IG. Seguir utilizando la playlist de Spotify. Creación de videos para interacción.*

La página fue creada para poder dar a conocer a la comunidad en general las teorías y que resulten un poco más amigables para su aprendizaje por parte del estudiantado, considerando que al incorporar los conocimientos suele costar lo teórico propio de una cátedra como Sociología de los Medios de Comunicación. Por ello el perfil fue creado para dar ejemplos, reflexiones y que resulte más dinámico.

Desde el comienzo, las y los estudiantes que se encargaron de la tarea de *community managers* manifestaron "luchar" contra el *algoritmo* que tuvieron que potenciar semana a semana, ya que Instagram es una red social que se caracteriza por imponer cambios de manera frecuente y uno de los problemas con los que se enfrentó el grupo era el poco alcance de las publicaciones. Se decidió en conjunto entre la cátedra y el grupo adoptar estrategias de mayor esfuerzo, dando más difusión a la cuenta y buscando solucionar el inconveniente. Uno de los cambios impuestos, fue la exigencia de que al menos una de las publicaciones semanales tenga el formato de *reels*, lo que promovió también una iniciativa de las y los estudiantes de mostrar-se ante la cámara y hablar en primera persona de los contenidos y sus propuestas.

Luego también se incorporó el pedido expreso de publicaciones que reflejen reflexiones personales, y recomendaciones artísticas que podían incluír series televisivas o de *streaming*, películas, lecturas, canciones, podcasts, etc. A partir de lo expuesto, se observa una evolución con respecto al comienzo-donde el

contenido de la cuenta se limitó a reproducir las teorías- para ahora llevar las publicaciones a la práctica y aplicarlas en cualquier ámbito, generando un debate y un cuestionamiento de las y los estudiantes a sí mismos y a la sociedad en general.

Cada alumno y alumna proponen alguna actividad diferente. Resulta en un reto para la dupla o el trío generador del contenido semanal, ya que impulsa la creatividad a la hora de armar las publicaciones, brindándole con ello un especial "cariño" a "*nuestro*" perfil (tal como lo expresa el propio grupo de estudiantes). El sentido de pertenencia e identificación con sus propias producciones y las de sus pares es un aspecto que se incentiva desde la cátedra al estimular vinculaciones con temas que se conoce que son de interés para cada subjetividad, por ejemplo.

La permanente evolución y aprendizaje son dos características que comparten quienes forman parte de la experiencia Desentonar, enriqueciendo cada publicación y buscando su progreso, aún siendo conscientes de que siempre va a resultar un desafío la creatividad de poder reflejar la teoría del autor seleccionado de la semana en contenido *atractivo* para la red social.

Portada de una publicación en formato *reel* que vincula fragmentos de la saga *Shrek* de Dreamworks con la Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas. Desentonar: sociología desde las aulas (@desentonar_socio). Recuperado el 10 de septiembre de 2022

ANÁLISIS DE DATOS

Para complementar esta experiencia en curso, se consultó a tres grupos de personas con características diferentes sobre distintos aspectos del fenómeno:

- Grupo 1: jóvenes de entre 18 y 25 años que sean usuarias o usuarios de redes sociales.
- Grupo 2: cuentas seguidoras de Desentonar: sociología desde las aulas.
- Grupo 3: estudiantes de Sociología de los Medios de Comunicación que forman parte de la experiencia Desentonar en el ciclo lectivo 2022.

En todos los casos, las encuestas se realizaron mediante Formularios de Google cuyo enlace se puso a disposición de quienes deseen responder en las cuentas personales de miembros del equipo de cátedra (para el grupo 1), la propia cuenta @desentonar_socio (para el grupo 2) y en el caso del grupo 3 se envió mediante Whatsapp, que es la vía de contacto más frecuente entre el equipo de cátedra y el estudiantado.

En el caso del grupo 1, la enorme mayoría de los casos (21 de 22) señalaron a Whatsapp y a Instagram como las redes sociales que más utilizan. Con esto se confirma que Instagram es la red social de mayor uso entre jóvenes en edad universitaria como quienes llevan adelante la experiencia Desentonar, por lo tanto se presupone el conocimiento que tienen las y los estudiantes sobre el funcionamiento y los códigos propios de la red social.

La mayoría de los casos reconoce utilizar sus RRSS más de 3 horas diarias (16 de 22 casos) y entre las finalidades de uso más mencionadas se encuentran el humor entretenimiento con el consumo de memes (20 de 22 casos) y la opción de estudio/trabajo (20 de 22 casos). En cuanto a los usos educativos que pueden tener las RRSS, se observa que la mayoría menciona usos que implican una actitud pasiva en el proceso de aprendizaje donde se consume un contenido explicativo de interés (por ej. Tutoriales) Se comparten las siguientes respuestas a modo ilustrativo:

- *Lo que se te ocurra, desde una charla de filosofía hasta un tutorial de armado de pc.*
- *Informarse sobre historia, noticias, utilizarlas para googlear temas*

universitarios.

- *Facilidad de acceso a material didáctico en temas de interés, acoplar contenido de RRSS al material de estudio de distintos centros educativos, academias, colegios, etc.*
- *Clases online, grupos de WhatsApp de la clase para debatir y compartir apuntes, imágenes, grabaciones, etc.*

Con respecto al grupo 2, la totalidad de los casos respondieron que llegaron al perfil de Desentonar por cercanía con la carrera, mientras que se destaca la relevancia del contenido como motivación principal para la decisión de *seguir* la cuenta. Sobre el tipo de contenidos que más llaman su atención, respondieron:

- *La relación teoría de los autores con la realidad actual*
- *Los ejemplos!, la forma de ejemplificar los temas es increíble. Es el método que uso para comprender fácilmente aquellos contenidos que se me hacen complicados, y es muy agradable ver que lo implementen tanto. Por otro lado, me llama mucho la atención el apartado de recomendaciones audiovisuales que ofrecen en ciertas ocasiones. Aporta y entretiene, y evita la sobre-información.*

Con respecto al grupo 3, aspectos como la creatividad y el ponerse de acuerdo para elaborar el contenido, junto con la falta de recursos técnicos son los que aparecen como las principales dificultades al momento de crear contenido. Por otro lado, la preocupación por la notoriedad del contenido, es decir que resulte atractivo para las cuentas seguidoras, aparece mayormente mencionada (4 de 5 casos) como aspecto desafiante del uso educativo de las RRSS. En la totalidad de los casos se admite la percepción de cambios en el contenido de la cuenta desde su inicio en abril de 2022, que se describen como *positivos*.

- *Están siendo muy dinámicas las publicaciones y reels...*
- *Si, cambios en el contenido, no solo dar teorías tal cuál sino mostrarles cómo se relaciona tal teoria en la sociedad.*
- *Si! Mejor estética y mejor redacción en el contenido.*

La presencia tácita de otro al que se dirige el mensaje en el perfil de

Desentonar resulta notoria en la totalidad de las respuestas.

PROYECCIÓN Y CONCLUSIÓN

Luego de lo expuesto y alcanzando este punto, retomamos el concepto de Educomunicación propuesto por Barbas Colosado entendiendo que Desentonar constituye para las y los estudiantes una experiencia colaborativa, participativa, creativa y transformadora mediante la construcción y creación colectiva del conocimiento a través del intercambio simbólico y el flujo de significados en los medios y códigos propuestos -en este caso- Instagram.

La propuesta ha alcanzado en el presente un nivel de reconocimiento especialmente dentro de la propia carrera y de la comunidad universitaria riojana. La expectativa del estudiantado futuro se hizo presente a través de diferentes comentarios. El propósito de significar una instancia de práctica pre-profesional para las y los estudiantes, se materializó en los esfuerzos volcados hasta ahora (y que son visibles en el perfil), en particular en la puesta en práctica de una serie de habilidades socio-técnicas, creativas y comunicacionales que les permiten llevar teorías sociológicas clásicas y contemporáneas al dinamismo y fugacidad de una red social contemplando factores estéticos y estratégicos.

Desentonar es un espacio abierto para quien desee colaborar en él, se nutre del aporte y del conocimiento individual y colectivo de quienes están pasando por la Cátedra de Sociología de los Medios de Comunicación, y se nutrirá de quienes estén próximos a llegar a las aulas. Se entiende la idea de espacio abierto en el más amplio de los sentidos, una cuenta que va a permanecer y quedar disponible para la consulta, la revisión, la discusión y la construcción permanentes.

Se trata de una forma de reafirmar la convicción de la comunicación colectiva, responsable y en *red* como transformadora de la educación, poniéndola a la altura del reclamo insistente de los cuerpos y las subjetividades a las que hoy les urge *encontrarse* en sintonía con los procesos de aprendizaje que no conocen de *muros* y que se extienden a lo ancho del mundo, desafiando las temporalidades y locaciones, para transformarlo.

BIBLIOGRAFÍA

- Martín, M. (20 de abril de 2018). *Paula Sibilia:* "Las paredes no tienen la misma eficacia de recortar tiempo y espacio". *Educación y TIC. Universidad Nacional de La Plata*. https://www.ead.unlp.edu.ar/blog/paula-sibilia-las paredes-no-tienen-la-misma-eficacia-de-recortar-tiempo-y-espacio/
- Moreno Castro, L., Gómez, F. y Núñez Lanzilloto, A. (2022). *Educomunicación para formadores: Un abordaje desde la alfabetización digital para la construcción de ciudadanía*. Universidad Nacional de La Rioja.
- Sibilia, P. (2012) *Redes o paredes: la escuela en tiempos de dispersión.* Tinta Fresca.

ESTRATEGIA PEDAGÓGICA TRANSDISCIPLINAR EN LA CÁTEDRA DE DISEÑO MULTIMEDIAL EN EL CINCUENTENARIO DE LA UNLZ

Nestor Sebastian Violante Universidad Nacional de Lomas de Zamora
nsv.uni@gmail.com

Jessica Mabel Laurent | Universidad Nacional de Lomas de Zamora
jessicalaurent@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El presente artículo propone articular miradas de docentes e investigadores de distintas disciplinas, sobre un trabajo concreto realizado por los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Publicidad, de la materia Diseño Multimedial, de la Facultad de Ciencias Sociales, de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

El concepto de transdisciplina favorece al enriquecimiento de la estrategia pedagógica y comunicacional. Basarab Nicolescu (1996) retoma en su obra el concepto de Transdisciplinariedad, un término que surge en la década del '60. Este término se utilizó principalmente en el campo de la enseñanza para expresar "la necesidad de una feliz transgresión de las fronteras entre las disciplinas, de una superación de la pluri y de la interdisciplinariedad" (Pérez Matos & Setién Quesada, 2008, pp. 15-16). Resulta de interés recalcar la propuesta de la acepción de la transdisciplinariedad como un ir "más allá" de las disciplinas. Nicolescu propuso la inclusión del significado "más allá de las disciplinas" en 1985 y desarrolló esta idea durante los años siguientes en artículos, libros y documentos oficiales internacionales. A continuación se relatará parte de la experiencia

desarrollada en la cátedra durante el primer cuatrimestre del año 2022, con motivo del acontecimiento del cincuentenario de la universidad.

Palabras clave: educación, complejidad, transdisciplina

METODOLOGÍA APLICADA EN LA CÁTEDRA DE DISEÑO MULTIMEDIAL

El primer paso implementado en esta propuesta didáctica se basa en el acercamiento de las y los estudiantes a contenidos académicos y los campos disciplinares de comunicación publicitaria actualizados. La asignatura corresponde al ciclo de la Licenciatura de la Carrera de Publicidad y hemos constatado que las y los estudiantes en general no han tenido contacto con el campo académico de la investigación ni han accedido a literatura académica sobre casi ningún aspecto relacionado a la publicidad como campo de estudio.

Esta actividad constituye un primer desafío para las y los estudiantes, quienes se enfrentan a la búsqueda, lectura, y selección de información sobre un tema en particular: en esta oportunidad, del cincuentenario de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Cada uno de los grupos de estudiantes trabaja con el siguiente punteo:

1. Investigación en profundidad sobre la temática en cuestión
2. Construcción de un *brief*
3. Identificación de un concepto general de campaña
4. Definición de un partido gráfico que acompañe a cada pieza del proyecto. 5. *Concept Board*
6. Video del caso como propuesta integral de campaña
7. Creación gráficas para vía pública que conjugan elementos, colores, tipografía y *layout*
8. Creación de redes sociales y piezas a medida para cada una de ellas
9. Relato transmedia
10. Spot radial

11. Spot Audiovisual
12.Infografía y Realidad aumentada
13.Sitio *web* integrador o *landing page*
14.Propuesta de extensión

Se convocó a docentes de diferentes cátedras de diferentes carreras y a través de la tecnología de Google *Forms* se presentaron cada uno de los videos de

caso resumen de las propuestas de campaña de cada uno de los grupos con el propósito de que cada docente pudiera generar una devolución desde la disciplina en la que se desempeña o desarrolla sus cursadas. Este aporte, sin lugar a dudas, permite a las y los estudiantes comprender la importancia de un trabajo en equipo y enriquece la experiencia de creación de las campañas.

En la cursada de 25 estudiantes, se agruparon de a 5 en cinco grupos. La misión de cada uno de ellos fue pensar un concepto diferencial sobre la universidad, o en su defecto, sobre cada una de sus facultades. Este concepto inicial es lo que diferenciará una campaña de la otra, dado que el objetivo de cada grupo estará determinado por ese concepto. Esta etapa suele conllevar tiempo, principalmente, de investigación: lectura de material, búsqueda en redes, observación participante, encuestas y entrevistas a otros estudiantes, docentes y no docentes de la institución. Una vez definido este concepto, el grupo deberá hallar (lo que denominamos desde la cátedra Comunicación Visual y Diseño Multimedial) un concepto creativo (Tsuji et al., 2019). Este remite al camino creativo que funcionará como articulador entre el concepto y las ideas finales.

En la práctica, es usual que en un principio suceda que varios grupos coincidan en un mismo aspecto. Sin embargo, una investigación intensiva sumado a un acompañamiento adecuado, debería orientar a cada grupo a centrarse en un aspecto específico del "producto". Tener ese aspecto claro, acerca a los estudiantes a pensar en un elemento diferencial; en *marketing* se lo denominaría ventaja competitiva o también Propuesta Única de Venta.

El producto final en esta instancia consta de un video de entre uno y dos minutos, que, generalmente, cuenta "el problema" o causa que motiva la campaña y luego desarrolla una solución basada en una estrategia creativa.

De los cinco grupos, cuatro llegaron a presentar en tiempo y forma, lo que la cátedra consideró como trabajo a nivel. El quinto, llegó a presentarlo en forma fuera del tiempo pautado, por lo que no pudo formar parte directamente de la experiencia.

A continuación se pueden revisar los diferentes trabajos:
FASE 1

GRUPO 1 - NUESTRA ESENCIA UNLZ - 50 Años

GRUPO 3 - PERTENENCIA UNLZ - 50 Años

4

GRUPO 4 - COMPROMISO UNLZ - 50 Años

GRUPO 5 - PLURALIDAD UNLZ - 50 Años

5

Se confeccionó una encuesta con seis ítems. Tres de ellos relacionados a los datos personales y de formación del docente, y los otros tres, enfocados sobre los videos de las y los estudiantes.

Se solicitó colaboración a diferentes docentes y directivos de diversas cátedras / disciplinas y universidades, para que completaran de acuerdo a sus competencias. La encuesta se encabezó de la siguiente forma:

- Presentación de propuesta "50 años UNLZ"

En primer lugar, muchas gracias por formar parte de este trabajo.

A continuación se encontrará con 4 videos (de un minuto de duración cada uno) realizados por estudiantes de la materia Diseño Multimedial de la Carrera de Publicidad | UNLZ. Cada uno de los videos presenta una propuesta de campaña multimedial con motivo de los 50 años de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Son trabajos en proceso, por lo cual le pedimos por favor que realice alguna observación por cada uno de ellos desde su campo / disciplina o formación (lo que considere más pertinente). Sus comentarios serán fundamentales para enriquecer la campaña integral final y consecuentemente la formación de los estudiantes.

Se solicitaron los siguientes datos:

● Nombre y apellido

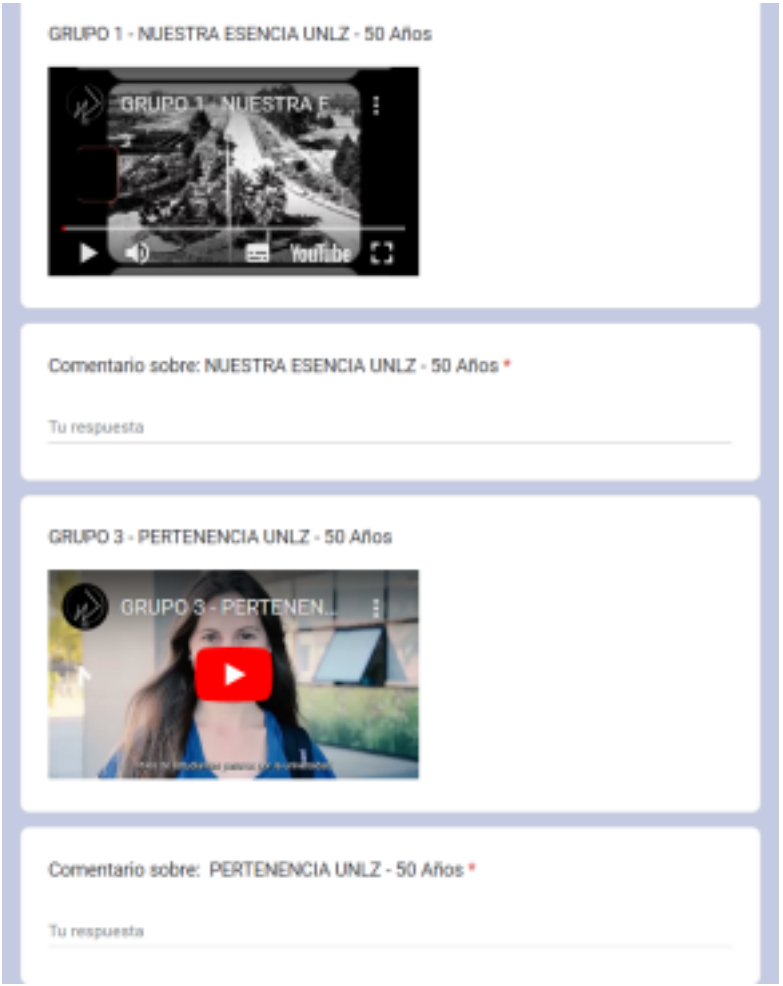
● Formación académica principal

● Área de experiencia profesional

Se mostró cada de los videos de los grupos y se dejó un espacio para comentarios alusivos.

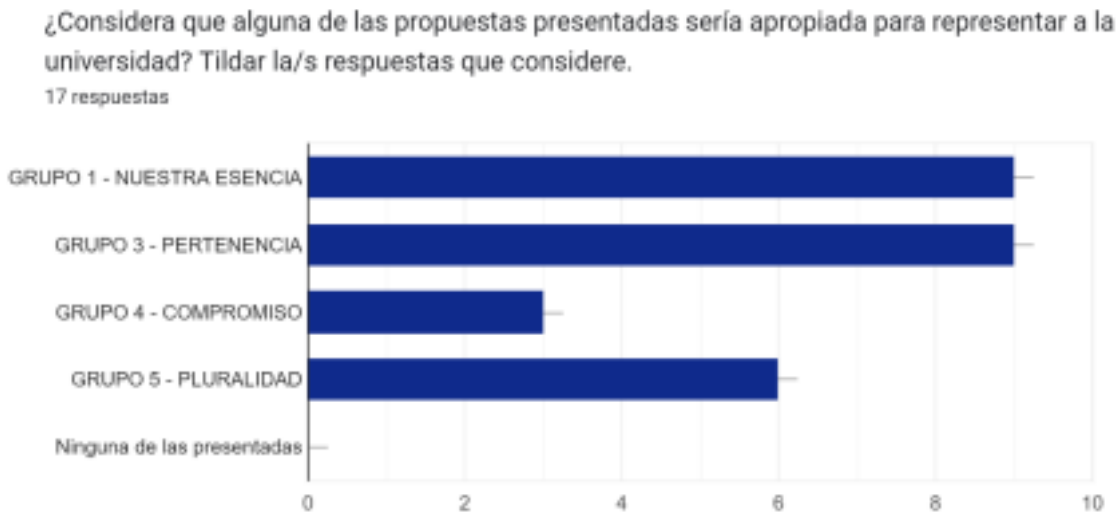
Finalmente se planteó la siguiente pregunta:

- ¿Considera que alguna de las propuestas presentadas sería apropiada para representar a la universidad? Tildar la/s respuestas que considere.



Participaron de esta experiencia 17 profesionales de las siguientes disciplinas:

- Comunicación - Educación
- Relaciones Públicas
- Comunicación
- Ingeniería mecatrónica
- Periodismo
- Creatividad publicitaria
- Ingeniería eléctrica
- Redacción creativa
- Comunicación Visual
- 7
    - Diseño audiovisual
    - Letras
    - Semiótica
- Tecnologías de la información



Dados los resultados, y de acuerdo a lo acordado con los estudiantes, se procedió a la selección de dos de las cinco campañas, formando dos grupos entre los 25 estudiantes.

El nuevo objetivo de cada uno de los dos grupos fue organizarse para llevar a cabo el desarrollo de la campaña integral, teniendo en consideración los comentarios de los docentes que participaron de la encuesta.

A continuación, podrá verse el video que resume las acciones de cada una de las dos campañas realizadas.

FASE 2

Campaña Integral | Nuestra esencia

Campaña Integral | Todos los caminos conducen a Lomas

9

Una de las acciones fue la creación de las redes sociales. Se tuvo que contemplar que se estaban trabajando con cuentas que podrían confundirse con las institucionales de la universidad, por lo cual se intentó destacar que se trataba de cuentas 'no oficiales' administradas por estudiantes de la cátedra de Diseño Multimedial. También se cuidó el contenido y el tono de la comunicación, por tratarse de una institución nacional educativa.

Las redes elegidas fueron: Facebook, Instagram, Twitter y TikTok; se crearon *Reels*, publicaciones, filtros, *stories*.

- Landing Page. Este micro sitio permitió integrar diferentes piezas en un solo lugar, presentando contenidos y también información relevante en un solo click
- Spot TV, pensado tanto para compartir en las pantallas de la misma universidad, como para compartir a través de las redes sociales, Youtube.
- Vía pública. Permite una segmentación muy puntual de acuerdo a la zona geográfica.
- Entre otras acciones, se llevó a cabo la creación de un podcast y fue subido tanto a Youtube como a Spotify.
- Acciones BTL. (below the line) Se pensaron diferentes acciones como la

impresión de stickers que fueron pegados en diferentes puntos de la ciudad.

CONCLUSIONES

Tal como se relató en líneas arriba, se ha realizado una experiencia de ofrecer miradas de docentes e investigadores de distintas disciplinas, sobre un trabajo concreto realizado por los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Publicidad, de la materia Diseño Multimedial, de la Facultad de Ciencias Sociales, de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

Los comentarios realizados por las y los docentes de las diferentes disciplinas, brindaron indiscutiblemente aportes que contribuyeron al proceso de mejora de este trabajo final, facilitaron que las y los estudiantes tuvieran en cuenta otros aspectos, como por ejemplo, teóricos, visuales, técnicos y semiológicos; que abrieron nuevos disparadores para el camino que debían seguir.

Respecto a los distintos enfoques sobre cuestiones particulares de un mismo trabajo, algunos comentarios dejaron en evidencia, que independientemente de la disciplina dominada por las y los docentes, siempre existirá un grado de subjetividad que en la vida profesional hay que contemplar a la hora de trabajar con comitentes reales. Por ejemplo, en la campaña que tomó la esencia como concepto, desde una docente de semiología se observó que encarar la esencia como algo que no cambia es reduccionista; mientras que, desde la mirada de una docente de periodismo, se valoró que en un contexto en el que, supuestamente, todo cambia todo el tiempo, se utilizara a la esencia desde lo que perdura como una excelente herramienta discursiva.

Esto implica que las y los estudiantes, tengan que estar preparados en la teoría y las diferentes técnicas, para realizar aquellos cambios que consideren verdaderamente pertinentes y, relegar otros, que no se consideren por distintos motivos, como un aporte significativo a tener en cuenta en la mejora de su

trabajo. Entre estas competencias y bagajes teóricos y técnicos que tienen que dominar, se incluye una amplia investigación sobre la problemática o temática a tratar y también la comprensión del mensaje y los objetivos, los cuales deben presentar claridad a la hora de encarar una campaña de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Boisot, M. (1975). Disciplina e Interdisciplinariedad. México. Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior. (Mimeo).
- Galati, E. (2017). El pensamiento complejo y transdisciplinario como marcos de investigación científica. Repositorio UNR.
- García, R. (2006). Sistemas complejos. Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria. Barcelona: Gedisa.
- Gegunde, H., Violante, N. S., & Tsuji, M. L. C. (2015). Análisis de intangibles, imagen corporativa y sistemas de comunicación en mipymes del conurbano sur del gran Buenos Aires. *Hologramática*, *22*(3), 3-23.
- Martínez, M. (2003) Transdisciplinariedad un enfoque para la complejidad del mundo, En: Revista Visión docente con-ciencia, No. 1 Julio. Disponible en: http://www.concienciactiva.org
- Morin, Edgar (1999) Los siete saberes necesarios para la educación del futuro, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- MORIN, E. y otros (2002): Educar en la era planetaria. Barcelona. Gedisa.
- Nicolescu, B. (1996). *La transdisciplinariedad: manifiesto*. Multiversidad Mundo Real Edgar Morin,AC.
- Nicolescu, B. (2019). Transdisciplinariedad: pasado, presente y futuro. *Transdisciplinariedad y formación universitaria: teorías y prácticas emergentes*, 45-90.
- Pérez, Rafael Alberto. (2018) *Estrategar, Vivir la estrategia*. Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
- TERESA, T., NATACHA, G. A., SEBASTIAN, V. N., & JESSICA, L. (2019). Abordaje transdisciplinario de Cuestiones de géneros en asignaturas de nivel

universitario de Educación y Publicidad. In *1° Congreso Internacional de Ciencias Humanas-Humanidades entre pasado y futuro*. Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín.

- Tsuji, Teresa, Violante, N. Sebastián y Laurent, Jessica M. Estrategias y experiencias educativas sobre el diseño multimedial para la publicidad y la difusión científica" .

MESA 14:

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y RR.PP

Coordinadoras de mesa:
González Pratx, Evangelina; Ortiz, Karina

CONSTRUCCION DE HUELLAS, IDENTIDADES Y TRAYECTORIAS: EAS

Carla Fernanda Avendaño Manelli | Universidad Nacional de Villa María
cavedano_manel@yahoo.com.ar

Ana Lucia Sola | Universidad Nacional de Villa María
analuciasola@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Este trabajo constituye una parte del proyecto de investigación: "De las prácticas a las "Buenas Prácticas". Trayectorias de profesionalización de Comunicación en organizaciones de Villa María y Región (2001 – 2018)" subsidiado por la, UNVM cuyo principal propósito es abordar la compleja trama que se construye entre los sujetos, la institución formadora y el escenario laboral profesional de la comunicación en clave territorial que en esta oportunidad se ancla en las acciones de estudiantes, becarios y docentes de las carreras de Comunicación Social de la UNVM, en un dispositivo del Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la UNVM: el Espacio Audiovisual Social – EAS.

El proceso de investigación se está finalizando, lo que permite aunar los diversos focos de análisis. En este sentido, es pertinente recordar que el proyecto partió desde los siguientes interrogantes: ¿Cómo se construyen las identidades formativas, laboral, profesional de docentes, investigadores, estudiantes, profesionales y trabajadores de la comunicación en Villa María y región? Complementariamente se han propuesto un conjunto de interrogantes orientadores: ¿Qué dinámicas caracterizan a las prácticas comunicacionales en el territorio? ¿Qué dimensiones las constituyen? ¿Cómo son narradas y por lo tanto significadas por los propios actores? ¿Qué dimensiones constituyen el escenario de estas prácticas? ¿Cómo son trazadas las trayectorias formativas y laboral –

profesionales? ¿Cómo se cruzan las prácticas y trayectorias intergeneracionales? ¿Cómo perciben, describen sus prácticas y narran sus trayectorias formativas, laboral, profesionales los sujetos del estudio? ¿Qué practicas pueden ser consideradas “buenas prácticas” a partir de su permanencia y objetivación? ¿Qué prácticas se han institucionalizado? ¿Cómo se institucionalizaron las “marcas” que dejan “huellas”?

En el presente trabajo, se parte de retomar los pilares conceptuales del estudio: Practicas, buenas prácticas, trayectorias, huellas e identidades. Para pasar a un segundo apartado que caracteriza al EAS, como dispositivo de gestión, pero, a su vez, como un proyecto que surge desde la Carrera de Comunicación Social como espacio experimental para prácticas de aprendizaje. En tercer lugar, se analizan acciones que se llevaron a cabo en contexto de aislamiento obligatorio a causa de la pandemia por Covid -19 (2020 – 2021). Por último, se consideran las acciones a la luz de los principales conceptos que enmarcan a la investigación.

Palabras claves: Profesionalización, Prácticas, Digitalización

PRÁCTICAS, TRAYECTORIAS, BUENAS PRÁCTICAS, HUELLAS, IDENTIDADES

El trabajo se estructura desde la idea de “practicas”, para visibilizar “trayectorias”, consensuar “buenas prácticas”, inferir “huellas” para englobar este proceso intentado generar hipótesis acerca de la identidad o identidades que asume la profesionalización de la comunicación en este contexto histórico, en este territorio a través de la relación intergeneracional de actores. Se parte de acuerdos conceptuales que permiten focalizar en las prácticas y trayectorias a través de las narrativas de los actores y el abordaje de documentos elaborados por los propios sujetos a partir de la mediación institucional.

En primer lugar, se parte de la noción de “prácticas” como las realizaciones más concretas del hacer de los sujetos del campo de la comunicación (docentes, estudiantes, investigadores, trabajadores, profesionales). Éstas son entendidas como nexos “de formas de actividad que se despliegan en el tiempo y en el espacio y que son identificables como una unidad” (Ariztía, 2017: 224). La práctica es una forma rutinizada de conducta que está compuesta por distintos elementos interconectados: actividades del cuerpo, actividades mentales, objetos y uso, y otras formas de conocimiento que están en la base tales como significados, saberes prácticos, emociones y motivaciones (...) la práctica forma una unidad cuya existencia depende de la interconexión específica entre estos distintos elementos” (Reckwitz 2002). Shatzky, Shove proponen entender “las prácticas como formas de hacer y/o decir que surgen de la interrelación espacio temporal de tres elementos: competencias, sentido y materialidades” (Ariztía, 2017: 224).

Las prácticas toman sentido a partir de la reconstrucción de sus “trayectorias”, en las que se entremezclan la formación, las prácticas en territorio, las prácticas laborales y profesionales. Estas trayectorias de profesionalización, han sido definidas como “diversos itinerarios que los agentes van delineando a lo largo de sus vidas. Lejos de pensar que, a determinadas posiciones de partida, corresponden sólo ciertos puntos de llegada, donde se evidencian espacios de quiere y ruptura. (....) pone en relación al menos tres dimensiones, los condicionamientos materiales, la esfera subjetiva (representaciones, expectativas, sentimientos) y las estrategias, no siempre racionales que con cierto margen de autonomía van armando los agentes en el delineado de sus recorridos” (Kaplan, 2006: 38). Por lo tanto, “la trayectoria se construye en un proceso en el que se ponen de manifiesto las disposiciones y prácticas de los diversos actores (se pone en juego un sinnúmero de factores que cada sujeto o grupo toma en cuenta (o no), consciente o inconscientemente, en su accionar" (Lera, 2007). En este sentido, “las prácticas tienen una trayectoria identificable, la cual es trazable con independencia de las ejecuciones concretas de esta. La trayectoria tiene que ver con la historia de la práctica, en particular con la evolución de los elementos que la componen y las formas de reclutamiento y defección de quienes las ejecutan” (Ariztía, 2017: 227).

En relación a las “Huellas”, como primera referencia Walter Benjamin plantea que la relación que el presente tiene con el pasado está mediada por huellas de distinto tipo, “en la huella nos hacemos con las cosas” y define a ésta como “la aparición de una cercanía, por lejos que pueda estar lo que la dejó atrás”. La “cercanía” de las huellas debe entenderse a partir de la relación de actualización que el presente mantiene con el pasado: “la huella es ante todo un material donde el pasado puede construirse y actualizarse en el marco de las interrogaciones que el presente le dirige a la historia (Pereyra, 2018). En este sentido, es que la idea de “buena práctica”, ha sido resemantizada por el equipo investigador como la fuerza que ejerce presión sobre un territorio, dejando su huella. Estas huellas de profesionalización de la actividad de egresados de la comunicación trascienden la mera actividad laboral / profesional del sujeto que la originó para dotar a las organizaciones y / o medios de nuevas identidades y vínculos con la ciudad y la región (Avendaño, Bovo, 2019).

Por último, la identidad aparece como “sedimento de huellas, legados y tramas subjetivo-situacionales e históricas, mediante interiorización de *selves* dialógicos, orquestación de voces y agencia reflexiva, vinculando modelos y trayectorias en la formación” (Meschman, 2015: 105). Se considera a la identidad una construcción social, conformada en el interjuego constante entre lo individual y lo colectivo, lo singular y lo cultural, político, histórico y situacional, emergiendo y transformándose, en base a elecciones propias y cambios socio- culturales. Se asume la identidad como dinámica y progresiva, entramada en las interacciones y tensiones en las que se está inmerso, como sujeto perteneciente a un contexto determinado (Meschman, 2015: 107). En esta línea se pueden visualizar aportes en relación las identidades profesionales y / o identidades como resultados de procesos de formación institucionalizada (Álvarez, 2005; Fuentes Amaya, 2004; Meza Lueza, 2006; Beraud, 2007, Ávila, & Cortés, 2008, Muriel, 2012 y 2015, Meschman, 2015, Massoni, 2016, Avendaño, 2017, 2018).

La identidad del profesional de la comunicación conforma un “proceso visualizado por su relación con la ubicación de la profesión dentro de la sociedad, y se entiende como un proceso dinámico e individualizado en donde se definen trayectorias académicas y profesionales producto de la interacción de los sujetos con los procesos formativos y profesionales. El caso de la profesión de

comunicador el concepto de identidad adquiere un "matiz más amplio, de mayor alcance, ya que no se puede hablar de una identidad, sino de identidades profesionales, debido a que esta profesión se encuentra configurada a partir de un vasto conjunto de saberes y prácticas que ubican su campo formativo y profesional en una amplia gama de contenidos y denominaciones" (Muriel Amezcua, 2015).

LA CARRERA Y EL DISPOSITIVO: LAS PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES Y EL EAS.

La Universidad Nacional de Villa María, integra sus carreras de grado y postgrado en Institutos Académicos Pedagógicos (no en Facultades). El Instituto A P de Ciencias Sociales, a 25 años de la creación de la UNVM, cuenta con tres (3) carreras de pregrado, catorce (14) carreras de grado y seis (6) posgrados, distribuidas en sus sedes: Villa María, Córdoba, San Francisco, Villa Dolores, Deán Funes y Jesús María.

En este abanico de propuestas de formación de educación superior, se destacan carreras de grado, pregrado y posgrado que prescriben la realización de prácticas en territorio, en formatos de pasantías y prácticas profesionales, tales como Licenciatura en Comunicación Social, Trabajo Social, Desarrollo Local – Regional, Sociología y Ciencia Política. Licenciatura en Comunicación Social (Plan 2010), que fuera elaborada años más tarde, a partir de un profundo diagnóstico de la oferta formativa en Comunicación de las Universidades Nacionales, proponen formar un profesional reflexivo y crítico, capaz de "desempañarse con idoneidad y sentido ético en el campo de la comunicación", a partir de:

- Gestionar procesos de comunicación contextualizando e interpretando hechos y fenómenos sociales, operando en diversas condiciones tecnológicas.
- Producir y difundir información relevante para distintos espacios sociales, políticos, culturales e institucionales.
- Realizar investigaciones periodísticas en diversas tendencias, formatos y estilos.
- Desempeñar diferentes roles en los distintos medios de comunicación.

- Planificar y gestionar políticas, planes, programas y proyectos de comunicación desde una perspectiva global, sectorial o específica.
- Realizar aportes teóricos a las ciencias de la comunicación.
- Integrar la teoría y la práctica para desenvolverse con solvencia en el asesoramiento de políticas y estrategias de comunicación (UNVM, 2010)

Como un aspecto a destacar, en el proyecto institucional de la UNVM (1996) que se ha consolidado como una característica de la cultura de esta casa de estudios, es la noción de "Trabajador Académico". Éste es presentado un estudiante ideal que "en su proceso de formación profesional estará estrechamente vinculado con el mundo real, a través de las acciones de investigación y extensión que la misma Universidad desarrolle, lo que permitirá el enriquecimiento del trabajo en clase y al mismo tiempo pueda significar algún bien para otros" (UNVM, 1996). A su vez:

EL ESPACIO PARA LAS PRÁCTICAS

El Taller Integrador de Práctica Profesional es un espacio curricular (EC) correspondiente al tercer año de la Licenciatura en Comunicación Social (Plan 2010) del Instituto A P de Ciencias Sociales de la UNV). Conlleva una carga de 128 horas reloj a cumplimentar durante el segundo cuatrimestre y cuya aprobación, completando todos los EC correlativos permite acceder a la titulación intermedia: "Técnico Universitario en Periodismo" (UNVM, 2010). Para la inscripción es necesario contar con todos los EC de segundo año aprobados y para su aprobación, todos los del tercer año.

Se implementó por primera vez en el año 2013, y en 2015 en el Centro Universitario San Francisco (CUSF) Centro Regional de Educación Superior (CRES), donde por un convenio entre la UNVM y la Municipalidad de la mencionada ciudad, a partir de 2013 comenzaron a dictarse las carreras Contador Público y Licenciatura en Comunicación Social.

A mediados de 2012 se asignó el desafío de llevar adelante las prácticas profesionales de la carrera, para lo cual se logró consolidar con el paso del tiempo

un equipo de trabajo con base en las dos ciudades. Luego de un primer acercamiento a las propuestas didácticas de EC vinculados a experiencias extra áulicas y en virtud del Plan de Estudio de la carrera[1] y del Proyecto Institucional de la UNVM, se diseñó una propuesta innovadora que intentaba traducir los grandes campos profesionales contemplados en la malla curricular hasta el tercer año con un vasto conocimiento de la realidad de medios y organizaciones de Villa María en un primer momento y de San Francisco tres años después.

Es así que se determinó distribuir la totalidad de la carga horaria en cuatro bloques de 32 horas reloj cada uno, repartidos en medios gráficos, medios radiales, medios audiovisuales y en áreas de comunicación institucional (prensa, difusión, protocolo, u otras denominaciones).

El objetivo general del EC es formar para al estudiante a través de la práctica profesional, ofreciendo espacios para la construcción de conocimientos en acción acerca de su rol profesional, motivando la reflexión permanente sobre la integración teórico – práctica, y fortaleciendo capacidades a través del desarrollo de habilidades para que el futuro el graduado logre insertarse satisfactoriamente en el campo profesional y laboral".

A partir de éste se desprenden cuatro objetivos pensados como logros al finalizar el proceso. "objetivos específicos". Transcurrido este espacio curricular, el estudiante deberá:

- Comprender las lógicas que estructuran la labor cotidiana en diferentes organizaciones dedicadas a la comunicación a través de diversos lenguajes y soportes

[1] El Plan de Estudios, prevé para el Taller: CONTENIDOS MÍNIMOS - Objetivos orientadores: Integrar los conocimientos teóricos y las habilidades adquiridas en una práctica profesional concreta. Diseñar, coordinar y gestionar las diferentes fases de un proyecto comunicacional. Aplicar destrezas técnicas y discursivas en el desarrollo de una estrategia comunicacional específica. Contenido orientador: Integración de aspectos prácticos y teóricos en un ejercicio de aplicación profesional. Diseño, gestión y evaluación de una producción periodísticas referida a una problemática significativa. Definición de contenidos, medios, públicos y estrategias comunicacionales en un caso o institución concreta (UNVM, 2010).

- Internalizar las exigencias de calidad y eficiencia requeridas para su inserción laboral – profesional.
- Adquirir destrezas sintetizando los contenidos teóricos – metodológicos aprendidos durante su carrera frente a las imposiciones surgidas de la tarea en ámbitos extra áulicos.
- Lograr generar un perfil profesional que le permita contar con ventajas comparativas en el mercado laboral y con habilidades y recursos para emprendimientos individuales o societales" (Avendaño, 2019).

LOS ESPACIOS DE LAS PRÁCTICAS

En el Reglamento del Taller Integrador de Práctica Profesional (2014), se prevé que, para la elección de los Centros de Práctica, se priorizan aquellos en los que se desempeñen:

- Comunicadores sociales; esto no significa que se desestimen otros Centros de Práctica que aún no cuenten con un profesional de la Comunicación Social. Los Centros de Práctica seleccionados deben cumplimentar los requisitos legales, vigentes para la UNVM; firmando un convenio marco y si correspondiese protocolos específicos de trabajo. En dichos convenios marco y protocolos específicos de trabajo quedan plasmadas las acciones, los alcances de la práctica académica, plazos y obligaciones de ambas partes. Se establece que para cada una de las sedes de dictado de la carrera se deberá contar con, por lo menos, un Centro de Practicas por cada lenguaje de la Comunicación Social (Grafica, Radial y Audiovisual) y uno de Comunicación Institucional (UNVM IAPCS, 2014).

Cada Centro de Práctica, al momento de la firma del Convenio, debe designar un Tutor de Práctica quien debe tener una formación acorde para guiar al estudiante practicante. Las funciones y obligaciones del tutor son las siguientes, sin perjuicio de otras que incorporen los Centros de Práctica en comunicación con la Secretaria Académica del IAPCS:

- Informar al estudiante practicante acerca de las características organizacionales del Centro de Práctica a la que se incorpora;

> orientar al estudiante practicante prestándole ayuda para mejorar su desempeño; supervisar aspectos formales y éticos involucrados en la práctica; y entregar al Docente responsable del espacio curricular un informe evaluativo al término de la práctica (UNVM IAPCS, 2014).

La distribución de medios de comunicación y organizaciones varía cada año, en función a solicitudes de los mismos actores institucionales, cantidad de estudiantes cursantes, nuevos vínculos entablados desde la carrera.

A partir de esta realidad, surgió la necesidad de actualizar la normativa, materializada a través de tres reglamentaciones que contemplan las necesidades vinculares de formación específicas de cada carrera, y desde las cuales se elaboró un marco más general que abarca los formatos de vinculación formativa de otras carreras existentes, previendo, asimismo, la incorporación en nuevos Planes de estudio.

- “Reglamento de Pasantías Académicas”. RCD 094/2005:
- Reglamento de Práctica Académica-Pre Profesional de la carrera Licenciatura en Trabajo Social. Resolución Consejo Directivo IAPCS N°: 011/2017
- Reglamentode Taller Integrador de Prácticas Profesionales de la carrera Licenciatura en Comunicación Social. Resolución Consejo Directivo IAPCS N° 079/2017
- La R 094/05, 011/17 y 079/17 quedaron derogados al aprobarse el siguiente reglamento aprobado por R 014/19.
- Reglamento de Pasantías, Prácticas Profesionales y Pre-Profesionales o espacios curriculares equivalentes. Resolución Consejo Directivo IAPCS N°014/2019

La función extensión – vinculación es la que permite exponer de manera más visible las relaciones que desde el IAPCS se crean, mantienen, transforman y fortalecen con actores sociales. La realización de congresos, cursos, seminarios, conferencias, debates, capacitaciones, planes estratégicos, encuestas, productos de difusión, emisión de avales institucionales, firma de protocolos de trabajo, entre otras, denotan la profusa y compleja acción extensionista del Instituto.

El IAPCS cuenta con los siguientes dispositivos de vinculación territorial: a) La Escuela de Gobierno, programa permanente que acompaña el desarrollo institucional democrático, a partir de la formación integral de acortes políticos, sociales, económicos y culturales de localidades y regiones a fin de promover la calidad en la gestión pública y privada. b) El Observatorio de Políticas Públicas destinado a proveer información estadística situada y dinámica a decisores institucionales de la provincia de Córdoba y la región en dimensiones, como: Políticas Públicas, Gobierno, Fortalecimiento Institucional, Desarrollo Local-Regional, Participación Ciudadana, Partidos Políticos. c) El Espacio Audiovisual Sociales (EAS), es un ámbito formalizado de prácticas para estudiantes y docentes de espacios curriculares que desarrollen contenidos o requieran recursos audiovisual – digitales, para la formación de estudiantes a través de becas específicas que producen los contenidos de registro documental, difusión, divulgación, e informativos de las acciones y actores del IAPCS y de la comunidad, propiciando la visibilidad de las vinculaciones entre la vida institucional del Instituto y sus múltiples relaciones. d) El Centro de Estudios Latinoamericanos del Centro (CELC), creado como respuesta al proceso gestión orientado al fortalecimiento de las Ciencias Sociales, genera permanentemente espacios académicos basados en los tres pilares universitarios orientados consolidar las Ciencias Sociales en general y la perspectiva Latinoamericana en particular como la: Docencia – Investigación Extensión – Redes y la creciente demanda de los actores universitarios y comunitarios, así como también las nuevas modalidades de vinculación interinstitucional. d) El Centro de Innovación Académica, constituye el más reciente programa del IAPCS, su principal objetivo es crear herramientas, estrategias y dispositivos que permitan la innovación en la enseñanza universitaria, destinado a estudiantes, docentes, no docentes, graduados, organizaciones sociales, instituciones, comunidad en general, como partes de complejos los procesos de enseñanza actuales. e) La Escuela de Ciencias Económicas**,** es la primera experiencia que se materializa en la historia de la UNVM[2], permitirá generar sinergias entre carreras, docentes, producción de conocimientos y acciones de extensión y vinculación en el marco disciplinar.

[2] Previsto en el Art. 10 Inc. t del Estatuto General de la UNVM, e impulsada desde el Consejo Directivo mediante Resolución N° 031/2015.

En particular, el crecimiento constante en múltiples dimensiones de la UNVM en la ciudad y región, fue generando nuevas demandas en formación, producción de conocimiento y extensión universitaria. Asimismo, avatares propios de la institución con la que se llevaba a cabo la articulación, impusieron a la UNVM a través del IAPCS, la obligación de dar otras respuestas a la creciente demanda de profesionales de la comunicación y periodismo[3] Para ello, fue necesaria la creación del Espacio Audiovisual Sociales como centro experimental para la formación práctica de los estudiantes de la tecnicatura universitaria en periodismo y la licenciatura en comunicación del instituto de sociales.

Tomando en cuenta la formación orientada al desarrollo de habilidades y competencias técnicas con una sólida base teórica-metodológica los estudiantes se forman en los talleres de producción gráfica, radiofónica y audiovisual; nuevas tecnologías y producción multimedia, locución, sonido y musicalización. El instituto de sociales adquirió equipamiento para que además de la práctica de los estudiantes se promuevan vínculos con las demandas de contenidos audiovisuales propios de las demás carreras y disciplinas del instituto, como también de organizaciones externas.

Es en este contexto de enseñanza, donde surge la experiencia pedagógica y la integración virtual del lugar de trabajo. En el Espacio Audiovisual Sociales se presentó una oportunidad de repensar las prácticas de creación, producción, postproducción y evaluación de los contenidos pedagógicos mediados por la virtualidad. Esta compleja situación, condujo al EAS a habilitar nuevos canales de diálogo con el área de Comunicación del IAPCS, a fin de construir conjuntamente un espacio virtual donde reconocer el trabajo elaborado hasta el momento y formar parte de un nuevo escenario particular y global, que se visualizó a través de las diferentes producciones gráficas, audiovisuales y sonoras realizadas por los becarios en apoyo del área de comunicación.

Para ello, se diferenciaron tres etapas o momentos específicos para la comprensión y el desarrollo de las diversas herramientas, actividades y reconocimientos producidos. En primer lugar, el inicio de la pandemia que significó la readecuación de las formas de producción de contenido; el segundo

[3] Programa de fortalecimiento de comunicación audiovisual correspondiente al Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Villa María.

momento se adecuó al durante la pandemia donde se realizaron diversas capacitaciones y adaptaciones al trabajo virtual desde los hogares; y la tercera etapa propuesta como el retorno gradual a la presencialidad.

LA PANDEMIA Y LAS HUELLAS “EN Y DEL EAS”

El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS), declaró el brote del nuevo coronavirus como una pandemia, luego de que el número de personas infectadas por COVID-19 a nivel global llegara a 118.554, y el número de muertes a 4.281, afectando hasta ese momento a 110 países. (DNI, 260/2020). En Argentina, el Decreto N° 260 del 12 de marzo de 2020 (y su modificatorio N° 287 del 17 de marzo) se amplió en nuestro país la emergencia pública en materia sanitaria establecida por Ley N° 27.541, por el plazo de UN (1) año en virtud de la pandemia declarada. En su ARTÍCULO 7°, se decide el AISLAMIENTO OBLIGATORIO. ACCIONES PREVENTIVAS, durante 14 días. La necesidad de prolongar esta medida se planteó en los decretos N° 297 del 19 de marzo y 325 del 31 de marzo de 2020, que lo prorroga hasta el día 26 de abril de 2020 inclusive.

Como respuesta inmediata a las medidas tomadas por el gobierno Nacional, las Universidades Públicas, dieron pronta respuesta. La UNVM por medio de la Resolución Rectoral N° 060/2020 determinó: “la suspensión de todas las actividades académicas, cualquiera sea su modalidad, en la Universidad Nacional de Villa María, hasta el día 31 de marzo de 2020” (UNVM, 2020). A partir de esta decisión inicial, la UNVM tuvo una rápida capacidad de reacomodación generando acciones y una normativa que fue adecuando los principales procesos universitarios a la compleja crisis. Disposiciones de Secretaria Académica N° 08 / 2020 (Disposición extraordinaria de ingreso), 01/2020 y 02/2020 y del Instituto de Investigación, 03/2020 y 04/2020 que readecuan plazos y modalidades para la presentación de proyecto, son algunos ejemplos. Durante la segunda quincena del mes de marzo, las autoridades decanales y académicas trabajaron para asegurar que el estudiantado no se viera afectado en demasía con la crisis y se aunaron los esfuerzos de todas las áreas de la UNVM para poner en funcionamiento la Plataforma Moodle, el campus Virtual y la implementación total de las aulas virtuales para todas las carreras de grado y pre grado.

Esto implico arduo trabajo que se fue construyendo de manera colaborativa, desde la prueba y el error, con adhesiones y compromisos, y por supuesto con resistencias. El objetivo inicial era dar inicio al ciclo académico a través del acompañamiento virtual el 1 de abril. Sin embargo, esto no fue posible sino hasta el 6. Pese a los esfuerzos de equipos docentes y de estudiantes por adecuar sus procesos, de enseñanza y de aprendizaje, de las áreas académicas, técnicas, de comunicación y demás, el 4 de abril se presentó la resolución Rectoral N° 097/2020 que determina el estado de excepcionalidad pedagógica en el ámbito de la Universidad Nacional de Villa María y que se autorice, en consecuencia, la adecuación de las actividades de enseñanza – aprendizaje a través del uso de tecnologías **y** se realice un registro de excepcionalidades para aquellos/as estudiantes y/o docentes que no puedan aplicar estas herramientas para la continuidad de las actividades académicas.

La Licenciatura en Comunicación Social, fue una de las carreras que más rápidamente logró adecuarse al escenario virtual para dar continuidad al proceso formativo. La posibilidad de conocimiento y reconocimiento de todos los actores: docentes, estudiantes, graduados, adscriptos, autoridades, que permite su escala y la esencia misma de su *mainstream*, catalizaron los procesos de adecuación tecnológica de los contenidos y de las vinculaciones pedagógicas.

El EAS en conjunto con el área de comunicación institucional del IAPCS, como parte fundamental del proceso de virtualización que sufrió el IAPCS, a través de diversos elementos de producción gráfica, audiovisual y sonora, se evidenciaron apoyos para docentes, nodocentes, estudiantes y graduados de la institución, en conjunto ambos dispositivos dieron inicio a la primera etapa de reformulación y readaptación de los contenidos para poder generarlos de manera virtual y ser accesible desde cada hogar.

Las plataformas digitales utilizadas desde las áreas fueron: *Youtube, Facebook, Instagram*, Página web institucional (https://sociales.unvm.edu.ar), correo electrónico, nubes de información, y canales de comunicación como plataforma *Meet, Zoom, JitSiMeet*, entre otras.

A través de diversas acciones, se implementaron Clases abiertas de sociales, un ciclo de clases virtuales donde docentes de diferentes áreas y carreras del Instituto de Ciencias Sociales, plasmaron temas de actualidad para compartir con la comunidad de la UNVM. Éstas clases abiertas fueron la primera producción en el escenario virtual en el marco normativo de la "Excepcionalidad pedagógica", que se elaboró desde la producción y postproducción en el EAS; permitieron así la integración total del espacio en la comunicación del instituto.

Por otra parte, la transmisión en vivo de diferentes actividades de extensión del instituto, reconoció la permanente actualización y aprehensión de conocimiento por parte de los becarios para implementar nuevas tecnologías que acompañen en el contexto de pandemia por COVID.19. El reconocimiento de fechas claves y efemérides, también formó parte de la producción.

Sin embargo, el trabajo en este nuevo escenario dispuso que el Instituto acompañado del área de Comunicación Institucional del IAPCS, el Espacio de Audiovisual Sociales y la Secretaría de Comunicación Institucional de la UNVM brindarán diversas capacitaciones para acercar conocimientos básicos para la creación de contenidos (gráficos, audiovisuales, sonoros) a los estudiantes y a la comunidad en general.

Además, se abrió la posibilidad a la creación auditiva y sonora de diversos *podcast,* para acompañar no sólo las producciones audiovisuales que se publicaban semanalmente, sino también para complementar las clases virtuales como una herramienta pedagógica que los docentes pueden solicitar y anexar a sus aulas virtuales. Los contenidos de los *podcast*, forman parte del proceso de preproducción, producción y postproducción que realizan los becarios. Además, se implementó la publicación de esta herramienta en plataformas de tendencia como: *Spotify, Ivoox, Anchor*, entre otros.

Por otra parte, se animó a carreras, dispositivos y áreas IAPCS, se animaran a organizar eventos científicos como los Congresos internacionales de Comunicación Social (2020), Ciencias Económicas (2020, 2021), Trabajo Social (2021) y Seguridad Pública (2021), en soportes de Aulas *Meet*, plataforma como Acta Académica, gestión desde redes sociales, transmisiones por *streaming*, y la elaboración digital de bases de datos para difusión, publicaciones, registros de

asistencias, certificaciones, bancos de respuestas, gestiones de cobro y de pago, entre otras.

El ultimo dispositivo del IAPCS que surgió a partir de la “experiencia pandemia” es el Laboratorio Académico de Recursos Digitales (LARED), impulsado desde la Secretaría Académica del IAPCS, que se constituye en un espacio que complementa el fortalecimiento de la producción académica, científica e intelectual de autores y autoras pertenecientes al Instituto.

Como un complemento inevitable, surgió la creación de nuevos métodos y herramientas para la mejora constante de la calidad de los procesos de comunicación y de los productos que se publican y difunden a diversos públicos la vida institucional del IAPCS.

CONSIDERACIONES FINALES

Con el propósito es abordar la compleja trama que se construye entre los sujetos, la institución formadora y el escenario laboral profesional de la comunicación en clave territorial, los conceptos del estudio parten de la idea de “practicas”, para visibilizar “trayectorias”, consensuar “buenas prácticas”, inferir “huellas” para englobar este proceso intentado generar hipótesis acerca de la identidad o identidades que asume la profesionalización de la comunicación en el contexto histórico que inicia la tercera década del segundo milenio, en territorio conformado por la acción de la UNVM, a través dinámicas intra e intergeneracionales de actores.

Como un aspecto trasversal, la idea del “Trabajador académico” plantea que el estudiante tendrá la posibilidad de acceder a un conocimiento profundo e íntegro de la realidad circundante con la que deberá enfrentarse una vez que egrese, logrando un equilibrio entre:

- Los aspectos prácticos que implica el ejercicio de una profesión y los teóricos que le brinde la estructura académica de la Universidad. Asimismo, a través de la vinculación con diversos sectores de la población se posibilita la aplicación de los conocimientos adquiridos en las aulas, tanto a nivel del

pensamiento reflexivo, como de actitudes y comportamientos adecuados a diferentes situaciones (UNVM, 1996).

En este escenario, la carrera de Comunicación Social, fue modelándose entre dinámicas propias de su Plan de Estudios (2010) y del Proyecto Institucional de la UNVM (1996), e incorporadas a través de un plantel docente conformado, en su primera década, por graduados de otras carreras o de otras universidades, de múltiples vinculaciones a redes disciplinares y del sistema universitario nacional.
A su vez, el contexto de la comunicación como fenómeno social (a nivel nacional y global), desde sus dimensiones, económicas, tecnológicas, culturales, políticas y legales, se trasformó profundamente. Estas dinámicas de la comunicación, por supuesto que impactaron de manera inmediata en la profesionalización situada territorialmente, y por consiguiente en las instituciones formadores de profesionales.
Por su parte, la pandemia por Covid – 19 catalizó las mediaciones a través de las tecnologías de la comunicación e información, imponiendo en casi todas las esferas de la vida cotidiana y procesos productivos escenarios digitales y entornos virtuales. En este sentido, las instituciones universitarias formadoras de profesionales de la comunicación no dieron respuestas homogéneas.

En particular, la UNVM, tal vez por su la escala de su tamaño y por la horizontalidad de su gestión, logró generar rápidas respuestas adaptativas al contexto de aislamiento obligatorio (ASPO) que se prolongó mucho más de lo deseado y de lo esperado.

La carrera de Comunicación, a pocos días de decretado el ASPO, abrió todas sus aulas virtuales y el EAS, que posee la doble función de generar contenidos audiovisuales para dar cuenta de la vida institucional del IAPCS y de ser un centro experimental para la formación de estudiantes de la carrera, se convirtió en la estrella de la unidad académica sociales.

No sólo se realizaron “experimentos”, experiencias y diversas prácticas impensadas hasta el momento. Se fue ensayando y aprendiendo de errores y de aciertos. Tal vez, con escaso tiempo, se fueron visualizando “buenas prácticas” que permitieron convertirse en productos y modos de hacer. Asimismo, sería erróneo

hablar de “trayectorias”, debido al breve lapso temporal, pero entre el equipo de estudiantes becarios, docentes y pasantes (de las prácticas pre profesionales de la carrera de Comunicación), se aceleró la acumulación de experiencias nuevas que implicaron innovaciones y la incorporación de nuevos lenguajes y habilidades.

Como correlato, y desde el entramado conceptual de la investigación, se puede afirmar que quienes “pasaron” por el EAS durante los años 2020 y 2021, dejaron producciones, productos, recursos tecnológicos, modos de hacer, formatos, ideas, proyectos que se objetivaron trascendiendo a las personas que los realizaron.

Por lo tanto, dejaron sus “huellas” de profesionalización como comunicadores formados en la UNVM, institución que concibe como “trabajador académico” a sus estudiantes, propiciando estructuras académicas, como las prácticas pre profesionales, dispositivos de vinculación como el EAS, para que, no solo se apliquen los conocimientos aprehendidos en las aulas, sino que “permita al educando ejercitar su autonomía asumiendo la responsabilidad de sus acciones” (Freire, 2004: 42)

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- Álamo, O. N. (2016). *Historia sumaria de tecnologías de información y comunicación*. Córdoba.
- Avendaño Manelli, C., (2017) “Aproximaciones a las nuevas identidades laborales – profesionales en el campo de la comunicación social” en XXI Jornadas Nacionales de investigadores en Comunicación. La comunicación en la producción del conocimiento como objeto de políticas públicas y políticas universitarias en contextos de desinversión. Eje Comunicación-Educación 48. San Juan, 5,6, y 7 de octubre de 2017. Disponible en: http://redcomunicacion.org/programa-de-las-xxi-jornadas-nacionales/
- Avendaño Manelli, C., Bovo, M. (2018) “De las prácticas a las “Buenas Practicas”. Trayectorias de profesionalización de Comunicación en

organizaciones de Villa María y Región (2001 – 2018)". Convocatoria 2018 – 2019. Subsidiado por la Universidad Nacional de Villa María.

- Avendaño Manelli, C., Tagliabue, M., & Sola, A. (06 de 10 de 2019). "De las prácticas a las buenas prácticas" Huellas de comunicadores formados en la Universidad Nacional de Villa María". 9. Villa María, Córdoba, Argentina.
- Avendaño, Bovo, Correa, Fassetta (2019) Programa Espacio Curricular "Taller Integrador de Práctica Profesional". Licenciatura en Comunicación Social (Plan 2010) Universidad Nacional de Villa María.
- Barrionuevo Almuzara, Leticia, Et Al. Manual de buenas prácticas en redes sociales III Plan Estratégico Rebiun - 2020 LÍNEA 3 (noviembre, 2014). Disponible en: https://www.rebiun.org/sites/default/files/2017-11/IIIPE_Linea3_Manual_Buenaspracticas_redes_sociales_2014.pdf
- Capriotti Peri, P. (2008). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona, España: Editorial Ariel S.A.
- Carrasco Oñate, Celina (2015) Experiencias de buenas prácticas laborales en empresas de la Región Metropolitana. Departamento de Estudios de la Dirección del Trabajo Santiago de Chile, junio. Disponible en: http://www.dt.gob.cl/documentacion/1612/articles-107599_recurso_1.pdf
- Coll, D., & Carrel, A. (2017). *¡En Campaña! Manual de Comunicación política en Redes Sociales* (1ª edición ed.). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Freire, Paulo (2004) *Pedagogía de la Autonomía*. Sao Paulo, Paz e Terra.
- García de León, A. (Octubre - Diciembre de 2002). Etapas en la creación de un sitio web. *Biblios: Revista electrónica de bibliotecología, archivología y museología*(14), 1-18. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=293019
- García Linera, Á. (2014). *Identidad Boliviana. Nación, mestizaje y plurinacionalidad.* La Paz, Bolivia: Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia, Presidencia de la Asamblea Legislativa Plurinacional de Bolivia.
- Hoare, A. (2010). Comunicación con lógica digital. (U. C. Bello, Ed.) *Temas de Comunicación*(21), 31-52. Obtenido de http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/427

- Kaplan, C. (2006) La inclusión como posibilidad. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología. Buenos Aires. Disponible en: http://docshare02.docshare.tips/files/26175/261750284.pdf
- Lazzaro, L. (2015). *Geopolítica de la palabra. Reflexiones sobre comunicación, identidad y autonomía.* Buenos Aires: Fundación CICCUS.
- Lera, C. (2007) "Trayectorias: un concepto que posibilita pensar y trazar otros caminos en las intervenciones del Trabajo Social" *Revista Cátedra Paralela*. N° 4. Disponible en: http://catedraparalela.com.ar/images/rev_articulos/arti00044f001t1.pdf
- Massoni, S. (2006) *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- Maxwell, J. A. (2005). *Qualitative research design: an interactive approach* (Seconded.). Thousand Oaks CA: Sage.
- Meschman C., Erausquin C. y García Labandal L. (2015). Huellas, herencias y tramas. La construcción de la identidad profesional del Profesor de Psicología. e-ISSN: 185111686 - Anuario de Investigaciones de Psicología, XXI (1) 105-116.
- Millan Paredes Balajóz, T. (2003). Nuevas formas de ver el mundo: de los analógico a lo digital. (R. C. Educación, Ed.) *Comunicar, 21*, 147-152. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=755246
- Muriel, V. (2012). Configuración de perfiles profesionales del comunicador: el debate entre los subcampos educativo y profesional. Revista Frontera Interior, vol. 2, pp.11-21.
- Muriel, V. (2015) "El subcampo educativo y profesional en la configuración de identidades profesionales del comunicador: marco de análisis" en VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC "Políticas, Actores y Prácticas de ja Comunicación: Encrucijadas de la Investigación en América Latina". Córdoba, en: www.eci.unc.edu.ar/archivos/congresos/ALAIC/.../alaic%2011-77_0.pdf
- Orihuela, J. L. (21 de Noviembre de 2017). *eCuaderno.Com por @jlori*. Obtenido de eCuaderno.Com: https://www.ecuaderno.com/2017/12/19/identidad-digital-y-redes-sociales/
- Pereyra, Guillermo (2018) "El concepto de huella en la filosofía de Walter Benjamín". Intersticios sociales, núm. 16, 2018. Instituto Nacional de

Antropología e Historia, México DF. Disponible en: https://www.redalyc.org/jatsRepo/4217/421757148002/html/index.html

- Programa de fortalecimiento de comunicación audiovisual. (2016). Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales. Villa María, Córdoba, Argentina: IAPCS UNVM.
- Resolución Rectoral N° 328. (03 de Mayo de 2019). Universidad Nacional de Villa María. Villa María, Córdoba, Argentina.
- Reyes, T. (30 de diciembre de 1999). Métodos cualitativos de investigación: Los grupos focales y el estudio de caso. *Fórum | Artículos de investigación, 4*(2 Invierno), 77. doi:https://doi.org/10.33801/fe.v4i2.2913
- 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
- Sauthu, Ruth. Todo es Teoría. Objetivos y Métodos de investigación. Buenos Aires. Lumiere. 2005.
- Scheinsohn, D. (1996). *Comunicación estratégica. Managment y fundamentos de la imagen corporativa*. (M. G. S.A, Ed.) Buenos Aires, Argentina: Ediciones Macchi.
- Tapia Frade, A., Gómez Nieto, B., & Díaz Chica, Ó. (2011). La página web como herramienta para la retroalimentación en. *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*(12), 61-86. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3689486
- Universidad Nacional Villa María.. (2001) Plan de Estudios Carrera: “Licenciatura en Ciencias de la Comunicación”.
- Universidad Nacional Villa María.. (2010) Plan de Estudios Carrera: “Licenciatura en Comunicación Social” Texto ordenado.
- Universidad Nacional Villa María. (2014) Resolución Taller de Prácticas Profesionales. IAPCS
- Vieytes, Rut (2004). Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Epistemología y técnicas. Editorial de Ciencias. Buenos Aires.

TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES PARA RECREAR LAS TRAMAS SOCIALES

Maria Soledad Boiero | Universidad Nacional de Córdoba
mariasoledad.boeiro@gmail.com

Florencia Agostina Guzmán | Universidad Nacional de San Luis
florencia.a.guzman@gmail.com

RESUMEN

En esta ponencia pensamos cuáles fueron las tácticas y estrategias de comunicación desplegadas por actores de las organizaciones sociales Inquilinos Córdoba (IC) y Mujeres en Tecnología (MeT) para producir vínculos y sentidos, luego de que quedó sin efecto el aislamiento y distanciamiento social, preventivo y obligatorio dispuesto por el ejecutivo nacional frente a la irrupción del Covid-19. Tanto la pandemia, como las mencionadas regulaciones estatales tuvieron múltiples implicancias en las experiencias, memorias, modos de ser, de hacer y de relacionarse de los sujetos y organizaciones. A partir de un trabajo de investigación coordinado por trabajadoras sociales de la Universidad Nacional de Córdoba se reconoce que, para el periodo post pandemia, las expectativas principales de la población cordobesa, "refieren a revitalizar aspectos socioafectivos y en segundo orden a

lo económico, pero son pesimistas[14]". Aquí nos interesa reflexionar cómo organizaciones de la sociedad civil trabajan para sostener y cuidar el entramado social de pertenencia, al mismo tiempo que enfrentan los embates de la crisis económica para garantizar su supervivencia.

Entendemos al cuidado cómo, "una malla invisible -en algunos casos invisibilizada de muchas prácticas, actores, creencias y patrones de comportamientos individuales y colectivos". Así el cuidado implica a un conjunto de acciones, tácticas y estrategias que habilitan a problematizar "como una perspectiva ética para sostener al otro (y lo otro), que parte del cuidado y el conocimiento de sí (Gattino, 2013 en Gattino y Chacarelli, 2021: 11).

Este abordaje es la continuación de un recorrido junto a ambas organizaciones. A esta ponencia anteceden intervenciones comunicacionales y trabajos de investigación que sistematizaron el desarrollo de sus tácticas y estrategias antes y durante la pandemia.

Utilizamos una metodología cualitativa a través de las técnicas de observación participante; entrevistas semi estructuradas a referentes institucionales y la revisión documental de los planes de comunicación construidos con ambas organizaciones. Entendemos que las prácticas de las organizaciones sociales recrean diversas maneras de estar juntos, a la vez que regulan los intercambios que configuran la vida cotidiana, construyen nuevos espacios de lo posible y otras formas de imaginar posibilidades proyectadas al futuro.

APROXIMACIONES TEÓRICAS

Analizar prácticas orientadas a abordar desigualdades sociales, implica revisar y cuestionar los andamiajes del sistema capitalista, neoliberal y colonial donde se sustenta y reproduce esta estructura de desigualdades.

[4] Estos datos se obtienen a partir de una Encuesta auto-administrada, mayormente con preguntas cerradas, aplicada en la ciudad de Córdoba y gran Córdoba en mayo de 2020 por la FSC.UNC.

Desde una visión de la teoría crítica entendemos que el marco en el que las organizaciones sociales despliegan sus tácticas y estrategias son los límites y presiones hegemónicos impuestos por las clases dominantes.

Para pensar el proceso de dominación social, Gramsci utiliza el concepto de hegemonía, categoría que resulta productiva para pensar la cultura popular: "Porque si por un lado se puede cuestionar que la cultura dominante (mediante la hegemonía) produce y limita sus propias formas de contrahegemonías culturales, por otro, la importancia de las prácticas de la cultura popular, aunque afectadas por los límites y presiones hegemónicos, constituyen -aunque sea en parte- rupturas significativas; y si bien pueden ser neutralizadas, reducidas, reapropiadas e incorporadas, elementos activos de ellas se manifiestan, no obstante, independientes y originales" (Zubieta, 2000: 40). Es importante señalar que la hegemonía es dominante pero jamás lo es de modo total y exclusivo, porque existen formas alternativas u opuestas en el seno de las prácticas culturales. "Poder y resistencias". "Relaciones de poder y zonas de resistencia". Pese a que la función de la hegemonía es controlar, neutralizar, transformar e incluso incorporar las formas de oposición, nos interesa mirar las zonas de resistencias recreadas por las tácticas y estrategias comunicativas de IC y MeT.

En este sentido, años más tarde el investigador francés Michel De Certeau, en su obra "La invención de lo cotidiano" delimita su objeto de estudio a "el espacio de libertad creado por las tácticas populares de micro resistencias y apropiación, dentro de los abarcadores márgenes del orden dominante" (Zubieta, 2000: 77).
Los estudios de De Certeau operan desde la creencia de que "las categorías conceptuales con las que se deben manejar y los modelos de análisis son insuficientes e incompletos para dar cuenta de la real magnitud y la riqueza de lo que denomina "las astucias innumerables de los héroes oscuros de lo efímero". (Zubieta, 2000: 79).

Escoge tres determinaciones, que denomina positivas, para analizar, describir e interpretar, las prácticas de la vida cotidiana. En primer lugar el *uso* implícito en el consumo, es decir cómo "reciclar" con materiales que no les son propios; en segundo término propone pensar los *procedimientos* mediante los cuales se

produce esta creatividad oculta de todos los días, o sea el estudio de las astucias a través de las cuales los sectores populares transgreden los mecanismos de control del sistema y se re-apropian de los lugares organizados por las tácticas de producción y el sistema, usándolos en provecho propio; y finalmente *la lógica* de esas prácticas. Allí se formulan y formalizan las reglas de organización.

Según el autor las tácticas o "maneras de hacer", restituyen el vínculo entre el orden de las cosas y el sentido, constituyéndose en una forma de resistir, cuando las cosas no se pueden cambiar. Estas tácticas se basan en tres características centrales: "la economía del don"; la estética del golpe, que es el arte de aprovechar la ocasión y provocar el cambio; y la ética de la tenacidad, que se traduce en mil formas diferentes de rechazar el orden existente y resistir.

Es importante aclarar que tanto De Certeau como Gramsci consideran que las prácticas populares se definen no por su origen sino por su posición, a partir de una relación.

Poniendo la mirada en los aspectos positivos de estas prácticas el autor define a la táctica, por la ausencia de un territorio propio y de poder, mientras que la estrategia supone el ejercicio del poder y un lugar de control desde el cuál articularlo. Por ello, en la cultura popular se establece una relación proporcional que determina que a menos fuerza, más memoria, menos tiempo y más efectos.

En este trabajo nos interesa cruzar esta mirada crítica del sistema en el que se desarrollan las prácticas populares de las organizaciones sociales con la propuesta de la planificación estratégica, que realizan una serie de autores latinoamericanos, entre los que encontramos como exponente destacado al economista chileno Carlos Matus.

Como las principales características del enfoque de planificación estratégico situacional, Matus (2007) menciona qué es una mirada desde el presente que se proyecta hacia el futuro; que reconoce la experiencia y el conocimiento científico y técnico como saberes válidos para elaborar las respuestas de planificación; expone que "El ejercicio de la planificación es preponderantemente una acción

que corresponde a los decisores políticos ("planifica quien gobierna", sostiene Matus), gerentes o dirigentes, porque se entiende que son éstos quienes están en condiciones de garantizar la viabilidad de los proyectos" (p.192); la planificación estratégica situacional ajusta los plazos (corto, mediano o largo plazo) a las exigencias de los decisores buscando transformaciones que impacten de manera significativa y visible en la gestión; finalmente observa que su viabilidad se basa en la capacidad de crear condiciones políticas, sustentadas en los márgenes de poder, de quienes conducen para alcanzar los objetivos propuestos, en la idoneidad técnica y en la posibilidad de garantizar recursos para lo que se proyecta.

Estrategia es una noción polisémica aún para quienes asumen trabajar desarrollando planificación estratégica. Sus sentidos son distintos dependiendo "de quién lo enuncia y, sobre todo, de la trayectoria teórica y metodológica en la que se sustenta el concepto" (Uranga, 2011: 1).

En el ámbito de la planificación estratégica, en general, la idea de estrategia "está asociada a la administración adecuada de los recursos" en este sentido, "estrategia es una directriz o un conjunto de directrices que se adoptan con la finalidad de abordar una situación, construir un plan, burlar a un potencial o real adversario o competidor" (Uranga, 2011: 1).

Por su parte, en la planificación desde la comunicación encontramos dos grandes enfoques que tienen sus puntos en común y divergencias: la comunicación estratégica de Sandra Massoni (2011) y la prospectiva estratégica de la comunicación (2016) de Washington Uranga. Para ambos es "necesario complejizar la mirada sobre la estrategia para salir de lo meramente instrumental, del "corset de los mensajes", y de las herramientas, para abordar, también en este nivel "el espesor de la comunicación". En este sentido, Pérez y Massoni, (2011) afirman en su nueva teoría estratégica:

- "toda estrategia es, al mismo tiempo, una manera de novedad (la "en-acción"), que supone asumir lo "fluido" (el cambio constante y continuo) y lo complejo (multicausalidad y multiplicidad de

consecuencias) y cuya resolución demanda de saberes multidisciplinares" (Massoni y Perez, 2011: 32 en Uranga, 2011:2)

En estas acepciones, la palabra estrategia está vinculada con la acción, con una forma de hacer o de generar criterios para el hacer. Y lo que está ausente es la cuestión del poder, y cómo este se distribuye en el campo en el que se piensa la estrategia.

Si bien estas nociones de estrategia reconocen que ellas encierran criterios operativos y políticos, hacen foco en la forma concreta de su realización.

La cuestión del poder, es central para pensar quiénes tienen margen de encontrar un lugar propio al cuál replegarse y desde el que desarrollar una estrategia que pueda contar con márgenes de viabilidad y factibilidad.

- En la misma línea, pero con algunos matices encontramos que en la prospectiva estratégica de la comunicación de Uranga advierte que "Las estrategias están siempre vinculadas entre sí por el entramado de una política o filosofía de la planificación". En este sentido, retoma las reflexiones de Matus en la que sí aparece la distribución del poder como "una posición",
- "El concepto de estrategia, además de aludir una *actitud analítica*, implica un resultado, una conclusión y una posición. El procedimiento estratégico arriba a una definición sobre la *dirección* del proceso de desarrollo y las formas limitadas de encauzar la realidad hacia ese rumbo. (...) De esa manera, por un lado, la estrategia como proyecto político es un elemento básico de la planificación, su pieza fundamental desde el momento en el que allí se deciden las orientaciones principales, y por el otro, el procedimiento estratégico es una actitud y un método que obliga a una revisión coherente de las demás partes integrantes del sistema de planificación". (Matus, 2007: 109)

Matus agrega que la estrategia supone, por un lado la elección del curso deseado del proceso; así como un cierto grado de control del mismo.

SOBRE LAS ORGANIZACIONES Y SU CONTEXTO

Mujeres en Tecnología (MeT) es una organización feminista que impulsa la inclusión de mujeres y diversidades en el ecosistema tecnológico. Nace en 2018 en la ciudad de Córdoba con el objetivo de reducir la brecha de género en una industria donde solo el 20% de los roles técnicos son ocupados por mujeres[5] Parte del reconocimiento de que el sector de la economía del conocimiento no es ajeno a las desigualdades de género que históricamente se reproducen en todos los sectores de la economía, inequidades que se vieron acentuadas en el contexto de pandemia. Las consecuencias de la crisis desatada han tenido sus más violentos impactos sobre las mujeres y diversidades. Múltiples indicadores dan cuenta de esta realidad, desde una redistribución asimétrica de las tareas de cuidado, pasando por la problemática del acceso y permanencia en el mercado laboral, hasta el aumento del número de femicidios.

En Argentina, y específicamente en el ecosistema tecnológico solo un 16% de las personas que ingresan a carreras de informática son mujeres, representan un 26% de las personas empleadas en ciencia y tecnología, y solo el 17% son fundadoras de startups.

Para enfrentar esta problemática facilitan y co-crean oportunidades de capacitación y reconversión laboral hacia una industria dinámica, de alto crecimiento y con salarios formales por encima del promedio, como clave para el desarrollo económico de mujeres y diversidades.

Definen su accionar en 4 pilares claves. En primer lugar, la “construcción de comunidad”. Se trata de un espacio “seguro” integrado por más de 1200 mujeres y diversidades en donde comparten experiencias, conocimientos, inquietudes y en el cual buscan acompañarse en las distintas etapas de la interacción con el ecosistema tecnológico para fomentar la permanencia en el sector.
En segundo lugar, realizan iniciativas para “despertar” el interés de las mujeres y diversidades en la tecnología, a través de ciclos de talleres libres y gratuitos, con el objetivo de generar la inserción de mujeres y diversidades a los distintos roles y

[5] Datos extraídos de la encuesta realizada por el monitor TIC de la provincia de Córdoba.

áreas técnicas.

Por otra parte, desarrollan capacitaciones intensivas en diferentes tecnologías y herramientas de gran demanda en el mercado laboral como Desarrollo Web, Diseño de experiencia de personas usuarias, Ciencia de Datos, E-commerce, entre otros. Finalmente, el pilar de investigación busca impulsar el conocimiento en mayor profundidad de la problemática de género y tecnología.

Por su parte, Inquilinos Córdoba, es una asociación civil que nació en 2016 con el fin de defender, promover y difundir los derechos de las personas en situación de inquilinato de la provincia de Córdoba.

La organización se constituye en un contexto de transición de gobierno en el país y posterior a la modificación del Código Civil argentino, que derogó la Ley de Inquilinos que regía desde el año 1984. Tiene como visión co-construir una comunidad de inquilinos e inquilinas en la provincia de Córdoba con condiciones justas de alquiler. Su razón de ser (misión) es difundir, promover y defender los derechos que amparan a las personas que se encuentran en situación de inquilinato.

Para lograrlo desarrollan las siguientes líneas de acción: comunicación-educación del marco legal que regula los derechos de inquilinas e inquilinos; sensibilización sobre la problemática; generación de datos; co-diseño de marcos normativos; inclusión de la perspectiva de género y discapacidad como parte de las condiciones justas de alquiler.

NUDOS PROBLEMÁTICOS EN PANDEMIA Y TÁCTICAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA AFRONTARLOS

A continuación describiremos un nudo problemático de cada una de las organizaciones con las que trabajamos y con el que se tuvieron enfrentar durante

la pandemia[6]. Posteriormente, describiremos cuáles fueron las tácticas y estrategias de comunicación que desarrollaron para abordarlos y compartiremos finalmente una breve reflexión sobre el seguimiento de prácticas de resistencia.

Respecto a Mujeres en Tecnología, ante el recrudecimiento de las desigualdades buscan sostener la representación de las mujeres y diversidades de género en este sector de la economía estratégico y de mayor proyección y resulta clave lograrlo a través de la construcción de comunidad. No obstante, MeT identifica una situación de disminución de la calidad de la participación presencial de la comunidad. A partir de la creciente digitalización de la vida las relaciones pasaron a sostenerse a través de la virtualidad. La comunicación digital y las actividades a través de medios virtuales permitieron ampliar los límites y el alcance de las acciones hacia otros territorios, aumentando el acceso y participación de personas desde distintos puntos geográficos. No obstante, este proceso favoreció la despersonalización y afectó las relaciones interpersonales entre aquellas personas que integran la comunidad que no tenían historial de vínculos previos construidos.

Frente a esto desde MeT, retomó los espacios de encuentro y conversación “libres, gratuitos y semanales”. A través de estos eventos en el espacio de Mujeres Tec la organización se propone tratar las diversas preocupaciones que atraviesan las personas de la comunidad en su contacto con el ecosistema tecnológico; sensibilizar sobre la persistencia de la brecha y sus alternativas para abordarla y propiciar el acompañamiento/fortalecimiento de los vínculos.

Evaluando el seguimiento de estas acciones se puede apreciar que, frente a los cambios en la participación de las personas que integran la comunidad, un año más tarde, las actividades propuestas no lograron recomponer la calidad de participación pre pandémica, una posible causa es la complejidad que implica gestionar la diversidad e identificar los intereses respecto a las expectativas de participación.

[6] Para el análisis recortamos un nudo problemático de cada organización, pero aclaramos que durante la recolección de datos nos encontramos con múltiples problemáticas.

La avanzada del capital sobre los vínculos, que se expresa en la commoditización de las comunicaciones entre familiares, amigos/as y miembros de organizaciones sociales, es sumamente compleja de ser revertida por la comunidad de la organización. Es una forma nueva de relacionarnos impuesta, de la que quedamos con poco margen para decidir salirnos de ella. Sin embargo, la astucia del equipo de MeT, se reveló para, progresivamente, instaurar espacios de participación genuina que permitieron disputar el sentido mismo del uso de la tecnología.

En el caso de Inquilinos Córdoba, como principal nodo problemático aparece el recrudecimiento de la crisis de hábitat que viven las personas en situación de inquilinato en la provincia de Córdoba y la falta de respuesta Estatal ante esta problemática,

- "Según la Bolsa de Comercio de Córdoba, el costo de los alquileres aumentó 169% en dos años, superando la inflación acumulada y profundizando el endeudamiento y la crisis habitacional en Córdoba. Si bien casi la mitad (45%) de los ingresos económicos de las familias, son destinados a cubrir costos de alquiler, este rubro sigue siendo omitido por el INDEC al establecer el monto de la Canasta Básica Alimentaria. Es decir que cuando el Instituto calcula el monto mínimo que necesita una familia tipo para satisfacer sus necesidades de alimentación, lo hace considerando un grupo familiar que no alquila: si agregamos costos de alquiler a la ecuación, el básico necesario para subsistir en Argentina se eleva considerablemente" (Entrevista de Julieta Pollo a Maximiliano Vittar, presidente de IC para el medio digital La Tinta).

Ante esta crisis alarmante la organización continúa demandando una mayor intervención estatal, "si bien en el gobierno nacional tomaron la propuesta del Movimiento de Inquilinos de que no sea necesario tener el servicio de energía o gas a tu nombre para poder ser beneficiario del esquema de subsidios, no dieron lugar a otros requerimientos claves" (Vittar, 2022).

La suba de alquileres está fuera de control porque no hay un control por parte del

Estado. Otra vez, como en el caso de MeT, la discusión tiene que ver con el crecimiento del poder del mercado y la imposición de sus lógicas en esta etapa del capitalismo. En el caso de la vivienda se observa que se impone una lógica de mercado, "una lógica de consumo, cuando en realidad nosotros no estamos consumiendo vivienda, si no que estamos planteando que se garantice un derecho constitucional, que es el acceso a la vivienda digna" (Vittar, 2022).

En este escenario, la IC manifiesta que persiste la necesidad de diseñar estrategias orientadas a incidir en la construcción de condiciones justas de alquiler para ello busca "sostener espacios comunicacionales para el abordaje multisectorial de la problemática principalmente con los actores claves del Estado nacional, provincial y municipal". Con el objetivo de construir de manera participativa una política integral de acceso a la vivienda que contemple la discusión del hábitat, el ambiente y la distribución de la tierra.

Si bien Inquilinos Córdoba, desde la ética de la tenacidad, logró avanzar en construir nuevos vínculos con actores del Estado municipal y provincial y establecieron conversaciones puntuales con otros actores estatales que le permitieron poner en agenda la demanda de incluir a las personas en situación de inquilinato en el esquema de subsidios para la energía, hoy ve lejos de su misión. Por el tamaño de la crisis, la concentración de poder creciente que detentan los conglomerados inmobiliarios y la situación de emergencia que atraviesa un alto número de inquilinos aún está lejos el anhelo de la garantización de la vivienda digna para las personas en situación de inquilinato.

REFLEXIONES FINALES

Observamos en estas experiencias cómo en las prácticas de MeT e IC habitan las resistencias a las injusticias sociales y a la mercantilización de la vida, es decir a los consensos impuestos por los sectores que detentan posiciones hegemónicas. Creemos que el trabajo sobre sus tácticas y estrategias de comunicación desde una visión crítica, podrían contribuir a sus luchas.

Su activismo demuestra cómo sus prácticas cotidianas, pueden tener un rol fundamental en las transformaciones que nuestras sociedades necesitan. Lo hacen creando nuevas configuraciones basadas en otros valores, desde una ética del cuidado, fortaleciendo la participación como clave para la construcción de sociedades más justas.

Estamos convencidas de que interrogarnos sobre el poder implica, tanto un análisis crítico para denunciar el modo desigual en que funcionan nuestras sociedades, como alumbrar y aprender de las experiencias que construyen día a día formas nuevas de estar juntos/as, a la vez que construyen nuevos espacios de lo posible y otras formas de imaginar el futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- BECERRA, N. CUELLA, S y GIOVANA, E. (2021) “El cuidado como política, ética centrada en la vida” - Universidad Nacional de Córdoba en Políticas Sociales Estrategias para construir un nuevo horizonte de futuro. Presidencia de la Nación (2021). Buenos Aires. Argentina.gob. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/08/6602_-_libro_politicas_sociales_vol_3-web.pdf.
- DARDOT, P. y LAVAL, Ch. (2015). "Propriedade, apropriação social e instituição do comum” en Tempo Social, revista da sociologia da USP, vol. 27, nº 1. 261-274.
- FEDERICI, S. (2020). Reencantar el Mundo. El feminismo y la política de los comunes. Buenos Aires. Editorial Tinta Limón. Colección Nociones Comunes.
- GATTINO, Silvia Rosa y CHACARELLI, María Eugenia (2021) “El cuidado como política, ética centrada en la vida” - Universidad Nacional de Córdoba en Políticas Sociales Estrategias para construir un nuevo horizonte de futuro. Presidencia de la Nación (2021). Buenos Aires. Argentina.gob. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/08/6602_-_libro_politicas_sociales_vol_3-web.pdf
- GRAMSCI, A. (2002). Cadernos do Cárcere. Tradução Carlos Nelson Coutinho.

3. ed. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, v. 3. Maquiavel: notas sobre o Estado e a tica.

- MASSONI, S (2011) “Comunicación estratégica, comunicación para la innovación. Homo Sapiens Ediciones, Rosario, 2011, pág. 32.
- VITTAR, M entrevistado por Julieta Pollo para La Tinta “https://latinta.com.ar/2022/07/45-ingresos-pagar-alquiler/” publicado el 27 de julio de 2022.
- MATUS, C (2007) “La Teoría del Juego Social”. Ediciones de la UNLa. Remedios de Escalada, Buenos Aires.
- PÉREZ, R. y MASSONI, S. (2009); Hacia una teoría general de la estrategia. Ariel Comunicación. Barcelona.
- URANGA, W. (2016) Conocer, Transformar, Comunicar”. 1a Ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Patria Grande.
- URANGA, W. y THOMPSON, H (2015). Del análisis situacional al diseño estratégico. Recuperado de: http://www.wuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=category&id=12
- ZUBIETA, Ana María (2000) “Cultura Popular y Cultura de Masas. Conceptos, recorridos y polémicas. Buenos Aires. Editorial Paidós.

COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE: TRAMAS, COMPETENCIAS Y DESAFÍOS EN LA FORMACIÓN Y EL EJERCICIO PROFESIONAL

María Carolina Gallo | Universidad Nacional de Tucumán
comuinstitucional20@gmail.com

Alina del Carmen Díaz Smiderle | Universidad Nacional de Tucumán
comuinstitucional20@gmail.com

LA TRANSFORMACIÓN DE LOS PROCESOS COMUNICACIONALES DESDE LA PANDEMIA

El contexto de restricciones evidenció que la comunicación y sobretodo la comunicación institucional, fue fundamental para el sostenimiento de los objetivos de las diferentes instituciones (empresas, organismos públicos y privados y organizaciones de la sociedad civil), y en ese contexto se forzaron nuevas maneras de vincularse y relacionarse con sus destinatarias/os, planificar y transformar la comunicación institucional hacia una nueva normalidad en la que la tecnología se ha vuelto protagonista en algunos casos y ausente en otros; la certeza es que fue necesario un cambio y la comunicación es parte importante y determinante de nuevas acciones..

Las instituciones tuvieron la necesidad de buscar alternativas posibles y viables. Es por eso que este trabajo se propone describir y mostrar la transformación en los procesos de comunicación y de manera superficial dar a conocer la incidencia en los participantes de esos procesos. Se tomarán dos tipos de instituciones: educativas y de la administración pública; como parte del trabajo de investigación que se viene llevando a cabo desde la Cátedra de Comunicación Institucional de la Universidad Nacional de Tucumán.

Se toman cuatro dependencias de la administración pública tucumana, Ente Único de Control y Regulación de los Servicios Públicos Provinciales de Tucumán (ERSEPT), Secretaría de Estado de Relaciones Internacionales, Ente Autárquico de Turismo, EATT y Secretaría de Participación Ciudadana; en las que se observa que, en la primera semana a partir del anuncio presidencial sobre las nuevas restricciones, habiendo cerrado las puertas físicas; y algunas de ellas, designando un equipo de "esenciales" para dar continuidad a parte del trabajo, en todas, la incertidumbre y la falta de planificación para momentos de crisis se evidencia.

La pandemia de COVID-19 ha puesto de relieve riesgos globales en todos los campos y dimensiones del desarrollo y de la vida cotidiana, y constituye una prueba de resiliencia para las sociedades, las culturas y las economías. El plano de la salud pública ha sido el que mide la importancia de todos los otros planos e instituciones que sostienen la vida en sociedad de Tucumán.

La crisis en los organismos puede describirse como un momento de vulnerabilidad y menor control. Son situaciones en las que los organismos atraviesan cambios y/o inestabilidad en su estructura por razones externas, o internas. Pueden ser causadas por muy diversas razones, algunas más previsibles que otras, por ejemplo accidentes, desastres naturales, crisis económicas y sus consecuentes despidos; cambio de directorios o atentados, entre otras. Son muchas y muy diversas las situaciones que pueden desencadenar una crisis en el organismo.

Las Crisis, además de quebrantar la cotidianidad de las instituciones, y de poner todo bajo un ojo crítico; suelen generar fuentes de información para los medios de comunicación, indeseadas, testimoniales, subjetivas y no-controladas. Esta situación, en caso de no haber sido prevista anteriormente, puede generar que la crisis se acentúe o se generen otras crisis derivadas.

Pero el contexto de pandemia, era algo nunca previsto. Una crisis que incidió de manera institucional y también individual; por el carácter dialéctico de esta circunstancia, lo individual incidió plenamente en lo institucional, a su vez, por la naturaleza de la crisis: razones sanitarias.

En estas situaciones cada integrante de los organismos se convierte en fuente de información para los medios, por lo que se generan diferentes opiniones que dependerán de la relación con la institución que tenga el empleado. Por otra parte, los medios tomarán cualquier aspecto, sobre los datos que les proporcionen, para construir una noticia, una realidad con datos veraces pero manipulados.

En estas situaciones la comunicación es de suma importancia; ya que profundiza las crisis si se elige un camino errado para dirigirse a la sociedad de su interés ya sea por los medios masivos o directamente; o todo lo contrario si se realiza una buena estrategia.

Si la comunicación responde a las necesidades comunicacionales de los medios, puede situar al organismo fuera del foco de los mismos. Si no hay más noticias, optarán por buscarlas en otra parte. Aunque la crisis persista en la institución, posiblemente pueda realizarse una estrategia que disuada la atención, siempre con la verdad pero brindándola de la manera menos noticiable, menos impactante posible.

En el caso de cualquier institución de la administración pública, siempre, cuentan con información útil para la comunidad, o un sector de la misma, además que en contraposición, la sociedad en general y el destinatario específico de esa institución también tiene necesidades comunicacionales, que a veces pueden ser parte de aquello que el organismo no necesita comunicar y dar a conocer.

Pero en el contexto de la pandemia, por las restricciones en cuanto a la vida presencial, muchas instituciones entraron en un paréntesis de funciones. Sin embargo, de igual manera debían seguir existiendo.

El plano presencial pasó en parte al plano digital, y aquellos organismos de la administración pública que no contaban con herramientas comunicacionales en plataformas digitales tuvieron que hacerlas, los que sí las tenían tuvieron que resignificarlas o actualizarlas, y muy pocos habían logrado tener una vida en el

plano digital que sea eficaz. Aunque cabe resaltar que algunos organismo decidieron volver a funciones al momento en el que se levantaron las restricciones.

En los primeros instantes de una crisis debe haber mayor contacto con la prensa para evitar las especulaciones, reflexiones o conclusiones en pos de calmar la ansiedad de la audiencia; que la información que obtenga la prensa no se origine de los testimonios directos, sino de la fuente institucional.

La institución debe brindar información "oficial", veraz, escueta, de pocas palabras, sin pronósticos ni conclusiones. Debe explicar que los hechos (los que fueran), al ser recientes, no fueron analizados.

En esta etapa, el producto gráfico comunicacional adecuado es el Parte de Prensa (objetivo, con datos puros, grado cero de la escritura, sin recursos literarios, etc.).

Y la acción comunicativa que se sugiere es la Conferencia de Prensa, la cual debe ser llevada a cabo por el responsable del organismo en cuestión, sino en su defecto, el Prensa (o comunicador), Relacionista Público o el profesional idóneo destinado para esta función tan delicada. La Conferencia de Prensa debe servir para contener el acecho de la prensa y por otro lado a sostener la integridad de la institución; en sentido cobra relevancia, porque a diferencia del Parte de Prensa, en la Conferencia, la Institución "le pone la cara y el cuerpo" (a través del encargado). La Conferencia de Prensa debe ser una acción totalmente controlada; se debe elegir el lugar adecuado en el que se tendrán en cuenta hasta la luminosidad del lugar y el espacio para los periodistas. El encargado de informar a la prensa deberá mostrarse calmo, sereno y templado; su aspecto debe estar prolijo, de vestimenta discreta y sumamente cuidado; su tono de voz debe demostrar seguridad, no puede estar apurado, agitado, pero tampoco debe ser lento ni tan pausado. El contenido del mensaje, al igual que el Parte de Prensa, será un discurso pre-elaborado del que no debe NUNCA salir, con frases cortas, de carácter descriptivo, preciso y poco detallado; siempre resguardando el interés del organismo.

Luego, se debe calmar a la prensa avisando a qué hora se contactará otra vez para brindar novedades. De ese modo no habrá asedio, ni buscarán (por lo general) otras fuentes. Esperarán. No habrá incertidumbre por lo que se minimizará la

especulación y la construcción de noticias con datos aislados o fragmentados. Si el organismo cuenta ya con datos y éstos no son convenientes para ser difundidos, se repetirá lo anterior sin dar mayores detalles.

Con el paso del tiempo disminuye la audiencia interesada, entonces las noticias vinculadas al organismo ya no serán centrales para los canales o diarios. Si el organismo debe comunicar, luego de una crisis, despidos o cambios fundamentales, deberá hacerlo cuando se aplaque el interés mediático. Esas medidas deben anunciarse en reuniones privadas y en un marco de contención importante para evitar que sea percibido como un "maltrato".

Si bien lo precedente es lo que debería hacerse, hubo organismos de la administración pública que decidieron no brindar mayores datos que decir, que por la pandemia, hasta nuevo aviso no continuaría con sus servicios, funciones, beneficios, etc.-

Si se traslada a una mirada abarcativa o macro, de las administraciones del Estado, ante la sociedad o la comunidad, brindó una imagen de desconcierto lo que derivó en mayor incertidumbre. Es decir, en base a una encuesta por un formulario distribuido por la plataforma whatsapp a integrantes de las instituciones mencionadas, para la mayoría de las personas en sus casas (78% de encuestados), la percepción traspasaba los límites del organismo para el que trabajaba, se ampliaba la mirada, al punto que esa mayoría optó por la opción que decía "El Estado, al cerrar la vida presencial de todas las instituciones no declaradas esenciales, impulsó el sentimiento de desasosiego e incertidumbre". Si esta encuesta hubiera sido realizada en ese momento, la comunicación hacia esos destinatarios hubiera sido más acertada o direccionada a responder a esa necesidad comunicacional que se plantea hacia el plano individual que institucional. Entonces el contenido de los mensajes a los que esas personas pudieron acceder, no fueron acertados.

Sin embargo, otras instituciones que ya venían trabajando en planos digitales de manera efectiva, lograron transformar su vida institucional al plano digital, más que sólo una presencia, que se lograba con efemérides en las redes sociales como Facebook e Instagram; como brindando la continuidad necesaria a ciertas funciones factibles de esa transformación.

Respecto a la incidencia externa de la cuestión institucional, y la crisis que se generó, por la naturaleza del virus y el alcance de la pandemia, parte de las transformaciones iniciaron acciones comunicacionales no planificadas y luego con políticas comunicacionales que perdurarán después de la pandemia. Como resume muy bien Fukuyama (2020), a nivel mundial los factores principales del éxito de las respuestas a la pandemia han sido la capacidad de los Estados, la confianza y responsabilidad social y el liderazgo. Los países con los tres —un aparato público competente, un gobierno en el que la ciudadanía confíe y escuche, y un liderazgo eficaz— han tenido un buen desempeño y han logrado limitar los daños. Los países con estados disfuncionales, sociedades polarizadas o liderazgo deficientes han tenido un mal desempeño dejando a sus ciudadanos y economías expuestos y vulnerables. Ahora bien, la envergadura de la crisis ha puesto en evidencia que ningún país, por desarrollado o poderoso que sea, podría derrotar la pandemia con un esfuerzo exclusivamente local y ha obligado a recordar que la resiliencia económica, social y política también depende de la coordinación y cooperación internacional y exige una visión que trascienda las fronteras de ciudades, países e incluso regiones. A nivel de instituciones, ha sido diferente ya que la mayoría se atomiza en Tucumán, y no establecieron lazos cooperativos como se hizo a nivel macro.

Igualmente, hasta el momento, los Estados, incluidas las potencias más grandes, se han mostrado incapaces de coordinarse a nivel global para construir soluciones y encontrar salidas a la crisis de manera conjunta.

La respuesta a la pandemia y el avance posterior de la globalización requieren de instituciones globales con legitimidad y capacidad de articular voluntades y actuaciones o, como ha señalado el Secretario General de las Naciones Unidas, “la respuesta a la pandemia y al descontento generalizado que la precedió deberá basarse en un nuevo contrato social y un nuevo acuerdo global que creen igualdad de oportunidades para todos y respeto por los derechos y libertades de todos” (Guterres, 2020). Contrariamente, esta salida de la pandemia para muchas instituciones fue más que un aprendizaje un diagnóstico, es decir, el reconocimiento de todo lo que no se hizo ni hace y el carácter entrópico que surgió espontáneamente a pesar de las transformaciones de la vida digital institucional hacia un nivel protagónico.

Respecto a la identidad de los organismos, muy pocos lograron que se traslade al plano digital porque la cultura institucional, no la sostuvo, aunque se tuviera en cuenta la imagen visual gráfica o corporativa a la se haya llegado antes de la pandemia en sus productos comunicacionales, muy diferente es sin interacción presencial, cabe mencionar que esa interacción presencial, sea por conductas propiciadas por el mismo trabajo, o por cuestiones espontáneas, son a su vez, parte de los pilares en la construcción de una identidad, de una cultura deseada, o de una identidad a la que se llegó de manera espontánea.

Entonces, aunque algunos organismos hayan podido sobrevivir a la pandemia conservando su esencia y luego de esta (pandemia), continuar en el plano de esa transformación, y aunque se hayan planteado la coexistencia de los dos planos como algo funcional, ninguno se ha planteado el sostenimiento de la cultura y la identidad institucional, que va más allá de todos los productos, medios, acciones y prácticas comunicacionales diarias.

Algunas instituciones, como la Secretaría de Participación Ciudadana, que fue la única que a los siete días continuó con su trabajo de manera eficaz y además en ese proceso de adaptación sumó nuevas actividades específicas para plataformas digitales, no logró que sus equipos de trabajo se comportan de igual manera como parte de la cultura institucional en ambos planos. En el plano digital también se presenta la dificultad del conocimiento y el desarrollo de habilidades propias para ese plano, y se suma a esto que no todos cuentan con los mismos dispositivos y por este motivo con las mismas posibilidades de acción ahí.

Entonces la transformación de los procesos comunicacionales, mediados por la tecnología, desde la pandemia hasta ahora, en la mayoría de las administraciones públicas fueron circunscritas al momento de restricciones y en la vuelta a la presencialidad se retomaron los antiguos procesos.

Entonces se concluye que estos cambios tan profundos no son posibles sin el sostenimiento de la cultura y la identidad con todo lo que eso implica en los procesos comunicacionales, en este tipo de organismo.

Respecto a las escuelas, la transformación para atravesar la pandemia fue contundente, y cada una evidenció sus particularidades, por lo que el aspecto de

la cultura institucional fue el que observé preponderantemente para entender la realidad comunicacional y los otros aspectos que la constituyen.

Para analizar las instituciones Pedro Avejera nos propone planos que permiten entender la estructura de las instituciones. Un plano fundamental para entender el comportamiento de los miembros de la institución es la cultura. La cultura institucional marca las pautas de comportamiento individual que adoptan los miembros de la institución. Esas pautas están condicionadas por los valores y normas que la institución considera fundamentales fomentar en los sujetos.

Las prácticas comunicacionales tienen una estrecha relación con la cultura adoptada por la institución. Pero durante las restricciones, en la Escuela para Adultos Latinoamericana de Tafí Viejo, esas nuevas prácticas comunicacionales que se impusieron como parte de una estrategia para sostener las actividades propias, es decir, las clases; eran la única manera además de mantener la vida institucional; esas prácticas se dieron a través de plataformas digitales, correos electrónicos, mensajes por whatsapp, y aunque parezca que por la cantidad de nuevas vías de comunicación los alumnos, destinatarios de esta escuela, lograrían sostener el vínculo deseado y efectivo; eso no sucedió, ya que estos alumnos no estaban habituados a la tecnología. La pandemia, como contexto, además incidió profundamente en ellos, por contagios cercanos, preocupación, y en algunos casos por perder, además la fuente laboral. Entonces el proceso de transformación fue largo y no en su totalidad efectivo. En las encuestas realizadas, un 72% de los alumnos, manifiestan que “seguir estudiando durante la pandemia, fue muy difícil y pasó a un segundo plano en las prioridades diarias”. Entonces, en una búsqueda espontánea por lograr el vínculo entre escuela y alumnos, se focalizó en aquello que generaba empatía y acercamiento: utilizar el whatsapp para, además saber sobre la salud, de cada uno y realizar conversaciones informales, en la que los valores, eran el código común: solidaridad, compañerismo, cooperación, todo por whatsapp. “La cultura expresa aquellos ideales que comparten y aceptan los miembros de la misma institución” y también establecen aquellos que son promovidos e incentivados, como así también los sancionados e inhibidos, dice Avejera, y así pasó en esta escuela.

Esos valores y creencias que generan pautas de comportamiento, formas de relacionarse y realizar de una determinada manera las actividades, tienen un

impacto directo en el proceso de comunicación institucional, que además de otras vías para establecer la comunicación, perdió todo formalismo e identidad gráfica, ya que esta comunicación, no requería de logos o membretes institucionales.

Las convicciones de los sujetos promovidas como primordiales por la misma institución establecen las bases de comportamiento que impactan en otros planos como, por ejemplo, la estructura organizativa (organigrama), la planificación, fines y objetivos, evaluación, etc. Según Andrade Rodríguez de San Miguel las manifestaciones culturales alimentan y enriquecen la cultura. Esas manifestaciones son las conceptuales simbólicas, que pretenden representar y explicar objetiva /subjetivamente al hombre, y al mundo en el que se encuentra. Las conductas que marcan las pautas de comportamiento e interacción de los miembros del sistema cultural. Las estructurales que pretenden asegurar el cumplimiento de los objetivos del sistema cultural. Y por último los materiales que comprenden todos los recursos necesarios para la productividad y el bienestar de los miembros. Siguiendo esta línea de pensamiento esa interdependencia dinámica entre la cultura y sus manifestaciones promueven una cultura determinada y diferente a cualquier tipo de institución. Es así que cada institución es única e irrepetible en su sistema cultural. Y en la pandemia, eso fue algo que no se perdió, si no que en las escuelas, pasó por un intervalo, porque después de la pandemia, se recuperaron las prácticas anteriores a ésta.

Según Frigerio, Poggi y Tiramonti la cultura institucional es aquella cualidad relativamente estable que resulta de las políticas que afectan a una institución y de las prácticas de los miembros de un establecimiento. El modo en que ambas son percibidas por estos últimos, dando un marco de referencia para la comprensión de situaciones cotidianas, orientando e influenciando las decisiones y actividades de todos aquellos que actúan en ella.

En este sentido, las respuestas de los actores en las distintas situaciones cotidianas que se presenten responderán a esa percepción de las políticas implementadas en la institución.

Respecto a la comunicación interna específicamente, El conjunto de procesos de interacción interpersonal en cumplimiento de los objetivos institucionales, depende de la cultura y como se presenta en la institución, e intermediado por las

plataformas digitales, esto cambió de manera violenta, porque para muchos representó un trauma teniendo en cuenta que el 56% de los alumnos encuestados asumen “tuve miedo, y pensé que nunca iba a aprender a participar en el foro propuesto por la escuela”, entonces luego asumieron que fue “traumático”.

Son las manifestaciones antes desarrolladas las que marcarán el tipo de comunicación interna. Los sujetos responden en primer lugar a las manifestaciones conductuales, ellas marcan las pautas en las interacciones, conductas, que en pandemia eran interpretadas como se podía entre los interlocutores, entre alumnos, entre profesores y alumnos.

Es así que la cultura condiciona el proceso de comunicación interna. Por tal motivo es importante entender, analizar la cultura institucional para trabajar la comunicación interna. Y en el aislamiento, los que participaban de las plataformas propuestas asumen que lo “interno”, estaba en el contexto de las vías planteadas por los responsables en la escuela a los destinatarios correspondientes y no lograron imponer una cultura institucional determinada.

Incluso para trabajar los problemas de comunicación que se presentan en la institución es fundamental atender las pautas conductuales para pensar y proponer soluciones viables y acordes a esa realidad cultural, que se estaba gestando lentamente.

Si la comunicación institucional según Avejera es un conjunto de fenómenos, actividades y/o procesos cuya finalidad es generar, conservar o transformar conocimientos, habilidades etc., en sectores o grupos, la cultura marcará los patrones de trabajo y permeabilidad de cambios posibles.

La cultura institucional representa las convicciones básicas de ese grupo social, como así también los modelos deseados de sociedad e institución que desea lograr. En este camino o proceso de acción, los sujetos que forman parte de la institución, dependen de las concepciones simbólicas trabajadas desde la cabeza de la institución.

Cuando el sujeto pasa a formar parte de una institución determinada incorpora en su visión, acción e ideología, aquellos conceptos o ideas que pasarán a formar parte de la nueva (o no) percepción de las instituciones.

La cultura se refleja en sus manifestaciones. Si las propuestas de solución para generar cambios son realizadas en otros planos institucionales, sin abordar las cuestiones culturales no obtendremos los resultados deseados. Porque se trataría de un desconocimiento consciente de la realidad por fuera de la institución, que siempre es incidente.

Son las pautas de comportamiento y la interacción de los miembros, como las percepciones de su realidad institucional la base de las posibilidades de cambios. El comunicador en su trabajo de diagnóstico señala los problemas de comunicación y posibles soluciones viables para abordar. Sin embargo, los éxitos de estas propuestas dependen en gran medida del abordaje y conocimiento de las manifestaciones culturales, que en la escuela donde he investigado, la transformación sólo fue en el marco de la pandemia. En la actualidad, con un modo de trabajo anterior a la pandemia, sólo algunos procesos comunicacionales siguen vigentes después de la pandemia: el whatsapp y los correos electrónicos, y esto se debe a la aceptación de sus miembros, a la cultura de ese organismo.

Tres palabras clave: Procesos – Comunicación - Instituciones

BIBLIOGRAFÍA

- Andersen, I. (2020). Declaración del Programa de la ONU para el Medio Ambiente sobre la COVID-19. Recuperado en. https://www.unenvironment.org/es/noticias-y-reportajes/declaraciones/declaracion-del-programa-de-la-onu-para-el-medio-ambiente-sobre.

Introducción a la Comunicación institucional

- Amado Suárez, Adriana, Castro Zuñeda, Carlos, *Comunicaciones Públicas. El Modelo de la comunicación integrada*, Temas Grupo editorial.

- Andrade Rodríguez de San Miguel, Horacio: “Cultura organizacional, administración de recursos simbólicos y comunicación”, en: La comunicación en las organizaciones, México, Trillas, 2003.
- Bártoli, Annie: Comunicación y organización, la organización comunicante y la comunicación organizada. Ed. Paidós, Barcelona, España, 1992.
- Boudieu, Pierre: "El sentido práctico", Ed. Taurus, 1991.
- Bunge, Mario: Mitos, hechos y razones, cuatro estudios sociales. Ed. Sudamericana, Buenos Aires, 2004.
- Fernández Collado, Carlos: La comunicación en las organizaciones. México, Trillas, 2003.
- Fichter, Joseph: Sociología. Ed. Herder, Barcelona, 1979.
- Frigerio, Graciela; Poggi, Margarita y Tiramonti, Guillermina: Las instituciones Educativas. Cara y Ceca, Elementos para su comprensión. Ed. Troquel, B. A., Argentina, 1993.
- Gómez Cejas, Guillermo: Planificación y Organización de empresas. Edicot, México, 1988.
- Ramiró Carles Mata, *Teoría de la Organización y Administración Pública*. Ed. Tecnos 1999.
- Sotelo Enríquez, Carlos: Introducción a la comunicación institucional. Ed. Ariel, Barcelona, España, 2001.

Prensa Institucional

-Bonta, Patricio/ Farber, Mario, 1994, “199 preguntas sobre marketing y publicidad”. Grupo Editorial Norma. Bs.As

-Del Río Martínez (2007). “*Criterios para la presentación de carteles científicos*”. Revista de la Comisión de Investigación de la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior, 2:11-21 (versión electrónica disponible en: http://fimpes.org.mx).

-Galimi, Gisela, Alcón Analía: *Documentos de Comunicación Institucional: Análisis y Redacción. Aportes pedagógicos.* Ed Educa. 2007.

-Los gabinetes de prensa como fuente de información política en España. Por Pablo Francescutti y Enric Saperas. Trama comun. vol.19 no.2 Rosario dic. 2015

-Mendoza Martínez, V. M.; M. E. Rivera Heredia; M. González Videgaray y J. H.

-Reseña sobre Impacto y visibilidad de las revistas científicas. Cecilia Rozemblum. Versión On-line ISSN 1853-9912. Palabra clave vol.2 no.1 Ensenada oct. 2012

Medios de Comunicación

- Guinsberg, E. (1999). Televisión y familia en la formación del sujeto. En Lozano, J. y Benassini, C. (Ed), Anuario de Investigación de la Comunicación V (pp. 31-53), México:Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación / Universidad Iberoamericana.
- Verón, E. (1983). Construir el acontecimiento. Buenos Aires: Gedisa
- Arredondo, P., (1989). Presentación. En Sánchez Ruiz, E. (Comp.), Teleadicción infantil: ¿mito o realidad? (pp. 7-8), Guadalajara: Universidad de Guadalajara
- El carnaval de las imágenes. Madrid: Akal/Comunicación. Ramonet, I. (1998).
- El pensamiento único. En Le Monde Diplomatique edición española, Pensamiento crítico vs. Pensamiento único (pp. 15-17). Madrid: Temas de Debate. Ricalde, E. (1979).
- Entrevista en revista Alternativa, México: UAM-Xochimilco. Wolf, M. (1987). La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Barcelona: Paidós.
- Guinsberg, E. (2000b) Televisión y violencia. En Kurnitzky, H. (Comp.), Globalización de la violencia (pp. 183- 202).México: Colibrí
- Mattelart, A. y M. (1987).Pensar sobre los medios. Madrid: Los libros de Fundesco. Mattelart, A. y M. (1988).

Modelos de Análisis de Comunicación

- Avejera, Pedro. 1988. "Políticas de comunicación institucional". Córdoba. Mimeo. E.C.I. U.N.C.
- Avejera, Pedro.1987."Ideas sobre diagnóstico en comunicación educativa para el desarrollo". Mimeo. E.C.I. U.N.C.Egidos, Dionisio, 2000.
- Fernández Collado, Carlos: La comunicación en las organizaciones. México, Trillas, 2003.
- Losada Vázquez, Ángel: La comunicación institucional en la gestión de cambio. UPS, 1998.

- Lourau, René: El análisis institucional. Ed. Amorrourtu, Buenos Aires, 2001.

Identidad e Imagen

- Mesa, L. Marketing Urbano y la Construcción de la imagen de la ciudad, 2011. Tesina (en opción al grado de master en gestión urbanística) España: Universidad Politécnica de Cataluña, 2011. 22 h. -Sodré, Muniz: Reinventando la cultura, la comunicación y sus productos. Ed. Gedisa, Barcelona, España, 1998.
- Álvarez Durán, Y. Imagen Corporativa: teoría y práctica desde un enfoque psicológico. La Habana: Ed. Ciencias Sociales, 2002. 115 p
- La gestión comunicacional basada en la cultura organizacional e identidad corporativa de la Universidad Nacional Abierta (UNA). Revista de Ciencias Sociales versión impresa ISSN 1315-9518. Revista de Ciencias Sociales v.XII n.2 Marcaibo ago. 2006
- Schvarstein, Leonardo: Diseño de organizaciones. Ed. Paidós, B. A., Argentina, 2000.----------: Identidad de las organizaciones. Ed. Paidós, B. A., Argentina, 2000.

Fotografía

- Libro Imágenes DC N°21: Miradas III. Diseño Fotográfico. ISSN: 978-987-1716-75-3
- Billeter, Erika. Fotografía Latinoamericana desde 1.860 hasta nuestros días. Madrid: El Viso, 1982
- La fotografía como documento social. Gisèle Freund. Editorial Gustavo Gili. ISBN/EAN: 9788425229947. 2017 última edición.

Periodismo Institucional

- Avejera, Pedro. 1988. "Políticas de comunicación institucional". Córdoba. Mimeo. E.C.I. U.N.C.
- Avejera, Pedro.1987."Ideas sobre diagnóstico en comunicación educativa para el desarrollo". Mimeo. E.C.I. U.N.C.Egidos, Dionisio, 2000.

- Rodrigo, Miquel. 1995 Los modelos de la comunicación. Madrid, Tecnos. 2005 La construcción de la noticia. Barcelona, Paidós.

Instituciones

- Fichter, Joseph: Sociología. Ed. Herder, Barcelona, 1979.
- Frigerio, Graciela; Poggi, Margarita y Tiramonti, Guillermina: Las instituciones Educativas. Cara y Ceca, Elementos para su comprensión. Ed. Troquel, B. A., Argentina, 1993.

Productos comunicacionales

- D'Adamo, Orlando (Virginia García y Flavia Freidenberg) 2007 Medios de comunicación y opinión pública. Madrid, McGraw-Hill.
- De Masi, Oscar Andrés (compilador): *Comunicación Gubernamental*, Buenos Aires, Paidós, 2001
- Galimi, Gisela, Alcón Analía: *Documentos de Comunicación Institucional: Análisis y Redacción. Aportes pedagógicos.* Ed Educa. 2007.
- La fotografía como documento social. Gisèle Freund. Editorial Gustavo Gili. ISBN/EAN: 9788425229947. 2017 última edición.
- Los gabinetes de prensa como fuente de información política en España. Por Pablo Francescutti y Enric Saperas. Trama comun. vol.19 no.2 Rosario dic. 2015

Radio

- Ulanovsky, Carlos. *Días de radio (1920-1959): Historia de los medios de comunicación en Argentina*, 2004. Ed. EMECE Editores.

Audiovisual

- Arredondo, P., (1989). Presentación. En Sánchez Ruiz, E. (Comp.), Teleadicción infantil: ¿mito o realidad? (pp. 7-8), Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

- Elena Bandrés. *El periodismo en la televisión digital*. Editorial: Ediciones Paidós. 2015
- Guinsberg, E. (1999). Televisión y familia en la formación del sujeto. En Lozano, J. y Benassini, C. (Ed), Anuario de Investigación de la Comunicación V (pp. 31-53), México:Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación / Universidad Iberoamericana.
- Guinsberg, E. (2000b) Televisión y violencia. En Kurnitzky, H. (Comp.), Globalización de la violencia (pp. 183- 202).México: Colibrí
- Jordi A. Jauset. *La investigación de audiencias en televisión*. Fundamentos estadísticos. Ed. Paidós. 2015

Productos de comunicación virtuales. Sitio Web. Redes sociales.

- Manuel Moreno. *Cómo triunfar en redes sociales*. Versión Kindle. 2017
- Elena Bandrés. *El periodismo en la televisión digital*. Editorial: Ediciones Paidós. 2015
- Gallego, José Antonio. Todo lo que hay que saber de comunidades virtuales y redes sociales. 2012. Ed. Wolkers Klumer
- Quiroga, Ana P. de, *Crisis, procesos sociales, sujeto y grupo*. Ed. Cinco. B. A., 1998.

Estrategias

- Izurieta, Roberto; Arterton, Christopher; Perina, Rubén (Compiladores): *Estrategias de comunicación para gobiernos*, Buenos Aires, La Crujía, 2009.
- Ruiz, Violeta: Organizaciones comunitarias y gestión asociada. Ed. Paidós, B. A., Argentina, 2004.
- Uranga, Washington: *Prospectiva estratégica desde la comunicación*. Proceso metodológico de diagnóstico y planificación. Buenos Aires. 2007.
- Van Riel, Cees B. M.: *Comunicación corporativa*, Ed. Prince Hall, 1997.

Crisis

- Max Weber, *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva* ("Wirtschaft und Gesellschaft"), Ed. virtual
- Quiroga, Ana P. de; “Relaciones sociales, procesos de crisis y cambio, y subjetividad” en *Enfoques y Perspectivas en Psicología Social*; Ediciones Cinco, Buenos Aires, 1998
- René Lourau, *El Análisis Institucional,* Amorrortu Editores España SL, 2001.

Planificación y Gestión de la Comunicación

- Suárez Amado, Adriana y Castro Zuñeda, Carlos: *Comunicaciones públicas*. Ed. Temas, 1999.
- Uranga, Washington; Moreno, Laura y Villamayor, Claudia: *Diagnóstico y planificación de la comunicación*. *--Apunte del Curso de especialización*, La Crujía Ediciones, B. A., Argentina, 1997.
- Schvarstein, Leonardo: Diseño de organizaciones. Ed. Paidós, B. A., Argentina, 2000.----------: Identidad de las organizaciones. Ed. Paidós, B. A., Argentina, 2000.----------: La inteligencia social de las organizaciones. Ed. Paidós, B. A., Argentina, 2004.----------: Psicología social de las organizaciones. Ed. Paidós, B. A., Argentina, 2004.
- Ana P. De Quiroga, *Enfoques y perspectivas en psicología social*. Ediciones Cinco, 1986.
- De Masi, Oscar Andrés (compilador): *Comunicación Gubernamental*, Buenos Aires, Paidós, 2001

Otros

- Prieto Castillo, Daniel *Diagnóstico de comunicación. Mensajes, instituciones, comunidades*. Ciespal, Quito, Ecuador, 1990 (reimpresión).
- http://www.laeditorialvirtual.com.ar/pages/Weber_Max/Weber_EticaCapitalismo_01.htm.

- http://redcimas.org/archivos/biblioteca/metodologias/PAdris_ORGANIZACIONES.pdf Artículo: CIMAS-CUADERNOS Organizaciones de la sociedad civil, espacios de participación y comunicación. Reflexiones a partir de la IAP en una asociación civil Argentina Pablo Adrís, 2009.
- http://www.elsigloweb.com/nota.php?id=84213
- http://www.infobae.com/notas/629709-Se-incendio-una-fabrica-de-amoblamientos-en-Lomas-de-Zamora.html
- http://www.lanacion.com.ar/1499305-la-batalla-de-facebook-para-convencer-a-los-anunciantes

COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES, UN ABORDAJE INSTITUCIONAL

Adriana Ghitia | Universidad de Buenos Aires
adria.ghitia@gmail.com

RESUMEN

Desde las teorías que abordan a la organización como objeto de estudio e intervención se ha incursionado en la gestión de la comunicación, denominada como comunicación organizacional y en menor medida como comunicación institucional. Dicho objeto de estudio fue contemplado por disciplinas tales como ciencias de la administración, sociología, psicología, ciencia política y en menor medida ciencias de la comunicación.

Desde las distintas vertientes del análisis institucional, en el cual a grandes rasgos convergen la psicología y la sociología, también se ha considerado a la organización como objeto de estudio e intervención al cual se agrega y diferencia desde el punto de vista teórico el concepto de institución. El presente trabajo apunta a reflexionar, desde una mirada comunicacional, sobre el vínculo entre estos abordajes; al tiempo que busca interrogar desde la gestión de la comunicación al objeto de intervención: es la organización, es la institución, o es el par organización/institución que se puede diferenciar desde el punto de vista teórico para el análisis, pero que está profundamente imbricado en las prácticas cotidianas.

Palabras clave: comunicación, institución, organización

ORGANIZACIÓN, INSTITUCIÓN Y COMUNICACIÓN

Joan Prats i Catalá (1998), en sus desarrollos sobre la administración estatal, dice que ***las instituciones*** son realidades abstractas, no tienen objetivos, tienen normas y reglas –formales e informales- que estructuran la acción social. Son un sistema de constricciones y de incentivos del comportamiento de los individuos y de las organizaciones; son reglas del juego social, articulan la interacción entre actores, expresan las relaciones de poder y de interés de una determinada sociedad, son el resultado de un proceso de aprendizaje social expresado en las leyes, no pueden ser creadas o cambiadas por decreto. Para analizar una institución hay que averiguar la estructura de actores y de intereses formales e informales subyacentes a lo formal –leyes, objetivos**-.**

Mientras que ***las organizaciones*** son realidades concretas, ordenaciones de recursos concretos y discretos –humanos, financieros, técnicos- para la conservación de objetivos; son equipos participantes en el juego, nacen y desaparecen dentro de un entorno y marco institucional. La autoridad organizativa dispone para su alteración de un margen mucho mayor de libertad del que cuentan las autoridades públicas para alterar las normas institucionales. Las instituciones y las organizaciones conforman el sistema total de constricciones e incentivos de una determinada sociedad**.**

Desde el análisis institucional, para Aldo Schlemenson, de la corriente Psicología Institucional Psicoanalítica (PIP), las organizaciones constituyen un sistema socio – técnico integrado, deliberadamente constituido para la realización de un proyecto concreto, tendiente a la satisfacción de necesidades de sus miembros y de una población o audiencia externa, que le otorga sentido. Está inserta en un contexto socio – económico y político con el cual guarda relaciones de intercambio y de mutua determinación.

René Lourau, de la corriente de Análisis Institucional (AI), considera a la institución como una producción socio-histórica resultante de la dialéctica instituido-instituyente-institucionalización y la define desde 3 dimensiones: 1)

como norma universal o atravesamiento; 2) como hecho social fundacional y 3) como una forma visible u organización.

Fernando Ulloa, de la corriente PIP, se refiere a una organización social como un organismo con una geografía y una ordenación del tiempo y de las responsabilidades con objetivos por alcanzar y medios adecuados a tal fin, todo regulado por un código y por normas explícitas e implícitas. Para el autor resulta mejor denominarlas "organizaciones institucionales".

Según Uribe Rivera[7], planificador orientado al sector público, en la actualidad coexisten ***tres macromodelos de organización*** –incluso en una misma organización-: el cerrado, el abierto y el comunicativo, relacionados a su vez con modelos específicos de comunicación y planificación. El modelo cerrado comprende la concepción mecánica de la organización de la Teoría Clásica (Taylor y Fayol) y del esquema burocrático de Weber y los modos de comunicación jerárquicos y verticales. El modelo abierto está influido por la Escuela de Relaciones Humanas (Elton Mayo) y su molde básico está constituido por la Teoría de Sistemas – que centra su papel en el ambiente- y la Teoría Contingencial (una visión modificada del enfoque sistémico). Dado el énfasis puesto en el dinamismo de las estructuras, se contemplan la administración por objetivos, las estructuras matriciales y se privilegian las comunicaciones laterales y horizontales.

Para Uribe Rivera, el paradigma comunicativo está en formación y abreva del abordaje "de la acción" de Silverman que centra su papel en los actores a los cuales atribuye significados e interpretaciones conscientes y dinámicos de la situación y de las formas de actuación. Las organizaciones son definidas por las acciones de personas que transmiten significados unas a otras y que, en conjunto, establecen y revén sus finalidades. El ambiente externo es una fuente de significados internalizados por los miembros de la organización que los renuevan de manera permanente a través de sus interacciones. Del abordaje "dialéctico" (Benson, 1977) retoma al análisis de la organización como un arreglo social, siempre provisorio, que se define a partir de la multiplicidad de intereses y grupos,

[7] El autor realiza una crítica al enfoque estratégico y un estudio teórico de naturaleza comparativa al abordar la lógica de la planificación estratégica en salud a la luz de la teoría de la acción comunicativa de Habermas.

y supone una posibilidad de entendimiento. El diálogo surge como una necesidad dado que las organizaciones son lugares de contradicción que pueden provenir de su interior, del contexto o de los intereses de la sociedad; y se pueden expresar en estas últimas por la diversidad de racionalidades departamentales o de grupos, o por innovaciones administrativas que entran en conflicto con el orden vigente. La metáfora del cerebro en pleno funcionamiento remite al modelo de dicha organización, dadas las capacidades de "aprender y auto-organizarse", con unidades que pueden reconstruir el funcionamiento global, y la importancia de desarrollar el lado racional conjuntamente con las capacidades intuitivas y creativas.

Veamos cómo abordan la dimensión comunicacional referentes de distintas vertientes del análisis institucional. Fernando Ulloa entiende que toda institución está organizada sobre tres distribuciones: espacial, del tiempo y de las responsabilidades (roles y funciones). La expresión gráfica de los mismos constituye el organigrama.

Para entender su dinámica el autor plantea observar ciertos movimientos, como por ejemplo la circulación entre la institución y el contexto de la comunidad, las diferentes formas, modalidades y niveles de comunicación extrainstitucionales, la relación entre el vínculo formal y el vínculo interno fantástico que determina el tipo de pertenencia del individuo a su institución. Otro de los movimientos observables es el interno o circulación intrainstitucional representado por las distintas formas, modalidades y niveles de comunicación entre los diferentes elementos del cuerpo institucional. Cuando la comunicación –principalmente la hablada- está coartada en su libre juego –tal como ocurre cuando la misma es unidireccional- surgen en la institución diferentes formas denominadas clandestinas. Sus modalidades: el rumor, el chiste, la leyenda escrita en los muros y en general una producción con una carga mítica que configura una cultura de gran acción normativa sobre los integrantes. Este impedimento en la comunicación se da en forma vertical y también entre sectores horizontales del organigrama. El autor subraya el carácter peligroso de las fantasías destructoras que surgieron, precisamente, al amparo de la comunicación-represión. La regulación entre las tendencias ascendentes y descendentes, es la base de una buena comunicación.

Ulloa también incursiona en la conceptualización de la imagen institucional: si los departamentos son como feudos aislados, la imagen que tiene cada miembro está fraccionada. La tradición histórica es la otra fuente que alimenta la imagen, si no está actualizada es otro factor negativo para integrarla. Cada miembro se siente expresión de su sector y establece enfrentamientos competitivos. Impide que se organice un cuerpo directivo capaz de crear una corriente descendente integradora y productora de una imagen unitaria.

Gerard Mendel, de corriente del Sociopsicoanálisis, propone dos dispositivos de intervención: el Método de Expresión Colectiva de los alumnos y el Tercer Canal de Comunicación destinado a favorecer la reflexión y la expresión sobre las cuestiones referidas al trabajo, como así también la comunicación entre los distintos niveles de la organización. Este último dispositivo se apoya en cuatro puntos metodológicos: 1) la constitución de grupos homogéneos en relación con la división técnica y jerárquica del trabajo; 2) el material intercambiado por los participantes concierne exclusivamente al acto de trabajo; 3) las relaciones entre los diferentes grupos homogéneos son relaciones colectivas indirectas, es decir, mediatizadas por un informe escrito; 4) los niveles jerárquicos tienen obligación de responder a los niveles subyacentes.

El Tercer Canal se implementa a lo largo de varios ciclos anuales. Cada ciclo está compuesto por dos momentos: Primer momento de reunión escalonada de los distintos grupos homogéneos que constituyen la organización, desde la base hasta el nivel jerárquico superior. Al finalizar cada reunión se confecciona un informe escrito con las demandas y propuestas trabajadas en el grupo y dirigidas a los niveles superiores. Segundo momento de comunicación mediatizada a través del Regulador quien transmitirá el informe redactado y, eventualmente, realizará las aclaraciones que le sean solicitadas.

Cada nivel tratará lo elevado por los niveles inferiores, su propia problemática referida a esos temas y elaborará a su vez un informe respondiendo de manera fundamentada a lo expresado por las otras categorías profesionales. El dispositivo mendeliano apunta a reconstruir el sentido fragmentado por la división del

trabajo, a favorecer la cooperación entre los diferentes sectores y a incentivar la creatividad grupal para la resolución de situaciones problemáticas.

Recorriendo autores que no pertenecen al territorio del análisis institucional, Hilda Saladrigas Medina retoma en su artículo[8] recorre las diferentes escuelas teóricas o teorías que han enfocado la comunicación organizacional. Siguiendo una cronología muy marcada por el desarrollo empírico-teórico de las disciplinas afines o limítrofes de las ciencias sociales y humanísticas, como ha ocurrido con el resto de las áreas de la comunicación social y con el añadido de las ciencias empresariales y de la administración, han buscado un cuerpo categorial propio en la medida que les ha sido posible. La autora manifiesta que hay académicos de la comunicación organizacional que están proponiendo nuevas perspectivas teóricas, entre ellas figuran la teoría de los Equipos de Trabajo con Autocontrol (Lawler, 1986; Bradford y Cohen, 1998), la Democratización de las Empresas (George Cheney, 1995; Gerald Ferris, 2000) y la Perspectiva Femenina.

Por su parte, Saladrigas Medina incursiona en el territorio del análisis institucional al proponer, desde el punto de vista epistemológico, trabajar sobre paradigmas que focalicen la comunicación como proceso y a la cultura organizacional como uno de los ejes de la construcción de valores y de referencialidad temática para comprender las nuevas modalidades organizativas, de consenso o de tensión en los escenarios públicos; concebir a las organizaciones como una creación permanente y contribuir a su des-naturalización lo que implica potenciar los procesos de transformación de “grupos-objeto” a “grupos-sujeto” y focalizar la atención sobre la constante tensión entre la dimensión de lo instituido y lo instituyente definiendo los límites de los escenarios de trabajo, sobre la base de los acontecimientos específicos que se traten.

Rudimar Baldicerra[9] expresa que “al comprender que la comunicación organizacional consiste en el proceso de construcción y disputa de sentidos en el ámbito de las relaciones organizacionales, se amplía significativamente el rango de alcance de esta noción y su complejidad. Las relaciones de comunicación que se dan a partir del discurso formal, en esta perspectiva, son apenas la menor parte

[8]Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos
[9]En Comunicación organizacional: dimensiones, tensiones e interdependencias.

del flujo comunicacional que se materializa en relaciones de cualidades distintas y en contextos diversos, tomando en cuenta, incluso, el hecho de que parte de la comunicación formal tiende apenas a responder las materializaciones de comunicación informal. De este modo, lo formal y lo informal son partes del mismo todo: la comunicación organizacional".

El autor propone pensar la comunicación organizacional en tres dimensiones tensionadas e interdependientes: la organización comunicada, la organización comunicante y la organización hablada (Baldissera, 2009, 2010). La organización comunicada comprende los procesos formales, el discurso autorizado, la organización actualizada oficialmente, la comunicación planeada en sus diversas posibilidades (medios, lenguajes, comportamientos, acciones, estructuras físicas, entre otros). Se trata de todo aquello que la organización selecciona de sí misma –de su identidad (Hall, 2000), en sentido complejo– y, de alguna forma, estratégica o no, pone en circulación a través de procesos de comunicación. La organización comunicante comprende la dimensión de la comunicación comunicada y todo el proceso comunicacional que se actualiza cuando algún sujeto (persona, público) establece una relación directa con la organización; exige tomar en cuenta a la comunicación como un proceso que no se limita al deseo de control y tiene en la alteridad –el interlocutor– una fuerza en disputa. En este sentido, la organización comunicante dice sobre sí misma, aun no sabiendo lo que está diciendo. Finalmente la organización hablada comprende los procesos de construcción y disputa de sentidos en el ámbito de las relaciones indirectas (aquello que de ella se dice vinculado a la dimensión de la imagen), las relaciones de comunicación que se materializan fuera del ámbito de la organización. Esa dimensión de la comunicación organizacional, que se realiza en ambientes/contextos variados, sobre perspectivas diversas y con lenguajes distintos, solamente toca a la organización por la referencia que hace de ella.

Si miramos en clave comunicacional la descripción de los macromodelos de organización que realiza Uribe Rivera: el paradigma cerrado de organización se caracteriza por la circulación vertical descendiente de la información; el paradigma abierto por la comunicación lateral y horizontal y el paradigma comunicativo por una comunicación abierta, intensiva y en red.

Desde un abordaje que se aleja del paradigma sistémico al que se apela frecuentemente para entender los procesos organizacionales[10] y que no distingue entre los ámbitos público y privado, Ivone de Lourdes Oliveira considera a ***la comunicación organizacional*** como ese aspecto relacional de la organización que posibilita la construcción de sentido y que la transforma también en productora de sentidos. La misma se constituye a partir de la creación imaginaria de un campo común que ocurre a través de la práctica dialógica y de la argumentación de opiniones, propuestas y divergencias. Este modelo denominado de interacción comunicacional dialógica contiene, en su formulación, la semilla del concepto de comunicación estratégica, que es por excelencia un proceso. Así, el campo de la comunicación organizacional deja de ser un lugar de divulgación, deja de lado el carácter mecánico e instrumental y pasa a intervenir en el proceso que trabaja con información y percepciones de los grupos sobre las decisiones organizacionales. El emisor y el receptor se convierten en interlocutores reforzando el espíritu de cooperación y ciudadanía dentro de la organización. Si bien la organización es productora de acciones, es a partir del intercambio que ocurre en el campo común que las acciones adquieren sentido. De este modo, la comunicación estratégica, que se planifica de manera estratégica, actúa para producir sentidos, dar significados y difusión a las acciones organizacionales.

ORGANIZACIÓN/INSTITUCIÓN, COMUNICACIÓN Y CULTURA

El recorrido a través de los conceptos de organización, institución y comunicación se engarza y complementa con la noción de cultura.

Ricardo Malfé, de la corriente PIP, desarrolló el modelo del Tetraedro para abordar a la organización. El Tetraedro está conformado por: el Polo de la Semiosis (dimensión simbólico-imaginaria/semiotización) que contiene los subsistemas

[10] Y que no alcanza para dar cuenta de la complejidad de los mismos, no obstante la practicidad de su aplicación desde el punto de vista operativo.

ideológico y epistémico; el Polo de la Crátesis (el poder y las relaciones de fuerza/politización) que contiene los subsistemas nómico y económico; el Polo de la Physis (la dimensión material funcional de las instituciones/funcionalidad) compuesto por los subsistemas tecnológico y ecológico y el Polo de la Estructura Libidinal. Las tres primeras dimensiones (semiotización, politización, funcionalidad) se encuentran presentes en la constitución del espacio institucional.

María José Acevedo (2005) expresa que desde el Polo de la Semiosis nos introducimos en el campo cultural que le da identidad y permite el acceso a los códigos lingüísticos que pautan las comunicaciones y los intercambios entre los individuos y grupos, a las formaciones imaginarias compartidas: mitos, creencias, ideologías, utopías; a los ideales compartidos respecto de la función social de la institución y de los actos profesionales que se realizan. La intervención apunta al rescate de los elementos conscientes e inconscientes de la cultura organizacional para ajustar prácticas y objetivos institucionales. El subsistema ideológico informa acerca de los valores y creencias compartidos y a veces en pugna que, debido al carácter dogmático de este tipo de formación imaginaria, no permiten negociar los respectivos intereses y terminan generando los síntomas institucionales más comunes: ausencia de motivación para el trabajo, imposibilidad de pensar, falta de coordinación y cooperación entre los distintos sectores. En el Subsistema epistémico se encuentran los “saberes” presentes en la institución, los profesionales, técnicos, de oficio, sobre la historia institucional y las historias protagonizadas por sus miembros, estos saberes se pueden compartir o no. También se ubican en este subsistema las relaciones de poder-saber.

Por su parte, María Fernanda Laveglia Botana (2003) dice que la cultura constituye un marco de referencia compartido, del cual los miembros forman parte y ayudan a construirlo, son sistemas de creencias que indican cual es el modo esperado de pensar y actuar, es un elemento de cohesión grupal. Hay un saber que hace referencia al conocimiento de las normas, creencias y valores compartidos y un no saber que se incorpora de manera inconsciente en la interacción diaria con la organización. Esta situación genera la idea de una mismidad, es decir el formar parte de un mismo grupo y sentirse parte identificado con este y una idea de distintividad, es decir la sensación de formar parte de un grupo diferente a los

demás. La identidad organizacional es una condición de existencia y supervivencia para la organización.

La autora identifica cuatro componentes de la cultura organizacional, de los cuales el tercero está específicamente vinculado a la comunicación:

1. Valores y creencias: principios y conceptos compartido por los miembros. Define el "deber ser" de los miembros, el "cómo" resolver o percibir los problemas. Son normas que no están escritas y se transmiten de forma inconsciente.
2. Mitos y ritos: Los mitos son argumentos fantasmáticos, construidos colectivamente por el grupo. Proporcionan modelos de conducta y le dan significación a la existencia. Relatan historias de la organización (sucesos, "héroes fundadores" y hazañas de la organización). Los ritos son rutinas programadas y sistemáticas de lo cotidiano donde se reactualizan los mitos. Son la puesta en acto de los valores.
3. Estilo de comunicación: Es el proceso de transmisión de información utilizado por los miembros. Revela los modos de interacción entre ellos e incluye los canales formales e informales de circulación. Implica además la forma particular de nombrar los sucesos que ha construido la organización.
4. Estilo de liderazgo: Es el tipo de conducción que la organización asume. Las particularidades de la personalidad del líder, cómo imparte directivas, la significación afectiva de sus miembros, entre otros.

Marisa Bastos (2001) sostiene por un lado que la organización está constituida por personas en continua interacción. El hombre es un ser activo capaz de trazar su trayectoria en el mundo social. Es un ser de deseo, de pulsión, de relación y simbólico. "Al mismo tiempo genérico y singular, objeto y sujeto de su ciencia". Su mundo está constituido de símbolos, significados, mitos, valores, creencias, rituales, está construido a través de sus interacciones sociales. A través del lenguaje oral y escrito, verbal o no verbal; podemos descifrar ese universo simbólico que guía sus acciones en las relaciones sociales y en el contexto organizacional.

La cultura organizacional se crea a través de las interacciones simbólicas del grupo, estableciéndose una conducta colectiva, un universo simbólico. Ese universo simbólico sirve de referencia, guía comportamientos, actitudes y acciones. Analizar la cultura organizacional, desde esta perspectiva, presupone descifrar cómo sus miembros interpretan y comprenden sus experiencias.

Bastos expresa que cuando se aplica la perspectiva simbólica al análisis organizacional, la organización es comprendida como una cultura, con un universo de símbolos y significados compartidos. Algunos de esos significados se expresan a través del lenguaje y se expresan, indirectamente, a través de las acciones. Los individuos utilizan ese sistema de significados para organizar pensamientos, entenderse unos a otros y encontrarle sentido al mundo en el cual viven.

Jeni Vaitsman (2000) dice que la cultura es una categoría, “bastante utilizada cuando se habla de organizaciones e instituciones como una especie de llave polisémica que no siempre discrimina los fenómenos a los cuales se aplica”; la cultura está conformada por un sistema de significados compartidos que le otorga un tipo de identidad colectiva, por valores, creencias, presupuestos, percepciones, normas y patrones de comportamiento poco palpables y difícil de ser observados y aprehendidos, aunque tomados como obvios. La cultura de las organizaciones públicas por su parte, está marcada por el modo como se instituyeron las relaciones entre Estado y sociedad, así como las relaciones del sujeto con la cosa pública. Cabe aclarar que este sistema de significados no es único, sino que configura más bien un mosaico en el que coexisten varios mundos práctico-simbólicos.

LA INTERVENCIÓN COMUNICACIONAL EN LAS ORGANIZACIONES/INSTITUCIONES

Trabajar la comunicación implica incursionar en el terreno de las representaciones, en el terreno de lo simbólico, en las relaciones de sentido. Implica poner en escena y operar sobre las relaciones de poder que construyen a

los sujetos y atraviesan las instancias organizacionales e institucionales. Siguiendo a Michel Foucault las relaciones de poder se manifiestan en los puntos, en los nodos de resistencia que se presentan en las diversas prácticas cotidianas.

El modo de investigación para las relaciones de poder propuesto por Foucault (1986) consiste en tomar como punto de partida las formas de resistencia a los diferentes tipos de poder, servirse de esa resistencia para evidenciar las relaciones de poder, ver dónde se inscriben, descubrir sus puntos de aplicación y los métodos de que se valen. *Más que analizar el poder desde el punto de vista de su racionalidad interna, se trata de analizar las relaciones de poder a través del enfrentamiento de estrategias*. *Plantea adoptar una serie de oposiciones*: la oposición al poder de los hombres sobre las mujeres, de los padres sobre los hijos, de la psiquiatría sobre los enfermos mentales, de la medicina sobre la población, de la administración sobre la manera de vivir de la gente. *No basta con decir que dichas oposiciones son luchas contra la autoridad, hay que definir aquello que tienen en común.* El principal objetivo de estas luchas no consiste tanto en atacar esta o aquella institución de poder, grupo, clase o élite, sino en atacar a una técnica en particular, a una forma de poder, que se ejerce sobre la vida cotidiana inmediata.

La elaboración de un discurso institucional es colectiva e implica un recorrido a través de las relaciones de poder y de poder-saber instituidas que le dieron origen. El trabajo en comunicación está atravesado por instancias permanentes de conflicto y negociación. Aún hoy, el conflicto y las relaciones de poder suelen configurar una dimensión que de tenerse en cuenta, no se considera en profundidad. Los actores sociales en relación y las instituciones, suelen ocultar el conflicto, lo que en un principio aparece como tal es sólo la punta del iceberg. En ese marco, sería interesante avanzar, como sugiere Foucault a partir de su modo de investigación propuesto (las formas de resistencia a los diferentes tipos de poder como punto de partida), hacia una nueva economía de las relaciones de poder, que sea más empírica y que implique relaciones entre teoría y práctica.

Siguiendo a Pierre Bourdieu desde el punto de vista subjetivo, se opera sobre los esquemas de percepción y apreciación del mundo social, sobre las relaciones de

poder simbólico[11] (en las cuales tienden a reproducirse las relaciones objetivas de poder). Se incursiona en el plano de las luchas simbólicas cuya base es provista por la porción de sentido relativamente indeterminada del mundo social que se percibe a través del habitus. Luchas simbólicas que se llevan a cabo por el poder de producir e imponer una visión del mundo legítimo, en esencia las palabras y los nombres que construyen la realidad social tanto como la expresan (las apuestas por excelencia de la lucha política). Esta mirada expresa las características de la gestión de la comunicación en una institución y abarca tanto el espacio de la comunicación entre los que conforman la institución, como el de la comunicación entre la organización/institución (en sus distintos niveles y/o áreas) y los destinatarios.

Ghitia y Rossi (2000), con relación a un enfoque comprehensivo de lo comunicacional, entienden que existe una articulación profunda entre los conceptos de organización, institución, comunicación y cultura y que gestionar la comunicación implica necesariamente la intervención simultánea en las dimensiones institucional, organizacional y cultural. A su vez, la gestión de la comunicación incide -en diferentes grados, según el margen de acción y el lugar y la entidad institucional que tenga el área- en: las relaciones de poder; la cultura –normas, valores, saberes y prácticas formales e informales-; la identidad –aquello que la organización es-; la imagen –aquello que los destinatarios o públicos perciben acerca de la organización-; el conflicto y la negociación –en particular la comunicación aporta a la puesta en escena del conflicto-; los canales de comunicación, los circuitos de información –incluye los burocráticos-; el discurso institucional –en los que coexisten niveles diversos de incoherencia y heterogeneidad, tanto hacia adentro de la institución, como los que se proyectan fuera de ella-; los códigos, y las percepciones sociales y representaciones de lo social.

[11] El poder simbólico es un poder de la construcción del mundo. Las clasificaciones sociales organizan la percepción del mundo social y, en ciertas condiciones, pueden organizar el mundo mismo. Para cambiar el mundo es necesario cambiar las maneras de hacer el mundo, es decir la visión del mundo y las operaciones prácticas. La forma por excelencia del poder simbólico es el "poder hacer" de los grupos. El poder simbólico es un poder de consagración o revelación, comienza a existir como tal –para aquellos que forman parte de él- cuando es distinguido según un principio cualquiera, de los otros grupos, a través del conocimiento y del reconocimiento.

Los territorios de saberes y prácticas, los modelos teórico-metodológicos, los paradigmas vigentes no dan cuenta aún de la complejidad de los procesos que están ocurriendo en las organizaciones/instituciones. Nos encontramos en la necesidad de incorporar nuevos abordajes poniendo énfasis tanto en la articulación y la integración, como en la distinción y oposición para hilvanar un mapa conceptual -que abreve de otros campos de conocimiento- desde el cual investigar e intervenir, desde la comunicación, en las organizaciones y también instituciones.

Como se desprende del recorrido y de la literatura existente, desde la teoría de las organizaciones el paradigma vigente para el abordaje e intervención es el sistémico, o variaciones del mismo. No obstante, se están incorporando otras miradas, como el paradigma comunicativo que propone Uribe Rivera, que van abriendo el campo. Desde el análisis institucional se puede considerar, entre otras categorías y dispositivos de intervención, el concepto de institución. Ambas vertientes abordan de manera lateral a la dimensión comunicacional. Nos proponemos, haciendo centro en la comunicación, avanzar en la interfase entre estos y otros saberes y metodologías.

En ese sentido y en una primera instancia, se ha optado por denominar la intervención desde la comunicación en las organizaciones/instituciones como institucional, por un lado por considerar que organización e institución son conceptos diferenciados desde el punto de vista analítico, pero profundamente imbricados en la práctica cotidiana; por el otro para resaltar el carácter institucional de la misma -desde sus abordajes macro y micro- que abreva del análisis institucional, abordajes que por cierto permiten hablar de cambio en las organizaciones/instituciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, M. J. (2005). Un instrumento para el abordaje heurístico de las instituciones. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Equipo de Cátedra del Prof. Ferrarós, 2005
- Bastos, M 2001 A temática cultura organizacional nos estudos na área da saúde e da enfermagem En . Rev. Latino-Am. Enfermagem (en línea). Disponible en: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010411692001000400012&script=sci_arttext&tlng=pt
- Baldissera, R. 2018 Comunicación organizacional: dimensiones, tensiones e interdependencias (en línea). Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5874889.
- Bourdieu, P. (1993). Tercera parte Apertura. Espacio social y poder simbólico. En *Cosas dichas,* España: Gedisa.
- De Lourdes Oliveira, I 2003 Novo Sentido da comunicaçao organizacional: construçao de um espaço estratégico (on line). Disponible en: http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/113381470857912021448248822822682579070.pdf
- Foucault, M. (1986). Porqué hay que estudiar el poder: la cuestión del sujeto. En *Materiales de Sociología Crítica (pp. 25-36)*. Madrid: Las Ediciones de La Piqueta.
- Ghitia, A. (2001, noviembre). Acerca de la especificidad de la comunicación en la gestión estatal. Encuentro de Comunicación Institucional en Municipios Bonaerenses, San Fernando.
- Ghitia, A. (2001). Planificación, Poder y Comunicación. Material de la Cátedra de Metodología del Planeamiento en Comunicación.
- Ghitia, A. y Rossi D. (2000, noviembre) Aportes de la comunicación institucional a los nuevos enfoques de gestión de gobiernos locales. En V Jornadas de Investigadores en Comunicación. Paraná.
- L'Abbate, S 2003 A análise institucional e a saúde coletiva (on line). Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63042995019
- Laveglia Botana, M. F. (2003). Cuando las antiguas recetas fallan. El estudio de la cultura e identidad organizacional en América Latina. En Mezzano, A.

(Comp.), Psicólogos Institucionales Trabajando. La Psicología Institucional en docencia, investigación y extensión universitaria. Buenos Aires: Eudeba.

- Oszlak, O. (1984). Teoría de la Burocracia Estatal: enfoques críticos (comp.). Buenos Aires: Paidós.
- Prats, J. (1998). Administración pública y desarrollo en América Latina. Un enfoque
- Neoinstitucionalista. En Reforma y Democracia No.11.
- Rivera, F. J. U. 1996. A gestão situacional (em saúde) e a orga-nização comunicante (en línea). Disponible en: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-311X1996000300009&script=sci_abstract&tlng=es
- Rivera, F. J. U. (1995). Acción comunicativa y planeamiento social (Una crítica al enfoque estratégico. R.J. Brasil: Editora Fiocruz.
- Rivera, F. J. U., Artmann, E. 1999 Planejamento e gestão em saúde: flexibilidade metológica e agir comunicativo (en línea). Disponible en: https://www.scielosp.org/article/csc/1999.v4n2/355-365/
- Saladrigas Medina, H. 2005 Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos En Revista Latina de Comunicación Social (en línea). Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=819/81986008
- Schlemenson, A. (1988). Caps. 11 y 12. En *Análisis organizacional y empresa unipersonal*. Paidós.
- Ulloa, F. 1969 Psicología de las instituciones. Una aproximación psicoanalítica En Revista AAPA (en línea). Disponible en: https://www.pep-web.org/document.php?id=REVAPA.026.0005A
- Vaitsman J. 2000 Cultura de organizações públicas de saúde – notas sobre a construção de um objeto En Cad Saúde Pública (en línea). Disponible en: https://www.scielosp.org/article/csp/2000.v16n3/847-850/pt/
- Weber, M. H. (1995). Estrategia vital para la salud. En Da Rocha Pitta, A. M. (Comp.), *Salud y Comunicación, Visibilidades y Silencios*. San Pablo: Editora Hucitec, Abrasco.

TRANSFORMACIÓN INTERNA, ENGAGEMENT, Y SOCIAL MEDIA

Samanta Fernández | Universidad Nacional de Lomas de Zamora
fernandezcyc@gmail.com

RESUMEN

De todas las áreas implicadas en los servicios de salud, con la aparición del Coronavirus SARS-CoV-2 conocido como Covid-19, la comunicación es una de las que experimentó cambios más drásticos y acelerados. Situación que no responde únicamente a la Pandemia, hay que considerar el auge de la digitalización, que nos invita a complejizar la mirada acerca de las tecnologías, y cómo estas se aplican al ámbito profesional, transformando nuestras prácticas y contextos, en resumen la forma en que percibimos y estamos en el mundo.

En el presente trabajo nos proponemos compartir algunas reflexiones preliminares sobre las estrategias de comunicación interna desarrolladas por el Departamento de Prensa y Comunicación de la Dirección de Obra Social de la Universidad de Buenos Aires (DOSUBA) como respuesta a la pandemia.

Partimos de un estudio cuantitativo, la principal finalidad fue establecer una auditoría de comunicación interna, la herramienta de recolección de datos fue una encuesta proporcionada por Google Forms aplicada en el contexto de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) que imposibilitó el desarrollo de entrevistas y grupos focales para un análisis cualitativo.

Mediante la encuesta, de carácter anónimo, se sondearon las características de la comunicación interna, lo que implicó una evaluación de los canales utilizados, estableciendo desde la opinión de cada uno de los encuestados el nivel de pertinencia. En el mismo sentido se recolectaron datos en referencia al grado de efectividad de los mensajes según la percepción de dichos encuestados.

Ello conllevó al desarrollo de un plan de acción que partió de los resultados principales de la encuesta, tomando en cuenta a su vez el contexto de teletrabajo en el que se encontraban la mayor parte de los empleados de la Obra Social. La adaptación de los sistemas internos de comunicación implicó mejorar las herramientas digitales existentes, respondiendo a interrogantes claves que surgieron con base en la investigación ¿cuál es la importancia otorgada a la comunicación interna? ¿Cómo se enriquecen los procesos de comunicación con las nuevas posibilidades que presentó el teletrabajo? ¿Cuáles son los desafíos y oportunidades del proceso de adaptación?

Palabras Claves: Comunicación- Digitalización-Estrategias

INTRODUCCIÓN

Gracias al auge de Internet y la actual digitalización que transformó la vida política, social, económica y cultural del planeta, el siglo XXI se nos presenta con un nuevo tipo de sociedad, la sociedad red o de la información, definida por el especialista Manuel Castells como “la nueva estructura social de la Era de la Información, basada en redes de producción, poder y experiencia” (Castells, 1998, p. 350).

Asistimos a la modificación de nuestro entorno, vivimos en un mundo colmado de datos, frases e íconos. Se trata de un ámbito en constante transformación que combina la incidencia y la retroalimentación de cambios en percepciones, actitudes y comportamientos cotidianos, convirtiendo a ciudadanos, organizaciones y mercados en propulsores individuales de cambios colectivos tan vertiginosos como imprevisibles (Uriarte y Acevedo, 2018).

Internet propició la emergencia de una nueva forma de comunicación relacionada con la cultura y con la tecnología de la red, se trata de una tecnología que "organiza nuestras sociedades, es el centro de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación" (Castells, 2001, p.11).

En este marco, la sociedad contemporánea atraviesa una transformación digital que obliga a las organizaciones a reformular sus mecanismos de comunicación mediante el uso de las tecnologías digitales para mejorar la forma en que se desempeña y sirve a sus diversos públicos (clientes, afiliados, proveedores, empleados, accionistas, etc.).

Situación que se evidenció de manera vertiginosa con la llegada de la Pandemia desatada por el Coronavirus SARS-CoV-2 conocido como Covid-19 y que implicó el reto de realizar cambios significativos, esencialmente de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Las instituciones han tenido que responder a una nueva forma de operar y tomar decisiones.

En Argentina en particular, desde el inicio del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio[12] (ASPO), las instituciones se han enfrentado a la necesidad de acelerar el proceso de transformación digital que venían trabajando cautelosamente, y el del sector sanitario es uno de los ejemplos más claros.

Este es el caso de la Dirección de Obra Social de la Universidad de Buenos Aires (DOSUBA). De allí que, el presente trabajo relata la experiencia sobre las estrategias de comunicación interna desarrolladas por el Departamento de Prensa y Comunicación de la Obra Social como respuesta a la Pandemia.

[12]En marzo de 2020 se publicó en el boletín oficial de la República Argentina el decreto 297/2020. Artículo 1°: "A fin de proteger la salud pública, lo que constituye una obligación inalienable del Estado nacional, se establece para todas las personas que habitan en el país o se encuentren en él en forma temporaria, la medida de "aislamiento social, preventivo y obligatorio" en los términos indicados en el presente decreto. La misma regirá desde el 20 hasta el 31 de marzo inclusive del corriente año, pudiéndose prorrogar este plazo por el tiempo que se considere necesario en atención a la situación epidemiológica". Es decir, mediante el Decreto 297/2020 se estableció la medida de "Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio" (ASPO) desde el 20 hasta el 31 de marzo de 2020 y, finalmente, hasta el 31 de enero de 2021.

EL OBJETO DE ESTUDIO

DOSUBA es un Organismo de Asistencia Médico-Social de afiliación obligatoria para todas las personas que desempeñan sus labores dentro de la Universidad de Buenos Aires (UBA).

Para especificar las características de la institución, cabe destacar algunas peculiaridades del Sistema de Salud Argentino, en primera instancia se define por una gran fragmentación, se divide en: público, de la seguridad social y privado, lo que significa que según el régimen al que se pertenezca habrá: distintas fuentes y volúmenes de financiamiento; Diferentes coberturas, coseguros y copagos aplicados; Diversos órganos de control y fiscalización.

DOSUBA se encuentra dentro del régimen de seguridad social, que refiere a diversos universos:

1. Obras sociales nacionales y, entre ellas, una de especiales características: el Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados (habitualmente conocido como PAMI, siglas de Plan de Atención Médica Integral)
2. Obras sociales provinciales (una por cada provincia y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires)
3. Obras sociales de las Fuerzas Armadas y de Seguridad
4. Obras sociales de las universidades nacionales y de los poderes Legislativo y Judicial.[13]

En referencia a su organización interna, DOSUBA cuenta con 400 empleados, divididos en Planta Permanente y Contratos de Locación. Con respecto a su estructura edilicia, cuenta con un edificio Central, una sede en el Hospital de Clínicas José de San Martín, exclusiva para la autorización de órdenes médicas y medicamentos, y diversas delegaciones establecidas en algunos puntos clave de la UBA. El personal de atención al público se encuentra disponible de lunes a viernes de 8 a 16 hs. Asimismo, para casos de urgencias, emergencias y de

[13] Salud Social y Comunitaria. Mod. 5 Políticas de Salud. Ministerio de Salud de la Nación.

consultas fuera del horario habitual se estableció el servicio de Call Center, se trata de un 0810 disponible las 24 hs. los 365 días del año.

La financiación de los servicios proviene de los aportes de los afiliados y de la ayuda que realiza el Rectorado de la UBA en distintos proyectos de prevención, organismo que regula a DOSUBA. Las principales autoridades conforman el Consejo de Administración, integrado por el Presidente y Consejero de Prestaciones, el Consejero de Desarrollo y Bienestar de los Trabajadores Universitarios y el Consejero Administrativo.

Si bien existe un organigrama aprobado por el Rectorado de la UBA, en lo que a la conformación de departamentos y autoridades refiere, el mismo se encuentra desactualizado, ya que en los últimos años se crearon nuevas figuras dentro del organismo.

Entre ellas, la Dirección de Organización y Sistemas, la de Administración, la de Recursos Humanos y la Dirección de Gestión Operativa, las mismas son jerárquicamente hablando las autoridades que están sobre las jefaturas de los diversos departamentos, que en algunos casos cuentan además con divisiones. También se creó la coordinación médica a cargo de las áreas estratégicas de atención directa en salud (por ejemplo la autorización de cirugías).

Entendiendo que las instituciones se fortalecen por medio del desarrollo y consolidación de estructuras de comunicación asertivas, que los procesos que se llevan a cabo son más efectivos si se integran a todos los miembros de estas, se analizaron las herramientas de comunicación interna de la Obra Social.

La comunicación interna, refiere al “conjunto de actividades y actitudes (planificadas o no) que desarrollan las y los actores (públicos) internos de una organización determinada” (Retamal Hofmann, 2021, p. 3).

MATERIALES Y MÉTODOS

Con el fin de detectar las fortalezas y debilidades de DOSUBA en referencia a la gestión de la comunicación interna, se llevó adelante una encuesta para analizar la efectividad de los mensajes y los medios utilizados al interior de la organización[14].
La principal finalidad fue establecer una auditoría de comunicación interna. Si bien, para este tipo de evaluación se recomienda comenzar con entrevistas individuales, continuar con grupos focales y finalizar con encuestas, el contexto en el que se desarrolló la auditoría fue el de ASPO en el marco de la Pandemia por Covid-19, que imposibilitó el desarrollo de las entrevistas y los grupos focales.

La encuesta fue administrada de forma online, con formato de respuesta anónimo y voluntario con el objetivo de que en los resultados se vea reflejado el interés de los participantes por brindar su punto de vista sobre las herramientas de comunicación interna.

El instrumento de recolección de datos, semiestructurado, fue diseñados con el fin de conocer la percepción acerca de las herramientas de comunicación interna por parte del personal jerárquico, es decir Jefes de Departamentos y Divisiones respectivamente, dato de relevancia si tenemos en cuenta la necesidad de que repliquen la información circundante al interior de sus áreas.

El cuestionario, se implementó a través de Google Forms y los resultados muestran que las diferencias alcanzadas son atribuibles a la diversidad de las personas entrevistadas. Debemos tener en cuenta que la información recolectada hace referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes (Visuata, 1989).

[14] Se adjunta en el anexo el mecanismo de recolección de datos.

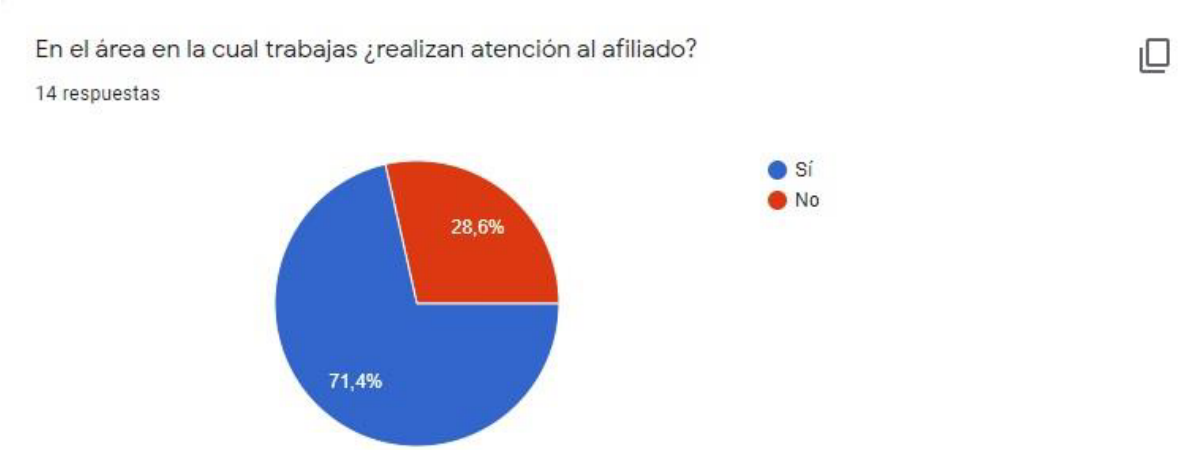
EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados fueron orientadores sobre la experiencia y percepción de los encuestados, no excluyentes. Se convirtieron en insumo para pensar el diseño, planificación y renovación de la Intranet de DOSUBA.

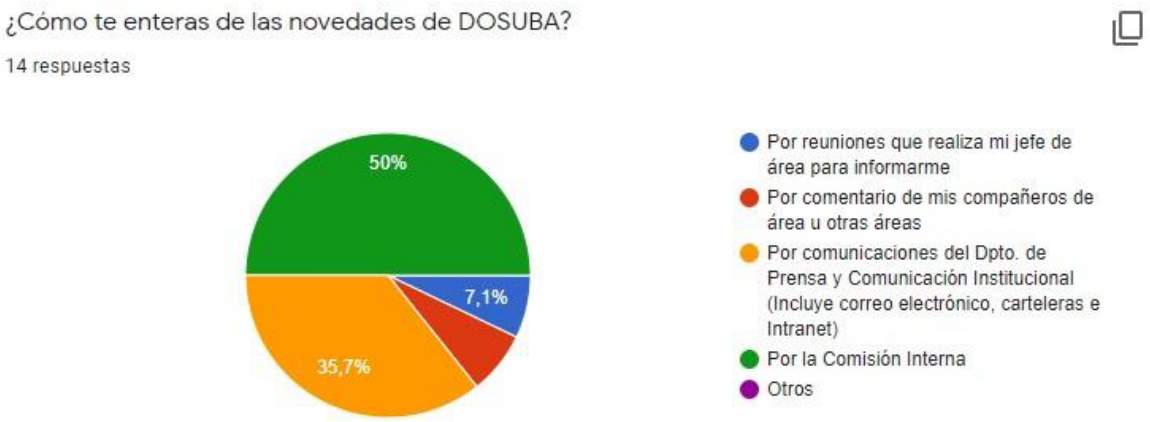
La encuesta, de carácter anónimo, fue suministrada a los 27 jefes de área en total, al cierre de la misma se obtuvo un total de 14 respuestas. Cabe destacar, las mismas fueron categorizadas como obligatorias a fin de no generar datos parciales.

El primer dato relevado se relacionó con las actividades del área, específicamente se solicitó que indiquen si realizan o no atención al público (afiliados). Entendiendo que para lograr una comunicación asertiva para con los públicos externos, la información interna debe estar correctamente desarrollada.

En tal sentido, la estrategia de comunicación desarrollada por la organización tiene que ser coherente con los objetivos que expresa hacia adentro como hacia afuera de la institución.



En segundo lugar, se buscó conocer las herramientas de comunicación utilizadas por los encuestados en el marco laboral.



Una de las principales problemáticas que se visualizó mediante los resultados se relacionó con los canales de comunicación utilizados para obtener datos sobre las novedades e información relevante de la institución. La mayoría de las respuestas indicaron que los trabajadores obtenían dicha información de la Comisión Interna, es decir, de los representantes gremiales dentro de la Obra Social y no del Departamento de Prensa y Comunicación Institucional, área encargada de generar las piezas comunicacionales tanto internas como externas de la institución.

Seguidamente, se les solicitó que indicarán los elementos de comunicación interna más utilizados, los cuales a su vez debieron puntuar en función de lo que consideraban más o menos eficiente, y en el caso de considerarlas poco eficientes o nada eficientes debieron justificar el por qué.

Los participantes alegaron utilizar el correo electrónico como principal herramienta de comunicación, sin embargo solo el 35,7% la consideró como una herramienta totalmente eficiente.

Es relevante destacar en este punto que Intranet fue una de las herramientas menos utilizadas al interior de la institución (7,1 %) porque se la consideraba poco eficiente. Asimismo, fue la que generó mayores comentarios a la hora de evaluar el por qué. Entre ellas se destacan:

- *"Intranet solo permite el acceso mediante la red de DOSUBA, actualmente dicha situación se ve complicada porque no tenemos acceso a la red por trabajar desde casa"*.
- *"Intranet no está del todo difundido y los compañeros, la gran mayoría hace la más fácil y pide formularios en vez de descargar y tomarse el tiempo de aprender 5 minutos."*
- *"Ni suele haber reuniones informativas en las oficinas. El intranet no es una plataforma que me sea cómoda"*.
- *"Tanto intranet como las carteleras creo que no le ponemos la atención que deberíamos, quizá encontrar una vuelta."*

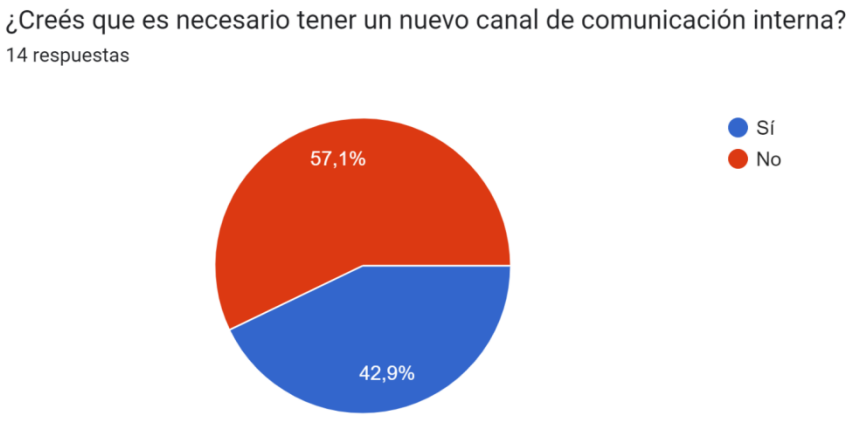
En consonancia con los resultados, se puede afirmar que la investigación respondió a dos ejes centrales, por un lado a los canales de comunicación, es decir, los tipos de canales y la eficiencia de los mismos. Y, por otro lado, a la comunicación interna en sí misma y cómo se la percibe, en línea con este eje se destacan los siguientes datos:

Cuando se consultó acerca de su conocimiento sobre las últimas noticias de la organización, el 50% de las respuestas indican que están medianamente de acuerdo con la afirmación: "Me entero siempre de todas las novedades".

En la misma línea, el 35,7% asegura estar poco de acuerdo con la siguiente afirmación: "La comunicación entre todas las áreas es muy buena", mientras que la opciones bastante en desacuerdo y totalmente en desacuerdo suman el mismo porcentaje de 35.7%.

Asimismo el dato más importante en este sentido lo determina el 64,3% que se muestra totalmente de acuerdo con la necesidad de “trabajar más sobre la comunicación interna”, sumado al 14,3% que seleccionó la opción bastante de acuerdo.

En el mismo sentido, para la mayoría de los encuestados la creación de un nuevo canal de comunicación se presentó como una de las opciones afirmativas.



PROPUESTA DE ACCIÓN

El nuevo contexto laboral, determinado por la pandemia que implicó que la mayoría de los empleados de la Obra Social se volcara al teletrabajo y los datos relevados de la encuesta determinaron la necesidad de disponer de un eficiente y confiable mecanismo para la comunicación interna. Entendiendo que para lograr

una comunicación asertiva era necesario crear una red de comunicación corporativa y brindar herramientas digitales para trasladar a cada empleado, independientemente de su ubicación, las noticias de la Obra Social. Invertir en tecnología, abriendo los canales comunicacionales para dejar atrás la burbuja informativa, es decir que los empleados no sólo accedieran a intranet, la página web institucional y las redes sociales oficiales, y sin el bloqueo de cualquier otro acceso.

En este marco, y en función de los comentarios de los encuestados, el plan de comunicación interna se enfocó en mejorar la Intranet, con un diseño cuidado y adaptado a la imagen y cultura corporativa de la institución, es decir acorde a su filosofía corporativa. El punto de partida se estableció en la definición misma de la herramienta.

- Intranet es una plataforma digital cuyo objetivo es asistir a los trabajadores en la generación de valor para la empresa, poniendo a su disposición activos como contenidos, archivos, procesos de negocio y herramientas; facilitando la colaboración y comunicación entre las personas y los equipos.[15]

A su vez, se buscó superar las limitaciones establecidas por el acceso a la Red de la Universidad de Buenos Aires, ya que con anterioridad se trataba de un sitio web interno, diseñado para ser utilizado dentro de los límites de la institución. Para ello, se creó una nueva página poniendo énfasis en la seguridad a la hora de acceder a la plataforma. El ingreso de los trabajadores está sujeto a una autenticación de sus datos, es necesario introducir un nombre de usuario y contraseña.

De esta manera, mediante el diseño renovado los objetivos principales fueron:

- Facilitar la comunicación y compartir la información organizada, relacionada y distribuida de forma apropiada para evitar la ineficacia operativa.

[15] InnovaAge. ¿Qué es una Intranet? https://www.innovaportal.com/innovaportal/v/75/1/innova.front/que-es-una-intranet#:~:text=Una%20Intranet%20es%20una%20plataforma,las%20personas%20y%20los%20equipos.

- Optimizar la herramienta con una sola interfaz de fácil acceso.
- Procurar un espacio que enriquezca el sentimiento de pertenencia, a través del trabajo colaborativo.
- Posibilitar el trabajo remoto al tener acceso a la información desde cualquier sitio.
- Facilitar el acceso de los empleados a los procedimientos administrativos: pedir un permiso o unas vacaciones, solicitar un certificado, etc.

CONCLUSIONES

Para el caso de la Obra Social, en el contexto de Pandemia, la comunicación fue el elemento que permitió sortear con mayor capacidad de éxito una catástrofe tan grave como la del Coronavirus. En este sentido,

- La comunicación interna ha demostrado su fuerza y ha evidenciado que las herramientas digitales pueden ser un magnífico motor para llevar a cabo sus tres grandes funciones: transmitir información operativa, crear cultura y colaborar en la construcción de la reputación y la imagen externa (Fernández Beltrán, 2020, p. 382-383).

La comunicación entre los diferentes actores de la institución es crítica para el éxito del conjunto de la Obra Social. Sobre esa línea se consideraron los beneficios que aporta una intranet para la comunicación interna: aumentar el flujo de información y compartir conocimiento y la colaboración en equipo que habilita la comunicación multidireccional en las instituciones.

El nuevo escenario mundial obligó al comunicador a replantear sus estrategias así como sus formas de trabajo, en el caso particular de DOSUBA la eficacia para encontrar la información en la intranet se construyó sobre las bases de una cultura colaborativa y en la búsqueda por la que empleados y directivos se sientan parte de una comunidad a pesar de la distancia física.

La organización comunica y la comunicación organiza. La comunicación no es una acción menor o auxiliar de la cotidianidad organizativa. Es un elemento

> sustantivo para la planificación y la acción en un contexto altamente mediatizado donde las personas reciben múltiples y complejos mensajes con la intención de modelar gustos, ideas, y adhesiones sociales. (Retamal Hofmann, 2021, p. 3)

Por todo ello, sin una adecuada planificación, resulta difícil comunicar idóneamente.

BIBLIOGRAFíA

- Castells, M. (1998) El auge de la sociedad red (La era de la información: economía, sociedad, cultura; v.1). Oxford: Blackwell Publishers.
- Castells, M. (2001) "Internet y la sociedad red". Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y. el conocimiento – UOC (Universitat Oberta de Catalunya)
- Fernández Beltrán, F. (2020). La pandemia acelera y transforma los procesos de cambio comunicativos. En adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº20, Castellón: Universitat Jaume I, 381-383. DOI: http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.16.
- Retamal Hofmann, A. (2021) Gestión de las comunicaciones: interna y externa. Texto de cátedra. UNaB
- Retamal Hofmann, A. (2021) La organización comunica y la comunicación organiza. Texto de cátedra. UNaB
- Uriarte, L. y Acevedo, M (2018) “Sociedad red y transformación digital: hacia una evolución de la consciencia de las organizaciones”, Economía Industrial, vol. 407, n.º 1, pp. 35-49.
- Visuata, B. (1989). Técnicas de investigación social. I: recogida de datos. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias.

ANEXO

Encuesta anónima

La participación de esta encuesta es totalmente anónima y voluntaria. Los resultados serán procesados y analizados por el Dpto. de Prensa y Comunicación Institucional a fin de obtener un panorama claro y representativo de las características de la Comunicación Interna.

-En su área realizan atención al afiliado :
Sí
No

-¿Cómo te enteras de las novedades de DOSUBA?
Por reuniones que realiza mi jefe de área para informarme
Por comentario de mis compañeros de área
Por comunicaciones del Dpto. de Prensa y Comunicación Institucional (Incluye correo
electrónico, carteleras e Intranet)
Por comentarios de compañeros de otras áreas
Por la Comisión Interna
Otros ¿Cuáles?

-¿Qué canal de comunicación interno utilizas más?
Mail
Intranet
Reuniones
Carteleras
Teléfono
Otro ¿Cuál?

-En referencia a dichos canales calificar con un número del 1 al 5 cuán eficiente crees que son esos canales. Teniendo en cuenta que 5 es totalmente eficiente, 4 bastante eficiente, 3 medianamente eficiente, 2 poco eficiente, 1 no eficiente.

Mail
Intranet
Reuniones
Carteleras
Teléfono
Otro

-Indicar con un número según cuán de acuerdo estés con las siguientes afirmaciones, teniendo en cuenta que 5 Totalmente de acuerdo, 4 bastante de acuerdo, 3 medianamente de acuerdo, 2 bastante en desacuerdo, 1 totalmente en desacuerdo.
Me entero siempre de todas las novedades
La comunicación entre todas las áreas es muy buena
La comunicación interna funciona correctamente
Creo que es necesario trabajar más sobre la comunicación interna.

-¿Sobre qué temas te gustaría recibir información?

-Si tuvieras que elegir un nuevo canal de comunicación interna ¿cuál sería?

-¿Por qué?

MESA 15:

COMUNICACIÓN POLÍTICA

Coordinador de mesa:
Navarro, Carlos

Y AL FINAL LLEGÓ EL LEÓN: ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA ELECTORAL DE JAVIER MILEI EN INSTAGRAM EN LAS ELECCIONES LEGISLATIVAS 2021

María Susana Martins | Universidad Nacional de La Plata
smartins1074@gmail.com

BREVE ENFOQUE TEÓRICO: LA MEDIATIZACIÓN DE LA POLÍTICA

La mediatización de la política es un fenómeno que ha sido intensamente estudiado desde la década del 70, sobre todo a partir de los análisis de Eliseo Verón y la Teoría de los Discursos Sociales (TDS). Sin embargo, asistimos desde principios de este siglo a una nueva etapa en la relación entre sociedad, medios y política, una etapa a la que Mario Carlón (2020) define como una "sociedad hipermediatizada". En ese contexto hablamos de la digitalización de la política, es decir, las lógicas que el discurso asume en el entramado de las redes sociales digitales, entendidas como soportes y dispositivos con específicas reglas de producción e interacción.

Como bien argumenta José Luis Fernández (2021) "La sociosemiótica de las mediatizaciones (...) constituye un abordaje *empírico, material, situado y lógico* de la circulación social de sentido (...) lejos de cualquier fundamento intencional, hermenéutico y fenomenológico y de todo modelo subjetivista del actor (Verón, 1987 en Fernández, 2021:51). Por lo tanto, este trabajo se sitúa en el análisis de las materialidades textuales para identificar y caracterizar rasgos retóricos, temáticos (agenda) y posiciones enunciativas (Steimberg, 1993) del candidato que surgen de dichos productos y que permiten establecer algún tipo de análisis discursivo, así

como de la construcción de los destinatarios.

Ana Slimovich (2022) afirma que “la digitalización del mundo de lo político (la aparición de los discursos políticos en las redes sociales) moviliza diferentes tipos de vínculo entre los candidatos y la ciudadanía, del mismo modo que discursos políticos de los internautas. (...) Las redes sociales se convierten en fuente de información de los noticieros y de los programas políticos de opinión, a la vez que se evidencian procesos de interacción entre unas y otras discursividades” (Slimovich, 2022: 16)

Dichos procesos de interacción serán retomados en el análisis del corpus propuesto, así como las distintas modalidades de circulación.

En lo que refiere a la especificidad del discurso político (DP), *La palabra adversativa* de Verón (1987) es un texto de referencia ineludible. Allí se explicita que el DP establece al menos dos campos en conflicto (operación de carácter textual), contiene la dimensión polémica como estrategia discursiva central, da cuenta de la construcción enunciativa de tres figuras destinatarias (prodestinatario, paradestinatario y contradestinatario) y sostiene la formación de colectivos de identificación.

Palabras clave: Política- Discurso- Redes Digitales

DISCURSO POLÍTICO Y REDES SOCIALES: JAVIER MILEI EN INSTAGRAM

Creada en octubre del 2010, Instagram

- “es una popular red social en la que se publican imágenes y vídeos, que pueden estar acompañados o no de un texto (Leaver et al., 2020). A diferencia de otras plataformas como Twitter o Facebook, en Instagram destaca el contenido visual, que es un elemento obligatorio del post. Es decir, solo se puede publicar una entrada si esta incluye al menos una foto, imagen o vídeo; los otros elementos, como pies de foto, etiquetas y emojis son opcionales. El uso de esta red social está muy extendido entre los segmentos poblacionales más jóvenes. En agosto de 2018, alrededor del 43% de los usuarios de

Instagram en América Latina tenían entre 15 y 25 años y en la Argentina esa cifra llegaba al 64% (Latinobarómetro, 2018)" (Tarullo, Sampietro,2022:412)

Los políticos han entendido el potencial de la imagen digital para conectar directamente con los ciudadanos y como resultado, Instagram ha construido una cultura visual de la política en la que se mezclan lo informativo con lo personal, lo ideológico y el entretenimiento, con un sentido potencialmente espectacular que ayuda a incrementar los procesos de personalización que caracterizan al discurso político desde hace unas décadas. El crecimiento de la plataforma ha sido vertiginoso y desde 2017 podemos ubicarla en un lugar central entre los dispositivos comunicacionales de los políticos locales, aunque cada uno con sus especificidades estilísticas.

Como afirma Carles Pont Sorribes (2018) "...la acomodación comunicativa de la política se sitúa, además de en los medios convencionales, en el ámbito de las redes sociales. Y entre estos medios sobresale Instagram, la plataforma en la que los políticos han encontrado refugio a su narcisismo más íntimo" (Pont Sorribes y Gutiérrez Rubí, 2018:11)

La cuenta de IG de Javier Milei (https://www.instagram.com/javiermilei/) es una cuenta verificada que tiene 1.3 MIL seguidores, 7581 publicaciones[16] y se presenta como un servicio profesional de capacitación sobre inversiones

Javier Milei es un economista de 50 años que, a partir de 2017, logró reconocimiento público como un invitado excéntrico en los programas de entrevistas, convirtiéndose eventualmente en el economista más entrevistado en la televisión y radio del país. Autoproclamado profesor de sexo tántrico y ex cantante de una banda de rock, Everest, Milei sostiene por ejemplo que "no se ha peinado desde los 13 años, prefiriendo dejar que lo haga "la mano invisible" del mercado (Perfil, julio 2018).

Al mismo tiempo, aficionado a los eventos cosplayer, en "un encuentro de aficionados en Buenos Aires, en 2019 fue disfrazado del general Ancap, un personaje inventado que es el líder en la ficción de Liberland, un terreno de siete kilómetros cuadrados disputado entre Croacia y Serbia y que un político libertario checo declaró soberano en 2015. Ancap es un portaestandarte del

[16] Contabilizado al 15 de setiembre de 2022

anarco-capitalismo, una rama del libertarismo que busca abolir el Estado en favor del libre mercado sin ataduras. La misión de súper héroe de Milei es "patear el culo de keynesianos y colectivistas" (La Nación, octubre 2021)

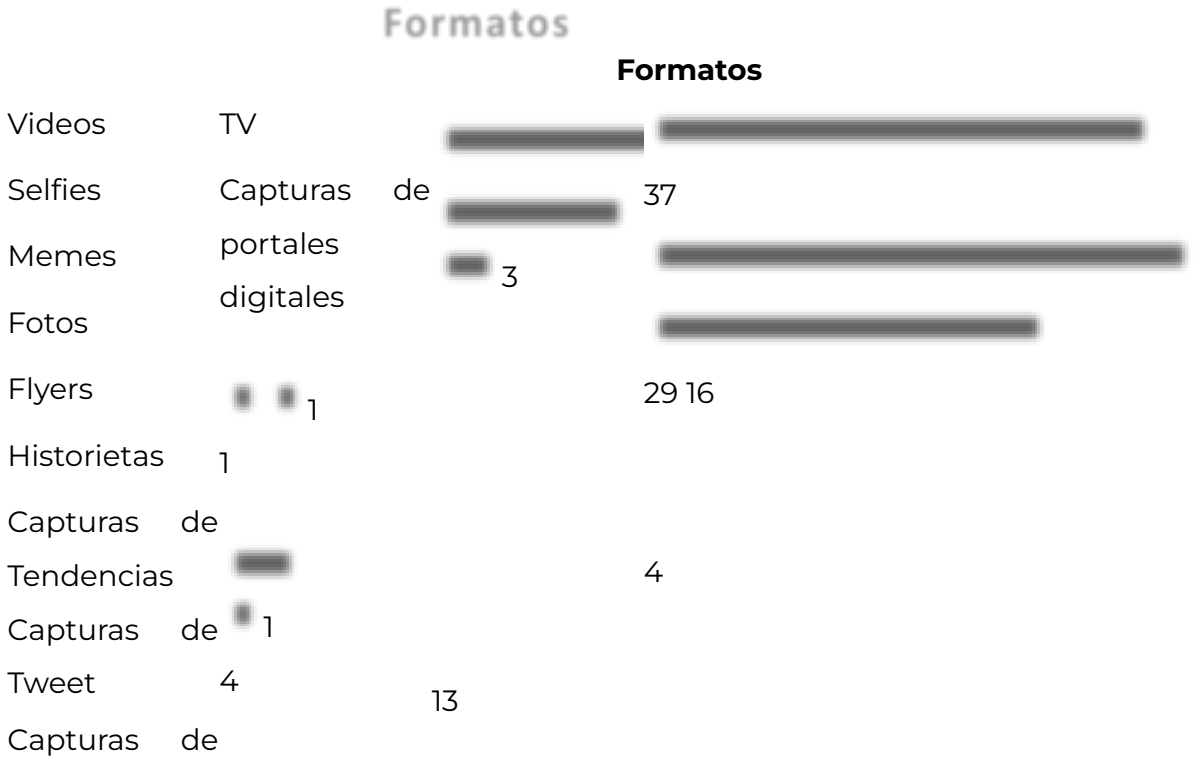
Este histrionismo y capacidad camaleónica, lo convierten en un personaje factible de ser rápidamente espectacularizado, ya sea en tono burlesco y/o humorístico. Por un lado "rompe el molde" de la imagen acartonada que en general tienen los economistas; por el otro habla de economía y se muestra audaz en sus afirmaciones. Estas características lo convierten en alguien sobre el que rápidamente operan las "máquinas de captura mediáticas" (Rosso, 2013), escenario del que conoce las reglas y las sabe jugar a su favor.

PRESENTACIÓN DEL CORPUS: METODOLOGÍA Y PROPUESTA DE ANÁLISIS COMPARATIVO

En el presente trabajo se analizan las entradas en Instagram de Javier Milei en las dos semanas anteriores a la elección del 12 de setiembre 2021 y las dos semanas anteriores a la del 14 de noviembre, bajo el supuesto de que los porcentajes alcanzados en las primarias impactaron en la campaña de las generales. Por ello se sistematizaron dichas entradas en una clasificación inicial de formatos (memes, videos, fotos, captura) para establecer porcentajes y prevalencias de ciertos formatos sobre otros, así como para analizar la periodicidad de las publicaciones. Luego se describen los principales rasgos retóricos que establecen macro configuraciones textuales propias de las restricciones de la plataforma seleccionada y se intenta establecer la construcción de destinatarios posibles en dicha estrategia digital. Por otra parte, se establecen los principales ejes de agenda del candidato y la posición enunciativa que asume en dichas publicaciones y que refuerzan el perfil que se busca construir. Finalmente se comparan ambos períodos a fin de refutar o confirmar si hubo un giro/ cambio en la campaña de cara a las elecciones generales 2021 teniendo en cuenta el porcentaje de votos alcanzado en las primarias (13%).

LEGISLATIVAS 2021: ELECCIONES PRIMARIAS

Se analizaron 19 días (del 25 de agosto al 12 de setiembre) y se relevaron y sistematizaron 144 posteos y/o entradas



Cuadro 1 Fuente: elaboración propia

RASGOS RETÓRICOS

Como se desprende del Cuadro 1 los formatos privilegiados por la cuenta de Instagram de Javier Milei son las fotos (40), los videos (37), los flyers (29), las capturas de tweet (16) y las capturas de publicaciones (titulares y bajadas de portales digitales-13).

Es importante destacar que se trabaja sobre la hipótesis de que las redes sociales potencian la personalización y la espectacularización de la política, cargando las tintas sobre la figura del candidato principal y sus acciones de campaña. Si a ello le sumamos el dato de que se trata de la primera campaña oficial de un candidato nuevo para el universo político nacional, es decir que debe trabajar su

posicionamiento y grado de reconocimiento en la sociedad, se entiende la lógica con la que han sido seleccionados los indicadores del cuadro. En lo que respecta al protagonismo de la imagen, la mayoría de las fotos son del candidato en acción: con ciudadanos en recorridas, trabajando con el equipo, en diálogo con políticos de la oposición y en escenarios mediáticos. En esto escenarios se lo ve ejerciendo fundamentalmente su atributo como comunicador: hay en Milei una impronta pedagógica en su modalidad enunciativa que lo construye más del lado del comunicador-gestor cuando se trata de apariciones mediáticas y del líder-héroe cuando se trata de actos públicos. Propio de un material de campaña se lo puede ver acompañado de ciudadanos en las caminatas o en fotos con niños. También es habitual ver fotos de la foto. Es decir, fotos del momento en que un vecino/ seguidor se saca una *selfie* con el candidato. Este tipo de fotografías pueden etiquetarse en la categoría de *espontaneidad estratégica*, que es aquella situación en la que el equipo de campaña está atento para capturar un momento y/o gesto afectivo del candidato con la ciudadanía. Si bien la situación es espontánea, la decisión de registrarla es estratégica.

Un dato a tener en cuenta es que Milei siempre se muestra solo o rodeado de sus más cercanos colaboradores: su hermana, principal asesora, mano derecha y confidente del candidato; su *couch* de imagen, Lila Lemoine, a quien conoce de su incursión en el mundo *cosplayer* y se encarga de todo lo que atañe al vestuario, peinado y maquillaje de Javier Milei; Santiago Oría, coordinador general del equipo técnico de video y fotografía quien además está recogiendo material para hacer una película sobre la vida de Milei; y puntualmente para la campaña se muestra con los principales candidatos de lista, Victoria Villarroel y Ramiro Marra.

Es decir que el foco de publicaciones está puesto en escenarios públicos y mediáticos, solo o acompañado de los consignados referentes, pero no aparecen registros familiares, íntimos, privados, cotidianos, con amigos o relajados. Esta decisión es importante ya que la plataforma de Instagram se caracteriza, en lo que atañe a cuentas oficiales de políticas, justamente por “ablandar” la imagen institucional y/o combinar aspectos públicos y privados del candidato. En ese sentido Milei se muestra bastante críptico y pocas veces alude a su vida familiar o de pareja.

Además de la espontaneidad estratégica y los videos amateurs que se suben,

sobre todo del cierre de acto de campaña, aparecen muchas fotos donde el candidato adopta poses artificiales. Podemos verlo con los puños en alto, en posición de ataque, con los pulgares en alto haciendo un gesto característico de su personaje (una emulación de que todo está bien o de que vamos arriba). Estas imágenes posadas se trabajan en plano entero medio con ángulo picado y/o contrapicado, en clave media de iluminación y sin efectos. La mirada a cámara, en contrapicado, ya se ha convertido en un rasgo estilístico del candidato libertario y podemos inferir que se sostiene con el objetivo de construir una postura desafiante, frontal y audaz. De hecho, la metáfora del león surge de la metonimia entre el pelo y la mirada del candidato y la del animal[17].

El maquillaje, el peinado vaporoso (en buscada desprolijidad a modo melena) y el vestuario negro (sobre todo el tapado y los borcegos) trabajan en esta línea de construcción personal de la austeridad audaz. Cuando se trata de escenarios institucionales o mediáticos, Milei juega otro rol: el del niño adaptado, elegante, formal, que comienza sus intervenciones agradeciendo el espacio con impostada humildad y termina gritando con vehemencia sus ideas. Hay un proceso por el cual va perdiendo la compostura, como si los demás lo llevaran a ese lugar a donde él se resiste a ir.

En lo que refiere a las marcas retóricas de los flyers, tres dimensiones son interesantes de analizar: las tipografías seleccionadas, la relación del texto con la imagen y la paleta de colores utilizada. También se destacan algunos efectos que habilita la plataforma.

[17] La foto seleccionada no forma parte de la muestra, pero refuerza el argumento de la metonimia como figura retórica.

DESTINATARIOS

En la escena comunicacional digital de Milei priman modalidades racionales en el decir, no necesariamente con referencias lógicas. Es decir, el candidato presenta sus opiniones bajo ordenamientos lógico -deductivos pero que parten de premisas falsas y/ o impopulares.

En ese sentido el tipo de apelación que predomina en el discurso de Milei es racional y convoca a emociones negativas: ira, bronca, revancha, venganza, etc.

Respecto a los destinatarios que se construyen en su enunciación en redes predominan los internautas seguidores (prodestinatarios). Por lo general los comentarios no contradicen las afirmaciones de Milei, que tampoco son de mucha densidad en IG, donde solamente repite como mantra tres frases: Tiemblen políticos ladrones; La libertad avanza y Viva la libertad, carajo.

La posición enunciativa que se construye es la de un enunciador deseante que amenaza de manera vehemente. El modo verbal es el presente del subjuntivo e indica el deseo de que algo se realice (ojalá que los políticos tiemblen...). La libertad avanza, además de ser el nombre del partido también indica una acción del presente con un nivel de connotación alto: se avanza siempre hacia adelante y se avanza con prepotencia, avanzar no solo es ir, también es ir con potencia, avanzar puede transformarse rápidamente en arrasar. La última frase, *Viva la libertad, carajo*, hace uso del impersonal como parte de un enunciador que desaparece, que no se hace cargo de su enunciado, sino que lo plantea como una verdad evidente, que no da lugar a la duda ni a la oposición de ideas y completa con un “carajo” que cumple justamente la función de refuerzo de la aserción. Esta elección enunciativa bloquea la afirmación de tal manera que no hay lugar para la respuesta, por ello los comentarios van todos en ese mismo sentido: el de replicar el viva o el de sostener el apoyo. Es decir, la cuenta de IG de Javier Milei busca posicionar al candidato, reforzar sus topos ideológicos y contener a los internautas seguidores para reforzar el grupo adherente primario.

AGENDA TEMÁTICA

En lo que refiere a los aspectos temáticos, las publicaciones están enfocadas a la actualidad política, las actividades de campaña (caminatas, actos, eventos, charlas) y a la actividad en medios. Como mencionamos, no hay imágenes de su vida privada. La actualidad política se resume básicamente en motivos económicos, que son el *métier* del candidato (dólar, reservas, banco central, inflación) y en motivos políticos anti sistema. Milei ha construido un adversario muy claro, la clase política a la que denomina peyorativamente casta, haciendo alusión a su condición de grupo cerrado con privilegios. Esta construcción le permite desarrollar una identidad que lo ubica en el lugar del *outsider saneador*, es decir, aquel que viene con recetas de larga tradición teórica a depurar lo que el estatismo, el socialismo y el peronismo han hecho con la sociedad argentina. Por otro lado, el motivo de la libertad aparece como indicador de presencia y organizador principal del discurso y de la movilización. En un contexto de confinamiento sugerido como medida sanitaria para contrarrestar el contagio del COVID 19, Milei encuentra en el derecho a la libertad individual y a la propiedad privada, los principales argumentos de su campaña. Por ello se mueve en el eje opinión/arenga/movilización con el que convoca a la población a indignarse con él, y participar para votarlo y sacar a los políticos ladrones (otro eje de su discurso). Estos motivos temáticos encuentran buena recepción en sectores de la población que, producto de la crisis económica y la pandemia, han perdido esperanza en el futuro y buscan nuevas referencias ideológicas.

PERFIL DEL CANDIDATO

En comparación con políticos tradicionales de otros partidos, como puede ser Macri, Rodríguez Larreta o Cristina Fernández, Milei se caracteriza por un estilo disruptivo en las formas: desde el modo en que se ubica frente a las cámaras, bajando la cabeza y subiendo la mirada hasta los slogans que usa para sus publicaciones o en el cierre de los actos públicos. Si bien la dimensión polémica es constitutiva del discurso político, Milei lo lleva aún más allá, produciendo un discurso confrontativo en las ideas y, repito, las formas. Desde el punto de vista retórico, la figura de Milei es hiperbólica: exageración en la cabellera, exageración

en la gestualidad, exageración en el tono, exageración en la puesta escénica. Sin duda ha hecho de esta condición un rasgo de estilo que cumple con la función de otorgarle identidad propia y diferenciarlo de sus oponentes. Desde ese punto de vista, es una estrategia de marketing efectiva que, en principio, tuvo un correlato electoral tanto en las PASO como en las elecciones generales legislativas del 2021 y por las cuales hoy ocupa una banca en la Cámara de Diputados de la Nación.

Este estilo, entre tenso e informal, está finamente trabajado apelando a características y atributos propios del candidato: un *cosplayer* que no le teme a la exposición ni a la mascarada, ex jugador de fútbol y *frontman* de una banda anarco punk. Todas esas identidades conviven en Milei y su equipo de comunicación las explota a la hora de construir un candidato con ideas propias, con tono propio y con rasgos bien definidos y más que bien recibidos por la lógica mediática. Los teóricos nórdicos que estudian el concepto de mediatización (Mazzoleni y Schulz,1999; Strömbäck, 2008) establecen una diferencia entre la lógica política y la lógica mediática, incluso definen etapas o períodos de tiempo donde una se fue imbricando con la otra. En el caso de Milei, es claro que funciona con los parámetros de la lógica mediática y quizás por ello le sean adversas otro tipo de condiciones donde se lo ve más incómodo, como en sus intervenciones más institucionales (debate, parlamento).

Legislativas 2021: elecciones generales

Se analizaron 14 días (del 1 de noviembre al 14 de noviembre) y se relevaron y sistematizaron 86 posteos y/o entradas

Cuadro 2 Fuente: elaboración propia

RASGOS RETÓRICOS

Del cuadro 2 se desprende una continuidad en los formatos privilegiados: videos (18), fotos (18), flyers (13) y capturas de tendencias en la red social Twitter (13). Con una tendencia incluso más conservadora ya que no aparecen flyers que no sean los tradicionales (anuncios de participación del candidato en programas de televisión, anuncios de acto de cierre de elecciones) con un uso muy limitado de las capacidades de la red que permite los filtros y la posibilidad de edición e intervención en las imágenes. Hay mucho material, sobre todo en los videos, que vuelve sobre lo que fue el evento más importante de la campaña: el cierre en Parque Lezama el 6 de noviembre de 2021. Allí se reunieron varios cientos de seguidores del candidato, con simbología propia del partido libertario (bandera fondo amarillo y serpiente negra) y lo acompañaron en el escenario los principales compañeros de lista (Villarroel y Marra) así como referentes del espacio (Carlos Maslatón y Alberto Benegas Lynch). Dos hechos destacan de este evento que marcan una diferencia con el cierre de las PASO: estuvo presente el padre de Milei (a quien le dedico un posteo de corte privado/sentimental) y el acto cerró con un tema del grupo de rock barrial La Renga que, días después desmintió su autorización para el uso y cualquier tipo de vinculación con el grupo político.

La presencia del padre marca una diferencia importante con la primera etapa de la campaña donde no había apelación a la vida privada del candidato. En el posteo del día 7 de noviembre se puede ver una foto donde aparece Milei de lado hablando al público y de fondo Maslatón claramente recortado. El texto que acompaña a la foto *"TREMENDA FOTO. Momento del discurso donde en la foto no solo aparecen el queridísimo @carlosmaslaton sino que más atrás se puede ver a mi padre, quien luego de varios meses de rehabilitación ha hecho un esfuerzo enorme para poder venir al cierre de campaña"* deja en evidencia no solo la presencia del padre a quien se lo ve apenas en un lateral sentado en una silla de ruedas, sino que es la primera vez que el candidato se humaniza en un posteo de la red hablando del estado de salud de su progenitor y del esfuerzo por acompañarlo. Este dato adquiere mayor relevancia si tenemos en cuenta que, en reiteradas entrevistas, Milei aseguró no tener relación con su familia a raíz del maltrato físico recibido en la infancia. Por lo tanto, esta foto y el texto que la acompaña pone de relevancia otros aspectos del perfil del candidato: su

capacidad de perdonar, el orgullo de contar con el acompañamiento de su familia y un aspecto emocional que hasta ahora estaba ausente en sus declaraciones públicas.

Respecto al baile del cierre, vuelve a aparecer la condición hiperbólica a la que hacíamos referencia en el apartado anterior. Milei salta sobre el escenario incentivando un pogo infernal que se completa con una pantalla de fondo donde se ven imágenes de explosión y fuego. Todos los elementos confluyen en un clima de euforia que se asemeja a un recital o a una cancha de fútbol más que a un acto político. La desmesura es un atributo que el candidato lleva a su máximo punto secundado por compañeros y leales. Sin duda, se trata de una estrategia de convocar a los votantes desde el *pathos,* esa dimensión que la retórica aristotélica identifica con "los sentimientos del que escucha".

DESTINATARIOS

En esta segunda fase de la campaña, si bien se fortalece el mensaje al prodestinatario, también se profundiza la construcción de los adversarios. A través de la operación de retome (ver capturas de portales digitales) se establece una prolífica relación con medios tradicionales que apuntan a analizar los números y el desempeño electoral de Milei, así como a hipotetizar sobre el escenario político que se desplegaría en caso de que el candidato libertario se convirtiera en la segunda fuerza más votada de la ciudad. Para Milei, el oponente no es tanto el peronismo
kirchnerismo sino la misma derecha. Su estrategia comunicacional se despliega para despegarse de la figura de Larreta (con quien comparte zonas del universo ideológico y disputa votantes) y lo sitúa como un integrante más de la casta, es decir, los políticos que viven de sus cargos desde hace más de una década y a quien Milei los considera parásitos del sistema.

En ese sentido, hay una promesa de campaña que claramente interpela al paradestinatario y es el compromiso de que, si consigue acceder a una banca en

el Congreso de la Nación, Milei sorteará su sueldo todos los meses[18]. Este doble juego de oposición y atracción funciona de manera eficaz y confirma la dimensión polémica y la construcción de múltiples destinatarios que se solapan en el discurso político.

AGENDA TEMÁTICA

En lo que respecta a la agenda temática, en esta etapa Milei recupera parte de las confrontaciones que se dieron en el debate televisado del día 13 de octubre. En esa oportunidad, que quedó por fuera del recorte del corpus, Milei se enfrentó a un desafío importante ya que, al verse en un escenario mediático compartido con otros candidatos, no supo (no quiso) acatar las reglas del formato y se mostró tenso en los intercambios y en el despliegue de propuestas. La posición enunciativa de *outsider* lo dejó en un lugar incómodo, más cerca del niño caprichoso que no quiere jugar con las reglas de otros que de un político con convicciones que puede dar la discusión de ideas en todos los frentes. Varios analistas coincidieron en afirmar que "no salió bien parado" del debate televisivo, aunque también se debe reconocer que en parte es lo que sus votantes esperan: que no acate los rituales de la política tradicional, que esquive la moderación y esté siempre al borde del exabrupto.

Uno de los principales ejes temáticos que se abordaron fue la campaña de vacunación contra el COVID-19. Aunque Milei no tuvo un discurso anti-vacuna, instaló la duda acerca de la

A MODO DE CIERRE

Presentamos entonces algunas diferencias y similitudes entre las dos etapas de la campaña legislativa 2021 de Javier Milei.

Título: Comparación de las dos etapas de la campaña legislativa 2021 de JM

[18] Este trabajo, que está siendo escrito un año después, da cuenta de que efectivamente JM cumplió su promesa y todos los meses sortea su dieta de Diputado Nacional aprobación de la tercera fase de determinadas marcas e insistió en que se vacunó a la población con dosis que no estaban definitivamente aprobadas por los laboratorios. Ese y el tema de los impuestos fueron sus caballitos de batalla a la hora de argumentar sus propuestas.

Legislativas 2021	**Primarias abiertas y obligatorias (PASO)**	**Elecciones generales**
Posteos relevados	144	86
Formatos privilegiados	Fotos, videos y flyers en ese orden	Fotos, videos y flyers. Crecen las capturas de portales digitales y TT.
Entrada con más MG	Video de tik tok 2:51 de duración donde edita una entrevista ofrecida a Novaresio, con imágenes de políticos de la oposición e imágenes de sus actos de campaña. Propone dividir la Argentina entre quienes trabajan y quiénes no, los parásitos sociópatas de la política (368043 reproducciones)	Video que compila los momentos más destacados del debate televisivo (378081 reproducciones)
Elementos retóricos utilizados	Fotos pose. Estética de flyers audaz. Apelación al *ethos* del candidato	Fotos de caminatas y actos. Estética de flyers tradicional. Apelación al *pathos* del público. Hay una tendencia hacia una campaña más conservadora en esta etapa

Destinatarios	Discurso de refuerzo hacia prodestinatarios para fortalecer identidad de grupos propios	Discurso contundente para identificar al adversario. Guiños al paradestinatario
Agenda temática	Economía, inflación, dólar, banco central	Vacunas, anti-casta política, no a nuevos impuestos
Posición enunciativa destacada	*Outsider* saneador: yo soy el león	Recupera posiciones humanizantes aunque insiste con profundizar el conflicto y
		la polarización: se viene el estallido
Circulación	Descendente: de los medios a las redes	Descendente: de los medios a las redes

Cuadro 3 Elaboración propia

ALGUNAS OBSERVACIONES GENERALES:

- Si bien se muestra activo en las redes, la cuenta de Javier Milei no tiene una cantidad significativa de seguidores ni hace uso de todas las potencialidades de la plataforma. Es decir, se suben videos e imágenes, pero no hay un cuidado estético de las mismas propio de las características de IG. En términos de posicionamiento del candidato se puede trabajar mucho más, en términos comunicacionales, en la construcción de la marca Milei.

- La relación entre producción de contenido propio y retome de otras redes es de 30-70. Sobre todo, en la segunda etapa de la campaña, la cuenta se retroalimenta de Twitter, capturando tweets de personajes que instan a votar al candidato o de encuestas que se muestran favorables. Las capturas de las TT buscan dejar en evidencia que la conversación social gira alrededor del nombre Milei, aunque, obviamente eso no significa que sea en términos positivos. Al mismo tiempo, los portales de noticias son una fuente permanente de información para cuenta en tanto funcionan como termómetros de la elección. En términos de circulación, se identifica una prevalencia de la dirección descendente, es decir, la cuenta se alimenta de lo que sucede en los medios tradicionales (tv, diarios y portales). También hay dirección horizontal cuando retoma contenidos de otras redes.
- Si bien IG no es una plataforma que jerarquice el logos (textos, comentarios, argumentación) es evidente la falta de consistencia argumental de los posteos, más cerca del consignismo que de un relato que permita contextualizar la imagen. En muy pocas oportunidades se explaya acerca del material visual que comparte[19]. En el mismo sentido, por ello es posible afirmar que Instagram es una red social confortable para un político como Javier Milei que necesita posicionarse, construir una imagen propia clara y contundente que se despegue del resto de los políticos y que basa su propuesta electoral en consignas sin desarrollo argumental. El discurso libertario es, en ese sentido, fragmentario, impulsivo y funciona como por arrebatos. Hay una búsqueda rápida del efecto y baja tolerancia a los tiempos y las reglas del juego político. Por ello hablamos de un candidato formado bajo la lógica mediática e incómodo en los parámetros de la lógica política.

[19] Una excepción a este comportamiento se da en el posteo del 6 de noviembre cuando, en referencia a la vandalización de la estatua de Gaturro, Milei escribe “EL ESTADO OPRESOR Aquí los efectos colaterales de la persecución del gobierno nacional con el ministro Anibal Fernández como punta de lanza y complicidad del presidente de la Nación Alberto Fernández y la no condena del candidato a diputado nacional Leandro Santoro. En el video pueden ver la amenaza implícita al dibujante @gaturro vía la destrucción de la escultura en honor a su más popular creación. Mi apoyo total e incondicional al querídismo NIK y su familia” no interactúa con sus seguidores ni responde comentarios que, a su vez, están cargados de emojis y arengas más que de opiniones y/o consultas. Este comportamiento es típico de la plataforma.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar Solves, T (2020) Los líderes de extrema derecha e Instagram: la redefinición de la comunicación política desde un espacio post fotográfico en *Actas del VII Congreso Internacional de la AE-IC 'Comunicación y Diversidad'* 28 al 30 de octubre de 2020, Valencia, España.
- Carlón, M (2020) Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada. Nueva editorial Universitaria. Universidad de San Luis.
- Fernández, JL (2021) Vida mediáticas. Entre lo masivo y lo individual. La Crujía. Buenos Aires.
- López- Rabadán, P. y Doménech-Fabregat, H. (2018) Instagram y la espectacularización de las crisis políticas. Las 5 W de la imagen digital en el proceso independentista de Cataluña. Revista digital El profesional de la información ISSN 1699- 2407. España
- Morresi S. (2008) La nueva derecha argentina. La democracia sin política 1a ed. - Los Polvorines: Univ. Nacional de General Sarmiento; Buenos Aires: Biblioteca Nacional.
- Pont Sorribes, C. y Gutiérrez Rubí, A. Eds. (2020) Instagram en la estrategia de construcción de liderazgos políticos. España: Gedisa.
- Rosso, D (2013) Máquinas de captura. Los medios concentrados en tiempos del kirchnerismo Buenos Aires: Colihue.
- Slimovich, A (2020) Instagram y política. Mediatización y circulación en los perfiles de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri. Cuaderno 112. Centro de estudios de Diseño y Comunicación ISSN 1668-022
- Slimovich, A (2022) Redes sociales, televisión y elecciones argentinas. La mediatización política en la era K. Buenos Aires. Eudeba
- Steimberg, O (1993) Semiótica de los medios masivos. Buenos Aires. Atuel
- Strömbäck J. (2008) Cuatro fases de la mediatización: un análisis de la mediatización de la política en Internactional Journal of Press/Politics, 13(3), pp 228-246. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/254096831_Four_Phases_of_Mediatization_An_Analysis_of_the_Mediatization_of_Politics/link/0a85e5374fd1186f11000000/download.

- Tarullo, Raquel y Sampietro, Agnese (2022). “No es tu cuerpo. No es tu derecho”: El argumentario visual del movimiento provida argentino en Instagram. Revista de Comunicación, 21 (1),411-431 [fecha de Consulta 15 de septiembre de 2022]. ISSN: 1684-0933. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589470678022

ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS

- Gallardo, A. “La insólita vida privada y familiar de Milei, el economista más polémico” publicado el 7 de julio de 2018 en https://www.perfil.com/noticias/protagonistas/la-insolita vida-privada-y-familiar-de-milei-el-economista-mas-polemico.phtml
- Zadunaisk, G. (trad) “Quién es Javier Milei según de Economist” publicado el 8 de octubre de 2021 en https://www.lanacion.com.ar/economia/quien-es-javier-milei-segun-the-economist nid08102021/

Videos Comentados

- Etapa 1: https://www.instagram.com/p/CTmPjqpna3u/
- Etapa 2: https://www.instagram.com/p/CWJ3NqQgHy
-

ESTÉTICAS QUE SON POLÍTICAS. UN ANÁLISIS DE LAS PUBLICACIONES DE MARIA EUGENIA VIDAL EN INSTAGRAM DURANTE LAS CAMPAÑAS DE 2017 Y 2019

Ailen Montañez | Universidad de Buenos Aires
montanezailen@gmail.com

RESUMEN

El propósito de la siguiente ponencia es presentar algunos resultados de la investigación realizada como tesina de grado de Licenciatura en Cs. de la comunicación sobre el análisis de las publicaciones del perfil de María Eugenia Vidal en Instagram entre períodos electorales del 2017 y 2019. Las preguntas que atravesaron este trabajo fueron: ¿Qué retóricas visuales componen su perfil? ¿Qué recursos estéticos se despliegan en esa composición? ¿Qué *ethos* despliega? ¿Qué sucede en la comparativa de esos dos períodos analizados? Estos interrogantes fueron abordados desde una perspectiva sociosemiótica y multimodal, desde un análisis crítico de discurso, añadiendo aportes de las teorías de género(s). XXIV Congreso Anual de REDCOM 3,4 y 5 de octubre 2022.

Palabras clave: Discurso político, Redes Sociales, análisis de discurso.

LOS DISCURSOS POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS EN LAS REDES SOCIALES.

La mediatización de lo político en las sociedades contemporáneas se inscribe en procesos de hipermediatización, por la complejización que han sufrido en sus dinámicas: convergen medios masivos y nuevos medios (Carlón y Scolari, 2008 y Verón, 2013); los primeros pierden su tendencia a predominar pero no se corren de la escena mediática, sino que se articulan e hibridan sus lógicas de interpenetración (Slimovich, 2016 y Dagatti, 2019).

De esta manera, las nuevas plataformas digitales actúan como un espacio de cercanía y autenticidad, creando una representación de las personas que se inscriben en ellas y gestionando estratégicamente la identidad a través de las mismas; sobre todo en un contexto de desconfianza hacia los partidos políticos (Selva y Caro-Castaño, 2017), y que no logran anclar en los espacios y discursos políticos tradicionales (Contursi y Tufró, 2012); "desde estas inclusiones y exclusiones imaginadas se construye también el único colectivo que parece poder articular a "vos" en un grupo mayor: el colectivo de los vecinos" (ibídem, 2012:118). Estos mecanismos discursivos puestos en escena logran profundizar los modos de empleo de la retórica visual propia de la plataforma, orientados a crear creando sentidos de pertenencia (Selva y Caro-Castaño, 2017).

Con el predominio de la imagen en esta esfera, construir una imagen verosímil permite que luego, a nivel enunciativo, se conforme un *ethos* capaz de lograr identificación (Maingueneau, 2010) gracias a la construcción de ese perfil, en este caso, mediatizado. Estas cuestiones habilitaron análisis más recientes que se han desempeñado sobre los dispositivos de Facebook, Twitter e Instagram para -por ejemplo- ver los contenidos que enuncian en sus perfiles María Eugenia Vidal y Mauricio Macri (gobernadora de la provincia de Bs. As y Presidente Argentino en el período investigado), donde predomina *lo íntimo y lo ciudadano* como contenido de proximidad (Contursi y Tufró, 2012) (Annunziata, 2017).

INSTAGRAM DESDE UNA PERSPECTIVA SOCIO-SEMIÓTICA.

La capacidad de **Instagram** para capitalizar las relaciones sociales y el rol significativo que cumplen en la vida cotidiana de sus usuarios, lo transforma en un dispositivo con importantes efectos en la construcción de sí (Zappavigna, 2016), además de ser una interfaz de fácil apropiación para el usuario, y el cual plantea un entorno limitado que impone y restringe las condiciones de uso: subir fotos, editarlas mediante filtros, agregarles un pequeño texto, dar likes y comentar sobre esos posteos. A su vez cuenta con determinados formatos visuales que se han naturalizado con el correr del tiempo, como lo es la selfie, "un modo de auto-representación que es inevitable no pensarla políticamente" ya que son "discursos acerca de cómo las personas deben representarse" (Zappavigna y Zhao, 2017:04). En Argentina, además, Instagram cuenta con más once millones de usuarios registrados en el año 2017 [20] (Latamclick, 2017), y ascendió a dieciséis millones en el 2019 [21](Hootsuite, 2019).

En línea con esto último es que tomamos a Lev **Manovich** para problematizar el hecho de que Instagram, como red social, configura en su uso formas de producir sentido que competen al campo de lo visual. Este autor sostiene que hay formas de presentar las imágenes que "funcionan mejor" dentro de esta red social, y que comporta varios elementos que hacen a "los lenguajes" que se utilizan: la búsqueda de la espontaneidad como efecto de sentido; el uso de estéticas visuales -o estilos particulares- para definir sus pertenencias en "subculturas", para crear representaciones susceptibles, a la vez, de identificar-se (nos) con un particular estilo de vida. Y por último que esas formas más relevantes son la de una atmósfera que evoca estados de ánimo, y que se vuelven más importantes que mostrar "un objeto en sí mismo"; es decir que apelan a *sensibilidades del* ***instagramism*** (*instagramism sensibilities* en su idioma original).

[20] Fuente online: Latamclick, (2017) " Estadísticas de INSTAGRAM 2017 (América Latina) con imágenes TO Share" Publicado el 28 octubre, 2017, disponible en https://www.latamclick.com/estadisticas-de-instagram2017/

[21] Fuente online: (2019, marzo 14). Situación digital y social media en Argentina 2019 - Yi Min. Recuperado el diciembre 7, 2019, de https://yiminshum.com/digital-social-media-argentina-2019/

¿POR QUÉ HABLAR DE ESTÉTICAS POLÍTICAS Y NO SOLAMENTE DE RETÓRICA?

Porque hablar de estética nos adentra a pensar las imágenes en su práctica política, y por lo tanto **en su forma persuasiva**. Si la estética se preocupa, a grandes rasgos, por indagar *lo bello* y *lo feo* como *sustancias estéticas*, y el bien y el mal como construcciones éticas (Zatonyi, 2012), desde esta perspectiva, el poder y el orden son aliados; lo que no coincide con su voluntad (con 'lo bello') se ve excluido - sino eliminado- del discurso imperante (Zatonyi, 2002:346).

Estas son las claves de lectura para entender a qué nos referimos cuando hablemos de Estética en un contexto distinto: el de Instagram, con Lev Manovich (2017) ya que trae a la luz problemas estéticos que no están especificados conceptualmente en sus trabajos, pero sí bien rastreados en sus condiciones de producción. Así, en el análisis de las imágenes en *Instagram*, la dimensión retórica es inseparable de la dimensión estética, entendiéndola como formas que existen en determinados contextos y en dispositivos semióticos particulares, como *códigos* de determinación de "lo bello", "deseable", "bueno", etc. Sin utilizar este aspecto como una variable de implicancia unilateral, ya que son parte, hoy por hoy, de las lógicas que funcionan algorítmicamente en las plataformas, como la que hemos analizado aquí.

Si hablamos de modos de ser dentro de una lógica del dispositivo **Instagram**, que configura a su vez modos de ver las cosas, desprendemos que tiene una implicancia política. El hecho de ser visible en un espacio lo enmarcamos desde la problematización de lo que es decible, y añadimos también, visible desde la hegemonía discursiva de Angenot (2010). Si la política se trata, en parte, acerca de la disputa por definir qué es visible, bajo qué condiciones y lo que podemos decir al respecto, las prácticas estéticas hacen también al discurso social, porque [las estéticas] están guiadas por un orden, normas, aceptaciones, criterios.

Ponemos el foco, además, en que lxs usuarixs de la red social son productorxs de discursos, pero sobre todo porque desde aquí entendemos que lxs sujetxs

realizan constantemente una elección de determinados elementos semióticos[22] motivados para realizar un mensaje de la manera más apta, según sus contextos históricos, sociales y culturales (Kress y Van Leeuwen 2006). Esta perspectiva también entrelaza con la manera en que Stuart Hall (1998) entiende la dimensión de interpelación subjetiva: lxs sujetxs que producen sentido ('sign-makers') usan las formas que consideran mejores para la expresión de significados, y esto tendrá gran arraigo en su especificidad cultural e interseccional.

Habiendo planteado tales consideraciones del estado teórico desde el que se pensó el fenómeno, destacamos el especial interés desarrollado por la construcción del caso de análisis de María Eugenia Vidal (MEV de ahora en adelante). Este, se circunscribe al momento coyuntural en el que ella fue gobernadora de la provincia de Buenos Aires, en el período de 2017 sin ser candidata en las elecciones legislativas pero con un fuerte compromiso público en la campaña, y en el período 2019 participando en campaña electoral para su re-elección. Esta variable de agenda electoral fue tomada en cuenta para cruzarla con la emergencia de la **comunicación política** en las redes sociales, dentro de la comunicación digital, y en un contexto donde se evidencian rasgos de una campaña permanente (Noriega, 2003).

FEMINIDADES EN LA POLÍTICA ARGENTINA: UNA VARIABLE DE GÉNERO PARA EL ANÁLISIS.

Mencionamos, en este marco, que nos preguntamos, en simultáneo, sobre las feminidades en la política, y decidimos ahondar en qué tipo de feminidad encarna y qué mundos *éthicos* evocan, en este caso de estudio, ya que inevitablemente estarán en diálogo unos con otros por ser parte de la escena política actual contemporánea.

[22] Las representaciones que se ponen en juego en las imágenes tributan como vehículos ideológicos, no como algo determinante, sino como punto de pasaje para infinitas interpretaciones (Peirce, 1974). Sobre todo cuando enfatizamos que la imagen fotográfica tiene la particularidad de ser icónica-indicial por estar primero en una relación de referencia analógica y además por haber tenido un contacto efectivo de objeto a objeto (ibídem)

Para ello, debemos tener en cuenta que ciertos estereotipos de feminidades son más aceptadas – legítimas – en la toma de palabra desde el discurso político, y otras no. Es así que "los medios tienden a valorar positivamente aquellas imágenes en la que las mujeres aparecen en el marco de narrativas tradicionales" y "asociadas al lugar de subordinación y sostén de la vida doméstica" por ejemplo, como madres (Pérez y Aymá, 2017:552); y cuando se trata entonces de salirse de ese molde tradicional, se puede caer en valoraciones negativas como "superficialidad" "caprichosa" "banalidad, coquetería excesiva" y "mala madre" entre otros, como le ha sucedido a líderes políticas contemporáneas como Cristina Fernández de Kirchner (ibídem). Esta es una dimensión que recuperaremos más adelante en profunidad.

@MARIUVIDAL DURANTE EL PERÍODO 2017: LA FELICIDAD CASUAL DE LO COTIDIANO.

Pasando al resultado concreto de los análisis, reponemos que el corpus contó con un total de 208 fotografías (79 publicaciones), y se procedió metodológicamente en clasificaciones cualitativas que predominaron en una clasificación inductiva de rasgos retóricos y visuales, para luego poder detenernos en dos momentos de análisis [23](composición visual, y composición verbal) que confluyen en su abordaje integral hacia el final: estética, representaciones (visuales) y construcción de *ethos*. Su abordaje analítico se realizó desde una perspectiva interdisciplinaria que articula la sociosemiótica (Verón, 1989), la semiótica multimodal y el análisis del discurso político (Slimovich, 2016) (Sznaider, 2016).

En el período tomado dentro del año 2017 encontramos la aparición de regularidades discursivas como las sonrisas, los abrazos, saludos y fotos con la gobernadora. Esto nos sitúó en una *estética de lo cotidiano*: la política gubernamental en acción cotidiana es expuesta y publicada como temática

[23] En línea con esta perspectiva, se pueden dar dos momentos analíticos: el del plano visual (vinculado más a la estética) y el del plano verbal (vinculado más a la dimensión retórica, pero siempre en relación a la estética); por ejemplo, al abordar los cruces de sentido entre la fotografía y su pie de foto .

principal desde su perfil en la red social.

Fotografías del perfil de @mariuvidal en 2017 en Instagram

Esta categoría de *estética de lo cotidiano* corresponde a lo que Manovich (2017) describe como "*casual*", y donde predominan emociones y sensibilidades. Vemos también que esto último funciona como regularidad discursiva en su producción. Los contenidos publicados poseen esas cualidades, lo que nos dice que estos elementos 'sensibles' parecerían subordinar a otras temáticas, o al menos forzar a que coexistan 'política' con 'felicidad'

.

Esto parece enlazar en buena manera con el **dispositivo discursivo** del PRO-Cambiemos sobre la transparencia y la política pos-ideológica, desconflictivizada. También desde sus composiciones de encuadre y sobre cómo es representada la 'distancia social' en las fotografías, vemos que las operaciones observadas abonan a construir esa cercanía amorosa desde el plano representacional y visual. Lo que vemos siempre son pocas personas que en general no saturan el plano, y que por lo tanto esa cercanía es más íntima, no masiva, sino que podríamos decir 'de a pares' (con grupos reducidos de personas, si supera la cantidad de una sola).

Observamos las tematizaciones frecuentes de “los vecinos” como colectivos que aparecen en el enunciado operan como direccionamientos a la hora de interpretar efectos globales de sentido por cómo opera la plataforma en términos visuales y jerárquicos: primero la imagen, y luego el texto en relación a la imagen. Estas reiteraciones creemos que hacen sentido al pensar a lxs posibles co-enunciadorxs, ya que obtuvimos una figura enunciativa general que ‘se encuentra a la espera de las mejoras’ que parecen traer las políticas implementadas, además de compartir el tópico de lo cotidiano. También notamos que el universo ‘adulto’ es el que está sobre-representado.

Por último observamos la construcción del *ethos maternal* nos provee que se construye desde una feminidad ‘privilegiada’ en términos sexo-genéricos[24], por apelar a

@mariuvidal durante el 2019: en la búsqueda por la re-elección.

Pudimos observar que desde las operaciones estético-discursivas prevalecen las sonrisas como modo por excelencia de representación de lxs individuos en las fotografías, seguido de la motivación por retratar acciones que buscan el efecto de sentido de la inmediatez: los saludos y abrazos en las recorridas. Este rasgo a su vez refuerza los efectos de mayor credibilidad por su grado de indicialidad, de alta modalidad (Kress y Van Leeuwen, 2006).

El lugar predominante en escena pasa a ser la calle, no sólo el *caminar por la vereda* sino también lo que involucran a los actos de campaña en espacios

[24] MEV exhibe una figura femenina, por su vestimenta y su peinado, que corresponde a lo que conocemos genéricamente como mujer-cis. La categoría *Mujer cis-género* refiere a la asignación bio-política del cuerpo según sus genitales al nacer. Quiere decir que sexo y género son leídos como algo naturalmente correspondiente, y por lo tanto se adscriben a estereotipos de feminidad heterosexualizada (Butler, 2018). En palabras de Friedan (2016) parte de la mística de la feminidad contiene el concepto de mujer de las que se espera que cumplan un rol maternal, de cuidado [de su casa, de su familia], de pasividad y estéticamente acorde cualidades aceptables de las feminidades en la política para hacer uso de la palabra en el espacio público: desde la sensibilidad, el cuidado y la atención acompaña a lxs ciudadanxs.

públicos. Esto va acompañado de los cambios en las composiciones fotográficas como la aparición de nuevos ángulos (como los cenitales) y puntos de vista, como recorte del campo visual fotográfico. Notamos la relación entre esta nueva manera de composición y la inclusión de mayores elementos, en este caso de personas, que saturan los planos medios-cortos y medios-largos, provocando los efectos de multitud que ocupan toda la escena desde el campo visual propuesto.

Fotografías del perfil de @mariuvidal en 2019 en Instagram. La calle y el *ethos de oradora*

Esta novedad en la estética conserva los componentes de la estética casual en determinados momentos, sobre todo en cuanto a los tópicos de lo cotidiano que podemos relacionar, como los saludos, el registro de selfies, y charlas, que su vez predominan desde el

a “gustarle a los chicos” (2016:111). En palabras de Wittig (1992) ser mujer es una relación social específica de servidumbre para los hombres, que implica obligaciones económicas, personales y físicas; y desprendemos de esta última dimensión, también obligaciones estéticas para sostener una feminidad acorde a ese rol. John Berger lo expone también de una manera interesante en “Modos de ver” cuando desarrolla que “los hombres miran a las mujeres” y esto “determina la relación de las mujeres consigo mismas” ya que “el supervisor que lleva la mujer dentro de sí es masculino” y de este modo “se convierte a sí misma en un objeto, particularmente un objeto visual, una visión” (1972:27). *instagramism* por seguir la línea de contenidos simulando, o tributando al efecto de la ‘inmediatez’.

También pudimos ver cómo las representaciones mayoritarias de colectivos

sigue correspondiéndole con “los vecinos” en cuanto a objetos discursivos, otorgando una mayor representación a lxs adultxs, y una escasa representación del universo juvenil o de niñxs por fuera de su contexto familiar, relacionado a cierto adultocentrismo. Esto adquiere su peso en cuanto a las representaciones de subjetividades políticas predominantes, pues se corresponden en todos los planos, desde lo estético y desde lo verbal.

Por último, al revisar y confirmar la indistinción entre comunicación de gobierno y comunicación de campaña (Sznaider, 2016), nos adentramos en el análisis del ethos de la gobernadora, que mantiene su cualidad ‘maternal’ pero se le agrega el *ethos* de *oradora*.

La continuidad de su construcción dentro del estereotipo de feminidad tradicional[25] [26]se verifica a la par de la irrupción de su capacidad como oradora frente a muchas personas, buscando generar con su presencia otra imagen dentro de la escena de discurso político, capaz de hablar frente a una gran cantidad de personas, que la puede situar como líder política.

DEL 2017 AL 2019: LA IRRUPCIÓN DE LA ÉPICA.

Presentadas las síntesis de análisis de ambos períodos, realizamos comparaciones pertinentes entre ambos segmentos analizados para una mayor riqueza de interrelaciones conceptuales y reflexivas.

En las operaciones retórico-estéticas relevadas muestran que en el año 2017 predominaron las representaciones narrativas bi-direccionales (transaccionales),

[25] “Lo que constituye a una mujer es una relación social específica con un hombre, una relación que hemos llamado servidumbre” y que “implica obligaciones personales, físicas, también económicas”. Monique Wittig (1981) en *No se nace mujer.*

[26] Dentro de esta misma línea de reforzar estereotipos de género para legitimarse como figura política, Alejandra Vitale repone en otras investigaciones el caso del ethos de Bachelet donde, dada la situación retórica en la que se destaca: la oradora es una mujer y rechaza enunciarse desde una posición de poder, para así construirse como una servidora de los más débiles, cuestión que tiende a activar el estereotipo de la mujer que asiste y protege al otro, lo que en última instancia apela al estereotipo de la mujer como madre. (Vitale, 2014:09)

por un lado, y en términos composicionales, los puntos de vista de lo que elegimos llamar *'voyeurs'* por estar cerca de la escena, pero desde la óptica de unx fotógrafx que está ajenx al hecho que ocurre, sobre todo en las selfies donde se ve el registro del acto desde un dispositivo segundo
(y no el propio celular de la selfie).

Fotos del perfil de María Eugenia Vidal (@mariuvidal) en Instagram en el año 2017.

Además: los planos medios-cortos, con ángulos horizontales construyen una distancia social cercana, sobre todo pensando la relación participantes en la fotografía y espectadorxs de la fotografía. Sin perder de vista que las publicaciones son fotografías, y esto contribuye a la alta modalidad del género visual, aún en una red social digital que permite ediciones y retoques.

También resaltamos que las atmósferas evocadas eran del universo de lo casual-espontáneo y cotidiano, y que esto de alguna manera tributa a la estética casual que menciona Manovich (2017) como una de las maneras dominantes en que circulan los contenidos en esa red, atravesadas por los tópicos de la felicidad y la alegría, a través de los abrazos, saludos y sonrisas representadas en las publicaciones.

En el año 2019 encontramos que las publicaciones en términos de representaciones narrativas transaccionales y bi-direccionales se mantuvieron. Aumentó el volumen de fotografías publicadas por día, y eso puede influir en un mayor efecto de refuerzo de estos sucesos. En particular, notamos que desde los términos composicionales hubo variaciones: se
introdujeron los ángulos picados o cenitales para generar otra perspectiva de las escenas.

Fotos del perfil de María Eugenia Vidal (@mariuvidal) en Instagram en el año 2019.

Se corre la centralidad de la figura de la gobernadora, se tuercen las líneas del horizonte de la escena: técnicas de amplitud de plano –y a su vez de recorte- para saturar la escena con elementos (participantes) que en este caso son todas personas que están allí presentes en un saludo y abrazo; el efecto multitud. Esta es una variación del contacto casi individual, estrecho y personal del período anterior.

Notamos un efecto *voyeur* -del espectadorx cercanx pero imperceptible en la

escena que se hace presente, como sucedió en el período anterior, aunque la introducción de "la escena multitud" no hace que esta manera de nombrarlo sea tan pertinente (por implicar esa intimidad y cercanía del espectadorx que al haber mucha gente alrededor, se pierde ese sentido), y podamos pensarlo en términos solo de espectadorx-consumidorx de imágenes.

Los aspectos del encuentro casual, de la calle y el saludo continúan, pero a su vez aparecen elementos que evidencian que son "menos espontáneos" por el nivel de preparativos que conlleva; por ejemplo, un acto en un escenario en las ciudades de la provincia. Pero, de todas maneras, no hay evidencias significativas de "pose" y "producción" en cuanto a las regularidades que se muestran relevantes dentro del corpus de este período.

Sobre "la multitud" que aparece en el año 2019, nos hace retomar el siguiente contrapunto: en el 2017 María Eugenia Vidal no fue candidata para las elecciones, y sólo era gobernadora de la Provincia de Buenos Aires, lo que no quita que no se inscriba en lo que elegimos marcar como campaña permanente (Noguera,2009). En cambio, en el 2019, su comunicación de campaña y comunicación de gobierno están en juego, pero de manera indistinta, es decir que desde ese punto de vista, se continúa en el marco que Noguera describe: "la campaña electoral" como tal, es un fenómeno que está sucediendo siempre, todo el tiempo, de manera continua.

Si en ambos períodos pudimos verificar estas continuidades, también mencionamos que cuando ella es candidata (en el año 2019) el uso de su *Instagram* es mucho más activo, ya que duplicó su volumen de publicaciones en el mismo período del año siguiente. Sólo mencionamos la relación cuantitativa encontrada entre el aumento de publicaciones y la coyuntura sociopolítica de elecciones, pero es una hipótesis que surgió al momento de interpretar los datos.

En tal coyuntura, creemos sí que condiciona y/o atraviesa las estrategias discursivas de MEV: la calle ya no es barrial, las visitas ya no son de *timbreos*, como lo era en el período previo. En el 2019 gana muchísima representación las escenas en la calle y en actos públicos, algunos electorales, otros de inauguraciones de

obras públicas. Estos tres ejes son los que predominan, y al ser todos dentro del espacio público genera inevitablemente, más que un giro, **un refuerzo de la calle como lugar a disputar** para con otras tradiciones políticas con las que efectivamente se jugaba la gobernadora su reelección.

La novedad se complementa cuando asociamos que se nombra por primera vez al colectivo de "**militantes**" en dos publicaciones muy cercanas a la fecha de las elecciones generales de 2019, algo que se sale del universo semántico visto hasta el momento en nuestro análisis -y otros previos- y en una publicación explícitamente aparecen distinguidos de "vecinos":

Extracto del texto de pie de foto de una publicación de María Eugenia Vidal en 2019.
"Hace un rato estuvimos en San Miguel del Monte con @joscastro.ok y @salvador.pba reunidos con vecinos y militantes que trabajan para hacer posible lo imposible. Gracias por recibirme y por su compromiso ❤*"* **3ra publicación del 21/10/2019 en su perfil**

La *épica*, entonces, irrumpe con el avance de 'la calle' como escenario predominante, y también con el desliz de mencionar a sus 'militantes' que corre de plano a los timbreos escenificados del 2017. La estética de la *épica* hace su base en estas escenas y en relación con su liderazgo político que apela a componentes emocionales (pathos) para profundizar el vínculo con 'las multitudes' figuradas en el discurso.

DEL ETHOS MATERNAL AL ETHOS DE ORADORA.

¿Qué encontramos desde el *ethos* discursivo (Amossy, 2002) (Maingueneau, 2010) en 10 publicaciones de MEV? En nuestra problematización, donde vinculamos ética y estética, es decir una forma de ver el mundo en general, y una forma de ser del orador en particular, junto con una inquietud por indagar las formas del discurso ¿cuáles prevalecen?

Para reponer algunos rasgos de *ethos pre-discursivo*, en línea con lo dicho anteriormente, hemos rastreado que la gobernadora aparece figurada como "La leona" o "heidi"; estas han sido dos referencias claras en distintas apariciones mediáticas[27] que son significativas para nuestro análisis, porque el ethos discursivo de la gobernadora- al interior del análisis- lo hemos encontrado de carácter *maternal*, para el período del 2017, y le añadimos el de *oradora* en el año 2019.

Su presencia como una madre presente, en vela, atenta a las demandas de 'su pueblo' conforma un ethos maternal efectivo, en esta instancia de lectura global y transversal. Ser una madre (y sólo enunciarse como eso) es construir una cualidad única que la define, y que a la vez existen millones de personas que también son madres. Enunciarse construye un punto de identidad, susceptible de generar identificación y pertenencia. Esta es una estrategia básica de la comunicación en general, y de la comunicación política en particular, ya que esta se logra "si se puede hacer contacto con algo que ya está en ellos [lxs electorxs, los vecinos]", porque se puede comunicar algo sólo cuando ya existe primero en la percepción de lx otrx (Noguera, 2009:96). Así, rastreamos continuidades de ese rasgo tanto desde la metáfora de "La leona" como en los rasgos particulares de cuidado, atención, escucha y sensibilidad.

[27] Ver en anexo "Qué piensa María Eugenia Vidal sobre el feminismo, el apodo "Heidi" y su posible candidatura a la presidencia" ,"La leona", el apodo de Vidal que impulsan en Cambiemos para la campaña" y "Exclusivo: "Mamá Leona", la idea fuerza de la campaña de María Eugenia Vidal"

Captura de pantalla, perfil de María Eugenia Vidal (@mariuvidal) en Instagram en el año 2017.

"Mamá orgullosa de María José, Camila y Pedrito. Gobernadora de la Provincia de Buenos Aires."

Esto se profundiza si atendemos su dimensión política y enunciativa en términos de género: una feminidad tradicional; MEV performa lo que entendemos como la dimensión marginal, minorizada, la referida al espacio doméstico en la arbitraria división de espacios y roles sociales que trajo la modernidad colonial (Segato, 2017). Es decir, que la gobernadora interviene en la política desde la sensibilidad (rasgo históricamente asociado a lo femenino) como modo legítimo de acción discursiva, como si una feminidad no pudiera enunciar desde otros lugares. Una mujer puede intervenir allí en la política y no ser juzgada, o puede intervenir a disputar los roles masculinos de la política y ser criticada (como hemos mencionado el caso de CFK valorada negativamente como una 'mala mujer' (Pérez y Aymá, 2017). Es en este sentido que la gobernadora reforzó estereotipos de *feminidad tradicional*, perpetrándolos a través de sus prácticas, que aquí vemos materializadas en el análisis tanto estético como discursivo.

Según lo observado hasta aquí, también nos gustaría añadir que parecería que existe una coherencia en términos de "una política del escuchar y del hacer", y los retratos en acción, que vemos que predominan en ambos períodos con las representaciones narrativas transaccionales y bi-direccionales. Las fotografías

muestran a la gobernadora haciendo cosas, recorriendo, escuchando, acompañando. En este sentido, reafirmamos que el dispositivo colabora en el efecto de transparencia que se viene diseñando históricamente desde la retórica partidaria del PRO. Un pragmatismo escenificado: el *hacer*, *resolver*, que está acompañado de los elementos de encuentro, saludos, abrazos y sonrisas.

De aquí se despliegan interpretaciones en clave de 'felicidad', de 'reciprocidad' y 'no conflicto'. Estas lecturas no conflictúan con los códigos de la red social que explica Manovich en 'Instagram e Imagen contemporánea' (2017), sino que todo lo contrario, tributa desde su lugar enunciativo y demuestra que se utilizan los códigos estéticos que allí se describen.

Con estas descripciones, queremos sintetizar que el *ethos* de la gobernadora, entonces, guarda relación entre períodos, sumando el *ethos* de **oradora** en paralelo con la irrupción de 'otra estética' como describimos a la estética de la **épica**, que tiene una dimensión 'más política' en términos de correspondencia al género de discurso político.

CONCLUSIONES.

Si bien esta ponencia focalizó en los aspectos retóricos y estéticos del discurso político de la ex gobernadora provincial, queríamos también exponer que han quedado afuera puntos interesantes para ampliar de la investigación: tematizaciones de su discurso, las preguntas por las representaciones de clase, las construcciones de colectivos -e identitarios que pudimos observar de manera predominante ("Vecinos", "profesionales", "familias" y "comerciantes"), entre otros aspectos.

Los rasgos descriptos en los párrafos anteriores nos llevaron a distinguir dos estéticas predominantes: l**a estética casual-cotidiana**, por un lado, y **la estética épica**, por el otro, siendo la primera más apegada a los rasgos que vimos en las modalidades del *instagramism*, y la segunda un poco más alejada, ya que guarda mayor relación con componentes propios de los modos de operación discursiva de campañas electorales. De todas formas inscribimos una continuidad dentro de

‘la campaña permanente’, como lugar donde la comunicación de gobierno y la comunicación de campaña no mostró grandes distinciones entre un período y otro.

En cuanto al *ethos* de la ex-gobernadora de la provincia de Buenos Aires. Creemos que es menester pensar qué feminidades se escenifican a la hora de hablar desde lugares de poder y liderazgo político. Esto tiene implicancias directas con los regímenes de lo decible, lo visible, lo pensable que contribuyen a problematizar la hegemonía discursiva. Del *ethos maternal*, a un *ethos* de *oradora:* que su posición sea enunciada desde un lugar de feminidad tradicional, sin conflictuar con los roles que socialmente son esperables para su posición de género (desde la sensibilidad, desde la escucha, desde el cuidado) abre preguntas para continuar el análisis de su enunciación en la coyuntura contemporánea.

“El sujeto político” que se construye, también enunciativamente y en tendencia, se encuentra en línea con “la ciudadanía vecinal”, que no apunta a cualidades de militancia política-partidaria y/o ideológica definida. ¿Qué co-enunciadorxs se configuran en relación a estos discursos? Aquellos que se construyen como un *apoyo político*, es decir una figura que suele respaldar y acuerda con sus supuestos discursivos, aun en una situación de reclamo y/o crítica. También, a esto último, se encuentra asociado al predominio del universo adultocentrista en las subjetividades figuradas en su discurso.

¿Qué efectos políticos podemos interpretar o hipotetizar desde el análisis en producción de estos discursos? Principalmente que se continúa modelando una *ciudadanía* completamente estetizada, en este caso particular bajo la lógica del código de una red social, que enlaza con el género fotográfico que posee una *alta modalidad* (credibilidad desde su verosimilitud) por su relación histórica con el punto de vista del ‘naturalismo’ o ‘realismo’ (Kress y Van Leeuwen, 2006).

En segundo lugar, que esta ciudadanía, a su vez, es doblemente modelada, por las operaciones estéticas dentro de la gramática visual multimodal y por las representaciones bajo estas categorías ‘universales’ donde cualquiera podría lograr identificación, de tan generales que son (Sznaider, 2016). Esta ciudadanía

-“los vecinos”- como significante encuentra significados ideológicos aquí: en la desconflictivización vecinal, en la ciudadanía armoniosa. Allí podría sentirse parte cualquier persona, por la vaga definición de ese colectivo, lo que tributa a las continuidades de la discursividad cambiemita.

En tercer y último lugar, probablemente estos componentes contribuyan a la reproducción de esta manera de representación política como forma dominante, o al menos de manera coexistente: en el vaivén de la felicidad, lo cotidiano, y unx políticx ejerciendo sus funciones. Hasta que se encuentre un nuevo límite desde otro dispositivo –que no sea Instagram-, o desde otras estéticas que dominen como condiciones o gramáticas de producción; o desde otras temáticas por fuera de la felicidad en lo cotidiano, que permitan romper ese imaginario representacional, y con ello, que emerjan otros tipos de figuraciones para con las subjetividades políticas del discurso en este dispositivo.

Porque hablamos desde el cruce entre *lo esperable* del género (discurso político), y como eso se imbrica con la lógica de una red social digital masiva; pensamos lo mismo si se buscara romper con un *ethos* que deje de reforzar un rol de feminidad tradicional – maternal como condición para poder habitar la esfera política ‘sin conflicto’. Así quedan planteadas estas cuestiones que creemos fundamentales a la hora de preguntarse por las formas en las que los líderes políticos presentan *un hacer* de la política contemporánea.

BIBLIOGRAFÍA

- Amossy, R. (2002). “El ethos: de la retórica al análisis del discurso”, en *Imagens de si no discurso. A construção do ethos*. São Paulo, Contexto.
- Angenot, M. (2010). Hegemonía, disidencia y contradiscurso. Reflexiones sobre las periferias del Discurso Social en 1889, trad. Weller, G. en *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*, Edición revisada. Córdoba, Ed. UNC, pp.31.57
- Annunziata, R. et al. (2017). “Gobernar es estar cerca. Las estrategias de

proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal" en *Revista Mexicana de Opinión Pública*, año 13, N° 24, enero-junio de 2018, pp. 71-93, ISSN 1870-7300. Disponible en http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61520

- Contursi, M. E. y M. Tufró (2012). "Interpelación, colectivos de identificación y exclusión. Transformaciones del discurso político en la Argentina actual", *Temas de Comunicación*, Nro. 25, pp. 105-122. Disponible en http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/829/792 Dagatti, M. & Onofrio, M. P. (2019). *Visiones políticas. El sistema imaginario de Cambiemos (Argentina, 2015-2018)*. Cuadernos.info, (44), 79-98. https://doi.org/10.7764/cdi.44.1628 Friedan, B. (2016). *La mistica de la feminidad: Vol. 1°ed 1963* (E. Cátedra, Ed.). 5ta Edición. Hall, S. (1998). "Significación, representación, ideología: Althusser y los debates postestructuralistas" en *Estudios culturales y comunicación : análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo.* (Vol. 1). Paidós.
- Kress, G. Van Leeuwen, T.(2006)*Reading images. The grammar of visual design.* New York, USA, Routledge Taylor&Francis Group,2nd Edition,1st edition published on 1996. ISBN10:0-203-61972-2 Maingueneau, D. (2010). "El enunciador encarnado: la problemática del ethos", Versión, N° 24, México: UAM, pp. 203-225. Recuperado el Febrero 11, 2021, de https://es.scribd.com/document/114817260/MAINGUENEAU-2009-El-enunciador-encarnado-La-problematicadel-Ethos Manovich, L. (2017). *Instagram and contemporary image*. Manovich. Net, New York. Recuperado el Febrero 11, 2021, de http://manovich.net/index.php/projects/instagram-andcontemporary-image Pérez, S. Aymá, A. (2017) "Medios, multimodalidad, género y política: Cristina Fernandez de Kirchner en Noticias" en *Revista Observatorio*, vol. 3, nro 6, Outubro-Dezembro 2017. ISSN n° 2447-4266, DOI: http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2017v3n6p517
- Scolari, C. (2008). "De los medios a las hipermediaciones", en *Hipermediaciones*, Barcelona, Gedisa. Segato, R. (2020). *La Guerra contra las mujeres,* 3ra reimp. Prometeo Libros, Selva-Ruiz, D. y L. Caro-Castaño. (2017). "Uso de Instagram como medio de comunicación política por parte de los diputados españoles: la estrategia de humanización en la "vieja" y la

"nueva" política" en *El profesional de la información*, v. 26, n. 5, pp. 903-915. Disponible en https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.12

- Slimovich, A. (2016). "Política y redes sociales en Argentina. El caso de los candidatos presidenciales de 2011 en Twitter", en *Signo y Pensamiento*, 35(68), pp.86-100. Disponible en http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.syp3
- Sznaider, B. (2016). De las ciencias sociales, del fenómeno macrista, de la comunicación y de otras yerbas.... *Revista Sociales*. http://www.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/15.-SOCIALES-87-D-SZNAIDER.pdf Verón, E. (1989). "Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada" en *El cuerpo de las imágenes*, Buenos Aires, Norma, 2001.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*, Buenos Aires, Paidós. Vitale, M. A. (n.d.). Êthos femenino en los discursos de asunción de las primeras mujeres presidentes de América del Sur: Michelle Bachelet, Cristina Fernández de Kirchner y Dilma Rousseff. *Anclajes 18. 1 (Julio 2014): 61-82*.
- Vommaro, G. Morresi, S. Bellotti, A. (2015) *Mundo PRO: anatomía de un partido fabricado para ganar*, 1a ed., Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Planeta, 2015.
- Wittig, M. (1992) El pensamiento heterosexual y otros ensayos. CopyLeft Sudakuir, CABA, 1ra edición, título original: "The straight Ming and other essays", Trad: Javier Saez y Paco Vidarte. Zappavigna, M. (2016) "Social media photography: construing subjectivity in Instagram images" en *Visual Communication,* nª15 pp. 271-292, DOI 10.1177/1470357216643220.
- Zhao, S., & Zappavigna, M. (2017) Beyond the self: Intersubjectivity and the social semiotic interpretation of the selfie. New Media & Society, 20(5), 1461444817706074. https://doi.org/10.1177/1461444817706074
- Zatonyi, Marta (2012) *Aportes a la estética desde el arte y la ciencia del siglo XX, La marca editora*, Bs As 3ra edición, 1998 (1°ed), ISBN 978-950-889-024-5
- Zatonyi, Marta (2002), *Una estética del arte y del diseño de imagen y sonido*, Nobuko, BsAs, 5ta edición, 1990 (1° ed) ISBN: 950-9575-31-3

ANEXO. FUENTES DE MEDIOS DIGITALES.

- (2017a, junio 5). «La leona», el apodo de Vidal que impulsan en Cambiemos para la campaña. LA NACION. Recuperado el Febrero 11, 2021, de https://www.lanacion.com.ar/politica/la-leona-el-apodo-de-vidal-que-impulsan-encambiemos-para-la campana-nid2030642/
- (2017, 17 diciembre). Qué piensa María Eugenia Vidal sobre el feminismo, el apodo «Heidi» y su posible candidatura a la presidencia. LA NACION. Recuperado el Febrero 11, 2021, de https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/que-piensa-mariaeugenia-vidal-sobre-el-feminismo-el-apodo-he idi-y-su-posible-candidatura-a-lapresidencia-nid2091317/
- Exclusivo: “Mamá Leona”, la idea fuerza de la campaña de María Eugenia Vidal. (2015, 27 agosto). EnOrsai. Recuperado el Febrero 11, 2021, de https://www.enorsai.com.ar/politica/16520-exclusivo--mama-leona--la-idea-fuerzade-la-campana-de maria-eugenia-vidal.html

COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL AULA: UNA LECTURA SOBRE LOS ESPACIOS CONSERVADORES

Cristian Secul Giusti | Universidad Nacional de La Plata
cristiansecul@gmail.com

Luz López Alcala | Universidad Nacional de La Plata
lopezalcalaml@gmail.com

Milagros Lagneaux | Universidad Nacional de La Plata
lagneauxma@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo expone y recupera reflexiones sobre la práctica educativa situada en la asignatura Estudios sobre Política y Sociedad II, de la Tecnicatura Superior en Comunicación Pública y Política de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Universidad Nacional de La Plata, UNLP). Desde ese plano, se señala un aspecto didáctico abordado en la clase orientada a analizar el discurso de los espacios políticos conservadores a partir de la lectura del apartado "Conclusión" del libro *El pensamiento político de la derecha*, de Simone De Beauvoir (editado en 1955).

La experiencia pedagógica refiere a un proceso de aprendizaje y discusión a través de la incorporación de ejercicios para el debate político, el análisis discursivo contextual y la comprensión de las expresiones ideológicas vinculadas al

conservadurismo y la denominada “derecha política”.

La ponencia subraya el reconocimiento realizado por estudiantes en relación al estudio contextual del texto de referencia (Angenot, 2010), la biografía de la autora correspondiente y las ideas trabajadas en dicho material de lectura. El recorrido resalta, por un lado, una instancia teórica que repone conceptos, aspectos singulares de la comunicación política y su conversación en el aula. Por otra parte, se destaca la situación práctica en relación a la identificación de tópicos, construcciones hegemónicas, estructuras y dimensiones propias de los discursos políticos posicionados en áreas conservadoras y "de derecha”.

El estudio desarrollado en la asignatura permite vincular y analizar situaciones de diálogo con la actualidad y también referir a los procesos históricos de la ciencia política, subrayando momentos de debate y aspectos relacionados con la memoria social de nuestro país. Asimismo, se comprende también la importancia de la articulación teórico/práctica y el ejercicio de la lectura y la escritura como profundización del marco curricular y actividad para la enseñanza de las conceptualizaciones y los significantes que atraviesan la política y lo político.

Palabras clave: Comunicación Política - Conservadurismo –Universidad

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo expone y recupera reflexiones sobre la práctica educativa situada en la asignatura Estudios sobre Política y Sociedad II, de la Tecnicatura Superior en Comunicación Pública y Política de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (Universidad Nacional de La Plata, UNLP). Desde ese plano, se señala un aspecto didáctico abordado en la clase orientada a analizar el discurso de los espacios políticos conservadores a partir de la lectura de *El pensamiento político de la derecha*,

de Simone De Beauvoir (editado en 1955), especialmente, el apartado denominado “Conclusión” (de la versión de 2000, publicada por Ediciones El Aleph).

De este modo, la ponencia subraya el reconocimiento realizado por estudiantes en relación al estudio contextual del texto de referencia (Angenot, 2010), la biografía

de la autora correspondiente y las ideas trabajadas en dicho material de lectura. El recorrido resalta, por un lado, una instancia teórica que repone conceptos, aspectos singulares de la comunicación política y su conversación en el aula. Por otra parte, se destaca la situación práctica en relación a la identificación de tópicos, construcciones hegemónicas, estructuras y dimensiones propias de los discursos políticos posicionados en áreas conservadoras y "de derecha".

La cátedra Estudios sobre Política y Sociedad II problematiza conceptos primordiales del pensamiento político clásico y moderno, y estudia textos relevantes de la teoría política desde una mirada comunicacional, atendiendo sus condiciones contextuales y las motivaciones de quienes escribieron y produjeron sentido.

A partir de un recorrido diverso y particularizado, se busca que la población estudiantil potencie el aspecto teórico de los textos con sus apreciaciones reflexivas y críticas. El disparador del análisis se vincula con un trabajo de exposición teórica y práctica abierto al diálogo entre la antigüedad, el pasado reciente y la actualidad imperante. Se procura establecer una narrativa de pensamiento, a fin de caracterizar la noción de lo político a lo largo del tiempo y la función de la comunicabilidad en el tratamiento de los textos. Particularmente, la referencia a las obras clásicas se hará en rigor de su situación contextual, subrayando conceptualizaciones y horizontes para retomar en el presente.

Tras el aislamiento pandémico y el abordaje de la virtualidad, la asignatura regresó a la presencialidad en 2022 y continuó una propuesta didáctica de articulación entre la antigüedad, el pasado reciente y la actualidad de incertidumbre social y post-
pandemia (a raíz del avance de la vacunación de la población), e incluyó una cronología de pensamiento caracterizada por la historicidad, los debates, la comunicación y los roles protagónicos de las figuras de la política.

La referencia contextual de las obras clásicas se hizo en rigor de su inscripción epocal y se discutió a sabiendas de su situación vigente en la coyuntura. En estos términos, tanto en la modalidad teórica como en la de cursadas prácticas se realizaron ejercicios para reflexionar sobre la actualidad y la coyuntura problemática (guerra entre Rusia y Ucrania, colectivos de indignación a escala

mundial, procesos inflacionarios, discursos de hartazgo). De esta manera, se revitalizó el trabajo realizado en tiempos de virtualidad (2020-2021) y se abordó el proceso desde una presencialidad post pandémica, coordinada por el titular de la materia Dr. Cristian Secul Giusti, las profesoras de cursada práctica Lic. Luz López Alcalá y Lic. Milagros Lagneaux, y el acompañamiento vital de estudiantes ayudantes: Valentín Cueto, Agustina Prugna, Sofía Reynoso y Dimas Zaffar.

Al respecto, se debatieron modelos, ideas, posturas y nociones vinculadas al ejercicio político y la configuración de la comunicación política en escenarios de crisis (Secul Giusti, 2020a). Las palabras clave de la asignatura, por su parte, permitieron pensar la actualidad post pandémica y vincular las nociones de la sociedad civil y política, el Estado, el consenso, el espacio público y privado, la ciudadanía, el autoritarismo, la libertad, la democracia, el compromiso, la convivencia y la avanzada de la derecha política.

En efecto, la puesta en común de las clases también evidenció una heterogeneidad de recursos y diferencias contextuales y de acceso a la información entre estudiantes. Ese aspecto fue tenido en cuenta y estuvo como marco referencial constante en el armado de la práctica de enseñanza. En esta nueva ocasión, como objetivo general se propuso revisar las principales ideas de la narrativa política, según la perspectiva de las autorías y en función de un trabajo de contextualización de discursos y de búsqueda formativa de reflexión y producción crítica. En tanto, como objetivos específicos se dispuso identificar propuestas teóricas incluidas en la tradición histórica y en la lectura contemporánea del pensamiento político; llevar a cabo una práctica comprensiva de los textos, destacando controversias, enfoques e interpretaciones actualizadas; efectuar vinculaciones entre las propuestas y señalar rupturas y/o continuidades con los diversos escenarios de la historia; y emplear herramientas conceptuales de la teoría política para analizar las relaciones políticas de las problemáticas coyunturales.

DOCENCIA Y ANÁLISIS CONTEXTUAL

El regreso a la presencialidad permitió incluir lúdicamente el entorno virtual (educativo), pensarlo como una articulación y una retroalimentación de

experiencias. Por esto mismo, trabajamos la noción virtual en sintonía con la mirada presencial, en pos de profundizar la enseñanza amalgamada, entendida como un gran potenciador del aprendizaje en esta instancia post pandémica.

En consecuencia, las clases generaron situaciones nuevas. Fue así que las consignas de trabajos prácticos se pensaron lúdicamente (a modo de enfoque colectivo, con el objetivo de romper las estructuras únicamente virtuales de los procesos anteriores), a fin de abordar la cursada práctica con un uso total del aula presencial, sin dejar de lado la consulta mediante soportes digitales.

Tuvimos que generar actividades de reflexión política que forjaron un acercamiento humano con los grupos, y permitió realizar una elaboración particular para cada estudiante y propició las discusiones sobre el contenido en clase y en los otros espacios virtuales (web de cátedra, mail y grupo de *Whatsapp* motorizado por ayudantes).

Sobre este punto, los diálogos referidos al libro *El pensamiento político de la derecha*, de Simone De Beauvoir (2000 [1955]) y la biografía de la autora (1908-1986) se efectuaron desde el lenguaje de la presencialidad y también de la virtualidad, incluyendo videos propios de la cátedra y enlaces construidos en conjunto. El proceso de la clase implicó adecuar un material histórico de la ciencia política, contemplando variables pedagógicas y tecnológicas. Así, incluimos los recursos comprendiendo las implicancias de su uso y generando una "inclusión genuina de tecnologías", pensando en la enseñanza, en los modos de conocer, de pensar y de aprender (Maggio, 2012).

El texto "Conclusión", escrito por Simone de Beauvoir en *El pensamiento político de la derecha* (2000 [1955]) permitió analizar discursos conservadores y de avance en torno a la retórica autoritaria que, asimismo, reivindican la anti política y exaltan diversas nociones de relato antidemocrático. De esta manera, las clases potenciaron reflexiones sobre el Estado, lo anti-estatal y los modos de abordaje en la actualidad. Y si bien en la Argentina la presencia tematizadora del Estado se orienta al cuidado de la población y el sostén de la ciudadanía situada en los márgenes o las zonas de bajos recursos económicos, fue posible pensar la relación Estado-Sociedad en otros contextos agresivos y lesivos para la democracia.

La producción de Beauvoir posibilitó interpelar a nuestras recepciones estudiantiles a fin de reflexionar sobre la existencia del compromiso como concepto existencialista, sumado a la trascendencia como materia significativa para transformar la realidad y estudiar las incidencias de facciones políticas. De esta forma, se abordó la aparición constante del conflicto como contingencia y la relación entre historicidad y práctica política (Secul Giusti, 2020b).

UNA OBRA HISTÓRICA

En el libro *El pensamiento político de la derecha* (2000 [1955]), de Beauvoir estudia a la burguesía francesa y observa sus estrategias a fin de sistematizar un pensamiento político de derecha (que actúa desde el miedo, el desentendimiento, la propia historicidad y su inestabilidad contextual). Este trabajo, pensado como ensayo, analiza la situación burguesa, evidenciando sus relaciones y consideraciones a lo largo de la historia. En términos de Alfonso Sastre (1985):

> El libro, claro está, trataba de intelectuales, de pensadores; o, mejor dicho, de su pensamiento. Y no de cualesquiera intelectuales ni de cualquier pensamiento, sino de quienes pensaban -y de lo que pensaban- los hombres (pues se trataba de hombres, ¿o habría alguna mujer?) de la derecha francesa en aquel trance histórico y de los antecedentes más o menos próximos de aquel pensamiento.

Puntualmente, en la "Conclusión", Simone de Beauvoir realiza un repaso de la obra y centraliza su mirada en el pensamiento burgués, visto como un tejido de contradicciones. Su crítica lo sitúa como un fenómeno que incluye mentiras, verdades relativas y engaños discursivos que se desarrollan "no entre ideas, sino sobre la tierra, e importa una práctica" (2000 [1955], p. 165). Por este motivo, la autora señala que el sector conservador burgués actúa según temores y recursos supremos que arrastran consigo, hacia la muerte, a la humanidad entera (p. 168). Del mismo modo, en ese contexto de Guerra Fría y post-Segunda Guerra Mundial, de Beauvoir sentencia que la expresión "ideología burguesa" no designa nada positivo, sino exhibe un pensamiento, catastrófico, trágico, envolvente y vacío, con destino de "contrapensamiento" (2000 [1955], p. 169).

En efecto, la conversación en clase y el ejercicio realizado por estudiantes nos permitió discutir el pensamiento de la derecha política en nuestra actualidad y remarcar la importancia de su comprensión como significante (distintivo, nunca único) para abordar los nuevos fenómenos de expresión y lectura. El encuentro consistió en delinear un pensamiento de derecha, debatiendo sobre su anclaje local y coyuntural, ya no solo desde la etapa de una pandemia, sino también a partir del proceso electoral legislativo de 2021 y la crisis económica de la Argentina en este período de 2022.

En dicho escenario, los debates, aportes y opiniones de cada participante identificaron a las figuras políticas en juego, las diferentes voces que se escuchan y las agendas de discusión propuestas por los medios de comunicación. Los intercambios contribuyeron a construir y entender quiénes son los sectores que hoy entran en tensión a la hora de intentar la construcción de una discusión con la derecha política, quiénes tienen la voluntad política de hacerlo y quienes incluyen un discurso de "centro".

Al respecto, para el espacio práctico de la materia se propuso la instancia de intertextualidad para compartir ideas, reflexiones y miradas sobre la articulación del texto de Beauvoir con la actualidad. En ese sentido, el escenario socio-político actual implicó un desafío al momento de analizar el contrato social y las ideas existencialistas de la autora francesa en el presente.

TRABAJO EN CLASE

Para iniciar un tránsito de discusión y análisis, el espacio práctico sirvió para preguntarnos ¿Qué sectores representan el discurso de derecha política? ¿Cuánto creemos que incide en el sentido común? Y con respecto a la consigna, expusimos distintas frases sobre la derecha expresadas por representantes de la política argentina actual, sin mencionar sus nombres. De este modo, se pudo estudiar y analizar los enunciados, indagar en grupo y responder: ¿A qué espacio político podría pertenecer la persona que realiza esa declaración? ¿Qué representante podría ser? ¿Cuáles son las cuatro palabras clave que presenta el fragmento? (Justificar la elección)

Asimismo, solicitamos la lectura en clase del siguiente fragmento del texto de Simone de Beauvoir:

> La derecha quiere ignorar las leyes estadísticas: les opone las posibilidades abstractas del individuo y considera que la excepción desmiente la norma, aun si su singularidad fuera normalmente previsible. Un billete entre cien gana a la lotería: la derecha deduce que todos pueden jugar, en vez de reconocer que noventa y nueve deben necesariamente perder. La noción de mérito refuerza la de posibilidad: si es inteligente, trabajador, el hijo de obrero se elevará por encima de su clase. (2000 [1955], p. 166)

De esta manera, pedimos que conversen grupalmente y piensen cómo podría vincularse con la frase de cada representante, escribiendo, al menos, cinco renglones.

Al respecto, durante el debate generado antes de pasar a la escritura tuvimos que reforzar conceptos del párrafo citado para orientar al grupo a la hora de establecer una relación entre la definición, el ejemplo metafórico que la autora da y el discurso que el esquema neoliberal utiliza para transmitir esta idea. No obstante, el subrayado sobre las palabras claves de "meritocracia" y "emprendedurismo" que trabajamos en clase (siempre en función del fragmento) fueron transitadas con cierta dificultad, dado que, pedagógicamente, no podíamos establecer una vinculación entre el sistema imperante y la manipulación discursiva que alimenta la idea de que "el que quiere puede".

Aun así, fue ilustrativo y necesario el aporte de estudiantes y docentes en relación a las publicidades de entidades bancarias o de marcas internacionales deportivas y otras que se encontraban en la misma línea que la definición de Beauvoir: una retórica de derecha conservadora que construye e instaura un ideal de vida y un modo de deber ser. Si bien los ejemplos no se agotaron en esa oportunidad didáctica, el anclaje en sus vidas diarias permitió exponer una idea que encuentra relación entre las definiciones vistas a lo largo de la materia y trabajadas desde la realidad actual. Especialmente, en el caso del apartado de "Conclusión" de *El pensamiento político de la derecha* (2000 [1955]).

ÚLTIMAS CONSIDERACIONES

La participación de la asignatura en un contexto de presencialidad y en una clave de plataformas provocó un mayor acceso a la interdiscursividad y forjó una interpretación de discursos y "divulgación fragmentos de obras, anotaciones y/o comentarios de la cultura" (Viñas y Secul Giusti, 2016, p. 4). Por tanto, el empleo didáctico correspondió a una diagramación comunicativa que incluyó nuevas formas de alfabetización en circunstancias cotidianas y tecnológicas excepcionales.

A partir de la palabra, la acción comunicativa y la puesta en común de comprensiones sobre *El pensamiento político de la derecha*, de Simone De Beauvoir (2000 [1955]) y su apartado "Conclusión", pudimos articular perspectivas en torno a la coyuntura de emergencia y remarcar las posibilidades de trascendencia, compromiso y relación en términos políticos. En esa visión integral, de hecho, se profundizó también una mirada de democracia, comunicación política y lenguaje compartido.

En ese sentido, vincular estas ideas a roles, figuras políticas representativas y discursos constituyó una constante en todas las clases y adquirió centralidad en el marco de un contexto conmocionado. Otras indagaciones se centraron en el comportamiento de los sectores que desconocen la existencia de la pandemia y cómo sus prácticas inciden de manera negativa en la democracia y en la construcción del contrato.

Este último punto adquiere relevancia en el momento de escritura de este texto, ya que se sitúa contextualmente en un período crucial para la democracia y su defensa, luego del atentado sufrido por la vicepresidenta y dos veces presidenta de la Argentina, Cristina Fernández de Kirchner. El acontecimiento, repudiable y de absoluta gravedad para la historia reciente de nuestro país, expuso las incidencias de los discursos de odio en los medios de comunicación masiva y, asimismo, en aquellos espacios conservadores que extreman sus expresiones y se vinculan por fuera del acuerdo social de nuestra democracia. En palabras de la vicepresidenta (2022): "Yo entiendo que recuperar la democracia fue recuperar la vida. Recuperar la vida, la vida y la racionalidad de que podamos discutir en política, peronistas, alfonsinistas, peronistas renovadores, peronistas tradicionales".

El trabajo relatado brevemente en este artículo permite un acercamiento a planteos de transformación en pos de una reivindicación de la reflexión y el análisis del discurso de la derecha política en un escenario dificultoso y complejo. De esta manera, como compromiso y trascendencia desde la universidad pública, emprende una reflexión sobre la comunicación y la apelación de significantes que, de acuerdo a la utilización de los espacios políticos, adquieren distintas focalizaciones.

En función de ello, entendemos que se cumplieron los objetivos de discusión en el aula. Indudablemente, la articulación docente-estudiante de nuestra Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP) y su aspecto inclusivo e integrador permitió generar puntos de encuentro e intercambios sobre la educación dentro de la estructura de la sociedad y la reconstrucción de panoramas populares (Lagneaux, 2020, p. 55). En estos términos, la conversación sobre el material de Simone de Beauvoir (2000 [1955]) y la vinculación con la política actual argentina obliga -a la luz de los hechos- reflexionar en conjunto, analizar la coyuntura de emergencia y remarcar inquietudes a futuro.

BIBLIOGRAFÍA

- Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Siglo XXI.
- Barberá E., Badia A. (2004). *Educar con aulas virtuales. Orientaciones para la innovación en el proceso de enseñanza y aprendizaje*. Editorial A. Machado Libros.
- de Beauvoir, S. (2000). *El pensamiento político de la derecha*. Ediciones El Aleph. http://www.cde.org.py/wp-content/uploads/2021/02/De-Beauvoir-Simone-El pensamiento-pol%C3%ADtico-de-la-derecha.pdf
- Fernández de Kirchner, C. (15 de septiembre de 2022). *Encuentro con Curas villeros, Curas en Opción por los pobres y hermanas, religiosas y laicas*.

Cfkargentina.com.https://www.cfkargentina.com/encuentro-con-curas-villeros-curas-en-opcion-por-los pobres-y-hermanas-religiosas-y-laicas/

- Lagneaux, M. (2020). *Nombrarnos. El uso del lenguaje inclusivo en el primer año universitario, el caso de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social*. [Trabajo Integrador Final de Grado, Universidad Nacional de La Plata]. http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/114514
- Maggio, M. (2012). *Enriquecer la enseñanza: los ambientes con alta disposición tecnológica como oportunidad*. Planeta.
- Rousseau, J.-J. (2010). *El Contrato Social*. Gradifco.
- Sastre, A. (14 de agosto de 1985). El pensamiento de la derecha, hoy. *El País*. https://elpais.com/diario/1985/08/15/opinion/492904808_850215.html
- Secul Giusti, C. (2020a). Juventudes y comunicación política. *Revista Argentina De Estudios De Juventud*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. https://doi.org/10.24215/18524907e046
- Secul Giusti, C. E. (2020b). La tarea de la reconstrucción. *Revista Ref*. http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/106147
- Secul Giusti, C., López Alcalá, L., & Lagneaux, M. (2021). Un concepto a traducir: lawfare, persecución jurídica y ataque mediático. *Actas De Periodismo Y Comunicación,* 6 (2). https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/6811
- Viñas, M., & Secul Giusti, C. (2016). El encuentro con la lectura a través de las redes sociales. *1ras. Jornadas sobre las Prácticas Docentes en la Universidad Pública 7 al 8 de abril de 2016*. Universidad Nacional de La Plata.http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62587/Documento_completo__.pdf PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

YPF: SU CONSTRUCCIÓN DEL SENTIMIENTO NACIONAL A TRAVÉS DE LOS AÑOS

Natasha Tazzioli | Universidad Nacional de Tucumán
natashatazz1112@gmail.com

Mercedes Marigliano | Universidad Nacional de Tucumán
mechimarigliano@gmail.com

INTRODUCCIÓN

YPF S.A. es una empresa argentina dedicada a la exploración, explotación, destilación, distribución y venta de petróleo y de sus productos derivados. Desde sus inicios, estuvo ligada al desarrollo productivo e industrial del país, sin embargo, también impulsó cierto desarrollo social, puesto que fue portadora de un sistema de valores culturales relacionados al pensamiento de una época, que, a lo largo de la historia de la compañía, fueron cambiando a causa de los intereses políticos de quienes estuvieron al mando. El objetivo de este trabajo será analizar y contrastar dos spots publicitarios de la compañía petrolera, emitidos en dos etapas opuestas de la historia de la empresa.

La primera pieza audiovisual forma parte de una campaña lanzada durante el período en el cuál YPF fue privatizada y adquirida por la multinacional REPSOL S.A., comprendido entre 1999 y 2012. Por otro lado, la segunda pieza a analizar pertenece a la campaña *"Nuestro"*, publicada en el presente año, en el marco de la conmemoración de los 100 años de la compañía petrolera. Para llevar a cabo este

objetivo, describiremos los recursos denotativos y connotativos utilizados en ambas publicidades con la finalidad de comprobar si existe o no una relación directa entre el período histórico e institucional en el que cada spot fue producido y publicado (privatización o estatización de la empresa), reconstruir los valores con los que fue asociada la empresa en dos momentos sociales y políticos diferentes y analizar la forma en la que cada uno fomenta la identidad nacional, la identificación de los ciudadanos argentinos, la pertenencia y el patriotismo. En ambas publicidades, el proceso de construcción de sentido hace referencia a ciertos elementos que, en el imaginario nacional, son representativos del "ser argentino". A través del uso de ciertas imágenes, canciones, escenarios y estereotipos, advertimos que YPF busca evocar ciertas emociones en la audiencia vinculadas al sentimiento de pertenencia y a la identificación del ciudadano argentino con la marca.

Palabras claves: Identidad nacional - YPF - privatización - estatización.

BREVE CRONOLOGÍA

El 3 de junio de 1922, durante la primera presidencia de Hipolito Yrigoyen, el Estado Nacional creó por decreto la Dirección General de Yacimientos Petrolíferos Fiscales, dando lugar al nacimiento de Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF). Bajo la dirección del general Enrique Mosconi, YPF se convirtió así en la primera empresa petrolera de propiedad estatal en el mundo. Dentro de los antecedentes de YPF, destacamos el descubrimiento de petróleo en la zona de la ciudad de Comodoro Rivadavia, en período comprendido entre los años 1902 y 1907. Desde su fundación, la empresa realizó todas las actividades que fueran necesarias para la explotación de petróleo, incluyendo la fundación y el abastecimiento de pueblos cercanos a zonas con reservas de petróleo.

El 24 de septiembre de 1992 se sancionó la ley N° 24.145 de Federalización de los Hidrocarburos y Privatización de YPF, que dio lugar a la venta de acciones de la compañía petrolífera al sector privado. Tal proceso finalizó en 1999, durante la

presidencia de Carlos Menem, cuando la multinacional energética y petroquímica española REPSOL adquirió el 97.81% del paquete accionario.

13 años después, en 2012, la entonces presidenta Cristina Fernandez de Kirchner envió al Congreso de la Nación un proyecto de ley de Soberanía Hidrocarburífera, que declaraba de interés público nacional el logro de autoabastecimiento y la actividad petrolera. A su vez, el proyecto establecía la expropiación del 51% de las acciones de YPF, alegando que Repsol no había realizado las inversiones suficientes en exploración y producción de combustibles. El 25 de abril, el proyecto recibió la media sanción en el Senado, y el 3 de mayo la Cámara de Diputados otorgó al proyecto la media sanción faltante, dando así lugar a la promulgación de la Ley N°26.741 que estableció la recuperación del control estatal de YPF.

FICHAS TÉCNICAS:

- **SPOT A:**

Segundo 0:24 del spot (1999) – Youtube.

Ficha técnica:

Pieza	sin nombre
Anunciante	Repsol YPF
País	Argentina - España.

- **SPOT B:**

Segundo 0:01 del spot “Nuestro” (2022) - Youtube

Ficha técnica:

Pieza	*“Nuestro”*
Anunciante	YPF
País	Argentina
Director General Creativo	Nicolás Massimino
Director Creativo	Cristian Tarzi
Directores/es de Arte	Edwin Bowen; Florencia Mandel
Redactor/es	Manuel Scher; Juanca Ahumada
Head of Art	Alejandro Isturiz
Directora de grupo de Cuentas Nacionales	Lula Concistre
Directora de Cuentas	Connie Graziani
Supervisor de Cuentas	Gonzalo Diegoli
Jefe de Producción	Agustín Borgognoni

Productor	Santiago Lemme
Responsable por Cliente	Leandro Caruso; Carolina Naftal; Agustina Pelfini; Matías Kyska; Marcela Doricelli
Productora	Argentina Cine
Director	Augusto Giménez Zapiola; Tomo Terzano
Productor General	Nano Tidone
Productor Ejecutivo	Diego González
Productores	Germán Escande; Natalia Barros
Coordinador de Post	Aldo Ferrari
Editor	Joaquín Pellarolo
Color	Anahí Piccini
Postproducción	Dopamina VFX
Director de Fotografía	Leandro Filloy
Estudio de Sonido	BigSound
Banda Musical	*Eiti Leda* - Serú Girán

Fuente: Total Medios. https://www.totalmedios.com

LA PUBLICIDAD Y LA CONSTRUCCIÓN DE IMAGINARIOS SOCIALES

La publicidad es el arma más eficiente en la construcción de imaginarios sociales. Sobre la misma, Roland Barthes (1993) expone una teoría sobre los mensajes que actúan dentro de los anuncios publicitarios, y afirma que todo mensaje es la unión de un plano de la expresión (también conocido como significante) y un plano del

contenido (significado). Sin embargo, sostiene, las frases publicitarias están compuestas por dos mensajes, cuya imbricación constituye el lenguaje publicitario. Podría decirse que un buen mensaje publicitario condensa una rica retórica por la cual reintroduce los grandes temas oníricos de la humanidad a través de criterios similares a los de la poesía. A su vez, la excelencia de un mensaje publicitario depende del poder relacionar a su lector con la mayor cantidad del "mundo" posible (imágenes, sensaciones, relaciones, sentimientos, etc) mediante el lenguaje. (p. 239, 240, 241, 242, 243). De este modo, y a través de estos mecanismos, el lenguaje publicitario conlleva a una experiencia de totalidad.

ANÁLISIS DENOTATIVO SPOT A (1999) Y SPOT B (2022):

Llamamos denotación a la relación entre un signo y su referente, es decir, al sentido literal y evidente, objetivo al saber antropológico.

SPOT A: Pieza sin nombre (1999).

En cuanto a los **colores,** durante los primeros 20 segundos del comercial, todas las tomas presentan una escala monocromática que varía entre distintos tonos de gris y negro. Se trata de una escala menor intermedia-baja, puesto que casi no hay presencia de blanco. A partir del segundo 0:23 se introduce el color, con predominio de las tonalidades frías hasta el segundo 0:48, cuando comienzan a introducirse colores cálidos. El uso de recursos como el blanco y negro, el efecto "viñeta" en los extremos y el slow motion determinan una **estética** "vintage" o retro durante los primeros 22 segundos del comercial. Posterior a esto, y mediante una transición visual, se da un giro hacia un estilo similar al de una película de acción mediante sucesiones rápidas de planos, elementos como la lluvia, el fuego, el movimiento del helicóptero, etc.
En lo que respecta al **sonido**, la banda sonora está compuesta por una música de tipo ambiental que crece en volumen y adquiere dramatismo a medida que el audiovisual avanza. Se trata de una canción similar a las usadas en películas de acción y/o superhéroes. Además, se utilizan 2 voces en off distintas: hasta el segundo 0:30, predomina la voz del personaje principal Miguel Galuccio, en un

primer plano sonoro y con una intención testimonial. Posteriormente, se utiliza una segunda voz en off en carácter de narrador en tercera persona.

El **uso de planos** presenta un predominio de planos amplios y generales, que describen distintos ambientes, la infraestructura y los movimientos de los personajes. En cuanto a planos más cercanos, se destaca un primer plano del personaje principal en el segundo 0:31, que da un paso hacia adelante, centrando su figura dentro del encuadre. Luego de esta toma, se suceden una cadena de planos de manera veloz, creando una secuencia de acción. Posteriormente, en el segundo 0:52 se muestra una estación de servicio YPF mediante un plano general, que luego se transforma en un plano más cerrado de una camioneta transportando heno y cargando nafta en dicha estación. La primera mitad del producto audiovisual (segundo 0:00 a segundo 0:22) transcurre en el mismo **escenario**: una laguna rodeada de árboles, con un pequeño muelle y una plataforma situada en el centro, por encima del agua. Se trata de un paisaje rural. A partir del segundo 0:23, se da un cambio de paisaje, y se reemplaza la laguna por lo que parece ser una plataforma petrolera en el medio del océano. En este caso, se trata de una plataforma mucho más equipada que la anterior, puesto que la infraestructura de la misma es más desarrollada, e incluso cuenta con una pista de aterrizaje apta para helicópteros. El tercer escenario (segundo 0:52 a 1:02) es más cotidiano y cercano a la audiencia, puesto que se trata de una estación de servicio YPF tal como las que encontramos dispersas a lo largo del país. Finalmente, en la secuencia final (minuto 1:02 a 1:07) se observan imágenes del planeta a modo de cierre, poniendo énfasis en el continente americano.

El spot presenta poco **texto** en pantalla. En el segundo 0:31, se presenta al personaje principal con la leyenda *"Miguel Galuccio / Ingeniero en Petróleo"*. La misma utiliza una tipografía romana, y las palabras *"MIGUEL"* y *"GALUCCIO"* utilizan mayúsculas. A partir del segundo 0:43, se introducen una serie de datos cuantitativos utilizando el mismo criterio tipográfico, en los que se lee *"5 continentes"; "1 millón de barriles por día"; con reservas para abastecer de combustible a la Argentina por 30 AÑOS"*. El audiovisual finaliza con el logo de la empresa Repsol YPF, el cual utiliza una tipografía sans serif, con inclinación itálica y tono bold en la palabra *"Repsol"*, y otra tipografía sans serif o palo seco con proporción expandida y tono bold para la palabra *"YPF"*.

En lo que respecta al **tono comunicacional**, observamos que la primera parte del spot denota un tono nostálgico, en donde se relatan historias de la infancia del personaje principal con añoranza. A partir del segundo 0:22 el tono comunicacional cambia, y se transforma en un discurso de acción y superación, que evoca dinamismo y que, de cierta manera, busca ser "motivacional".

SPOT B: *"Nuestro"* (2022)

Durante el spot, se observan distintas paletas de **colores** y distintas escalas cromáticas. Algunas tomas presentan colores más cálidos, algunas se componen de colores fríos, y otras utilizan escalas monocromáticas de grises, blanco y negro. Sin embargo, podemos reconocer un predominio de colores fríos, especialmente del celeste y el azul. De la misma manera, el comercial se desenvuelve utilizando distintos **criterios estéticos**. En las primeras tomas (segundo 0:00 a 0:04), observamos una estética vintage/retro, sin embargo, rápidamente la misma se transforma y vira hacia una estética actual y moderna en el segundo 0:06. Durante el spot, se alterna entre ambas, con un leve predominio de la estética moderna, puesto que las imágenes utilizadas son, en su mayoría, imágenes cercanas a la vida cotidiana y a ciertos hitos de la cultura popular del ciudadano argentino.

En lo que respecta al **sonido,** se utiliza como banda sonora a un fragmento instrumental de la canción *"Eiti Leda"* de la icónica banda argentina Seru Giran. Además, se utiliza una voz en off masculina, que relata el guión en forma de verso con rima.

Todo el spot se encuentra montado y estructurado como una concatenación de escenas muy distintas, que no necesariamente tienen relación directa entre sí. En cuanto al **uso de planos**, predomina el uso de planos abiertos, que describen distintos espacios, paisajes y escenarios, aunque también encontramos planos más cerrados, enfocados en distintos personajes y en sus expresiones. Desde el segundo 0:36 hasta el 0:37, se utiliza una sucesión de planos detalle que muestran los distintos logos que YPF utilizó en estos 100 años de trayectoria como empresa.

Se observan distintos **escenarios** de la República Argentina, muy diversos entre sí. Se pone foco en la naturaleza y en la diversidad de los paisajes naturales argentinos, y a la vez se incluyen escenarios "productivos", en tanto se muestran reservas de petróleo siendo explotadas, fábricas e industrias, molinos de viento, laboratorios científicos, etc.

En cuanto al **texto y la tipografía**, todo el diálogo del spot se encuentra subtitulado, con una tipografía sans serif blanca sobre un plano pleno negro, en el margen inferior. La toma final (segundos 0:40 a 0:45) incluye el logo de la empresa, reversionado para conmemorar sus 100 años, sumado al slogan *"Impulsando lo nuestro"* en una tipografía de palo seco y proporción condensada.

Consideramos que, en el caso del spot B, el **tono comunicacional** es narrativo, y a la vez, busca generar cierta colectividad, emotividad y calidez. No se percibe directamente una intención comercial.

Análisis connotativo SPOT A (1999) y SPOT B (2022):

Llamamos connotación a la relación entre un signo y los demás signos (y valores) de la cultura. Esta relación se basa en la capacidad que tiene un signo (compuesto por un significante y un significado) de convertirse en el significante de otro significado, es decir en el, significante o expresión de otro signo. Cuando hablamos de connotación hacemos referencia a aquello que es posible de ser interpretado de otra manera. "A diferencia de otros sistemas, en la publicidad, el mensaje connotado no está oculto ni es difícil de entender" (Vega Ávila, 2016, p. 82), sino que su finalidad es que las personas lo perciban. Para esto, es necesario que haya un código cultural previo, compartido entre el target y la publicidad, que posibilite la legibilidad, el entendimiento y la apropiación del mensaje por parte de la audiencia.

SPOT A: Pieza sin nombre (1999).

La primera pieza audiovisual pertenece a una campaña publicitaria llevada a cabo en 1999 y forma parte de una serie de comerciales lanzados durante el período de privatización de YPF. La misma comienza con la imagen de un grupo de niños

corriendo hacia una laguna de la provincia de Entre Ríos, y luego nadando en la misma, en un intento de llegar a una plataforma que estaba dentro del agua. La estética visual y sonora utilizada en esta serie de tomas connota un tiempo pasado, y nos da a entender que se trata de un "recuerdo" de la infancia del personaje principal. En simultáneo, el protagonista del corto, Miguel Galuccio, relata la escena mediante el recurso de voz en off. Galuccio hace hincapié en el desafío que implicó llegar a la plataforma, y en el esfuerzo que necesitó para lograrlo: ***"Creo que fue ese día que llegué, cuando supe que podría ir todavía más lejos"*** (segundo 0:16)

Inmediatamente, mediante una transición visual realizada entre el agua de la laguna y un plano pleno negro, se busca simular el paso del tiempo dando lugar a imágenes a color. En conjunto, la voz de Galuccio enuncia que ahora es ingeniero en petróleo, y que trabaja en una plataforma de extracción de Repsol YPF. Podemos observar su llegada en helicóptero a una plataforma petrolífera ubicada en el Atlántico Norte, con música propia de una película de acción sonando de fondo. Incluso, a partir de este momento la voz del protagonista adquiere otro tono: deja atrás la nostalgia y la reemplaza por un tono de voz más grave y más firme, transmitiendo seguridad y autoridad. Esta serie de decisiones estéticas le otorgan una imagen heroica a nuestro protagonista: su esfuerzo lo llevó desde sus "humildes orígenes" (simbolizados como una laguna en una provincia del interior) hasta su máxima realización profesional, académica y personal. Podríamos establecer una analogía entre la plataforma en medio de la laguna y la plataforma petrolífera en medio del océano, que, siguiendo el discurso de la meritocracia nos indica que, si nos esforzamos, podemos llegar lejos. En este spot, el personaje de Galuccio se construye como modelo a seguir y como inspiración para el resto de los argentinos. La construcción del ser nacional se lleva a cabo desde esta perspectiva: Repsol YPF intenta transmitirle a cada argentino y argentina que, esforzándose, él o ella también puede alcanzar lo mismo que Galuccio. En la frase *"Miguel Galuccio es uno de los tantos argentinos que trabajan para Repsol YPF"* (segundo 0:30) no se habla de formar parte de una empresa, sino de trabajar **para** ella. El spot relata la historia de un único personaje y de sus logros personales, mostrando quizás una postura individualista, propia del capitalismo de libre mercado, el cual sostiene que a través de la persecución de intereses propios e individuales se puede lograr la prosperidad económica.

Finalmente, el spot hace foco en el tema que lo acontece: la unión de *"dos grandes empresas"* (YPF y REPSOL), que se unen para *"ser todavía **más grandes**"* (segundo 0:40). En esta parte del audiovisual, se procede a hacer mención de ciertos datos duros de la compañía: opera en los 5 continentes, produce más de un millón de barriles de petróleo por día, y posee reservas para abastecer de petróleo a la Argentina por 30 años. El uso de números y de datos cuantitativos demuestra que el discurso publicitario de este período de la empresa se centra en el leitmotiv de la **eficacia** y la **productividad.** El slogan final *"Porque para ser grandes, hay que estar en el lugar que sea necesario"* (segundo 0:52) demuestra que la privatización es congruente con la aspiración a ser una empresa "grande", poderosa, eficiente y productiva. El sentimiento nacional está implícito, pero comprendido únicamente como la voluntad individual de éxito, unido al desarrollo empresarial tecnológico y netamente económico.

SPOT B: *"Nuestro"* (2022)

El segundo audiovisual, forma parte de la última campaña llevada a cabo por la compañía petrolera en motivo de la celebración de sus 100 años de historia. A lo largo de toda la pieza, se puede ver una sucesión continua de imágenes o escenas que nos muestran situaciones o elementos propios del imaginario social argentino, junto con una voz en off que las enumera y relata con la palabra nuestro en cada una de ellas: "Nuestros viajes, Nuestros suelos, nuestras charlas, nuestros cielos, nuestro progreso, nuestra historia, nuestra industria, nuestra gloria, nuestros vientos, nuestros camiones, nuestros caminos, nuestras pasiones, nuestra ciencia, nuestra experiencia, nuestra energía, nuestra alegría, nuestros puentes, nuestros campos, nuestra gente, nuestro laburo, nuestro pasado, nuestro futuro".

En esta enumeración podemos ver una serie de elementos constitutivos de la cultura popular argentina: un avión de Aerolíneas Argentinas, la selección argentina de fútbol festejando la Copa América con Messi en primer plano, el turismo carretera, el campo y la industria agrícola, y, de fondo, la canción "Eiti Leda" de la icónica banda argentina *Seru Giran*. Además, se utilizan palabras propias del lenguaje "vulgar" argentino y de nuestro "geolecto", como por ejemplo *"laburo"* para nombrar al trabajo. Todos estos elementos conforman una matriz

común que nos involucra a todos (o a la gran mayoría de) los ciudadanos argentinos, y por ende su uso busca despertar en el target la sensación de representación, de colectividad, y de empatía de la marca con el público. A medida que transcurre el comercial, encontramos distintas señales que nos marcan que YPF **está presente** en cada uno de estos momentos, ya sea explícitamente (en un camión transportador de nafta, en una estación de servicio o en la planta de YPF Tecnología) o incluso implícitamente, "impulsando" el resto de las actividades, tal como lo indica el nombre de la campaña ("Impulsando lo nuestro"). En este spot, podemos ver que, haciendo hincapié en el pasado y en el futuro de YPF, se intenta continuar con un discurso y una construcción de una empresa presente, activa y necesaria en la vida de los argentinos, para intentar transmitir que lo comercial queda relegado a un segundo plano.

En cuanto a la imagen de la empresa que el spot busca construir y mostrar, vemos una empresa humanizada y "colectiva" en donde cada empleado cumple un papel central desde el trabajo en equipo, y no desde el esfuerzo individual. Podemos ver a lo largo del audiovisual playeros, una camionera, una científica, empleados metalúrgicos y una serie de figuras individuales, pero siempre contextualizadas en un colectivo que los y las contiene. Se muestra la imagen de una empresa con historia y con progreso, conmemorando un pasado que genera orgullo, pero a la vez centrados en construir un futuro fructífero, sin olvidar "de dónde venimos". Esta idea se resume en la frase final: *"Nuestro pasado, Nuestro futuro"*.

Comparación A y B: contexto político e institucional, construcción del ser nacional argentino y estrategia comunicacional.

Barrionuevo (2010), sostiene que, en todo momento de la historia de YPF, podemos analizar a las distintas campañas de publicidad gráfica y audiovisual lanzadas por la empresa como herramientas de difusión y propagación de objetivos políticos y empresariales **(**p. 3). Por tal motivo a la hora de analizar los dos spots publicitarios elegidos para este trabajo, creemos que contextualizarlos en un tiempo y un espacio es central para comprender en profundidad desde qué postura son construidos los discursos que se reproducen.

Durante la privatización de YPF, analizamos cómo, utilizando la publicidad, se esbozan intentos de esgrimir argumentos a favor de la desregulación. YPF fue asociado al desarrollo, al trabajo, al bienestar, a la modernización, y a la nacionalidad. Sentidos que el Estado fue revirtiendo para construir un nuevo discurso y justificar su venta al extranjero". (Vega Ávila, 2016, p. 56). La frase *"Porque para ser grandes, hay que estar en el lugar que sea necesario"* no es casual: expresa la importancia de "estar en el lugar necesario" no solo para la misma empresa, sino también para el público al que se dirige: los ciudadanos argentinos. En el spot, Miguel Galuccio encarna y simboliza esta misma línea de pensamiento. El sentimiento nacional aparece ligado únicamente a una voluntad individualista, y la idea de "éxito" aparece presentada a través de cifras y datos numéricos que denotan un alto nivel de productividad y de rendimiento económico. En el Spot B (2022), en cambio, el concepto de éxito es introducido de una manera muy distinta. El discurso está centrado en el éxito como fruto de cierta trayectoria: la historia compartida de la empresa es la que la hace "grande". Desde su fundación en 1922, YPF fue una de las empresas cabeceras en la tarea de llevar adelante el Estado de Bienestar y el desarrollo del país, creando un profundo valor simbólico hacia el pueblo. "Desde la recuperación de YPF como empresa estatal, hemos podido presenciar una serie de publicidades institucionales dirigidas a recrear los primeros sentidos con los que se asociaba la empresa" (Vega Ávila, 2016, p.61). Esta intención se refleja visiblemente en el Spot B: teniendo en cuenta que fue emitido recientemente, en tiempos en el que el Estado Argentino posee el 51% de las acciones de la compañía, percibimos claramente que YPF busca que cada argentino y argentina se sienta parte de sus 100 años de trayectoria, que empatice con la empresa, y que, sobre todo, se sienta representado/a en el discurso y en la identidad de la misma. En efecto, el comercial apela a distintos códigos culturales y populares argentinos con la finalidad de lograr esta asimilación del contenido discursivo por parte del público objetivo.

En cuanto al lugar que ambos spots le otorgan al recorrido histórico de la empresa, privatizada, YPF deja de lado la historia y el pasado de la compañía, en un intento de romper con éste, y aboga por un futuro próspero en lo que respecta a lo netamente económico. Durante la privatización se ve una tendencia a reprimir y suprimir toda memoria histórica de "sometimiento" de la empresa, tendencia que puede observarse en el SPOT A: no se hace ningún tipo de mención al pasado

histórico de la empresa, sino que, por el contrario, el foco está puesto únicamente en el futuro. Además, se contrapone la esfera de lo privado y la esfera de lo público. Por el contrario, en el Spot B, todo el discurso está orientado a conmemorar, reivindicar y celebrar la trayectoria histórica de la empresa, tanto de manera explícita como implícita. Esto se debe, en parte, al hito inicial que da origen a la campaña: los 100 años de la compañía. Sin embargo, la revalorización de su pasado es una tendencia presente en toda la estrategia publicitaria de la YPF estatizada.

En lo que respecta al anclaje territorial, estatizada, YPF se sitúa socialmente en el territorio nacional y en quienes lo habitan y componen, relegando a un segundo plano lo comercial (en lo que respecta a su discurso publicitario). Privatizada, la empresa se concibe a sí misma en un mercado competitivo, y es por esta razón que toma como ejes discursivos al mismo mercado, a la comercialización, a la industria y a las obras de infraestructura, justamente porque la empresa Repsol-YPF se considera como un "player" más del mercado. Estatizada, esta necesidad de posicionarse como competidora en el mercado no es tan relevante.

CONCLUSIÓN:

Desde su fundación en 1922 hasta su privatización durante el gobierno de Carlos Menem, se le otorgó a YPF un anclaje territorial muy fuerte, y se la asoció con valores como el desarrollo, el trabajo, el bienestar, la modernización, y, por sobre todo: la nacionalidad. Estos estándares, que pueden explicarse mediante el hecho de que YPF fue la primera empresa petrolera de propiedad estatal en el mundo, fueron "borrados" o incluso ignorados durante la etapa de privatización.

A su vez, la construcción de la identidad nacional y del "ser argentino" impulsada por el discurso publicitario de la compañía petrolera también fue cambiando de acuerdo a la coyuntura estatal, y a las distintas figuras que fueron asumiendo la dirección de la empresa. Privatizada, la publicidad de YPF transmite la imagen de un argentino trabajador y artífice de sus propios méritos, que pertenece a un conjunto, pero busca el progreso y el éxito de manera individual. Estatizada, representa y busca construir una identidad nacional desde elementos de la

cultura popular, y desde el trabajo y el progreso colectivo, tal como lo indica el slogan del segundo spot *"Impulsando lo nuestro"*. Sin embargo, desde una mirada crítica, observamos que esta construcción puede tender a homogeneizar al ciudadano argentino, desde una perspectiva un tanto superficial, con el mero objetivo de que la audiencia se sienta identificada.

Como resultado del análisis exhaustivo de ambos spots, y su posterior comparación, podemos concluir que el valor simbólico creado alrededor de YPF y transmitido mediante sus campañas publicitarias, se fue reconfigurando de acuerdo a las necesidades del Estado, y del contexto político y económico, tanto a nivel país como a nivel de la misma empresa.

BIBLIOGRAFÍA:

- Barrera, M., Sabbatela I., Serrani E. (2012). *Historia de una privatización: cómo y por qué se perdió YPF*. Capital Intelectual. http://www.eldiplo.org/wp-content/uploads/2018/files/5613/5827/8379/historia_ypf.pdf
- Barrionuevo, Natalia S. (2010). *Acerca de la Tesis ´Del Día del Petróleo Nacional al Día Nacional del Petróleo en propagandas y publicidades gráficas comodorenses de YPF´*. VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.D https://www.aacademica.org/000-027/671
- Gobierno de la Nación. (s/f) *YPF*. Recuperado el 03 de septiembre de 2022 de https://www.argentina.gob.ar/obras-publicas/comision-ddhh/historia-organismos-nacionales/ypf

- INFOen140 [INFOen140] (s/f). *Miguel Galuccio en una publicidad de REPSOL YPF - Año 1999.*[Archivo de Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=r9fyv5B_a0c
- Palermo Haber, Hernán Manuel; Garcia, Analia Marisa. (2007) *El rol del Estado en la construcción de sentidos: El caso YPF*. Universidad Nacional de Quilmes.
- Vega Avila, V. (2016). *Imaginario simbólico, nacional y popular en la publicidad de YPF* [Tesis de grado]. Universidad Nacional de Tucuman.
- YPF: Yacimientos Petrolíferos Fiscales (2012). Recuperado el 03 de septiembre de 2022 de https://www.ypf.com
- YPF: Yacimientos Petrolíferos Fiscales. [YPF] (25 de mayo de 2022). *Nuestros 100 años* [Archivo de Video].Youtube.https://www.youtube.com/watch?v=SZ2lr-RY6U8

MESA 16:

COMUNICACIÓN Y CULTURA, ARTE Y ESTÉTICA

Coordinadores/as de mesa:
Gullino, Pablo; Rodríguez, María Graciela;
Vázquez, Cecilia; Vázquez, Mauro

LAS TICS COMO EXPERIENCIA ESTÉTICA: BREVE REPASO POR ALGUNOS CONCEPTOS DE WALTER BENJAMIN PARA PENSAR EL CONTEXTO DE PANDEMIA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Álvaro Augusto Agostini | Universidad Nacional de Jujuy
franagostini90@gmail.com

RESUMEN:
Este trabajo recupera algunas de las ideas centrales de Walter Benjamin (1936) en su ensayo "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", para reflexionar de manera conexa el contexto de pandemia, la expansión acelerada del uso de las tecnologías de la comunicación y la información (TICS), la experiencia social estética del sujeto moderno y algunas de las posibles consecuencias tanto políticas como psíquicas que puedan traer aparejadas.

Se abordará principalmente la noción de "*esteticismo de la política*" elaborada por Benjamin y complejizada posteriormente por Sussan Buckmorss (2005), quien propone el concepto de "*sistema sinestésico*" para romper con la idea clásica, según la cual el corazón de la experiencia estética de los sujetos se encuentra en el cerebro. En el esquema buck-morssiano, el centro del aparato sinestésico se ubica en la superficie del cuerpo, permitiendo entender que "el circuito que va de la

percepción temporal a la respuesta motora comienza y termina en el mundo" (p. 182).

La autora sostiene que los sentidos del sujeto moderno se encuentran cada vez más abarrotados por los avances de la técnica, llegando a producirse un desfase entre la cantidad de estímulos recibidos y la capacidad de amortiguación de la conciencia humana, lo cual da lugar a lo que llama "*impulsos de shock*" físicos que tienen su correspondencia psíquica.

La pandemia por Covid-19 profundizó la influencia de las TICS en nuestras vidas cotidianas. En la sociedad actual no hay esfera de la vida del sujeto, por más íntima que sea, que no haya sido flanqueada por estas herramientas. El uso del celular se ha vuelto un hábito tan invasivo que varios sitios de concurrencia, como bares y restaurantes, adoptaron la medida de retenerlos para "garantizar" una experiencia más plena a sus visitantes.

En algunos establecimientos educativos de diversas partes del globo, prohibieron su uso debido a estudios que consideran que el abuso del celular genera "analfabetismo relacional", entendido como la carencia de habilidades para entablar relaciones interpersonales. Los aparatos móviles se han transformado en auténticos depredadores neurológicos, cuya consecuencia más contundente, como ya avizoraba Buck-Morss, es el aumento considerable de personas que padecen diferentes trastornos mentales.

Palabras claves: Estética, TICS, pandemia

BREVE INTRODUCCIÓN

A principios del año 2020, mientras se creía que nada podría acelerar aún más la influencia ya creciente de las tecnologías de la comunicación y la información (TICS) en nuestras vidas cotidianas, una pandemia causada por el virus Covid-19, nos obligó a replegarnos en nuestros hogares, sin otra forma de

socialización más potente y al alcance de las mayorías, que los aparatos tecnológicos vinculados a Internet y las redes sociales.

Esta situación no fue gratuita, sino que habilitó y profundizó una gran cantidad de cambios en los hábitos de consumo, en las prácticas laborales y profesionales, en las maneras de establecer y mantener vínculos, al punto tal que hoy no podemos pensar las acciones sociales por fuera del concurso de las mediaciones tecnológicas (Mata, 2020). Todas estas transformaciones trajeron aparejadas, a su vez, hondos cambios en nuestras formas de sentir.

En este cimbronazo, un sector que ha aumentado considerablemente su preponderancia ya creciente, es el de las redes sociales, que desde hace varios años vienen dejando atrás a los medios de comunicación tradicionales (Pérez Riedel, 2014). En este sentido, durante la pandemia, los medios digitales se erigieron, con sus lógicas específicas de producción, circulación y reconocimiento, como soportes cardinales ante una población mayoritariamente desorientada frente al inédito escenario que atravesaba.

En estas redes es donde en la actualidad se da lo que Jesús Martín Barbero (1997) llamaba, en referencia a la televisión, “el espectáculo del poder y el simulacro de la democracia” (p. 14). Lugares que adquieren una desmesurada relevancia ante la falta de espacios significativos de participación política para las mayorías ciudadanas.

La vieja fantasía del fascismo de organizar a las masas, de manera que estas se expresen sin que puedan trastocar las condiciones de propiedad de las que hablaba Benjamin (1936), ha encontrado con la diseminación de las TICS (para el beneplácito de los gobiernos más conservadores y autoritarios de la época), instrumentos sumamente sofisticados y eficaces para la administración de las sensorialidades, desembocando en un grado más alto de alienación y esteticismo de la política que el que llegó a conocer estrictamente el autor.

Esta situación es la que llevó a varios analistas a sostener que no sólo nos enfrentamos a una crisis sanitaria, sino también a lo que la Organización Mundial

de la Salud (OMS) ha denominado una “infodemia”[28] (González Clavero y Rodríguez Bazán 2021), entendida como la proliferación de prácticas comunicacionales que son consideradas dañinas para una sociedad. Entre ellas la emergencia de los llamados trolls (cuentas falsas) que suelen compartir noticias falsas que siembran la confusión y/o temor en sus destinatarios.

Más allá de los contenidos que se comparten, este escrito se propone analizar someramente como el flujo incesante e inagotable de estímulos afecta a nuestro aparato sensorial, sumándose a la sobria hipótesis de que es importante dar un abordaje interdisciplinar desde la comunicación y la salud pública al fenómeno de la infodemia, para combatir la psicosis que produce esta verborragia mediatizada que satura nuestros sentidos a cada instante potenciando la recepción de *impulsos de shock* (Buck.Morss, 2005) tendientes a generar pánico y narcotizar las posibles respuestas políticas (Lazarsfeld y Merton 1948)
Para acometer este ensayo me basaré principalmente en los aportes de Walter Benjamin y Sussan Buck-Morss, pero también buscaré subsidio en otros autores que puedan resultar relevantes, dejando abierta la posibilidad de futuras profundizaciones con respecto al rol de control tanto por parte del Estado, los medios hegemónicos y su relación con el pánico a todo aquello que subvierte un estado de cosas

.

CONCEPTO DE ESTETIZACIÓN

Genéricamente, se entiende por estetización al proceso por el cual se intenta dotar de valor estético un objeto, lugar o entorno que antes carecía del mismo. En la cartografía del concepto realizada por Staroselsky (2020), propone tres grandes sentidos: "(a) la estetización como embellecimiento, ligada a procesos de estilización de las mercancías y en general del entorno, (b) la estetización como la búsqueda de generar fascinación, que opera en diagnósticos que la ligan a la puesta en escena, a la teatralización y al espectáculo, y (c) la estetización como una forma de organizar la experiencia, en la que el entorno se transfigura en mera

[28] Infodemia es la epidemia de información asociada con miedo, especulación y rumores, amplificada y transmitida rápidamente por las modernas tecnologías de la información y que afecta negativamente a la sociedad.

imagen, y la apreciación o el disfrute estético se alza como la única forma de habérselas con el mundo." (p. 24).

De acuerdo con Buck-Morss (2005), el término estética proviene del griego antiguo Aisthitikos que designa aquello que se percibe a través de la sensación. De ahí que su terreno original no sea el arte, como devino después, sino la realidad, la naturaleza material. La estética entonces es una:

- Forma de conocimiento que se obtiene a través del gusto, el tacto, el oído, la vista, el olfato: todo el sensoríum corporal [...] Este aparato físico-cognitivo constituye el " frente externo" de la mente, que se topa con el mundo prelingüísticamente y que, en consecuencia, no sólo es previo a la lógica sino también al significado. (p.173)

Claro que todos los sentidos pueden ser entrenados culturalmente, sin embargo, estos siempre conservarán una huella incivilizada e incivilizable, “un núcleo de resistencia a la domesticación cultural” (ibidem). Este es el sentido en el que Benjamin emplea el concepto, el campo de la estética es la verdad.

NOS ACECHAN LAS TICS

Benjamín (1936) sostenía que, dentro de grandes espacios históricos de tiempo se modifican, junto con toda la existencia de los grupos humanos, el modo y la manera de su percepción sensorial. Todo cambio pone de manifiesto transformaciones materiales que hallan eco en cambios de sensibilidad. Esto es así porque, como explica Buck-Morss (2005), el sistema nervioso no está contenido dentro de los límites del cuerpo y aislado del desarrollo de su ambiente culturalmente específico, históricamente transitorio. Por el contrario, “el circuito que va de la percepción temporal a la respuesta motora comienza y termina en el mundo” (Ibid, p. 182).

Por este motivo, la autora plantea el concepto de “*sistema sinestésico*” para romper con la vieja concepción clásica, para la cual el corazón de la experiencia estética estaba en el cerebro. En el esquema buck-morssiano el centro del aparato

sinestésico se ubica en la superficie del cuerpo, permitiendo pensar a la subjetividad como mediadora entre las sensaciones internas y externas, las imágenes de la percepción y la memoria, rebasando así aquellos planteos hijos del dualismo cartesiano.

Cuando Benjamin escribe sobre la provisionalidad de las maneras de sentir, está pensando en la revolución fotográfica y como, en su época, el cine amplió nuestro mundo perceptivo. El punto clave para comprender esto, de manera situada, es entender que las obras de arte, con anterioridad, esperaban la visita del espectador, el cual se adentraba en ellas, en su *aura*, abriendo paso a sus ideas y criticidad, las personas se recogían, se sumergían en la obra artística.

Por el contrario, señala Benjamin, con el avance de la reproducción técnica se logra que la obra artística llegue a más personas pero con su *aura* triturada, despojada de su "aquí y ahora". En este caso es la obra la que va en busca del espectador y se sumerge en él, pero no para fomentar su espíritu crítico sino para dispersarlo. Si la revolución fotográfica y del cine ameritaron tales reflexiones del autor, cabe considerar las modificaciones perceptivas que ha sufrido nuestra sociedad con la masificación de los dispositivos celulares, computadoras y el consecuente, aunque desigual e inconcluso, despliegue de las redes de telecomunicaciones para Internet.

Efectivamente, en la sociedad actual no hay esfera de la vida del sujeto, por más íntima que sea, que no haya sido flanqueada por el avance de la técnica. El uso del celular se ha vuelto un hábito tan invasivo que varios sitios de concurrencia, como bares y restaurantes, adoptaron la medida de retener teléfonos en la entrada para "garantizar" una experiencia más plena para sus visitantes. Por otro lado, algunas escuelas en Europa prohibieron su uso debido a estudios que consideran que el abuso del celular genera "analfabetismo relacional" (López, 2011), entendido como la carencia de habilidades para entablar relaciones interpersonales.

La saturación sensorial, flagrantemente operada por los medios de comunicación y alentada recientemente, por el contexto sanitario y el consecuente encierro que atravesó nuestra sociedad, exacerbó el abarrotamiento ya creciente de nuestros sentidos. Los aparatos móviles se han convertido en unos auténticos

depredadores neurológicos. El resultado más a la vista, es el aumento considerable de personas que padecen trastornos mentales ligados a la adicción tecnológica, como los cuadros de pánico, estrés, ansiedad y depresión (Rodríguez y Castellanos, 2021).

Efectivamente, como sostenía Buck-Morss "el ambiente tecnológicamente alterado expone el sensorium humano a shocks físicos que tienen su correspondencia en el shock psíquico" (ibid, p. 188). En otras palabras, en el contexto actual se produjo un incremento de casos de desfasamiento entre la cantidad de impulsos de shock y la capacidad de amortiguación de nuestra conciencia. El asedio sensorial es tan voraz que el sistema sinestésico no llega a anestesiarlo dando paso al colapso nervioso. Por esta, entre otras razones, se ha censado un aumento importante en la demanda de tratamientos psicológicos y psiquiátricos en los últimos años, particularmente, desde la irrupción de la pandemia y el confinamiento obligatorio (Etchevers, 2020).

Buck-Morss explica que el estado mental del individuo moderno es defensivo, su estado de ánimo predominante es el hastío, que lo vuelve incapaz de reaccionar adecuadamente a los estímulos. Para explicar esto recurre al término "fantasmagoría" que surgió a inicios del siglo XIX en Inglaterra y fue popularizado más adelante por Marx. La autora identifica este concepto con aquella sensación asociada a una apariencia de realidad engañosa, impulsada o disimulada tecnológicamente.

La gran fantasmagoría que está recorriendo el mundo, parafraseando a Marx, es la ilusión que promueven las redes sociales. Estas han desarrollado lo que la autora llama un "ambiente total" que "altera la conciencia, casi como una droga". El bombardeo de estímulos provenientes de los medios en las redes, lejos de alivianar la carga de por sí conmocionante de nuestras experiencias en pandemia, altera nuestros sentidos, paraliza nuestra la capacidad de respuesta de nuestro organismo, desordenan nuestra subjetividad, producen miedo y construyen la sensación de la existencia de un enemigo oculto que vulnera nuestra seguridad personal poniéndonos en riesgo de pánico,

Naturalmente, no es de extrañar que, en los últimos años, hayan surgido nuevas terapias y se hayan clasificado una gran cantidad de síndromes relacionados con la adicción a los aparatos móviles y las redes sociales, las cuales tienen la disposición de suscitar dependencia por la dinámica misma de su funcionamiento (Barbero, 2021). Un ejemplo de estos síndromes es la nomofobia, término derivado de la expresión inglesa *no-mobile-phone phobia*, que describe una angustia que se siente cuando el usuario no encuentra el móvil donde supone que debería estar. La reacción puede variar desde una ligera sensación de incomodidad hasta un ataque grave de ansiedad.

Sabemos que el miedo es una emoción natural y funcional de nuestra psiquis para protegernos de aquello que percibamos como peligroso pero ¿Qué pasa cuando el sujeto percibe el peligro de manera constante, convirtiéndose esta sensación en un estado de alerta permanente en la vida cotidiana?

EL PÁNICO Y LA SEGUNDA CONCIENCIA

Kaufman (2020) sostiene que el pánico no refiere al miedo, la angustia o al temor meramente. El pánico es, en palabras del autor, "un exceso, una desmesura, un desborde de fuga violenta, ciega, del todo vulnerable a la autodestrucción que ocasiona la huida descontrolada" (parr. 1). Este exceso representa en realidad una reserva de nuestro instinto de supervivencia, pero desbordada se convierte en su principal amenaza, puesto que frente al peligro no hay otra prioridad que prevenir, evitar el pánico, o conducirlo si no hay otro remedio.

Además agrega que, en este sentido, lo que llamamos cultura podría entenderse como todo aquel dispositivo montado para la contención de nuestras reacciones adversativas naturales más extremas. No obstante, como decía Buck-Morss, por más aculturado que esté nuestro sistema sinestésico, no se suspende nuestra humanidad, por el contrario, toda la inmensa civilización que hemos construido, queda reducida a la nada cuando nos encontramos ante una situación que desata nuestro estado de pánico y "solo somos un cuerpo animal indefenso a punto de morir" (Ibidem). En ese instante no persiste nada vigente de lo que nos define, ni lingüísticamente, ni por fuera del lenguaje. Solo empujamos al cuerpo a alejarse

de la amenaza. La enajenación de la conciencia es funcional y no hay nada más sobre lo que pueda enfocarse, aparte de la dirección contraria al peligro.

Kaufman admite que la mayoría de los eventos de pánico actual son falsos o sobredimensionados acontecimientos adversativos. Esta distorsión cognitiva ha prosperado preocupantemente desde que la burbuja perceptiva ha sido hegemonizada por los aparatos tecnológicos y las redes sociales y ha tenido otro auge durante la pandemia y el consecuente encierro, lo cual no implica que no siga siendo una función orgánica útil en determinadas situaciones.

La dinámica marcada por los ritmos y lógicas que impone el mercado al regular las relaciones entre las culturas y los modos de comunicar; la exposición constante de nuestro sistema sinestésico a imágenes sensibles y verbalización de los riesgos profundizan sensaciones de victimización, de malestar y de vulnerabilidad personal abriendo paso al pánico.

Los medios promueven así una victimización indirecta, es decir, la percepción de que podemos ser las próximas víctimas, en este caso, del virus. A esto nos lleva, más allá de los contenidos, las coberturas espectacularizantes, sensacionalistas, con lenguajes viscerales (Vidal, 2020) centradas en casos individuales particularmente desesperantes, acompañados de musicalización y zócalos o títulos que incrementan el impacto; la actualización constante de datos de transmisión y muerte.

El autor también hace referencia a que “las profesiones y prácticas de cuidado en general contemplan como condición para ser realizadas la inmunización o prevención del pánico en quien procede” (parr. 1), y continúa:

- En la cultura profesional de la cirugía circula una noción práctica: a quien teme morir en la mesa de operaciones de modo irremediable no conviene operar. Quien en situaciones pánicas mantiene la serenidad y sabe qué hacer recibe el laurel que ornamenta al heroísmo así reconocido” (ibidem).

Este héroe del que habla Kaufman no es otro que el hombre autogenético que trabaja Buck-Morss. Es el prototipo de sujeto moderno acorazado e impermeable a

los sentires. Al respecto de esto, Buck-Morss, retomando a Ernst Junger, sostuvo que el avance de la técnica llevó a que las catástrofes de todo tipo sucedieran con una predictibilidad estadística y fueran vistas como normales. Esto sumado a que los instrumentos de la técnica se han vuelto órganos sensoriales protéticos, han provocado que los ciudadanos desarrollen una segunda conciencia más frívola, "capaz de verse a uno mismo como un objeto fuera de la zona de dolor". La autora utiliza este razonamiento para ir un poco más allá en el descentramiento del sistema sinestésico de la concepción clásica y afirma que el centro de este sistema se ubica en la misma técnica protética, es esta la que ahora proporciona la superficie permeable entre lo interior y lo exterior, que es órgano perceptivo y mecanismo de defensa.

Es este orden tecnológico el que genera ese sujeto más frívolo a la vez generando la contra necesidad de usar la tecnología como un uniforme de defensa del orden que ella misma crea. Es el gran espejo distorsionado de la tecnología, la imagen que vuelve está desplazada, reflejada en un plano diferente, en el que uno se ve como un cuerpo físico divorciado de la vulnerabilidad sensorial; un cuerpo estadístico, cuyo comportamiento puede ser calculado. Un cuerpo virtual que puede soportar los shocks de la modernidad sin penurias.

El sujeto moderno calculador, retomando el modelo de división tripartito buck-morssiano, es capaz de ocupar el lugar de observador profesional participando en el simulacro político de las redes, expresándose, sugiriendo lo que habría que hacer, sin percibirse como parte misma de ese sujeto social, de esa masa que ha de ser intervenida, hecho que se ha visto claramente, por ejemplo, en cuanto a la problemática de todas las políticas sociales gubernamentales adoptadas durante el aislamiento obligatorio y el proceso de vacunación.

ÚLTIMAS REFLEXIONES

A casi 100 años del ensayo de Benjamin sobre la obra de arte, resulta evidente que no hemos logrado, como proponía el autor, atravesar las nuevas tecnologías y ponerlas al servicio de un empleo más humano de las fuerzas productivas. Como contracara, las corporaciones han sabido manipularlas eficazmente en la administración de nuestra alienación sensorial.

Las nuevas tecnologías no sólo no están al servicio de la transformación de la realidad de las masas, sino que se han convertido en una fuente inagotable de distracciones que condicionan el potencial político de los sujetos. Bauman (2013) argumenta con meridiana claridad, que la propia imaginación del sujeto y su capacidad de inventar o crear formas alternativas de existencia está sitiada, no potenciada por la técnica:

- Las utopías que pueden provenir de esa imaginación sitiada no tienen topos (lugar). La utopía sin topos no diseña con territorialidad ni con finalidad. Dicha imaginación no promueve, es sedentaria; no proyecta, paraliza; no propone una nueva organización, confunde; no involucra, descompromete (p. 271).

La sobre estimulación sinestésica termina por bloquear el poder del organismo humano de "responder políticamente, incluso cuando está en juego la autopreservación" (Buck-Morss, 2005 p. 190). Si los medios tradicionales ocasionaban el efecto de "disfunción narcotizante" (Lazarsfeld y Mertón, 1948), confundiendo en la conciencia del espectador el saber con el hacer, en este caso el efecto se da como consecuencia de la saturación de estímulos, no de contenidos necesariamente, sino por la excesiva intervención de los sentidos.

Los medios de comunicación son el vehículo fundamental que promueve esta inundación del sensorio humano. El aparato psicofísico sobrecargado de estímulos shockeantes que fogonean el pánico, se aturde sensorialmente. La ciudadanía se percibe envuelta en un sentimiento de vulnerabilidad que la narcotiza y bloquea o embrutece en su capacidad de aprehender e imaginar respuestas políticas posibles.

Humanizar es la tarea: resulta clave, en este contexto, reflexionar con más exhaustividad como operan las TICS y los medios en la atomización y desafinación de nuestros sentidos sin caer en su satanización, sino más bien buscando una alfabetización crítica de su operatividad, de manera que podamos proyectar y elaborar políticas que humanicen las nuevas tecnologías.

Quizás parte de esto se podría lograr revelando las condiciones de producción que hicieron que estas prácticas se naturalizaran; volviendo a los principios éticos de la práctica periodística que hoy se ven soslayados por la mercantilización de la profesión. Es necesario estudiar atentamente los desafíos que se avecinan, dar una intensa lucha contra el individualismo liberal, fuente ideológica en la que germina el neofascismo y devolverle al ser humano, como esperaba Benjamin, la capacidad de imaginar y actuar políticamente.

BIBLIOGRAFÍA

- Barbero J. M. (2021). Estética en Comunicación. Signo Y Pensamiento. Recuperado de https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/46 (Original work published 15 de septiembre de 2006)

  (1997). La televisión o "el mal de ojo" de los intelectuales. Comunicación y Sociedad (revista científica vol. 29).
  (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Versión revisada 1991. Editorial Gustavo Gili.
- Bauman. Z. (2013) La Sociedad Sitiada. Ed Fondo de Cultura Económica.
- Benjamin, Walter (1936) Ensayo sobre la obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica.
- Buck-Morss S. (2005) Walter Benjamin, escritor revolucionario. Ed. Buenos Aires.
- Etchevers, M. J., Garay, C. J., Putrino, N., Grasso, J., Natalí, V., & Helmich, N. (2020). Salud Mental en Cuarentena. Relevamiento del impacto psicológico a los 7-11, 50-55 y 115-124 días de cuarentena en población argentina. Buenos Aires, Argentina: Observatorio de Psicología Social Aplicada, Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires.
- Recuperado de: http://www.psi.uba.ar/opsa/#informes
- González Clavero MV, Rodríguez Bazán G. (2021) Gestión informativa de la infodemia en medios digitales: experiencia de las agencias de noticias. Rev Panam Salud Pública. 2021;45: e 25. https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.25

- Kaufman, Alejandro (2020) Tentativa de una definición del pánico.
- Lazarsfeld, P. y Merton. R. (1948). Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- López, A, (2011), Analfabetismo relacional, un reto para el trabajo social con grupos. Madrid, España
- Islas-Carmona, J. O. (2008) El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. Palabra Clave, vol. 11, núm. 1, junio, 2008, pp. 29-39. Universidad de La Sabana Bogotá, Colombia
- Pérez Riedel, M. (2014). *Género y diversidad sexual en el blog Boquitas Pintadas*. 1ra edición. Universidad Nacional de Quilmes.
- Vidal, F. (2020). Los términos de la guerra. Como gobernar en tiempos de pandemia. Libro digital Pensando la pandemia en/desde Jujuy reflexiones situadas. *(pp. 203 a 207)*. Compiladores Bergesio L. y Perassi L. TIRAXI Ediciones.
- Rodríguez J. y Gómez Castellanos S. (2021) *La infodemia y su alcance en el área psicoemocional de las familias*. Un aporte a la crisis de la salud a propósito del Covid-19 Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS, vol. 16, núm. Esp.46, pp. 67-82, 2021

FICCIÓN Y REALIDAD, INTERIOR Y EXTERIOR DEL CINE DIGITAL

Ezequiel Ivan Duarte | Universidad Nacional de La Plata
ezequieldriver8@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El avance de las tecnologías digitales en diversos campos de la producción humana presenta varios desafíos respecto de su caracterización. ¿Se trata de una revolución que barre con todo sustrato anterior, inaugurando una nueva época, nuevas formas de comunicación con poco o nada de continuidad respecto a la era predigital? ¿O acaso sería más bien una ruptura en continuidad con el pasado?

Así planteada, esta cuestión es demasiado amplia. Aquí nos concentraremos en una faceta de la cultura digital, aquella atinente a la imagen del cine y a cómo el proceso de digitalización de la realización cinematográfica involucra el pasaje de un continuo que preserva la diversidad a uno que, en la potencia de su realización última, la obliteraría. Nuestra hipótesis es que el avance de las tecnologías digitales facilita un solapamiento entre diversos tipos de medios de una manera más profunda que con anterioridad, a punto tal de poner el propio concepto de "medio" en cuestión (Doane, 2007b). Las posibilidades abiertas por el procesamiento computarizado de imágenes digitales permitirían expandir los alcances del campo cinematográfico (en lo que respecta al ámbito de las imágenes) o la penetración en el mismo de las características de otros medios de comunicación que también *precipitarían* hacia el cine. Pero, como hipótesis de

máxima, estos desarrollos pueden llevar, con la disolución de fronteras, a la prevalencia de un "*todo es lo mismo*".

Vale aclarar que este tipo de cruces, contaminaciones mutuas, retroalimentaciones o solapamientos entre el cine y otros medios ya existían para la cinematografía analógica, pero consideramos que las tecnologías digitales aumentan en gran medida los alcances de estas interrelaciones. Se trata, desde esta mirada, no de una revolución destructora de lo anterior sino de una ruptura y transformación importante pero en continuidad con el pasado. Arlindo Machado ha notado que no es nuevo lo que transcurre en el universo de las imágenes técnicas, es la profundización de una tendencia de 500 años: "la promoción del artificio como destino de la imagen" (2015, p. 222). Para el investigador brasileño, "imágenes técnicas *stricto sensu* comienzan a aparecer por primera vez en el Renacimiento italiano, cuando los artífices de las artes plásticas construyen dispositivos técnicos destinados a dar 'objetividad' y 'coherencia' al trabajo de producción de imágenes" (2015, p. 222).

En el mismo sentido, si las tecnologías digitales se caracterizan por una operación llamada *virtualidad*, operación omnipresente en la escena contemporánea, cabría preguntarse si esa virtualidad es en sí una novedad de la electrónica, "si las redes computacionales o comunicacionales son intrínsecas a lo virtual" (Rotman, 2007, p. 56). De este modo, Brian Rotman considera que la virtualidad es antigua, y que su "manifestación presente, el X virtual ubicuo que inunda la vida contemporánea, es la tercera gran ola del fenómeno. La segunda ola vino con el discurso escrito. La primera no puede separarse del advenimiento del lenguaje humano en sí mismo" (2007, p. 57). Cada una de estas mediaciones (habla, escritura y medios digitales) asiste en el nacimiento de efectos virtuales en el lugar de una irrupción, un deshacerse de un todo que antes parecía fluido y autosuficiente, en cada caso teniendo como resultado una disociación que reestructura la consciencia para producir modos de presencia, agencia y autorepresentación que no estaban disponibles, o que, si lo estaban en tanto constructos imaginados, no eran pasibles de ser implementados en ninguna forma práctica, estable (Rotman, 2007, p. 57).

Tenemos así, tanto desde el punto de vista de la virtualidad digital como de la imagen técnica digital, una mirada continua de los procesos, donde la novedad

surge por variación, por diferencia gradual con el pasado y no como carácter insólito. Aun así, deberemos guardarnos de caer en posiciones teleológicas que vean en la digitalización de las imágenes del mundo una suerte de destino manifiesto.

Palabras clave: cinematografía digital, ecología de medios, semiótica

COMUNICOLOGÍA: ECOLOGÍA Y SEMIÓTICA

Desde el punto de vista teórico-metodológico, caracterizamos a nuestra perspectiva como comunicológica (y también, veremos, como especulativa). Luis Jesús Galindo Cáceres ha concebido a la comunicología como el estudio de la organización y de la composición de la complejidad cosmológica (incluida en ella el campo de lo social humano) "desde la perspectiva constructiva-analítica de los sistemas de información y comunicación que las configuran" (2011, p. 34). Por nuestra parte, siguiendo la propuesta de Carlos Scolari (2015), proponemos una perspectiva comunicológica que haga dialogar a dos tradiciones teóricas opuestas, la ecología y la semiótica, la primera enfocada en los medios y la segunda en los mensajes.

La cultura digital en general, y las imágenes digitales cinematográficas en particular, requieren como nunca la lectura conjunta del aspecto ecológico (no sólo por la relación de los medios entre sí sino respecto de los procesos geomórficos/objetomórficos y antropomórficos/sujetomórficos (Ivakhiv, 2013) en los que están involucrados, desde la extracción de la materia prima mineral con la que se elaboran los artefactos como cámaras y computadoras hasta las interpretaciones que los sujetos realizan de las obras y de sus producciones) y del semiótico (porque toda relación entre objetos, imágenes y sujetos es una relación sígnica en un universo "perfundido de signos, si es que no está compuesto exclusivamente de signos" (Peirce, 1994, p. 1973 – CP 5.448)).

De acuerdo con Scolari, la noción clave para esta lectura conjunta ecológico-semiótica es la de interfaz. En principio, una interfaz es una superficie,

una herramienta, una membrana, un quiasmo, un "lugar o ambiente donde se produce la interacción (...) frontera entre dos sistemas (...) entorno de traducción entre los sujetos —sus experiencias, objetivos y deseos— y los dispositivos técnicos" (Scolari, 2015, p. 1041). Así, "*toda tecnología tiene una interfaz, pero al mismo tiempo es una interfaz*" (Scolari, 2015, p. 1043, cursiva en el original). La interfaz es siempre un dispositivo semiótico, no sólo respecto de la relación usuario-tecnología (o espectador-película) sino también de la relación entre los propios artefactos tecnológicos (por ejemplo, las imágenes por medio de las que se comunican las computadoras entre sí, ininteligibles para los seres humanos (Steyerl, 2018)). Las interfaces ponen las diversidades en relación.

Así, en esencia, sostenemos que la interfaz es el campo de la imagen, el campo en el que los opuestos se mantienen en una continuidad tensa e irreductible. Esos opuestos son lo sensible y lo inteligible, lo material y lo mental o espiritual, lo objetivo y lo subjetivo. Esta superficie comunicante que es la imagen se corresponde con el biomorfismo/animamorfismo que Adrian Ivakhiv caracteriza como la "relacionalidad interperceptiva de las cosas, que conforma un continuum de lo apenas vivo a lo reconociblemente social" y que, en el caso específico del cine, tiene que ver con las maneras diferentes en que éste "da forma a nuestro ver y sentir los mundos que produce y, asimismo, del mundo en que vivimos" (2013, pp. 8-9). En este sentido, el dispositivo cinematográfico, en tanto interfaz, es productor de imágenes y producto de relaciones de producción objetivo-subjetivas.

CINE DIGITAL

¿Qué entendemos, ante todo, como "cine digital"? Para Lev Manovich (2016), una película digital es el producto de la sumatoria o combinación del metraje de acción en vivo, la pintura, el procesamiento computarizado de imágenes, la composición y la animación computarizadas tanto en 2D como en 3D. Estos elementos no tienen por qué darse juntos en su totalidad. Por ejemplo, una película digital de dibujos animados puede prescindir del metraje de acción en vivo. Por otra parte, toda película que parta del registro de lo real usando cámaras digitales ya está introduciendo el procesamiento por ordenador de esas imágenes "capturadas", en primer lugar, porque ya no hay impresión física de la luz en

película fotosensible sino datificación de la información visual y digitalización (las imágenes profílmicas son convertidas en información numérica). Además, el montaje ya no se realiza sobre la película física, fotograma por fotograma, sino por computadora, que no diferencia más que datos (colapsa, así, la distinción entre montaje y efectos especiales). Es por ello que el autor concluye que "los medios digitales redefinen la propia identidad del cine" y que "cuando uno puede 'ingresar' a un espacio virtual tridimensional, el ver imágenes planas proyectadas en una pantalla es difícilmente la única opción" (Manovich, 2016, p. 20).

Manovich concluye que "el cine digital es un caso particular de animación" (2016, p. 31), dando cuenta del altísimo grado de manipulabilidad y entrecruzamiento que, tanto efectiva como potencialmente, tienen este tipo de medios e imágenes. Consideramos, en consecuencia, que la digitalidad implica el estallido de las fronteras entre los medios, pero también entre objeto, imagen y sujeto.

Si entendemos, siguiendo a Coccia (2011), a la imagen como forma desprendida de su objeto, es decir, que no se confunde con éste, pero que, a su vez, tampoco es producto de la subjetividad del sujeto perceptor (imagen, entonces, como campo medial, interfaz, quiasmo), cabe preguntarse si la digitalización de lo real no sería una perturbación de esta comunicación imaginal en tanto, potencialmente, la imagen digital como duplicación puede devenir en substitución, algo que ya empezaríamos a notar en la vida cotidiana cada vez más virtualizada. Es decir, los objetos y los sujetos serían reemplazados por sus imágenes o confundidos con ellas.

Este elemento especulativo es importante aquí porque la imaginación digital (imaginación en sentido ontológico, es decir, como producción de imágenes en general) se realiza a partir de los códigos propios del cine y de las subjetividades configuradas a lo largo del tiempo por su modo de funcionamiento. Es decir, la técnica cinematográfica desborda hacia toda clase de medios digitales y, debido a ese parentesco, se ve, asimismo, infusionada por los desarrollos de esos otros medios (videojuegos, realidad virtual, Internet, etc.). En ciertos casos, es posible que las fronteras entre medios, así como también entre los objetos, las imágenes y los sujetos, se difuminen. Sería preciso "descartar la topología de un adentro y un afuera" (Rodríguez, 2019, p. 463). Del mismo modo, si bien el mapa no es el

territorio, cuando el mapa se vuelve interactivo, con los individuos de manera directa o con los datos que constantemente se actualizan, se empieza a parecer al territorio. Es que si el territorio es la vivencia y la experiencia del espacio que hacen los individuos, éstos se encuentran hoy delegando parte de su construcción a las decisiones asistidas (Rodríguez, 2019, p. 476).

El cine no es ajeno a estos procesos. Él también se ha integrado al desarrollo digital. Como ya el cineasta delegaba en el automatismo de la cámara parte del proceso creativo (aunque fuera una parte pequeña), y como esto ya lo distinguía de los demás artistas (excepto, claro está, del fotógrafo) (véase Bazin, 2008; Bresson, 2011), la delegación en las computadoras de una mayor parte del trabajo de realización se ha sentido, quizás, como un paso pequeño en el que la cámara/computadora realizaría su destino de autómata colaboradora del cineasta ya implícito en el automatismo de las cámaras analógicas (véase Daly, 2009).

ÍCONOS, ÍNDICES Y SÍMBOLOS

En vistas de lo dicho hasta aquí, podríamos sostener que el cine analógico es fantasmático (Zelcer, 2021, cap. 4.6) en tanto que prima la relación sígnica de tipo indicial. “El índice, de forma más insistente que cualquier otro tipo de signo, es rondado [*haunted*] por su objeto” (Doane, 2007b, p. 134), indica una presencia pero no es esa presencia, nos asegura la realidad y relativa cercanía de su objeto, nos asegura su existencia pero no profundiza o revela su naturaleza, es una marca de otra cosa o un señalamiento hacia otra cosa que, así, sólo se sugiere de forma más o menos tenue. En consecuencia, lo real a lo que refiere el índice no es lo real del realismo; para conocer el mundo se necesitan símbolos (Doane, 2007b) o, mejor dicho, ya que lo simbólico no podría estar ausente, se requiere un peso mayor de éste respecto del índice. Y la imagen cinematográfica analógica ha estado históricamente marcada por el mito del índice, de su conexión física con lo real, garantía documental.

En contraposición, se ha sostenido que el cine digital pierde esta indicialidad. En primer lugar, porque ya no hay impresión del reflejo lumínico-imaginal de los objetos en una película químicamente sensible sino, como ya hemos dicho, esas

imágenes lumínicas son convertidas en datos numéricos que pueden ser leídos y recompuestos tanto por la cámara (que ahora es, en sí, una computadora) como por el ordenador para luego visualizar y manipular esas imágenes en una pantalla. Sin embargo, esa recomposición puede programarse para que mantenga fidelidad respecto de las imágenes profílmicas tal cual las percibe el ojo humano, aunque es cierto que se ha introducido una mediación más (el código matemático) entre la imagen de lo real y la imagen de cine. Además, los índices no sólo son huellas o marcas sino también deícticos o señalamientos (Doane, 2007a), y el metraje de acción en vivo registrado con cámaras digitales aún señala hacia esa realidad profílmica.

Por otra parte, la indicialidad no puede desentenderse de las dimensiones icónicas y simbólicas involucradas. La iconicidad, en tanto semejanza, se conserva y aún se incrementa en el cine digital por el acercamiento a la pintura (creación de imágenes desde cero, animación, "cine pincel") señalado por Manovich (2006; 2016). El aspecto simbólico sigue estando presente en la interpretación del espectador, pero en el cine digital se agrega otra capa referida a la transformación de las imágenes en código numérico, un código sólo legible y entendible para la propia máquina (Steyerl, 2018): donde el ser humano sólo vería un conjunto aparentemente sin sentido de cifras, la cámara y la computadora interpretan y pueden poner a disposición del ser humano las imágenes en cuestión.

Así, para André Gaudreault y Philippe Marion (2015), "con el digital, registrar la realidad es ya reconstruirla y hacerlo simultáneamente" (p. 65), reconstrucción que en gran medida es realizada por la computadora con mínima intervención humana en tanto el ser humano no podría efectuar los procesamientos hípercomplejos que la computadora consigue con su capacidad analítica. Sin dejar de poseer cualidades indiciales, la imagen digital tendría un grado de indicialidad menor que la fotoquímica. El efecto fotorrealista en el cine digital sería asumido por el sistema del símbolo: "los planos, escenas y secuencias cinematográficas son así más lenguaje que imagen, como si fueran productos puros del discurso marcados por la intencionalidad desde el comienzo de sus génesis digitalmente codificadas" (Gaudreault y Marion, 2015, p. 66).

Porque lo que ocurre con las imágenes cinematográficas digitales es que contienen una potencia sintética que permite darle apariencia fotorrealista a

cosas, sujetos y acontecimientos que nunca tuvieron lugar por fuera de esa producción de imágenes. Es decir, podríamos estar ante imágenes que parecen reales, parecen tener la misma cualidad documental que las imágenes analógicas, pero que han sido fabricadas.

Mariano Zelcer explica así qué es una imagen de síntesis:

- La técnica que da lugar a este tipo de imágenes parte de un primer momento en el cual un sistema informático analiza imágenes fotográficas o de video de la figura humana (fundamentalmente, del rostro) que luego se recreará por síntesis. Estas imágenes pueden ser previamente existentes, o pueden ser creadas específicamente para tal fin. El análisis da lugar a un procesamiento informático sofisticado, en un sistema que adquiere —de ese modo— la capacidad de generar imágenes animadas con los mismos rasgos de la figura humana que ha registrado en un principio. La generación de una imagen animada involucra usualmente el registro de un nuevo video de otra persona, de la cual se detectan todos sus movimientos y expresiones faciales. A partir de esta segunda instancia de registro, el sistema genera una animación en la cual se ve a la primera figura humana hablar, gesticular y realizar los movimientos y expresiones que realizó la segunda (2021, cap. 4.2, párr. 3).

Imaginemos lo siguiente: como en las películas ya tenemos los rostros y los cuerpos de los intérpretes, con sus voces y movimientos, se podría, en potencia, tomar, por ejemplo, a Hugo del Carril, procesar todas sus apariciones cinematográficas de manera tal de construir un doble, idéntico físicamente a del Carril, capaz de moverse y de hablar y de cantar como lo hacía el verdadero del Carril, e introducirlo en una película nueva en la que, entonces, veríamos actuar a Hugo del Carril, décadas después de su muerte, de forma absolutamente verosímil.

No estaríamos, por supuesto, ante un fantasma —figura típica del cine analógico— sino ante un autómata o doble (Zelcer, 2021, cap. 4.6). Avances de estos procedimientos pueden verse en los actuales "*deepfakes*", imágenes animadas falsas indistinguibles (o casi) de la realidad, de amplia circulación en Internet. Y, si

“la ‘presencia’ es un requisito cada vez más prescindible en los rituales e instituciones que nos constituyen como sociedad”, sobre todo tras la pandemia de COVID-19, y, en consecuencia, gran parte de “la vida cotidiana encuentra su cauce solo a través de una proyección digital, su autenticación es vital” (Rodríguez Ansorena, 2020, párr. 6).

Sumado a esto, el cine digital tiene la potencia de modificar los pliegues de las superficies de los objetos capturados y recompuestos tanto en la cámara como en la computadora. Los pliegues son interfaces, median entre el adentro y el afuera, son así imágenes. Hito Steyerl (2018) señala que, en el escaneo 3D, una tecnología digital aplicable a la creación cinematográfica entre otras, “la superficie ya no es más un escenario o un telón de fondo sobre el que se ubican los sujetos y los objetos. Más bien, se pliega sobre los sujetos, los objetos y los vectores de movimiento, afecto y acción, eliminando así la separación epistemológica artificial entre ellos” (p. 277). Así, ya “no existe una oposición clara entre lo que está en la pantalla y lo que está fuera de ella, excepto porque a la distancia las cosas se vuelven más ficcionales” (p. 278). ¿Cómo no afectaría e involucraría esto al cine?

LA DIMENSIÓN MATEMÁTICA DE LA IMAGEN DIGITAL

Gaudreault y Marion (2015) sugerían que el cine digital es más lenguaje que imagen. Ese lenguaje es el de la matemática. En primer lugar, Brian Rotman (2000) y Mary Ann Doane (2007b) ponen el foco en una concepción alternativa de la matemática. La corriente dominante, platonista, ha visto a la matemática como perteneciente a un reino abstracto fundamentalmente distinto del universo que habitamos pero, evidentemente, conectado con éste; por ejemplo, desde el punto de vista de los pitagóricos, el mundo físico ha sido creado a partir del matemático.

Doane (2007b) recuerda que la primera definición de “digital” en el diccionario Oxford de inglés (y, agregamos aquí, también en el diccionario de la Real Academia Española), refiere a su pertenencia y relación con los dedos, apéndices táctiles si los hay. Los dedos se usan para contar, diríamos con Rotman (2000), y lo que puede contarse con ellos es forzosamente finito, delimitado por la materia, no

una posibilidad infinita como querría lo que él denomina “matemática real” [“*royal mathematics*”] o “euclidiana”.

Otro costado material de las matemáticas está dado en los diagramas, que son en parte índices (Rotman ciado en Doane, 2007b). Fausto Toranzos (2010), por su parte, critica la separación realizada por Alain Badiou (2004) entre número e imagen como pertenecientes a dos reinos esencialmente distintos, en tanto la geometría los reúne desde la Antigüedad. También la invención del plano cartesiano en la Modernidad puede concebirse como la unión o la colaboración entre el número y la imagen.

A partir de estas consideraciones podemos hacer notar, en primer lugar, que la interrelación entre íconos, índices y símbolos es compleja, por lo que debe atenderse a las prevalencias de uno u otro tipo de signo sin exclusión ni ausencia de los otros.

Rotman explica que las computadoras han permitido el surgimiento de una matemática nueva, experimental. Gracias a la explosión en softwares gráficos y de creación de imágenes, los matemáticos pueden construir realidades matemáticas y luego manipularlas y explorarlas visualmente. Ahora pueden producir diagramas anteriormente indibujables como ser fractales y mapas de caos; pueden visualizar superficies topológicas cuya existencia era insospechada antes de ser vistas en una pantalla; pueden descubrir características que los matemáticos precomputacionales jamás podrían haber imaginado (2000, p. 128).

Dos consecuencias de esto:

1) Las computadoras no perciben la matemática, la construyen a partir de sus muy reales límites físicos de funcionamiento. Entonces, ponen en cuestión la idea de un reino matemático trascendente (Rotman, 2000).

2) Las capacidades de procesamiento de las computadoras son mayores que las de los seres humanos (por ello han podido representar gráficamente cosas antes irrepresentables a nivel visual). Entonces, ¿la computadora ayuda o reemplaza al ser humano? Si, por ejemplo, dejamos de hacer “a mano” ciertos cálculos porque la computadora es capaz de resolverlos muchísimo más sencilla y rápidamente, ¿perderíamos un saber hacer valioso? Lo mismo para el cine: si la

computadora es capaz, con sólo ingresar unos pocos comandos, de hacer lo que manualmente llevaba mucho más tiempo y esfuerzo o que a veces era directamente imposible, ¿qué consecuencias tiene ello para la práctica cinematográfica?

DIVERSIDAD Y MISMIDAD

El estallido de las fronteras entre medios o sus movimientos mutuamente convergentes constituye una de las principales características de los medios digitales y del cine en ellos inscripto (Doane, 2007b; Gaudreault y Marion, 2015; Jenkins, 2006). Aún más: este estallido o difuminación de límites también involucra a la topología del adentro y del afuera (qué está dentro y qué fuera de los medios) y a la distinción entre lo real (imaginal) y lo irreal (imaginario) o ficcional: lo que antes era sólo imaginario (psicológico) ahora puede 'concretizarse' en un cosmos digital con un nivel de *realidad* mucho mayor de lo que permitía la tecnología analógica. La imagen, entonces, dejaría de ser medialidad y pasaría a desbordar hacia los campos objetuales y sujetuales, en cierto sentido absorbiéndolos.

Ángel Plastino (2010) explica que uno de los paradigmas de la física contemporánea establece que la realidad última es información y que toda información, en última instancia, es digital (p. 33). ¿La digitalización sería así un retorno a o una consustanciación con la realidad última del universo? Pero no olvidemos la objeción de Rotman (2000): al contrario de pitagóricos y platónicos, hay razones para sostener que el universo no está hecho de entes matemáticos, que la matemática es una construcción hecha dentro de este universo y sujeta a sus límites, que no existe por fuera de ellos. El autor ejemplifica con la aritmética: en teoría, se podría sumar indefinidamente, dado cualquier número en que pensemos siempre podremos sumar uno más (n+1). Sin embargo, ¿quién o qué realiza la suma? Si un ser humano se pasara la vida contando, al morir ya no podría continuar. Si una computadora utilizara toda la energía del universo para contar, esa energía se acabaría en un punto determinado y ya no podría contar más que hasta el número al que ha llegado. Del mismo modo, y como ya hemos mencionado, Rotman explica que las computadoras han permitido efectuar

representaciones gráficas de funciones matemáticas que los humanos hubieran sido incapaces de dibujar sin la tecnología digital, pero aun esta, como acabamos de ver, también tiene un límite.

En definitiva, en la tensión entre la perspectiva que ve al universo, en última instancia, como constituido por información digital, y la mirada que considera a los dígitos como una construcción *en* y *de* nuestro universo, no como su 'sustancia', se resume el conflicto contemporáneo alrededor de la datificación y digitalización de todo lo existente, procesos a los que el cine, en su propia digitalización, no puede escapar.

Si la imaginación (ontológica, no psicológica) es la unión de los opuestos pero sin sintetizarlos o disolverlos (Prósperi, 2019), lo digital la pone en crisis en tanto favorece la fusión, el borramiento de fronteras ecológicas y semióticas.

De acuerdo con Lorenzo Vinciguerra (2020), en su lectura de Spinoza, las imágenes son el rebote representacional de las trazas en los cuerpos, "trazas del cuerpo humano cuyas ideas representan los cuerpos exteriores como presentes para nosotros" (p. 103). De esta forma, "las imágenes *fingen* —en el sentido etimológico de la palabra— la presencia (real o ficticia) del objeto exterior. De modo que artificio y ficción no son otra realidad, sino el producto natural de la constitución real del cuerpo imaginante" (p. 79). Notemos la importancia del índice: la "traza", la "presencia" ("fantasmal", agregaríamos) del objeto. Pero, lo que ocurre con la imagen digital audiovisual es que se iconiza y se simboliza: es semejanza de dudoso o indeterminable original y potencia de morfosis que diluye el campo tricotómico objeto-imagen-sujeto; y es lenguaje (matemático) en el fondo, sólo procesable por la máquina.

Con todo, si el cine analógico se sostenía en el "mito del índice" (Doane, 2007b, p. 143), mito no porque no haya tal conexión física indicial sino porque debe comprendérsela en relación tanto a la iconicidad como a la simbolización interpretante, lo digital aparece sostenido por un mito equivalente, el de la inmaterialidad o desmaterialización dígito-matemática que hemos visto discutida por Rotman en el propio campo de esa disciplina. Es un mito consecuente con la búsqueda contemporánea de "espiritualización de la materia" (pasaje de la vida al

mundo virtual), a la que Renaud Garcia ha contrapuesto la necesidad de "materializar el espíritu" (2021, p. 120).

Flavia Costa (2021) considera que, más que duplicación digital del mundo, lo que hay es una "microfragmentación y una multiplicación vertiginosa de las posibilidades de operar sobre el mundo, en maneras y cantidades que nos resultan todavía difíciles de imaginar" (p. 53). Y tanto ella como Romina Irimia (2022) indican que la digitalización se sostiene en una arquitectura bien material de cables, servidores, discos, memorias, computadoras, procesadores, etc.

DISCUSIÓN

McLuhan (2015) ya señalaba que la red satelital que abarca el globo terrestre y lo releva provocó el fin de la Naturaleza (con mayúsculas), en tanto que entidad ubicada por fuera de lo humano y sometida a la explotación por parte de éste, y su reemplazo por la ecología en una concepción de una Tierra interconectada física y, sobre todo, simbólico-comunicacionalmente en una red de la que el ser humano no está excluido.

En la misma época (años 60), Gene Youngblood (2012) proponía la categoría de "cine expandido" para hablar de formas cinematográficas alternativas al cine comercial, que comienzan con el cine de tecnología analógico-fílmica pero que derivan hacia experimentaciones con las por entonces nuevas tecnologías electrónicas.

Este "cine expandido" no era sólo una forma artística del audiovisual sino la figura de toda una serie de cambios objetivos y subjetivos, de expansión de las conciencias y de las posibilidades de experimentación vital que traerían los avances tanto técnicos como expresivos iniciados en el campo del cine pero cada vez más interrelacionables con y compenetrantes respecto del resto de la realidad. Es interesante que el autor optara por la categoría "cine" para englobar a distintos tipos de expresiones audiovisuales e intelectual-sensoriales.

Siguiendo esta serie histórica, la tecnología digital aplicada al campo del cine (y desarrollada en parte a partir de él, por ejemplo en la configuración de las pantallas en tanto interfaces) continuaría con este borramiento de fronteras, no una continuidad necesaria de opuestos (materialización del espíritu) sino un acercamiento a la fusión de medios (o a la obsolescencia misma del concepto de medio) donde, en el caso del cine, tecnologías como el 4D, que permite que el espectador interactúe de forma más inmersiva con la película al introducirse estímulos táctiles (movimiento de la butaca, viento, etc.), son sólo el comienzo.

Por supuesto, no dejarán de existir las películas entendidas en un sentido más convencional (como la radio no dejó de existir cuando se inventó la televisión y así por el estilo), pero la búsqueda de aumentar la interactividad en ciertas clases de películas (en primer lugar, podemos imaginar, los *blockbusters*, las franquicias con sus secuelas, precuelas, *spin offs*, videojuegos, juguetes, novelas gráficas, series de televisión, etc.) borraría los límites entre cine, realidad virtual, Internet, etc., por ejemplo, con la incorporación de la inteligencia artificial (hoy "gran diferencia entre el cine 2D y la VR [realidad virtual]", según Pablo Menegol (Pérez, 2022, La esencia..., párr. 6)). Gabriel Pomeraniec señala que ya los hermanos Lumière hacían experiencias inmersivas, un 360 cilíndrico con muchas cámaras en un plato giratorio (...). Hacían lo mismo con muchos proyectores (...). Estaban desarrollando un lenguaje cinematográfico y a su vez estaban inventando el inmersivo (...) Lo que sí evoluciona es la técnica de registro y la técnica de visualizado, pero no la narrativa, pero no el concepto" (Pérez, 2022, Del zootropo..., párr. 2).

Entonces, continuidad pero no teleología. Es fácil, a la luz de lo visto, pensar lo digital como un destino inevitable. Pero no debemos caer en facilismos. Si la arquitectura del universo no es numérica, la digitalización no es el cierre de un círculo cósmico. Se trata de "la dialéctica del reduccionismo y la complejidad" (Ruiz, 2014, p. 353). Desde una posición no reduccionista, la digitalización imaginal del mundo, que aquí hemos abordado especulativamente en su costado cinematográfico (que entendemos central dada su dimensión morfogenética audiovisual y su potencial expansión hacia otras capacidades perceptivas —tacto, olfato—), es problemática justamente por el hilemorfismo presupuesto en sus bases: los intentos de "espiritualización de la materia" pretenden que las formas (matemáticas) son anteriores a y determinantes de la materia, lo que lleva a una

concepción reduccionista y empobrecedora del universo que sólo atiende a lo medible. Si la imagen es diversidad (comunicación de los opuestos), la digitalidad tiene la potencia de reducir esa diversidad a una mismidad. Así, el cine digital podría dejar de ser "cine" y la imagen digital podría dejar de ser "imagen".

La semiótica (como la matemática) tiene carnadura, no es un reino abstracto y externo. La perspectiva ecológica nos ayuda a no perder esto de vista. Los procesos simbólicos significantes son parte de procesos materiales, la inmateria digital está encarnada en derivados minerales. Desde la perspectiva comunicológica (ecológica y semiótica), la traza en el cine digital es esa materialidad negada en pos de una búsqueda de absorción y totalización de la realidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Badiou, A. (2004). Arte, matemática y filosofía. En G. Yoel (comp.), *Pensar el cine 2. Cuerpo(s), temporalidad y nuevas tecnologías* (pp. 27-41), Manantial.
- Bazin, A. (2008). *¿Qué es el cine?* (J. L. López Muñoz, trad.) Rialp.
- Bresson, R. (2011). *Notas sobre el cinematógrafo*. Pochoclo.
- Coccia, E. (2011). *La vida sensible* (M. T. D'Meza, trad.). Marea.
- Costa, F. (2021). *Tecnoceno. Algoritmos, biohackers y nuevas formas de vida*. Taurus.
- Daly, K. M. (2009). New Mode of Cinema: How Digital Technologies are Changing Aesthetics and Style. *Kinephanos: Revue d'études des médias et de culture populaire/Journal of media studies and popular culture*. https://www.kinephanos.ca/2009/new-mode-of-cinema-how-digital-technologies-are-changing-aesthetics-and-style/
- Doane, M. A. (2007a). Indexicality: Trace and Sign: Introduction. *Differences*, 18(1), pp. 1-6.___ (2007b). The Indexical and the Concept of Medium Specificity. *Differences*, 18(1), pp. 128-152.
- Galindo Cáceres, L. J. (2011). Primera parte. Comunicología y su espacio de posibilidad. Hacia una propuesta general. En *Comunicología posible. Hacia una ciencia de la comunicación* (pp. 21-110), Universidad Intercontinental.

- Garcia, R. (2021). *La colapsología o la ecología mutilada* (V. Goldstein, trad.). La Cebra.
- Gaudreault, A. y Marion, P. (2015). *The End of Cinema? A Medium in Crisis in the Digital Age* (T. Barnard, trad.). Columbia University.
- Irimia, R. (2022). Internet: arquitectura y funcionamiento. Documento de trabajo, Modernidades, medios y poder, cát. II, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. https://drive.google.com/file/d/1D-onm-26mI1Cvhtie8Z6TbKCvpquXT0g/view
- Ivakhiv, A. (2013). *Ecologies of the Moving Image. Cinema, Affect, Nature*. Wilfred Laurier.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York University.
- Machado, A. (2015). *Pre-cine y post-cine en diálogo con los nuevos medios digitales* (J. Díaz, trad.). La Marca.
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Paidós.___ (2016). What is digital cinema? En S. Denson y J. Leyda (eds.), *Post-Cinema: Theorizing 21st Century Film* (pp. 20-50), REFRAME Books.
- McLuhan, M. (2015). En el momento en que se lanzó el Sputnik, el planeta se convirtió en un teatro global donde no hay espectadores, solo actores (M. Battistón, trad.). En *Inédito* (pp. 109-128), La Marca.
- Peirce, C. S. (1994). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce* (C. Hartshorne, P. Weiss y A. W. Burks, eds.). InteLex Corporation.
- Pérez, S. (2022). Realidad Virtual: un espacio donde tu conciencia es el medio. *Revista Florencio*. https://argentores.org.ar/realidad-virtual-un-espacio-donde-tu-conciencia-es-el-medio/
- Plastino, Á. (2010). De la mecánica cuántica a la información digital. En G. Yoel y A. Figliola (eds.), *Bordes y texturas. Reflexiones sobre el número y la imagen* (pp. 23-36), Imago Mundi y Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Prósperi, G. O. (2019). *La máquina óptica. Antropología del fantasma y (extra)ontología de la imaginación*. Miño y Dávila.
- Rodríguez, P. M. (2019). *Las palabras en las cosas. Saber, poder y subjetivación entre algoritmos y biomoléculas*. Cactus.

- Rodríguez Ansorena, T. (2020). El fin de la realidad. ¿Qué son los «*deepfakes*»? *Nueva Sociedad*. https://nuso.org/articulo/el-fin-de-la-realidad/
- Rotman, B. (2000). *Mathematics as Sign. Writing, Imagining, Counting*. Stanford University.___ (2007). Ghost Effects. *Differences*, 18(1), pp. 53-86.
- Ruiz, R. (2014). Comentarios a *El sentido del cine* de Sergei M. Eisenstein. En *Poéticas del cine* (pp. 332-368), Universidad Diego Portales.
- Scolari, C. A. (2015). Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces. *Palabra Clave*, 18(3), pp. 1025-1056. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.4
- Steyerl, H. (2018). *Arte Duty Free. El arte en la era de la guerra civil planetaria* (F. Bruno, trad.). Caja Negra.
- Toranzos, F. A. (2010). El pensamiento gráfico en la matemática. En G. Yoel y A. Figliola (eds.), *Bordes y texturas. Reflexiones sobre el número y la imagen* (pp. 37-46), Imago Mundi y Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Vinciguerra, L. (2020). *La semiótica de Spinoza* (F. Venturi, trad.). Cactus.
- Youngblood, G. (2012). *Cine expandido* (M. E. Torrado, trad.). EDUNTREF.
- Zelcer, M. (2021). *Devenires de lo fotográfico. Imágenes digitales en los dispositivos contemporáneos*. Teseo.

MEMORIA COLECTIVA, ARTE Y TERRITORIO/TERRITORIALIZACIÓN. TESTIMONIOS DE ARTISTAS Y GESTORES CULTURALES DEL SUR DE CÓRDOBA

Ana Karen Grunig | Universidad Nacional de Rio Cuarto
karengruning@gmail.com

Carmiña Verde | Universidad Nacional de Rio Cuarto
carmiverde@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Este trabajo se inscribe en un proyecto de investigación en curso radicado en la Universidad Nacional de Río Cuarto, que estudia los procesos de reconstrucción de la memoria colectiva del arte y la cultura de la ciudad de Río Cuarto, desde el advenimiento de la democracia hasta el presente. El mismo se organiza en dos etapas: la primera consiste en el análisis de testimonios y fuentes documentales, mientras que la segunda se basa en la creación de una narrativa transmedia.

En esta presentación, desarrollaremos dos momentos analíticos en los cuales procuramos indagar sobre la relación entre memoria colectiva, arte y territorio/territorialización, en tanto espacios sociales y culturalmente construidos.

En una primera instancia, interesa avanzar hacia una comprensión sobre los modos en que los testimonios de artistas y gestores culturales de la ciudad, construyen sentidos diferenciados sobre el arte local desde su ligazón con lo espacial. Siguiendo tal dirección, nos preguntamos cuáles son las imágenes espaciales sobre las que se construye la memoria colectiva del arte y la cultura de Río Cuarto, y en ese sentido, cómo puede caracterizarse dicha vinculación con los lugares de la memoria, ya sea en cuanto a su abordaje político, temporal y/o biográfico.

Para ello, nos valdremos de testimonios recabados mediante entrevistas en profundidad a gestores culturales y artistas locales provenientes del teatro, la literatura, el humor gráfico y la música.

En un segundo momento, proponemos incorporar a la reflexión, una primera aproximación analítica sobre memoria colectiva, arte y territoralización. Concretamente, nos preguntamos por las posibles reconfiguraciones de sentido que puedan emerger en los nuevos modos de territorialización que pone en juego la cultura digital, tensionando con la cartografía construida desde los testimonios vertidos en las entrevistas. Ello, considerando que la transformación de la experiencia comienza a pasar por la producción de nuevos sentidos de lugar, y donde lo físico (cuerpo) se mezcla con la interfaz, creando así una nueva territorialización social y cultural. Así, entonces, se intentará poner en análisis cómo las nociones de lugar en un período social e histórico fueron marcando y dejando huellas, y cómo podemos ir pensando que las nuevas configuraciones comunicacionales van construyendo nuevos modos de construcción de narrativas culturales.

Palabras Clave: memoria colectiva, arte, territorio/territorialización.

MEMORIA COLECTIVA Y ESPACIO: TERRITORIOS, IDENTIDADES, POLÍTICAS.

Indudablemente, el campo de estudios sobre la memoria colectiva ha alcanzado un importante grado de consolidación, por lo cual, sus vinculaciones con el arte y

el espacio, han generado un amplio volumen de producciones.

Algunas de tales propuestas intentamos recuperar en este trabajo con el objetivo de esclarecer nuestras lecturas sobre el caso de la memoria colectiva del arte y la cultura de la ciudad de Río Cuarto, especialmente haciendo hincapié en el período de la transición democrática hasta el presente.

Ante ello, un posible punto de partida es la consideración del espacio como uno de los marcos sociales de la memoria (Halbwach, 2004) en tanto dispositivo que opera como soporte material y simbólico de los procesos de reconstrucción de la memoria colectiva (Pineda, 2017). El mismo no se comprende como un material fijo y acabado, como podría constituir el dato histórico. Más bien, por el contrario, se asume como entramado de construcción de sentidos sobre un pasado compartido, que unos y otros realizan atravesados por el devenir de las experiencias. Como afirma Betancour Echeverry, "La memoria está, pues, íntimamente ligada al tiempo, pero concebido este no como el medio homogéneo y uniforme donde se desarrollan todos los fenómenos humanos, sino que incluye los espacios de la experiencia" (1999, p.126).

Desde esta perspectiva nos interesa recuperar la noción de territorio como categoría conceptual que permite dar cuenta de una concepción del espacio desde su atravesamiento por las relaciones sociales y culturales, y, fundamentalmente, a partir de una articulación dinámica con el arte y la memoria colectiva en el estudio de caso que nos compete.

Así, entonces, los territorios hacen alusión a las afectaciones mutuas que operan entre los espacios y las relaciones socioculturales que en ellos se desarrollan. Es decir, en los espacios acontecen las relaciones sociales, y las propias características espaciales van condicionando tales formas de relación social; al mismo tiempo, las relaciones sociales van configurando, transformando y modelando las características espaciales.

Por ello, las espacialidades son asumidas como territorios que construyen y expresan identidades (Chávez Ortíz, 2008), al mismo tiempo que se disponen como lugares de la memoria que expresan disputas de poder sobre las

significaciones construidas sobre el pasado y sus mecanismos de legitimación (Villa Gómez y Avendaño Ramírez, 2017).

En este sentido, nos preguntamos acerca de un primer modo de relación entre memoria colectiva y espacio mediante la noción de territorio que proponemos. En primer lugar, entendemos que el territorio como espacio marcado por la cultura, por sus relaciones sociales, políticas, económicas, y gubernamentales incluso, se vuelve un espacio familiar y conocido, y, por ende, una referencia simbólica de las identidades. De hecho, el sentido de pertenencia con el lugar que habitamos guarda mucha relación con la memoria colectiva (Ontañón, 2014). Como afirma Chavez Ortiz, "se puede abandonar físicamente un territorio sin perder la referencia simbólica y subjetiva con él a través de la comunicación a distancia, la memoria, el recuerdo y la nostalgia (op.cit., p.28).

Al mismo tiempo, la noción de territorio habilita una lectura política de las espacialidades que exceden las designaciones culturales de los mismos (como, por ejemplo, sus límites geográficos, cantidades de habitantes, usos y costumbres, entre otros), para abrir paso a las relaciones de poder que lo van condicionando.

Tal es así que, la memoria colectiva "[...] no sólo es algo *constituido*, sino también *constituyente,* tanto de prácticas y relaciones sociales, como de imaginación, ideologías, visiones de mundo y expectativas (Pineda, op.cit, p.14)[29]. Esta cuestión es de gran valía para dotar de un marco de comprensión ampliado a los modos en que los procesos de reconstrucción de la memoria colectiva del arte y la cultura de Río Cuarto, van afectando las prácticas, experiencias y miradas que actualmente la atraviesan, como así también las acciones tendientes a gestionar su dinámica en el futuro.

[29] Es importante señalar que Pineda recupera la distinción entre memoria colectiva y memoria subjetiva señalada por Roger Bastide, al indicar que el concepto de memoria colectiva acuñado por Halbwach remite a una conciencia colectiva que trasciende lo individual, sin nombrar que estos procesos aluden, más bien, a relaciones intersubjetivas. En ese sentido, y recuperando a Rivaud, Pineda precisa que "la memoria no está por encima de los sujetos, ni tampoco es algo externo a su campo de acción, conflicto y racionalidad social" sino que es una edificación social, cultural, histórica y política erigida gracias a la intersubjetividad (Pineda, op.cit.). En este trabajo, no pretendemos ahondar en esta distinción, sino que entendemos la noción de memoria colectiva como una mediación de las relaciones sociales e intersubjetivas.

Así, pues, estudiar la memoria colectiva del arte y la cultura de Río Cuarto adquiere valor en términos de poder dilucidar sus dimensiones sociológicas, culturales y políticas, y así entonces, dotar de un marco de comprensión integral para el desarrollo del arte y la cultura riocuartense en consonancia a las relaciones sociales y culturales que allí se van entramando.

El espacio asumido como territorio, entonces, nos habilita un canal de comprensión sobre aquellos primeros indicios que emanan de los testimonios recabados en torno a los procesos de reconstrucción de la memoria colectiva del arte y la cultura riocuartense. El mismo lo orientamos teniendo en consideración dos grandes ejes de análisis, tales como las identidades y la política, en tanto consideraciones generales para avanzar hacia este inicial abordaje de la problemática.

Siguiendo esta dirección, trabajamos con el análisis de cinco entrevistas en profundidad, cada una de las cuales arroja diversas percepciones sobre el espacio local como lugares de la memoria colectiva del arte y la cultura riocuartense.

Por un lado, Mayra de Paco, proveniente del teatro, cuyo testimonio de la memoria se halla profundamente anclado a marcas locales, ya sea en cuanto a los espacios como a las personalidades que lo fueron configurando. También, Daila Prado, artista literaria, aporta interesantes reflexiones en torno a las dinámicas de significación subyacentes a las tensiones entre lo local y lo nacional que fueron entramando la memoria colectiva del campo artístico y cultural de Río Cuarto. Por su parte, Norberto Elder García, conocido como “Jericles” e importante referente del humor gráfico se autodefine como artista riocuartense pero que, si bien es testimonio de una época, de ningún modo construye un arte localista. Una cuarta entrevista fue realizada al músico Antonio “Pichi” Pérez, cuyo relato sobre la memoria se asienta sobre el tránsito recorrido por diferentes geografías. Y finalmente, recuperamos el testimonio de Ricardo Sánchez, comunicador especializado en el periodismo artístico y cultural, cuya mirada distintiva contribuye a un análisis más integral del caso.

Ahora bien, en los sentidos diversos que emanan del conjunto de testimonios sobre la memoria artística y cultural, es posible dilucidar algunas recurrencias que, de algún modo, comienzan a pincelar las características que asumen los lugares de la memoria. De tal modo, en las líneas que siguen, presentamos las primeras impresiones sobre los procesos de reconstrucción de la memoria colectiva del arte y la cultura de Río Cuarto, en función del análisis de la configuración de sentidos vinculados a lo espacial, que expresan los entrevistados señalados.

Espacios públicos y espacios privados: los espacios donde el arte se desarrolla y socializa; y los espacios que dieron origen a las ideas del arte.

Las identidades, la política y los procesos de reconstrucción de la memoria colectiva están enlazados por lo que Walter Benjamin (2008) describió como *experiencia*. Son las experiencias colectivas y las experiencias individuales las que van reconfigurando los sentidos sobre el pasado, sobre nuestras historias y sobre nuestras identidades, las cuales, inevitablemente, se rememoran desde marcos espaciales específicos. Al respecto, es notable cómo se vuelven relevantes las experiencias artísticas para reconstruir procesos de la memoria colectiva en el espacio. El arte resulta una modalidad de la experiencia que revincula a los sujetos con los espacios públicos y privados. Por tal motivo, la destrucción de ciertos lugares, edificios u objetos de las ciudades contribuyen a la pérdida de la memoria colectiva (Urda Peña, 2016).

En relación a ello, los artistas entrevistados relatan sus experiencias sobre la memoria refiriéndose a espacios privados que remiten a su infancia y no tanto a los espacios en los que el arte se origina y sociabiliza. Por eso mismo, las referencias a estos lugares de la memoria personales, individuales y privados, hacen mención a un período de tiempo anterior a la transición democrática.

Así entonces, por ejemplo, el músico “Piche” Pérez relata la mayoría de sus ideas

artísticas en un período anterior a la dictadura desde una vinculación a sus sucesos individuales y familiares, más que a un colectivo de artistas en un tiempo posterior. De manera similar lo hace Jericles.

En su lugar, se advierte una mayor referencia a espacios públicos como lugares de la memoria donde el arte se comparte y legitima. Y, a pesar de no reconocerse explícitamente o incluso de negarse, casi siempre estos espacios han estado intervenidos por una gestión pública, en la que, para el caso de Río Cuarto, ha sido fundamental durante el período estudiado el rol del Estado en la conformación, habilitación e integración de los espacios adecuados para que las actividades consideradas culturales y artísticas se produzcan y desarrollen de manera democrática, equitativa y diversa.

En esa línea, Daila Prado comenta que los primeros años de democracia se reunían en la Biblioteca Popular Mariano Moreno, y que nunca tuvieron inconvenientes, sino más bien por el contrario, eran espacios facilitados por la gestión pública. Luego, cuando se le repregunta por los espacios como lugares de encuentro, responde que no recuerda muchos que sean privados, pero sí que, en general, buscaban reunirse en espacios abiertos para ir al encuentro con otros. De manera similar, Mayra de Paco rememora dos acontecimientos relevantes del arte y la cultura local ligadas a lo espacial. El primero de ellos, sobre una caravana artística que recorría el Boulevard Roca hasta llegar a la Estación de Tren del Andino, donde quemaban un gran Rey Momo, confeccionado entre artistas locales para celebrar el día del actor. El otro acontecimiento fue una murga organizada mediante la gestión pública de cultura a cargo del Arquitecto Ramallo, el cual hizo un recorrido similar.

Así entonces, las experiencias artísticas y culturales durante el período de la transición democrática hasta el presente, son reconstruidas desde un soporte espacial abierto, público y compartido.

Por otra parte, merece una mención especial la ausencia en los testimonios recogidos sobre la recuperación de lugares de la memoria como recurso de resistencia a la fosilización del pasado compartido, que vuelva a integrarse en el

espacio público como un modo de visibilizar y desnaturalizar aquello que ha sido ocultado por el poder (Villa Gómez y Avendaño Ramírez, op.cit.). En Río Cuarto, hay un ejemplo claro de este tipo de espacios, como lo es la ex cárcel de mujeres Buen Pastor, donde desde hace varios años funciona un colegio, pero a su vez se está resignificando como espacio cultural de la memoria. Otro ejemplo podría hallarse en los espacios en los que funcionaban los cines más emblemáticos de la ciudad que actualmente son ocupados por entidades financieras y religiosas. Sobre estas advertencias procuramos indagar durante el transcurso de la investigación.

Lo local y lo nacional: el arte y la cultura como expresión/construcción de localismo frente a las representaciones de lo nacional.

Río Cuarto, por su ubicación geográfica en el centro del país, ha sido a lo largo del tiempo un territorio de enorme circulación de personas y personalidades del arte y la cultura. De algún modo, tal como refieren en sus testimonios los entrevistados, esto fue generando una suerte de tensión entre los marcos de legitimación del arte y la cultura local en función de lo aprobado/consagrado a nivel nacional. Cuestión que se puede dilucidar con gran claridad en el uso de los espacios y las relaciones sociales, políticas y culturales que los reconfiguran.

Así, por un lado, los espacios locales que legitiman el arte son aquellos usados por artistas nacionales. Y, al mismo tiempo, los artistas locales obtienen mayor reconocimiento en su ciudad cuando han sido legitimados por fuera de ella. Por ejemplo, la utilización del Teatro Municipal para obras de alcance nacional y el lugar que las mismas fueron ocupando no sólo en la grilla de la programación, sino también en la preferencia del público, fueron configurando sentidos de mayor legitimación artística de ese mismo espacio. Igualmente, sobre este aspecto, es muy representativo el relato del periodista Ricardo Sánchez cuando explica cómo se fueron resignificando los espacios culturales durante el período de la transición democrática: Si, ese es el principal elemento distintivo con respecto al periodo anterior y yo lo ejemplifica con nombres en 2 cosas que sucedieron en el Estadio de Central Argentino que solía ser epicentro de mucha de las realizaciones musicales en ese tiempo. Hubo la eclosión con la llegada del

grupo de Juan Carlos Baglietto, que produjo una asistencia de público récord que posiblemente en lugares cerrados nunca se volvió a producir. Pero no mucho tiempo después el grupo Juntos, hizo también un recital allí y juntó una cantidad de personas impresionantes. (Ricardo Sánchez en relación a la presencia en los escenarios locales de artistas reconocidos a nivel nacional).

Por otra parte, la localización central de la ciudad de Río Cuarto, ha permeado el tránsito de los propios artistas y gestores culturales; lo cual, no sólo ha afectado los lugares de la memoria, sino también las percepciones sobre las experiencias compartidas y la formación de identidades. De tal modo, emerge lo político como recurso interpretativo que exhibe como el arte y la cultura se han movido casi a contrapelo de la conciencia de los propios artistas.

En ese sentido, el relato del músico "Pichi" Pérez es un gran testimonial en cuanto a la propia mirada sobre los acontecimientos de la dictadura y la transición democrática sobre las experiencias riocuartenses en distinción con las de otras ciudades:

- [...] Viví la dictadura en Córdoba, el horror de la dictadura en Córdoba. Y sin subestimar la cultura o la información de la gente que la ha vivido en Río Cuarto, -a pesar de que geográficamente estamos tan cerca de Córdoba- siempre digo que en Río Cuarto no se tuvo idea de lo que fue la represión en Córdoba. Fue una cosa espantosa.

El relato desde el presente sobre un acontecimiento histórico-político traumático del pasado compartido, engrosa y complejiza las percepciones colectivas de una comunidad artística y cultural que, en términos generales, fue tomando conciencia de los mismos paulatinamente en el transcurrir de los años. Este componente reflexivo, en el que los entrevistados reconstruyen escenarios en los que tratan de explicarse y de fundamentar no sólo los hechos sino las propias acciones, intenta repensar la historia y valorarla a partir de concepciones ideológicas actuales.

Una referencia clara a esta idea, la expresa Daila Prado, cuando establece una

asociación entre la propia literatura y el contexto histórico-político rememorado:

- La verdad que yo mirando algunos textos míos, digo caramba, de qué manera tan impresionante nos permeaba. No, no, es que eran cuentos de encierro, de horror. No digo de terror, porque no, no. Pero también eran... Eran metáforas de la oscuridad. Y no había otra. Y se leía como tal, igual que lo habíamos leído en los siete años que había durado la dictadura, que no se podía escribir si no era con metáfora. [...] Y lo que pasa es que, insisto, no nos cabía ni en la cabeza ni en el corazón que eso hubiera sucedido y que los desaparecidos eran desaparecidos. Y parece mentira.

Finalmente, la ubicación geográfica del propio territorio torna al espacio como lugar de la memoria que construye identidad a partir de la tensión entre lo local y lo nacional. Daila Prado, en su relato sobre la memoria del arte y la cultura local, sintetiza esta idea sobre un Río Cuarto más endogámico, que se cierra a sí mismo, y otro Río Cuarto más abierto al tránsito y al encuentro con otros artistas:

- Creo que no hay que olvidar y no es posible hacerlo, que Río Cuarto ha sido frontera durante siglos [...] Y me parece que eso ha marcado de una forma indeleble, en todo sentido, a Río Cuarto. Lo ha marcado para lo que puedo considerar bien y lo que puedo considerar no tanto. Lo bueno es que ha permitido una circulación de personas de tan distintos ámbitos... de extranjeros, de diferentes extracciones sociales... Por acá pasaba y a veces recibía, todo el mundo, personas tan variadas, tan variadas, que la globalización era un hecho aún sin serlo. Y me parece que eso de alguna manera, que es muy difícil percibir y detallar, y reseñar, me parece que sigue estando presente. Por otra parte, es una paradoja porque esto mismo que estoy diciendo debería contraponerse a esta idea de que Río Cuarto es como una ciudad encerradita [...] Pero Río Cuarto tiene una impronta que me parece que es muy propia.

Los lugares de la memoria como albergue de los grandes referentes locales.

Si bien los entrevistados aluden a los grandes referentes artísticos y culturales porque responden a los criterios de las entrevistas, es interesante sin rememoración como bastiones de la memoria que legitiman la actividad artístico-cultural de la ciudad. En ese sentido, los mecanismos de legitimación no sólo están dados por el reconocimiento de lo espacial como esfera pública consagrada donde el arte se desarrolla, sino también en la resignificación simbólica que obtiene a partir de la actuación de sus grandes referentes. Es decir, los espacios simbólicos adquieren relevancia por las personalidades destacadas, y de reconocimiento público más allá de lo local, que los han ido atravesando. Así, el devenir de las experiencias en el tiempo, van modelando la propia mirada de ese otro que ya no está, pero que dejó su marca, su huella, su nombre, en los lugares de la memoria.

Probablemente, uno de los mayores exponentes de esta idea sea el escritor Juan Filloy, aunque claramente no es el único. Pero, además, esta construcción simbólica de los referentes del arte y la cultura local que van pincelando los lugares de la memoria, no sólo se hallan motivados por sus altos niveles de calidad artístico-profesional, sino que se sustentan, fundamentalmente, en su cualidad afectiva. Así, por ejemplo, Mayra de Paco menciona a Susú Abella como la gran artista que no sólo fue de gran influencia formativa en ella y en sus compañeros del teatro, sino también como la persona que la recibió, acogió en su llegada a la ciudad.

- Bueno, ni bien llegué fui muy bien recibida por Susú Abella, que me abrió sus brazos y su corazón. En seguida como que me hizo sentir parte de todo lo que ella estaba haciendo. Me convidó a su espacio y me presentó a su gente. [...] como te digo, hay dos pilares, hay dos personas que para mí son y fueron fundamentales, y que no tienen que ver con su virtuosismo artístico sino con esta capacidad de construir, de generar, generosamente, caminos para otres, que son Carlos Ezquerro y Susú. Eso desde que, por mi parte, fueron

absolutamente bondadosos y demostrando esta importancia del teatro compartido y también de sacar el teatro a todas partes ¿no? [...] También fue muy importante la comedia y tenemos también, así, como la Chochi, que es emblemática, que cada vez que yo voy a Córdoba me dicen ¡Ay allá la tenes a la Chochi! Y que sigue siendo así, como un emblema de actriz de comedia.

Desde el humor gráfico, Jericles establece un gran recorrido por sus grandes referentes nacionales, pero también menciona especialmente a sus compañeros de Río Cuarto, los cuales están señalados desde una marca afectiva. Entre otros, nombra a Ángel Vieira como un referente local, no sólo por la calidad de su actividad artística y cultural, sino también por su trato emocional:

- El Ángel no trabajaba en el diario en sí, pero sí era un tipo muy accesible y de llegada muy afectuoso, y fue otro que también colaboró para que uno se sintiera bien acá en Río Cuarto. Y después estaba Gabriel Yabar, con su historieta y Mussolini. Eran los dos icónicos que estaban en Río Cuarto, que ya hacían humor desde tiempo atrás

En un sentido similar, lo hace Daila Prado al referirse a Susana Dillon:

- Susana Dilon aparece también en esos años, en los 80 todavía, claro. Si si, yo la conozco cuando María Victoria era una niñita. No bebe, pero hacía muy poco que se le habían entregado. Para mí significó alguien sumamente importante y valioso, una referente. Ya en aquel momento yo me daba cuenta de que iba a ser para mí una mujer absolutamente importante. Y lo fue. Y lo sigue siendo.

Todo ello, va dando cuenta de que no hay una sola, única y homogénea memoria colectiva, sino que cada artista y gestor cultural va construyendo la suya y la comparte con su grupo más inmediato. Es una memoria que se va reconstruyendo en relación a la mirada de un otro sobre un pasado compartido, pero desde percepciones y experiencias diversas. Por tal motivo, es también una

memoria que necesariamente debe concebirse de una apertura, no sólo a la información aportada por esos otros y otras, sino también por las otredades emanadas del devenir del tiempo.

MEMORIA COLECTIVA Y TERRITORIALIZACIÓN: REFLEXIONES EMERGENTES EN EL ÁMBITO DE LA CULTURA DIGITAL

Recuperar las voces de los actores artísticos y culturales de la ciudad de Río Cuarto, investigar el trazado cultural desde sus experiencias, nos acercaron a la comprensión de la significación del espacio público como lugar de encuentro con los otros, lugar de construcción de representaciones situadas.

Entender que en el encuentro colectivo se juegan las miradas con los otros, construyendo cierta organicidad y el sentido de compartir un proyecto, permitiendo jugar entre ese proyecto, la diferenciación de compartir o no una adscripción identitaria. Entonces hay otros como yo y yo soy uno entre otros, pero también yo soy distinto a otros. Así, el yo tiene como referencia su propia historia, pero también las miradas ajenas, articulando su propio reconocimiento y el reconocimiento que le brindan los otros (Reguillo, 2013).

Tomando a Grillo (2016) entendemos que los sujetos son parte del entramado social y, como colectivo sociogeneracional, presentan sus peculiaridades, donde los consumos culturales constituyen el conjunto de elementos y prácticas socioculturales de las cuales se van apropiando a partir de su valor simbólico, más que de su valor de uso.

Estos consumos determinan modos de acción y median sobre la identidad social al mismo tiempo que actúan como elementos de distinción singular. La identidad cultural se sostiene en la memoria colectiva a través de las tradiciones, historia, relaciones sociales cotidianas y códigos comunes que proponen una manera de categorizar el mundo. Los sujetos reconstruyen las bases de la historia en el trazado entre las historias individuales, compuesta por fragmentos importantes de su identidad y por los momentos de su cotidianidad. Estudiar los procesos de

reconstrucción de la memoria colectiva del arte y la cultura de la ciudad de Río Cuarto, desde el advenimiento de la democracia hasta el presente, nos moviliza a no poder desconocer la introducción casi silenciosa e imperceptible de una cultura mediada por las redes sociales en la vida de los sujetos, marcando curiosamente un modo de transformación a modo revolucionario de los espacios sociales y culturales, sin ocasionar el ruido de una revolución, efecto que al introducirse con esta modalidad hace más dificultoso el análisis de las transformaciones que van marcando a los sujetos y dejando huellas.

Recuperando nuestra categoría conceptual: noción de territorio. Es que necesitamos poder preguntarnos cómo la transformación de las experiencias desde la cultura digital, comienza a crear nuevos sentidos de lugar, donde lo físico (cuerpo) se mezcla con la interfaz, creando así una nueva territorialización. Scolari (2018) plantea que la interfaz se transforma en un entorno donde se traducen los encuentros entre los sujetos, mediados por nuevas dimensiones como la convergencia digital, instalando nociones de espacio y tiempo que presentan la posibilidad de estar conectados todo el tiempo desde lugares distintos, y participando en diferentes espacios que marcan en la continuidad de la navegación, introduciendo la posibilidad de la no interrupción sino de pequeños detenimientos que son recuperados rápidamente.

Es el lugar donde se produce la interacción, es una zona de frontera entre el mundo real y el virtual. Pero ¿Se puede seguir pensando en dos mundos, si cada vez más las interfaces son lugares de intercambio y movimientos que se van naturalizando? ¿O ya es tiempo de que empecemos a pensar desde una convergencia de lugares, donde se crean experiencias en la que la percepción del mundo y del sí mismos se da a través de la relación con el otro y con la imagen que ese otro crea de nosotros, en esta nueva territorialización social?

La experiencia en las redes sociales expresa un espacio que tiene contornos más amplios, produciendo una representación que contempla un nuevo sentido de lugar. Revisando la tesis de Meyrowitz (Lemos, 2010) sobre el nomadismo en las redes sociales, se puede pensar que las redes no sólo crean un sentido de lugar, sino que, además, al señalar transparentan, visibilizan la ubicación espacial,

transmitiendo imágenes y narrativas complejas y globales del mundo. Los medios contemporáneos, al ser globales, telemáticos y electrónicos crean nuevas concepciones de lugar, expandiendo la percepción espaciotemporal y produciendo un "nuevo sentido de lugar" y "un nuevo sentido del yo" (Lemos, op.cit.). Estas nuevas prácticas nos llevan a preguntarnos cómo operan estas estrategias en las interacciones sociales en el momento que nos interesa investigar: los procesos de construcción de la memoria colectiva del arte y la cultura de la ciudad de Río Cuarto.

Cuando lo público estaba marcado por espacios facilitados por la gestión pública, por ejemplo, entre las paredes de la Biblioteca Mariano Moreno, como lugar de reunión, de encuentro, hoy esas paredes, al situarnos en estas reconstrucciones que introduce la cultura digital, por medio de las redes sociales, nos interpela a pensar en nuevos escenarios que se organizan y se reconocen desde el movimiento, marcando ejes sustantivos de transformación, armando parámetros de trayectorias itinerantes, constituyendo una representación social que no parte de la idea de estar en un continente o un lugar, sino de ser un navegador de conexiones, donde se generan diversas y heterogéneas experiencias. (Lerner, 2015).

Así, se plantea que existe una relación mutua entre cultura y tecnología, como una malla o una red que se compone de las interacciones que se van operando entre sujetos y medios y moldeando mutuamente (Igarza, 2012). Por esto, podemos ir pensando que los intrincados rizomáticos que conforman la relación sujetos-cultura digital, van creando mapas donde se construyen experiencias que definen nuevos territorios y nuevas configuraciones temporales de los mundos culturales (Reguillo, op.cit.).

¿Cómo se va incorporando en las prácticas artísticas la ubicación del otro en tiempo real? ¿Cómo estos recursos digitales van integrándose a las prácticas sociales y cómo determinan en la construcción de memoria colectiva? ¿Cómo impregnan estas características espaciotemporales en el arte y la cultura? ¿Se podría estar planteando cambios de las vivencias de la temporalidad desde lo que las redes imponen? ¿Cómo se construye el proceso memoria colectiva, arte y

territorio/territorialización en estas trayectorias en red? ¿Cómo se van presentando las experiencias de búsqueda, de producciones artísticas y culturales dentro de los territorios digitales?

REFLEXIONES FINALES

Para poder acercarnos a conocer la relación entre memoria colectiva, arte y territorio/territorialización, en tanto espacios sociales y culturalmente construidos trabajamos con el análisis de cinco entrevistas en profundidad, cada una de las cuales arroja diversas percepciones sobre el espacio local como lugares de la memoria colectiva del arte y la cultura riocuartense. Tomamos como categoría conceptual la noción de territorio, entendiéndose cómo se juegan en el espacio las relaciones sociales y culturales con la dinámica constructiva del arte y la memoria colectiva.

Las entrevistas nos llevaron a recuperar algunas representaciones de escenarios marcados por las experiencias y significaciones singulares de los actores sociales,encontrándonos con, al menos, dos especialidades que inciden diferencialmente en los procesos de reconstrucción de la memoria colectiva: por un lado, lo privado expresado desde sus representaciones infantiles que aluden hacia un período anterior al estudiado. Y, fundamentalmente, por el otro, los espacios públicos que son los que adquieren mayor relevancia en tanto se hallan atravesados por una noción de *encuentro* con los otros, dentro de espacios socialmente construidos por los espacios de la gestión pública de la cultura riocuartense.

Así como pudo observarse que durante la transición democrática se fueron resignificando los espacios públicos del arte y la cultura a contrapelo de la conciencia de los propios artistas, también nos preguntamos si esta idea pueda extrapolarse hacia la configuración de los espacios públicos en el presente y en el futuro, teniendo en cuenta los avatares de la cultura digital que habitamos.

Finalmente, teniendo en consideración que la selección de las entrevistas analizadas, forman parte de un corpus mayor de testimonios, y atendiendo a esta instancia inicial de nuestro estudio, es que dejamos abiertos nuevos interrogantes

sobre los que es menester avanzar en relación a los lugares de la memoria colectiva del arte y la cultura de Río Cuarto. Particularmente, una posible continuidad, está motivada por una indagación sobre aquellas espacialidades no nombradas en los testimonios, pero que, sin embargo, conservan cierta materialidad simbólica en la ciudad, En ese mismo movimiento, nos interrogamos también acerca de cómo las configuraciones espaciales emergentes se pueden tensionar con las acciones de artistas emergentes que acuden a lo público como posibles vías de legitimación.

BIBLIOGRAFÍA

- BENJAMIN, Walter (2008) [1936]. El narrador. Introducción, traducción, notas e índices de Pablo Oyarzún R. Santiago de Chile, Ediciones Metales Pesados. BETANCOURT ECHEVERRY, Darío (2004). "Memoria individual, memoria colectiva y memoria histórica. Lo secreto y lo escondido en la narración y el recuerdo". En A. Jiménez Becerra y A. Torres Carrillo (Comps.). La práctica investigativa en ciencias sociales. (pp. 123-134) Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional
- CHAVEZ ORTÍZ, Trinidad (2008). Tiempo y espacio, territorio y memoria (reflexiones desde la antropología). En Revista Universidad de Sonora, N°21. Disponible en: http://www.revistauniversidad.uson.mx/revistas/21-Tiempo%20y%20espacio%20territorio%20y%20memoria.pdf
- GRILLO, M. (2016). Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea.- Consejo de Decanos de Facultades de Ciencias Sociales y Humanas. PISAC-Programa de Investigación sobre la Sociedad Argentina Contemporánea. CLACSO.
- HALBWACHS, Maurice (2004) [1968] La memoria colectiva. (Traducción de Inés Sancho-Arroyo). Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- 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. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.
- LEMOS, A. (2010) Cultura de la Movilidad. En Nomadismos Tecnológicos Dispositivos Móviles. Usos Masivos y Prácticas Artísticas Compilación:

Giselle Beiguelman y Jorge La Ferla. Barcelona, España. Editorial Ariel

- LERNER, H. (2015) *Ser o Estar Adolescente. Interrogantes y cuestiones de la contemporaneidad*. En Rother Hornstein (Ed). *Adolescencias contemporáneas. Un desafío para el psicoanálisis*. Psicolibros Ediciones. Buenos Aires.
- ONTAÑÓN, Antonio (2014) "Memoria colectiva, arte y ciudad". Viento Sur N°135, pp.74-84. Madrid. Disponible en: https://vientosur.info/wpcontent/uploads/spip/pdf/VS135_A_Ontanon_Memoria_colecti va_arte_ciudad_.pdf
- PINEDA, Edith Kuri (2017). La construcción social de la memoria en el espacio: una aproximación sociológica. En *Península Vol.XII, n°1,* enero-junio 2017, pp.9-30. Disponible en: http://www.revistas.unam.mx/index.php/peninsula/article/view/58261/51706
- REGUILLO, R (2013) Culturas Juveniles. Formas políticas del desencanto. Siglo veintiuno. Editores. Bs. As
- SCOLARI, C. (2018) Adolescentes, Medios de Comunicación y Culturas Colaborativas.Universitat Pompeu Fabra - Barcelona
- URDA PEÑA Lucila (2016) "La necesidad del arte y su papel como instrumento para la construcción de la memoria colectiva". Arte y Ciudad - Revista de Investigación N° 9 – Abril de 2016, pp. 91 - 104
- VILLA GÓMEZ, Juan y AVENDAÑO RAMÍREZ, Manuela (2017). "Arte y memoria: expresiones de resistencia y transformaciones subjetivas frente a la violencia política". Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 8(2), pp. 502-535. DOI: http://dx.doi.org/10.21501/22161201.2207

SALUD MENTAL, MEMORIA Y POLÍTICA. IMAGENES DE LO MANICOMIAL EN EL ARTE CONTEMPORÁNEO ARGENTINO

Milagros Lujan Oberti | Universidad de Buenos Aires
milagrosoberti@outlook.com

INTRODUCCIÓN

La futura ponencia aborda la articulación de los problemas del campo del arte y los de la salud mental, a partir del tema de las imágenes del manicomio en el arte contemporáneo argentino y sus transformaciones actuales. Se sostienen tres hipótesis en relación: 1. Existe un régimen de visibilidad y enunciabilidad que presenta ciertas imágenes e invisibiliza otras y esto permite la persistencia del manicomio como institución; 2. La salud mental es un tema-problema emergente en la actual coyuntura social y se expresa en diversas esferas, como el arte; y 3. El arte se presenta como un potencial lugar de politización de la salud mental y de memoria del manicomio.

En este encuentro de campos en mutación, el manicomio resulta un elemento arcaico, en términos de Williams (1988), hasta para ciertos grupos saldado, y sin embargo está vigente; sea en una Ley que promulga su cierre (Ley Nacional de Salud Mental 26.657) o en el ámbito artístico a partir del ejemplo aquí retomado, el libro de fotografías *Phyche* (2017), de Pablo Cabado. Dicha producción artística argentina trae preguntas respecto a las imágenes del manicomio en el arte contemporáneo: ¿quién genera estas imágenes? ¿dónde se encuentran? ¿qué usos se hacen de ellas? y ¿qué debates suscitan y devoluciones podemos hacer al respecto? Con ello, se plantean tres propósitos articulados: 1. Indagar las

transformaciones del campo artístico; 2. Preguntarnos por el lugar de la institución manicomial en él; y 3. Afirmar la emergencia de una configuración subjetiva de época interpelada por el malestar, la angustia, el cuestionamiento sobre lo normal y lo patológico, etc. Para llevar adelante esta tarea cartográfica al respecto del arte contemporáneo, tomamos como analizador el ejemplo citado, como una expresión del manicomio en la imagen artística actual. Se destaca que los problemas que guían la investigación se relacionan con la estética, la política, el archivo y la memoria.

Finalmente, de los tres componentes metodológicos principales para la investigación (Vasilachis de Gialdino, 2006), la metodología se nutrió de técnicas de investigación documental basada en datos secundarios (fotografías, archivos varios, bibliografías relevantes, etc.).

Tres palabras clave: manicomio – política – memoria

ALGUNAS COORDENADAS PARA UNA INCIPIENTE CARTOGRAFÍA DEL ARTE CONTEMPORÁNEO COMO LUGAR DE POLITIZACIÓN DE LA SALUD MENTAL Y DE MEMORIA DEL MANICOMIO

La primera coordenada que se propone para pensar y ubicar esta cartografía refiere a la reflexión respecto al arte contemporáneo y su lugar, descripción, objetos y transformaciones. En este sentido, entendemos que es posible describir un nuevo régimen del arte, en términos de Yvez Michaud (2007) el cual es reemplazado por la estética, en la cual la experiencia toma paso sobre los objetos, las obras y los procedimientos. En este sentido, el campo del arte se ha transformado para rendirnos ante la posibilidad de una definición o de clasificaciones del quehacer artístico, así como sus reglas, espacios y figuras. Asistimos a una *desdefinición* del arte, a partir de los devenires de las vanguardias del siglo XX, momento en el cual aparecen sus primeras mutaciones, como un proceso "que se extiende a los objetos del arte y a la naturaleza de la creación: el creador de obras de arte es cada vez más productor de experiencias y los objetos pierden sus características artísticas establecidas" (pp. 11-12). En el meollo de estos problemas y transformaciones, es que nos asentamos para cartografiar expresiones artísticas de dicho régimen, retomando la imagen del manicomio como analizador.

Esta decisión –retomar la imagen del manicomio como analizador–, implica a nuestra segunda coordenada. Se trata de un recorte respecto a lo que entendemos por salud mental o locura por dos motivos. En primer lugar, la persistencia tanto simbólica como material del manicomio es evidente, inminente. Por el otro, se busca enardecer un debate acerca de la existencia aún vigente de dicha institución, lo cual implica también al régimen de visibilidad y enunciación que le corresponde, es decir qué se muestra y qué se dice de ella. Esto implica abordar aquellos problemas que suscita la imagen del manicomio en el arte, tanto en relación a la política, como a la memoria.

Dentro de esta clave de lectura, se afirma a la salud mental como una preocupación emergente. Se manifiesta en: leyes, legislaciones, terapias múltiples, promesas de las neurociencias, reclamos de despatologización de cuerpos y disidencias, imperativos de felicidad, sufrimiento en redes sociales, tasas de suicidios que suben y se expanden a diversas franjas etarias, el alza y acostumbramiento al consumo de psicofármacos, etc. Esta contingencia está signada por la razón neoliberal y una cultura del malestar. El primer término refiere a la fábrica subjetividades que codifica, induce y mercantiliza deseos, afectos, conductas, padecimientos, discursos, formateando estilos de vida (Gago, 2014). El segundo, corresponde a la afirmación al respecto de que el neoliberalismo no se reduce a un modelo económico-político, sino que se ha vuelto un modo de vida como una forma de cultura, la cultura del malestar (Murillo, 2012).

Finalmente, nuestra coordenada termina de entrar al aseverar que “esta angustia en realidad exige ser leída en términos culturales” (Fisher, 2017, p. 23), comprendiendo que se encuentra vacante la indagación por la salud mental en el arte contemporáneo y la cultura en general.

El encuentro de estos dos campos de problemas y metamorfosis emergentes, nos permite asentarnos entonces en que la salud mental es un tema-problema emergente en la sociedad, que se expresa en la esfera del arte contemporáneo, entre otras, al mismo tiempo que el arte se vuelve lugar de politización de la salud mental y de memoria del manicomio. Con lo dicho, ya que se trata de reflexionar al respecto de las transformaciones, perspectivas y herramientas del campo del arte y de la estética para *hacerle preguntas* al campo de la salud mental desde la

indagación de la imagen del manicomio, hemos retomado tres problemas claves actuales de arte que nos guiarán cual líneas de demarcación en las coordenadas planteadas.

Por un lado, la ética de la imagen, pensada a partir de la reposición de las propuestas de Didi-Huberman respecto de la imagen, "para saber hay que imaginarse [...] no invoquemos lo inimaginable" (2004, p. 17). Se exige la tarea de abordar la ética, entonces, aunque inadecuada o fragmentada, vuelta visible y contable de acontecimientos necesarios y urgentes de lo imaginable, pese a todo. Nos debemos, como sociedad, ver imágenes del manicomio que nos afecten, fragmentos arrebatados desde su interior, desde quienes allí se encuentran, imágenes *desde el* manicomio, más que *del* manicomio.

Por otro lado, indagamos el problema que aborda la relación entre arte y memoria, a partir del "giro" hacia la consideración de la obra de arte como archivo y el interés consolidado en los artistas por la memoria. Comprendemos que se tratan de memorias individuales, culturales, históricas o de apertura de significado a lo que en un inicio aparecería como cerrado, terminado, hermético, impenetrable. Hay una búsqueda de transformación del material histórico oculto, fragmentado o marginal en un hecho físico y espacial (Guasch, 2005).

Finalmente, las articulaciones y debates al respecto de la memoria, el archivo y la política, a sabiendo de que se tratan de discusiones presentes e inescindibles, particularmente, en el ejemplo que se presenta en este escrito. En línea con Fortuny (2014), en la historia de nuestro país, el arte ha resultado un modo de tramitar individual y socialmente las violencias, produciendo artefactos que configuraban lo estético y lo político, la memoria y la historia, volviendo inseparables la política de la memoria y la memoria de la política, en particular, en aquellas cuestiones relacionadas a la última dictadura cívico eclesiástica militar y a la violación de los derechos humanos.

Por las coordenadas y guías problemáticas repuestas, es que se propone un ejemplo en particular, *Phyche,* un libro fotográfico del Hospital Neuropsiquiátrico Braulio A. Moyano, de Pablo Cabado del 2017, el cual nos permite avanzar sobre los debates de la memoria y el archivo, sin olvidar las discusiones al respecto de la política.

PSYQUE. ARCHIVO DEL MANICOMIO, MEMORIA DEL PRESENTE

Psyque es un libro objeto de fotografías artísticas editado en 2017 por el fotógrafo argentino Pablo Cabado, quien dedicó cuatro años de su vida a retratar un enorme laboratorio, cerrado bajo llave y sin acceso al público, que está en el Hospital Neuropsiquiátrico Braulio A. Moyano. En este gabinete trabajó desde 1900 y por más de 50 años, el psiquiatra alemán Christofried Jakob, fundador de la escuela neurobiológica argentina-alemana. Arribó al país con la promesa por parte del Estado argentino de brindarle cientos de cuerpos y cerebros por año para poder realizar sus investigaciones, en contraposición a su país de origen donde solo recibía tres anualmente (Cabado, 2017). Sin embargo, este no es un libro sobre esta figura que hoy en día vuelve a estar en boga y reposición por parte de escuelas de psiquiatría, como tampoco meramente del antiguo Hospital de Alienadas.

Una primera afirmación que realizamos es que se trata de una producción artística que se amplía, que se expande y que es un libro de fotografías artísticas sobre la institución manicomial actual, realiza un retrato de los crímenes que la ciencia moderna ha cometido –y comete– hacia las personas entendidas como diferentes y que son quienes han corporizado dichos discursos. Aunque también el libro se compone de materiales de archivo y documentales, es indiscutible que son las imágenes del laboratorio uno de los atractivos principales de semejante producción artística. Accediendo legítimamente a un espacio cerrado y oculto, este libro objeto se expande dilatando su sentido inicial; por ello afirmamos que es mucho más amplio, de lo que se espera a priori.

En segundo término, no realiza una interpretación fascinada o morbosa de los documentos de la ciencia de una época, ni evoca a una figura excéntrica obsesionado con los cerebros de la región, tampoco realiza una historia de los procedimientos o tratamientos propios de un contexto signado por el pasaje del siglo XIX al XX en la producción de conocimiento. Sino que el artista realiza un trabajo desde el interior de estos documentos, así como desde el interior del laboratorio del cual sale y se expande.

En tercer lugar, esta expansión no solo se da por estas dos afirmaciones, sino que

el sentido se dilata al configurar un testimonio visual pertinente tanto para la historia como para el arte y, por ende, para el conjunto social. Esto se da porque el libro amplía una cantidad de imágenes que no han estado previamente a disposición, refutando un inimaginable en múltiples sentidos. Expone por primera vez las imágenes de este reservado laboratorio; pero también permite acceso público a unas imágenes históricas de un hospital –una institución–, la cual no es fácil ingresar o, si quiera, mirar.

Bajo estas clave de lectura sobre la amplitud, la expansión y la dilatación, podemos encontrar tanto en las imágenes tomadas, como el archivo rescatado y el texto que acompaña, una apuesta por una visualización y resignificación política de la memoria del manicomio. Se trata de un elemento sociocultural crucial para la trama en construcción de una memoria del manicomio, que como sociedad nos (les) debemos. En este sentido, una preocupación que recorre el escrito es ¿cómo volver la imagen del manicomio una memoria social? *Psyque* nos permite arribar a algunas respuestas. Con este libro objeto como ejemplo, ensayamos indagaciones, que se ordenan de la siguiente forma: 3.1. La narración que propone y con ello la organización del sentido, 3.2. La clasificación establecida; y 3.3. Tres tipos de imágenes utilizadas.

Finalmente, se comprende la propuesta del artista como una reconstrucción de la memoria cultural. Memoria, de la cual, es parte el manicomio y quienes allí han transitado, muerto y/o desaparecido.

LA NARRACIÓN DE *PSHYCHE*

La narración propuesta por Cabado, que se muestra en la disposición de las fotografías, comienza con el presente, aunque si llegamos a este libro, sabemos que se remontará cien años hacia atrás: al inicio se muestra el edificio actual, pero con sus exteriores en blanco y negro, manifestando la pesadez de la institución y del tiempo detenido como rasgo característico de la lógica manicomial. La locura ya se trata de ojos fuera de órbita o bocas destentadas; sino de patios descuidados, muros húmedos, paredes derrumbadas y alambres de púas. A continuación, estas imágenes son contrapuestas con otras dos, indudablemente antiguas, una de ellas del cuerpo médico de la época compuesto solo por hombres y la segunda de mala

calidad de una de las primeras construcciones del hospital. Ambas fotografías componen el contraste que se le antepone a la serie de fotografías actuales.

Por otra parte, Psyche no sigue una organización sincrónica temporal, al no estar organizadas por periodos históricos, pero si convoca a una organización lógica espacial, de afuera hacia adentro. El recorrido propuesto comienza con imágenes externas de la institución, luego transita los pasillos, se detiene especialmente en el laboratorio, posteriormente llegan imágenes de preparados humanos y cerebros, y termina con fotografías de archivo de retratos de mujeres que ingresaron al hospicio en 1925. Estas últimas fotos son las únicas que muestran cuerpos vivos al momento de ser fotografiados: sus ojos nos miran, sus bocas se abren o se cierran, sus cuerpos no pueden quedarse quietos.

El presente invita a hacer el recorrido histórico, pero sin abandonar una clave de lectura a contrapelo, coyuntural, desde donde debemos interpelar a las páginas que siguen. Las escalas de grises no solo acentúan la densidad del espacio, también rememoran el pasado en el presente. Sacadas como fotos antiguas, son imágenes actuales. Y en la contraposición con las imágenes antiguas, realizan una apertura del diálogo entre el pasado y el presente. Sin embargo, la organización no responde a una lógica temporal – aunque implica un dialogo– sino espacial y humana. El diálogo principal es entre el espacio y los sujetos, entre lo que ha hecho ese espacio con los sujetos, entre los procesos y procedimientos de subjetivación dadas por la disposición del espacio. Al respecto de la narración propuesta, la entendemos como aquella abierta a nuevas reposiciones y recombinaciones, a una lectura inagotable que brinde un nuevo significado al archivo (Guasch, 2005), enfatizando aquellas que apelan a la memoria y el presente, que dialogan para generar modificaciones hacia el futuro. Revisamos estas fotografías "menos como documentos que como artefactos sociales, cuya verdad no reside en la adecuación a un suceso objetivamente registrado sino en su particular construcción, en las estrategias y los procedimientos de producción de sentido que animan estas memorias fotográficas." (Fortuny, 2014, p. 14). Esto implica una organización y montaje que no escapa al profundo vínculo de la fotografía con la política, por su dimensión histórico-social siempre presente (Fortuny, 2014). Los procedimientos seleccionados por el artistita para lograr una particular organización y montaje logra una puesta en común de los visibles a destacar –bastante inédita en lo que respecta a las imágenes del manicomio–,

abriendo el archivo a una resignificación política de la memoria del manicomio, capaz de convertirse en un instrumento crítico. “El arte contemporáneo está hecho de múltiples devenires. Entre ellos, el ‘devenir documento’ ocupa evidentemente un lugar significativo” (Didi-Huberman, 2008, p.61).

Reponer lo dicho hasta aquí, a partir de diálogos que se van expandiendo en una clave artística, histórica y social, implica recuperar un concepto de memoria, como aquel que rehabilita los diálogos entre pasado y presente, venciendo al olvido mediante la recreación de la memoria misma (Guasch, 2005). Al volver a nuestras afirmaciones iniciales; es decir, que el manicomio no se configura como un tema urgente para el conjunto de la sociedad, lo traducimos en términos de que el manicomio está en el olvido; y sin embargo, efectivamente persiste. El temor de esta vigencia no implica una repitencia o reiteración de un acontecimiento, sino una advertencia al respecto de que esta institución no forma parte de los marcos de visibilidad social, y al no formar parte de ello, seguirá estando allí, no podrá dejar de ser. El artista en este caso está produciendo un documento, al contemplar un acontecimiento que interviene y reinventa, aspirando a hacer del mismo un instrumento crítico.

Nos preguntamos entonces ¿es posible que un hecho sea “memorable” si aún acontece? ¿Cómo se vuelve memoria un presente? Podemos comenzar a indagar algunas respuestas a partir de *Pshyche*: producción artística como instrumento critico social que nos dice que *esto ha sido*, mientras afirma *que aún está siendo*. Las interpretaciones y reconstrucciones pueden ser múltiples, pero aquí indagamos las que acentúen, desde la memoria, que justamente el manicomio *aún está sucediendo*. Es por esta intención política que recae sobre la memoria que la narración que se realice de los archivos es tan pertinente y nunca neutral.

LA CLASIFICACIÓN CRÍTICA DE *PSYCHE*

Si meramente describiéramos la clasificación realizada por el artista aseveraríamos que se trata de una serie homogénea en su contenido temático –un manicomio en particular–narrada de modo discontinua en el tiempo, pero ordenada lógicamente en el espacio – de afuera hacia adentro–. También, que se presentan de modo artístico y bello fotografías de la arquitectura de la institución, del laboratorio, de los objetos y los archivos de época (libros, actas, cartas y retratos),

así como algunas otras imágenes que permiten contextualizar la época. Sin embargo, al ser la narración una acción no neutral, comprendemos que puede ser entendida en términos de propuesta critica, al menos en lo que este libro objeto propone. Ejemplo de ello, es la decisión de agregar hacia el final un retrato del Cacique Inacayal, luego de un breve texto denominado "La tragedia científica del cacique Inacayal", quien nunca caminó los pasillos de esta institución, sino los del Museo de Ciencias Natural de la ciudad de La Plata (Buenos Aires, Argentina).

Con lo dicho, entonces, comprendemos que esta narración en la disposición, elección y organización de las fotografías y documentos históricos permiten una crítica hacia el presente. Si "archivar es seleccionar para conservar lo esencial que hace sentido y podrá de nuevo hacer sentido cuando lo necesitemos" (Michaud, 2007, p. 147), es decir, implica definir lo que hay que conservar de un conjunto de cosas, que hay que vigilar, salvaguardar, transmitir y todo aquello que no; es justamente este orden y clasificación de del archivo lo que permite acceder al sentido crítico y memorable.

La organización de este archivo, en términos críticos políticos estéticos, está evocando una memoria a contrapelo de la historia; que al no reponer una cronología evolutiva, por ejemplo, genera disrupción en el modo en que se viene comprendiendo, viendo, enunciando o comprendiendo cotidianamente aquello que a priori parecería mostrar, o estamos acostumbrados a ver.

Por ello, en la elección y orden interno de estas fotografías artísticas, la memoria se vuelve un objeto de disputa en el seno de su narración. Interpela al reconocimiento de las memorias del manicomio como "objetos de disputas, conflictos y luchas, lo cual apunta a prestar atención al rol activo y productor de sentido de los participantes en esas luchas, enmarcadas en relaciones de poder" (Jelin, en Fortuny, 2014). Hay una batalla por los sentidos de la memoria que resignifican nuestro pasado y sus silencios; y en dichas batallas juegan diversos objetos culturales y estéticos. En esta batalla interviene *Psyche,* para configurar la memoria en punga, a partir de una otra construcción diferente.

DOCUMENTOS DE LO QUE HA SIDO Y SIGUE SIENDO: IMÁGENES QUE PIENSAN EL MANICOMIO, DESDE EL MANICOMIO

“La imagen surge allí donde el pensamiento parece imposible, o al menos se detiene: estupefacto, pasmado. Ahí, sin embargo, es donde es necesaria una memoria” (Didi Huberman, 2004, p. 56). En *Psyque,* precisamente, la imagen no se detiene: continua. No se espanta: genera memoria y pensamiento; a partir de poner imágenes en aquello que más se resiste: a pensar que esto –el manicomio– *sigue siendo*. Para generar estos efectos afectivos y estéticos, destacamos tres tipos de fotografías clasificadas según aquello que muestran (clasificación propia), caracterizadas por una potencia de pensar al manicomio en tanto implica la construcción de una memoria política, es decir, la disputa por los contenidos, acervos y sentidos de dicha memoria. Estas imágenes son a. los objetos; b. los preparados orgánicos; y c. las mujeres con sus nombres. Recordemos: su potencia está en afirmar que *aquello sigue siendo,* a contrapelo del pensamiento que implica *ya no está, ya no es*.

a. Los objetos

Las fotografías de objetos en *Psyche* crean y abren su lenguaje propio: aparecen para indicar que han caído en el olvido en tanto objetos, pero confirman la persistencia de los discursos que los volvieron herramentales técnicos violentos de subjetivación. El óxido de los instrumentos relata cómo el tiempo ha pasado, pero nos recuerda que la tortura y represión hacia la locura siguen siendo prácticas utilizadas en alguien en este mismo momento, *sin importar cuando esto sea leído*.

En las fotografías de estos objetos se encuentran presentes los dos principios inherentes al archivo: la destrucción y la muerte; y la conservación y preservación de historias subjetivas y colectivas (Guasch, 2005). Son objetos arcaicos en tanto han sido usados por su función médica-psiquiátrica, aunque ahora su propósito es relatar qué es lo que han hecho con ellos y a quienes, debiéndonos permitir hacer historia empática y memoria colectiva.

Se disponen en el espacio como si recién hubiesen dejado de ser usados, da cuenta de su funcionalidad simbólica intacta, son objetos que *siguen siendo*. Sin bien el picahielos no práctica más lobotomías, la búsqueda obsesiva de la enfermada mental está vigente; si bien las tijeras no cortan más pieles, la locura busca ser dominada en otros artefactos e instrumentos; sin bien la máquina de escribir ha caído en desuso, los aparatos digitales pueden perpetúar la misma

violencia en historias clínicas.

b. Preparados orgánicos

Los preparados orgánicos, en tanto técnica e imagen, configuran un archivo científico psiquiátrico por antonomasia. Al no encontrarse la respuesta de la inferioridad y la denigración moral en el exterior (tamaños de extremidades, circunferencias de cráneo, niveles de inteligencia a través de pruebas y aprendizajes), debía estar en el interior, en lo oculto, lo secreto, lo profundo. La desubjetivación que produce el manicomio se acentúa en el preparado orgánico; no por volver a la persona puro documento como la fotografía, sino porque no sabemos en qué las convierte, hacia qué las vuelve el proceso químico del formol que mata, pero no detiene la vida. ¿Veo la muerte, un objeto, una persona, un retazo de cuerpo? Hay muerte, pero una muerte viva que aún es piel, aún es cabello, aún puede sonreír. Son cuerpos frágiles, indefensos, vulnerables cuando no vulnerados, a quienes el proceso biológico del camino hacia la muerte le fue truncado (Raich Muñoz, 2012).

Posiblemente sean las preparaciones patológicas uno de los documentos que más afecte la posibilidad de generar el pensamiento, donde allí más se requiere, más se detiene. *Psyche*, si es recorrido con la apertura hacia la afección, brinda una narración para pensar estas imágenes que intentan paralizarnos. Preparan un marco que asigna recognoscibilidad a las figuras humanas que no están asociadas a las normas que determinan cuales son las vidas dignas de duelo (Butler, 2010). En este reconocimiento, de una realidad perceptible es preciso subjetivarnos y resubjetivar aquella espalda cocida, esa cabeza cortada, una cara dividida en dos. No sabemos si nos estamos encontrando con la muerte, una persona y/o un objeto a la vez; pero es en la materialidad misma del cuerpo donde reside el poder crítico posible de la obra. Por ello, al ver estos cuerpos –o retazos de ellos–, debe emerger el pensamiento que se resiste, que haga pensable a los preparados como sujetos, a los cuerpos en los cuales la muerte no parece tan muerta.

c. Las mujeres con sus nombres

Hacia el final encontramos nueve fotografías –sin encuadrar, retocar o colorear– realizadas por el artista a retratos de mujeres que ingresaron al hospital en 1925. Al

otro lado de la página vemos el otro lado del retrato, donde encuentra el nombre y la fecha, lo cual permite devolver a la vida a estas mujeres por unos instantes, al conocer sus nombres (Bolstanki, en Guasch, 2005), que las miremos y nos miren, que nos hablen y nos devuelvan la mirada. Acciones, afectos y efectos a contrapelo de la propuesta manicomial: su lógica será acostumbrarnos a ver demasiados cuerpos sin nombres, en masa, múltiples, no permitimos que nos hablen ni nos devuelvan las miradas. Es necesario que esos nombres nos hablen, y para que nos hablen, es preciso que nos sean visibles (Rancière, 2008). Sin embargo, el juego de imágenes y sentidos expuestos no termina allí.

La última imagen montada por el artista es una hoja doble que muestra 66 retratos pequeños de 66 mujeres; más niñas, más viejas, más nítidas, más claras, todas en escala de grises y del mismo tamaño, ninguna llama en particular la atención. Así como el gesto anterior había llevado a cabo una singularización de lo que se tiene en cuenta, aquí volvemos a una confusión entre la masa. El anonimato de las mujeres en la imagen se traduce en la funcionalidad de la obtención de este retrato en su marco histórico: documentar, registrar ingresos y egresos, exclusión de perspectiva e identidad, uniformidad absoluta de la institución total, excepcionalidad borrada para siempre, *ser una más, para dejar de ser*.

El libro finaliza mostrando un continuum con su inicio, más que una contracara. No se contrapone la institución a las personas, el afuera con el adentro, lo actual con lo viejo. Más bien, recuerda que esa masa desingularizada, es la que aún habita el manicomio; no el rostro con nombre que nos mira y conmueve. }

4. Algunas palabras finales. *Psyche* en la reconstrucción de una memoria cultural

Emiliano Galende se pregunta en su libro: ¿cómo no vincular los campos de concentración, el exterminio nazi de los enfermos mentales, con las condiciones de segregación y encierro que sustentan los asilos? (1990). Esto trae a colación las reflexiones de Didi-Huberman en *Imágenes pese a todo* (2004) en cuanto a las poquísimas imágenes que le fueron arrebatadas al infierno de Auschwitz. Es que la relación entre el Holocausto y el padecimiento mental es intensamente poderosa, práctica y creativa, productora de tecnologías de destrucción del

cuerpo y la subjetividad, no es solo metafórica o discursiva. Si bien la institución manicomial, a diferencia de los campos de concentración, no son un "secreto bien guardado", no es allí en su secretismo donde reside su efecto, sino en la falta de interés por la situación de quienes allí están por parte del conjunto social no atrapado, a priori, por la lógica manicomial. Su poder se forja en la desvinculación social y cultural, la falta de importancia política, y la no construcción de memoria colectiva. Esto permite seguir manteniendo su condición de inimaginable (de cierto estatuto de vigencia), y cualquier fragmento o retazo que venga desde su interior, producido por lo no hegemónico, serán sus posibles imaginables, serán los archivos y testimonios de lo acontecido.

Por ello, donde la evidencia está puesta en cuestión, debe llegar la propuesta artística, por ello la creación de imágenes desde el presente o el pasado, desde cierto uso de la ficción o el documental debe permitir emerger el pensamiento, la imagen que piensa. "Crear una imagen que sea un mundo en sí misma, con su propia coherencia, su autonomía, su soberanía: una imagen que piensa. O sea, todo lo que puede exigir una imagen del arte" (Didi-Huberman, 2008, p. 59).

El autor del libro logra transformar un material histórico que era tan oculto, como fragmentario y marginal, hacia un hecho físico, material y espacial, además de una apertura y reconfiguración de sentido a la luz del Siglo XXI. A los discursos que lo niegan, hay que arrebatarles estas imágenes, a esa desaparición generalizada, hay que hacerle aparecer palabras e imágenes (Didi-Huberman, 2004). Esto se traduce en volverlo parte del curso de nuestra historia; abriéndolo a nuevas nociones, preguntas, indagaciones y críticas, para con ello, ir hacia su desaparición y volverlo presente, como memoria colectiva y cultural. Estos archivos han sido encontrados y reconstruidos bajo una matriz que hace aparecer el pensamiento. En su génesis, la de la obra de arte como archivo, se encuentra necesariamente la necesidad de vencer al olvido, mediante la recreación de la memoria misma. Si el archivo es lo que permite establecer aquello que puede ser dicho, en términos foucaulteanos, Psyche es una pieza de la reconstrucción de una memoria cultural en relación al manicomio que hoy debe ser dicha, enunciable, visible, imaginable, pensable.

El manicomio es presente. El manicomio está presente. Necesitamos los relatos,

los testimonios, los dibujos, los bocetos, las fotografías, los archivos. Necesitamos las imágenes del manicomio, pese a todo.

BIBLIOGRAFÍA

- Butler, Judith. (2010). *Marcos de guerra. Las vidas lloradas*. Buenos Aires, Paidós Cabado, Pablo. (2017) *Psyche*. China: Photogramas
- Didi-Huberman, Georges (2004). *Imágenes pese a todo. Memoria visual del Holocausto*. Barcelona: Paidós.
- Didi-Huberman, Gorges (2008), "La emoción no dice yo", DIDI-HUBERMAN, POLLOCK, RANCIÈRE, SCHWEIZER y VALDÉS, *Alfredo Jaar. La política de las imágenes*. Santiago (Ch.): Ediciones Metales Pesados. pp. 39-68.
- Fisher, Mark (2017). "Es más fácil imaginarse el fin del mundo que el fin del capitalismo" en *Realismo Capitalista ¿no hay alternativa?* Buenos Aires: Caja Negra Fortuny, Natalia (2014). *Memorias fotográficas. Imagen y dictadura en la fotografía argentina contemporánea*. Buenos Aires, La luminosa.
- Honorable Congreso de la Nación (2010). Ley Nacional de Salud Mental, Ley N° 26.657, 25 de noviembre.
- Gago, Veronica. (2014). *La razón neoliberal, economías barrocas y pragmática popular*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Guasch, Anna Maria. (2005). Los lugares de la memoria. *MATERIA 5*, pp. 157-183.
- Galende, Emiliano. (1990). *Psicoanálisis y Salud Mental. Para una crítica de la razón psiquiátrica*. Buenos Aires: Paidós.
- Michaud, Yves (2007). *El arte en estado gaseoso*. México: Fondo de Cultura Murillo, Susana. (2012). La cultura del malestar o el gobierno a distancia de los sujetos. En *Actas electrónicas del XIV Congreso Argentino de Psicología. "Los malestares de la época*". Salta, Argentina, 12, 13 y 14 de abril de 2012.
- Raich Muñoz, Llorenç. (2012). *Corpografía. El cuerpo en la fotografía contemporánea*, Madrid, Casimiro libros.
- Ranciere, Jacques (2008). "El trabajo de la imagen", en *Multitudes*. Puesto en línea el martes 10 de junio de 2008

- Rancière, Jacques (2009). *El reparto de lo sensible. Estética y política*. Santiago de Chile: IES- Lom.
- Vasilachis de Gialdino, Inés (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Williams, Reynols. (1988). Dominante, residual y emergente. En *Marxismo y Literatura*. (pp. 143-158). Barcelona: Ediciones Península.

REFLEXIONES TEÓRICAS SOBRE LOS CONCEPTOS INDUSTRIAS CULTURALES/INDUSTRIAS CREATIVAS. RUPTURAS Y CONTINUIDADES EN LAS PRÁCTICAS DE CONSUMO POS PANDÉMICOS EN ESPACIOS CULTURALES BONAERENSES

Silvana Pauloni | Universidad Nacional de La Plata
spauloni@hotmail.com

Laura Gómez | Universidad Nacional de La Plata
lgomez@perio.unlp.edu.ar

Leonardo González | Universidad Nacional de La Plata
lgonzalez@perio.unlp.edu.ar

En tiempos de la Web 2.0 donde más que una tecnología es una actitud de los usuarios el ser protagonistas frente a la circulación, manejo y jerarquización de la información, tanto productores como consumidores están provocando que la atención del público sea cada vez mas voluble, por ejemplo se ha perdido la costumbre de prestar atención continua a un canal de TV. En el mundo televisivo la incorporación del control remoto en las propias pantallas, así como la multiplicación de canales, el crecimiento de pantallas de uso individual y las continuas interrupciones publicitarias, entre otros factores; han creado el hábito de la movilidad, ha llevado a las audiencias a ser versátiles, poco fieles, a moverse por impulsos, a aburrirse rápido, a tener poca paciencia o a ser audiencias menos

tolerantes. Esto, consideramos, va unido a fenómenos que afectan las percepciones, los contenidos, los usos y surgimiento de nuevas prácticas culturales en las generaciones jóvenes.

Martín-Barbero (2007) es uno de los autores de origen latinoamericano que reflexiona sobre estos procesos, afirmando que la revolución de la tecnología inserta en las sociedades de hoy no sólo son nuevos instrumentos, nuevas máquinas, sino que es responsable de reconfigurar las relaciones entre procesos simbólicos y formas de producción y distribución, creando un modo de producción directamente asociado a un nuevo modo de comunicación.

El usuario deja de ser un simple receptor de información, consumidor pasivo y sedentario de los medios tradicionales, y adopta un rol activo frente una oferta completa y heterogénea de contenidos que él mismo puede seleccionar según sus necesidades. José Luis Orihuela los denomina prosumidores**,** pues no sólo se convierten en consumidores de medios interactivos sino que llegan a participar incluso en la producción de contenidos (Orihuela, 2000).[30]

La World Wide Web ya es un espacio en constante innovación donde se generan entornos, nuevas prácticas y usos comunicacionales. La revolución digital y el frenético avance tecnológico al ámbito de los dispositivos móviles no hacen más que acelerar y aumentar las hibridaciones intermediáticas. Las industrias culturales se han re acomodando y están conviviendo con lo digital, de estas prácticas se están reconfigurando nuevos consumos culturales con múltiples sentidos.

Sin lugar a dudas, el impacto de la pandemia -generada por el COVID-19- en las industrias creativas, del entretenimiento y la producción cultural plantea una serie de problemas que deberemos tener en cuenta para su análisis, dada la diversidad interna de las industrias culturales y de la producción independiente. Los productores culturales se vieron, por un lado, confrontados con un mayor consumo e incremento en la demanda, no siempre con posibilidad de realizar

[30] Orihuela, J.L. Sociedad de la información y nuevos medios de comunicación pública: claves para el debate. En Nueva Revista. Disponible en Internet en: http://www.unav.es/digilab/nr/ Fecha de consulta: 18 de febrero de 2008.

ganancias, y por otro lado vieron también suspendidas o dificultadas muchas de sus actividades de producción. Nos referiremos a los efectos de la pandemia en la industria audiovisual (entendiendo en esta esfera a la televisión, cine y streaming), en la radiofonía, en la industria gráfica (libros, revistas, prensa diaria y portales de noticias), así como también en el teatro y la música.

García Canclini (1999) examina distintos modelos que se han utilizado para explicar el consumo; entre ellos, los modelos que lo definen como lugar donde las clases y grupos compiten por la apropiación del producto social, o como espacio de diferenciación social y de distinción simbólica, o como sistema de integración y comunicación, o como proceso de objetivación de deseos, o como proceso ritual. De la discusión de estos modelos se concluye que si bien cada uno de ellos es necesario para explicar aspectos del consumo, ninguno es autosuficiente. Es decir, que García Canclini (1993) establece una perspectiva que es concordante con la que sustentan Mary Douglas y Baron Isherwood (1979) acerca de la práctica del consumo cultural. Douglas e Isherwood consideran que el consumo de cualquier tipo de mercancías constituye una práctica cultural en tanto que las mercancías "sirven para pensar" y "sirven para construir un universo inteligible". De igual forma, los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, y contribuyen a la reproducción de la sociedad y a la expansión del capital humano. Asimismo, los valores simbólicos que son conservados en las prácticas culturales y en las formas con las cuales los individuos acceden a un determinado consumo en lugar de otro, prevalecen sobre los bienes materiales (no intelectuales) y de intercambio mercantil. El consumo es, en términos empíricos, una "práctica cultural fundamental que existe en nuestra sociedad y no sólo en relación con los medios, sino en relación con la cultura en general" (Mata, 1993:92). Y se presenta bajo el semblante de un articulador de un sinnúmero de prácticas culturales, que van desde el consumo a la producción.

Según estudios realizados por el Sistema de Información cultural de la Argentina (Sinca)[31] el impacto diferencial de la pandemia para el sector cultural está directamente relacionado con su grado de dependencia respecto de la presencialidad. Esta distinción puede hacerse hacia al interior de algunos de

[31] SINCA. Fuente: CSC (DNCN - SInCA) www.sinca.gob.ar (visualizada el 10/05/2022)

sectores culturales: entre las actividades culturales dependientes de la presencialidad figuran el cine (sector Audiovisual) y los shows en vivo (sector Música), así como los sectores Artes escénicas y Patrimonio material en su totalidad. En este grupo de actividades la caída de la producción durante 2020 fue, en promedio, del 65%. De todas estas actividades la más golpeada fue el cine, cuya caída totalizó un 81%.[32]

Las industrias culturales no solo son parte importante en el sector económico con su rentabilidad en los modelos de negocios, son también parte de un valor simbólico y cultural central en el desarrollo cultural de los países. El concepto de industria cultural, que surgió de un reexamen crítico advenido por los efectos de la producción industrial sobre la cultura, fue re significado a partir de las transformaciones socio histórico que se sucedieron al compás de los procesos de globalización económica y cultural. Desde la segunda mitad del siglo XX se conformó un pensamiento acerca del sector cultural como una esfera que estaría no solo destinada a cumplir una importante función en la economía, sino que sería primordial para el crecimiento cultural de los países.

Sin embargo, en las últimas dos décadas el concepto de industrias culturales sufrió una nueva modificación, virando hacia el de "industrias creativas", que implica a un conjunto más amplio de actividades en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo sustancial. Tienen "un potencial para la creación de riqueza y trabajo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual" (DCMS, 2011: 5).[33] El término que se ha desarrollado en las últimas dos décadas "ha ampliado el ámbito de las industrias culturales más allá de las artes y ha marcado un cambio en el enfoque del potencial comercial de actividades que hasta hace poco se consideraban no económicas" (UNCTAD, 2008: 18)

.

En este contexto en la Argentina, el Poder Ejecutivo dispuso un régimen de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio desde el 19 de marzo de 2020, que se

[32] SINCA. Fuente: CSC (DNCN - SInCA). www.sinca.gob.ar (visualizada el 10/05/2022)
[33] Cohn, G. (2007). "Teoría Crítica", en C. Altamirano, Términos críticos de sociología de la cultura. Buenos Aires: Paidós. Department of Culture, Media and Sport (2001). Creative Industries Mapping Document. London: DCMS.

fue extendiendo con ajustes y modificaciones hasta fin de año. Se fijó la permanencia obligatoria en los hogares de los ciudadanos, exceptuando a los afectados a actividades esenciales. De esta manera, se dispuso el cierre de todo tipo de establecimientos e instituciones artísticas y culturales: cines, teatros, centros culturales, salas de concierto, museos, centros de exposiciones, ferias artesanales, entre otros. Algunas de estas actividades fueron habilitadas parcialmente hacia fin de año, gracias al descenso de la tasa de contagios informada por el Ejecutivo nacional, sujetas a protocolos de limitación de aforo y distancia entre clientes.

Sumidos en una crisis económica que ya era compleja antes de la pandemia, los artistas y productores culturales –tanto del ámbito privado como público, así como las empresas del sector, se vieron en una situación muy delicada. El aislamiento obligó al cierre de todos los espacios y generó una caída abrupta de los ingresos del sector. Frente a esta crisis sanitaria, que desde el comienzo se previó que afectaría especialmente a un sector cultural ya muy golpeado, el nuevo gobierno asumido por la coalición Frente de Todos y, en particular, el Ministerio de Cultura a cargo de Tristán Bauer, delinearon una serie de estrategias y políticas.

El COVID-19 obligó a la sociedad a crear nuevos espacios de convivencia, una nueva normalidad despertó hábitos de consumo en las personas, se aceleró el uso de la tecnología y generó un cambio en las industrias, entre ellas, las industrias culturales, especialmente respecto a la manera de interactuar con el público. Mientras el mundo se encerró, la gente siguió consumiendo cultura desde sus dispositivos, internet fue fundamental, la música reconfortó, el quehacer artístico cultural se volcó a las redes, los hábitos cambiaron y el consumo cultural más aún. En el inicio del confinamiento muchos vaticinaban los cambios que traería la nueva normalidad en el área cultural, entre los que se pueden identificar claramente la virtualización de una mayoría de actividades artísticas culturales, el trabajo remoto, el acceso a nuevos públicos más allá de las limitaciones geográficas, el mundo on line donde la participación de la ciudadanía como espectador de la difusión de los eventos culturales a través de las redes sociales, acentuó la democratización de la cultura.

Se observa a partir de las nuevas prácticas en el campo del consumo cultural, que

hay un antes y un después a partir de la presencia imperiosa de las nuevas tecnologías en las actividades artístico- culturales y se observa una renovación en el diseño de los eventos culturales, las agendas transforman también la manera de investigar, si antes analizábamos por ejemplo la asistencia a los cines para medir el consumo cultural ahora la existencia de las plataformas en internet cambian esa situación debido a los nuevos intereses del público consumidor, lo mismo sucede en música y varios otros tipos de consumos culturales. Esto hace repensar, debido a esta mutación, en los consumos culturales que vivimos de manera acelerada.

Palabras Claves: INDUSTRIA CULTURAL- PRACTICAS DE CONSUMO- COMUNICACIÓN DIGITAL

EL ACERVO A DISPOSICIÓN DEL PUEBLO, EL IDEARIO DE PETTORUTI

Nuestro objeto propuesto en el análisis inicial es el Museo Provincial de Bellas Artes, Emilio Pettoruti. Espacio que surgio en la década de 1920 de la mano del Círculo de Bellas Artes integrado por artistas y amantes de las artes plásticas de la ciudad de La Plata. El Círculo de Bellas Artes promovió la creación de un Museo de Bellas Artes (desde el 2007 lleva el nombre del artista Emilio Pettoruti), que en su inicio fue dirigido por Ernestina Rivademar. Su patrimonio inicial estaba constituido por la Colección del Gobierno de la Provincia (que contaba con tan solo 4 obras) y por la Colección Juan Benito Sosa, donada por el coleccionista en el año 1877 al Gobierno de la Provincia, con la condición de que sirviera de base para la futura creación de un museo público de arte integrado por óleos coleccionados entre 1865 y 1877.

En 1930 fue designado el segundo director del Museo, el pintor Emilio Pettoruti, quien procedió a reorganizarlo, su política transformó la fisonomía patrimonial del Museo que, notablemente acrecentada, dejó de ser una colección provincial para convertirse en una colección de arte argentino con fuerte predominio de obras realizadas por artistas enrolados en el modernismo de las estéticas vanguardistas irradiadas por el Centro Artístico Internacional de París.
Con el devenir de los años el Museo pasó por distintas conducciones y traslados de sus salas de exposición (como el casco de la estancia Pereyra Iraola o el Pasaje

Dardo Rocha, ambos sitios en la capital de la provincia de Buenos Aires). El 29 de abril de 1959, al ser sancionada la ley 6.141, se declara de utilidad pública y sujeto de expropiación el cine Güemes, ubicado en la Av. 51 nº 525 de la ciudad de La Plata, para ser destinado al funcionamiento del Museo Provincial de Bellas Artes. Así, entre 1963 y 1965, el Museo, bajo la dirección del Dr. Ángel Osvaldo Nessi, retomó un papel activo de relación con la comunidad y con el arte de vanguardia de aquel entonces, acrecentando la colección con ese tipo de obras.

Con el regreso de la democracia en 1983 el Museo volvió a construir políticas de participación y vínculo con la comunidad; en 1984 se instituyó el llamado Salón Trienal Provincia de Buenos Aires, nombre que remite a la rotación de las disciplinas cada tres años, y con él se continua la adquisición de obras a través de convocatorias provinciales –y en algunas ediciones, nacionales-, retomando la tradición que caracterizó al Museo desde su apertura en la década del ’20-.

El Salón Trienal pasó a llamarse a mediados de los ’90 Florencio Molina Campos, en homenaje al famoso artista e ilustrador, y a este certamen se le sumaron el Salón Provincial de Arte Joven –pensado como estímulo a los jóvenes artistas bonaerenses en los primeros años y luego de 1992, con premios Adquisición- y el Salón “La mujer y su protagonismo cultural”, que se desarrolló entre los años 1988 y 2004.

A partir del año 2007 se generó también un espacio dedicado al arte contemporáneo experimental, que se inició bajo el nombre de Sala RPM y que ahora lleva el nombre de Microespacio y Observatorio Audiovisual, constituido como un ámbito importantísimo de participación para las nuevas expresiones artísticas inter y transdisciplinares.

Este Museo cuenta en la actualidad con más de 3300 obras pictóricas (ubicándose entre las 10 colecciones más importantes de la Argentina), 5000 volúmenes en la biblioteca “Ernestina Rivademar”, la realización de talleres de conservación junto a la Universidad Nacional de La Plata, la puesta en marcha de programas educativos, cursos, seminarios de historia, áreas de extensión y organización de Salones Anuales para otras instituciones.

Federico Ruvituso es el actual director del Museo Provincial de Bellas Artes, evoca las palabras de Pettoruti al recordar los designios que proyectaba para el flamante espacio: **“**Debemos conseguir, antes que cualquier otra cosa, que el Museo ´vaya hacia el público´. He aquí su primera función dinámica. Y su primera función docente y cultural (...) La gran función docente que debe cumplir un museo americano de arte es educar al pueblo. El arte debe llenar una misión social”.

Es entonces que en la tarea de convertir el Museo en una institución dinámica, moderna y latinoamericana, entre sus grandes planes está el de crear una biblioteca, un primer anaquel de libros sobre la historia del arte argentino, pensado para que el público pueda aprender e informarse sobre el mundo del arte local e internacional. El primer anaquel se inicia con un volumen inesperado, uno que aún se conserva en el Museo. En 1930 Francisco De Santo (1905-1971), artista de veintiocho años, da sus primeros pasos en la pintura, el grabado, la ilustración y el mural; su carrera será diferente a la de Pettoruti, incluirá viajes por Latinoamérica, interés en los temas telúricos, en el realismo, y en el muralismo mexicano. Pettoruti recibe un regalo de De Santo, un cuaderno de impresiones, grabados hechos en sus primeros viajes por el país y en sus tardes en el puerto de Ensenada y en bosque de La Plata. “Aguafuertes y aguatintas de Francisco Américo De Santo” se convierte así en el primer libro de esa biblioteca imaginaria.

No consideramos casual que a noventa y nueve años de la fundación del Museo y preparando el centenario, en el mes de septiembre del 2021 y como parte de las continuas actividades que lleva adelante este espacio cultural, el viejo cuaderno de De Santo fue editado por primera vez de forma digital e iniciando la *Colección de archivo* para acercar, gracias a la virtualidad, la historia del arte bonaerense.

Según Ruvituso, Pettoruti llevó adelante una propuesta expansiva y dinámica de museo, apuntaba a un museo como espacio vivo, sin espacios estancos, dejó la impronta de apertura al interior de la Provincia con una función educativa e identitaria del museo. Esa visión dinámica y aperturista persiste en la actual gestión, y fue columna para sostener al espacio cultural en tiempo de pandemia y en el actual intentando retomar su dinamismo.

El Museo hoy “es un espacio dinámico y para todos, no queremos que haya esa

idea de ´acá yo no entro porque no sé, se encuentran disponibles desde audioguías, apoyaturas textuales grandes y sencillas; es un museo donde entran en diálogo los paisajes y el arte contemporáneo, las presentaciones de libros, perfomance, y la música los días viernes o sábado a la noche, y también es un centro cultural con una importante presencia en las redes" asegura Ruvituso.

Al momento de cerrar este trabajo se proyecta una actividad colectiva a la que se invita a los vecinos de la ciudad a la inauguración del mural colaborativo que comenzó a realizarse el día del acto por los 100 años del Museo y que estará emplazado en su fachada. Con la coordinación desde el Museo de Angie Rodríguez, el equipo de artistas conformado por Victoria Gorgojo, Alejandro Villella, Carolina Cadelli, Dani Sayaman y Verónica Galli trabajaron en la elaboración del mural durante los meses de mayo y junio con visitantes y transeúntes que se acercaron a compartir esta experiencia colectiva.

En sus salas encuentra espacio también la música, con la presentación de solistas y agrupaciones, formaciones como el Coro Pueblo de la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires o el Coro Fénix del Hospital de Niños "Sor María Ludovica" de La Plata (estos fueron los últimos en presentarse a inicios de septiembre 2022) y también es escenario de sesiones de Dj´s en el acceso al centro cultural.

Las visitas guiadas realizadas para instituciones escolares son parte de su actividad diaria, las educadoras y guías del Museo coordinan diversas actividades según los ciclos y edades de los estudiantes que asisten. En este marco los más chicos tambien fueron los protagonistas tanto en vacaciones de invierno como durante el mes de agosto, momento en el que el Museo celebró el mes de las niñeces con distintas acciones que incluyeron la presentación del libro Rio un caimán de Viviana Kert y la obra de teatro de ombras Sapo en Buenos Aires y el taller Hilos de transparencias, ambos a cargo de La Opera Encandilada. Estos fueron días de juegos, música, teatro y aprendizaje para grandes y chicos.

La literatura se hizo presente el pasado 26 de agosto, al conmemorarse un nuevo aniversario del nacimiento de Julio Cortázar, el Museo se convirtió en un espacio literario para celebrar la obra del autor. Se llevaron adelante lecturas de sus obras y

la escucha de audios de Cortázar, se dio lugar así a la discusión sobre su obra y a pensar todos los horizontes abiertos por sus textos.

También entre sus iniciativas actuales, y en correspondencia con el ideario de sus orígenes, se ha convertido en un Museo viajero, desde el pasado 5 de septiembre el Pettoruti se encuentra presente en el Centro Cultural Kirchner con la puesta Cuerpos Intermitentes, con curaduría de Carlos Herrera y Federico Ruvituso. La exposición dividida en cinco núcleos reúne más de cuarenta importantes obras de su patrimonio, a través de su historia centenaria y con trabajos de importantes artistas contemporáneos. O cuando aparece la Ronda de experiencias, que no es mas que el abrir canales de diálogo, pensar las prácticas artísticas desde y para los territorios, acercar los museos, las historias y reimaginar las identidades en comunidad. La primera ronda de experiencias sobre museos y arte contemporáneo fue organizada por el Museo, SAETA de Benito Juárez y la Subdirección Municipal de Museos: Museo Histórico Municipal de Benito Juárez. La propuesta es el debate acerca de los salones provinciales, la historia del arte más allá de las capitales, la curaduría afectiva y la importancia de generar nuevos vínculos entre las instituciones y sus comunidades.

En este inicio exploratorio de la investigación nos encontramos con propuestas que han dejado atrás esa virtualización total de sus actividades y se ubican claramente en este momento de pospandemia, proyectando acciones que intentan volver a situar al espacio cultural entre los vecinos de La Plata y la Provincia.

REALIDAD AUMENTADA Y REALIDAD VIRTUAL

Ante el notorio aumento de transmisiones en vivo, tours virtuales y shows en redes, el tecnólogo Joan Cwaik opina: "Hay una tendencia a tomar conciencia del alcance de las tecnologías y tratar de disminuir las barreras para lograr una mayor cercanía con la audiencia. Me imagino que seremos testigos de muchas iniciativas creativas y emergentes, en el corto plazo, en la escena local, que aprovechen este contexto para ofrecer proyectos culturales distintos y en muchos casos a la distancia". Para el autor de "7R: las 7 revoluciones tecnológicas que transformarán

nuestra vida", cuando el mundo se regularice, luego de que se aplane el ritmo de esta pandemia, "la cultura va a vivir un reseteo en nuestra forma de pensar las conexiones sociales y más que nada el rol del tacto. Habrá una disminución de los contactos sociales y me imagino un escenario difícil para los que trabajen agrupando grandes cantidades de personas", advierte.[34]

Para ello es necesario poder distinguir, la realidad virtual de la aumentada:

- Realidad Aumentada (AR): En el ámbito científico se le conoce como un conjunto de tecnologías que combinan imágenes reales y virtuales, de forma interactiva y en tiempo real, de manera que permite añadir la información virtual a los elementos que el usuario dispone dentro del mundo real.
- Realidad Virtual (VR): A diferencia de la AR, la VR lleva al usuario fuera del mundo real tal cual lo conocemos, reemplazando éste por un mundo totalmente virtual creado por la computadora, como si fuera un simulador o videojuego.

Como podemos ver, las posibilidades de implantación de ambas tecnologías son muy amplias y se pueden encontrar aplicaciones para diferentes sectores, no sólo en el industrial, sino en sectores ya mencionados anteriormente como puede ser el del ocio u otros más innovadores como el del marketing, turismo, e incluso el de la salud.

Un ejemplo de ello son los espacios culturales como los museos que han sabido adaptarse a esta nueva realidad, y aumentaron notablemente su presencia en internet. No obstante, los museos más reconocidos del mundo habían iniciado un servicio virtual que hoy es más valorado. Aunque se conoce la brecha digital, la coyuntura profundiza el debate sobre museos resilientes que implica reinventarlos, avanzar en su virtualización y el replanteamiento estratégico en redes orientados a la comunidad. Un gran reto, si vemos la poca inversión, la ausencia de políticas públicas coherentes y la fragmentación.

[34] Joan Cwaik es un joven emprendedor, tecnólogo, speaker, hunter de nuevas tecnologías, docente universitario, autor y Gerente de Marketing y Comunicaciones para Latinoamérica en Maytronics.

A nivel mundial parece paradójico, que los museos cerraron pero se abrieron a nuevas propuestas y públicos. La cultura, en general, y no solo los museos, ha tomado lugar en estas vertiginosas transformaciones y está llamada a seguir reflexionando críticamente en torno a esta época difícil, en el presente y hacia el futuro. Se trata de expresar los sentimientos y las reflexiones diversas en las artes y el conocimiento. De expresar la época que atravesamos para también pensarla, reflexionarla, producirla y construirla de cara a un futuro donde los hábitos de consumo se han modificado y resignificado en nuevas prácticas culturales. **El presente de una sociedad postpandemia nos está encontrando y reencontrando.**

BIBLIOGRAFÍA

- ADORNO, T. (1995). "Sobre La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica", en T. Adorno, Sobre Walter Benjamin. Madrid: Cátedra.
- BAUDRILLARD, Jean: "Capítulo 3. La lógica social del consumo" y "Capítulo 4. Por una teoría del consumo" en La sociedad del consumo. Sus mitos, sus estructuras, España
- BAUMAN, Zygmunt: "Introducción o el secreto mejor guardado de la sociedad de consumidores" en Vida de consumo, México, Fondo de Cultura Económica, 2007
- BENJAMIN, W. (2010). "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en W. Benjamin, Estética y política. Buenos Aires: Las cuarenta.
- BOURDIEU, Pierre (1984) Sociología y cultura. México: Grijalbo
- BOURDIEU, Pierre y LOIC, WACQUANT (1995) Respuestas por una antropología reflexiva. México: Grijalbo. B
- BOURDIEU, Pierre, Jean Claude CHAMBOREDOM Y Jean-Claude PASSERON (1996) El oficio del sociólogo. México D.F.: Editorial Siglo XXI Editores,
- BUSTAMANTE, E. (2009). "De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación...Viejos señuelos para la investigación en cultura", en Diálogos de la comunicación # 78.
- COHN, G. (2007). "Teoría Crítica", en C. Altamirano, Términos críticos de sociología de la cultura. Buenos Aires: Paidós. Department of Culture,

Media and Sport (2001). Creative Industries Mapping Document. London: DCMS.

- DOUGLAS, Mary: “Capítulo IV. Ni muerta me dejaría ver con eso puesto. Las compras como protesta” y “Capítulo V. La rebelión del consumidor”, en Estilos de pensar, Barcelona, Gedisa
- FOLLARI, R. (2003). Adorno y Benjamin sobre la cultura: acerca de un equívoco persistente. Revista Confluencia, año 1, número 3.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, " El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica", en N. García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México,* pp. 15-42, Conaculta, México, 1993.
- MOGUILLANSKY, Marina; FISCHER, Melina y FOCÁS, Brenda (2020): “Prácticas culturales, información y política en la pandemia”, Documentos del IDAES, en prensa. Buenos Aires.
- NECYC (2020): Encuesta sobre Prácticas Culturales durante la cuarentena, realizada entre junio y agosto de 2020.
- ORTÍZ, Luz; TILLERIAS, Héctor; CHIMBO, Christian y TOAZA, Verónica (2020): “Impact on the videogame industry during the COVID19 pandemic”, Revista Athenea de las Ciencias de la Ingeniería, vol. 1, pp. 5-13.
- REUTERS INSTITUTE (2020): Encuesta realizada entre marzo y junio de 2020, disponible en https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/
- RIMOLDI, Emiliano (2020): “La cultura en cuarentena”, Question. Periodismo/Comunicación, Informe Especial Incidentes III, mayo. Disponible en: https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/5981/5139
- WILLIAMS, R., *Sociología de la comunicación y del arte,* Paidós, Barcelona, 1981.
- SINCA (2020): Encuesta Nacional de Cultura. Caracterización de personas y organizaciones de la cultura en el contexto de covid-19. Disponible en: www.sinca.gob.ar
- UNESCO (2020): La cultura en crisis. Guía de políticas para un sector creativo resiliente. Disponible en: https://es.unesco.org/creativity/publications/cultura-en-crisis-guia-de-politicas-para-sector

ESTRATEGIAS IDENTITARIAS JUVENILES EN INSTAGRAM: UNA INDAGACION EN ESTUDIANTES DE LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN

Agustina Pistone | Universidad Nacional de San Luis
agustinapistone76@gmail.com

Pablo Parra | Universidad Nacional de San Luis
pabloparrapond@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Este trabajo emerge de un recorte del Trabajo Final de Tesis de Grado "Estrategias identitarias juveniles en Instagram: una indagación en estudiantes de las carreras de comunicación"[35], y se enmarca al interior del Proyecto de Investigación de la Universidad Nacional de San Luis: PROICO 4-1820 "La comunicación en las sociedades mediatizadas: discurso, cultura y poder".

En esta investigación abordamos como objeto de estudio las estrategias de construcción de las identidades juveniles de los/as estudiantes de las carreras del Departamento de Comunicación, de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Luis, en la red social Instagram. La delimitación de nuestra indagación se ajusta a estudiantes de 3° año de las carreras de

[35] El Trabajo Final fue producido por Agustina Pistone, y estuvo bajo la Dirección del Lic. Pablo Parra y la Co-Dirección de la Mgter. Marcela Navarrete.
En junio de 2022, dicha Tesis de Grado para alcanzar el Título de Lic. en Comunicación (FCH-UNSL), obtuvo la calificación: "Aprobada con Mención Especial y Recomendada para su Publicación".

Licenciatura en Comunicación Social, Licenciatura en Producción de Radio y Televisión y Licenciatura en Periodismo.

La constitución del objeto de investigación está situada en los procesos de construcción de identidades en el contexto de las sociedades hipermediatizadas, focalizando de manera particular el análisis en los grupos juveniles y su participación en las redes sociales digitales.

Como punto de partida de la indagación resultaron significativos los interrogantes respecto a los modos en que la mediación tecnológica transforma las relaciones, los vínculos de socialidad, las prácticas socioculturales y comunicacionales de los/as sujetos/as juveniles en su cotidianeidad, a partir de la dimensión cotidiana y relevante que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) adquieren en las actuales sociedades contemporáneas.

A los fines de lograr una aproximación en torno a cómo las estrategias identitarias implementadas por los/as sujetos/as juveniles en Instagram se relacionan con los modos, vínculos y ámbitos de la socialidad juvenil, se establecen los siguientes objetivos:

- Reconocer las estrategias de identificación-diferenciación, en el orden simbólico, implementadas por los jóvenes en Instagram.
- ¿Cómo son utilizados los recursos de la plataforma Instagram en la construcción de su imagen y visibilidad como sujeto universitario**?**

Palabras Clave: Jóvenes – Identidades – Instagram

ELECCIÓN DE LA MUESTRA

Para indagar en estos interrogantes se delimitó una muestra de 15 estudiantes de 3° año, correspondientes a las tres carreras del Departamento de Comunicación (FCH-UNSL). Esta elección surge al considerar que hay similitudes en la instancia del proceso de formación -el 3° año-. Esto es a partir de reflexionar que los/as estudiantes de los primeros dos años de las carreras se encuentran iniciando su proceso universitario y están todavía en transición desde la educación secundaria

hacia la universitaria. Por otro lado, los/as jóvenes que están finalizando sus estudios, y aquellos ya egresables, en sentido inverso que el grupo de inicio, se encuentran en diferentes tiempos de estudio, teniendo en cuenta la salvedad de que la Lic. en Periodismo y la Lic. en Producción de Radio y Televisión tienen títulos intermedios de Periodista Universitario y Locutor/a Nacional respectivamente. Por estos motivos mencionados, consideramos que los/as estudiantes promédiales se ajustan más a los requerimientos de nuestra investigación. El ámbito de la Universidad surge a partir de considerar la hipótesis de que la condición de ser universitario/a, podría ser un rasgo diferenciador en las identidades los/las sujetos identidad.

PRECISIONES METODOLÓGICAS: LA DIMENSIÓN CUANTITATIVA Y LA APLICACIÓN DE ENCUESTAS.

Propusimos una investigación cualitativa de carácter fluido teniendo en cuenta que se realizó una primera aproximación al campo a través de encuestas aplicadas a estudiantes de 3° año de las carreras del Departamento de Comunicación de la UNSL. En este sentido se incluye una primera parte cuantitativa. Las encuestas sirvieron para confirmar la pertinencia del objeto de estudio y para delimitar la muestra según los/as estudiantes que se identificaran en la encuesta como usuarios/as *activos y muy activos, medianamente activos y poco activos*. Se encuestaron en total a 48 jóvenes de las tres carreras del Departamento de Comunicación, 16 (dieciséis) de cada carrera respectivamente de los cuales se obtuvo la muestra definitiva de 15 (quince) estudiantes en total considerados “muy activos/as” en Instagram.
El muestreo es intencional, que según Vieytes (2004), no obedece reglas fijas, y pretende lograr mayor representatividad en las conclusiones y examinar deliberadamente los casos críticos para la teoría que se está estudiando.

Las encuestas se realizaron en dos partes. En una primera instancia en el primer cuatrimestre del año 2019 en materias testigo.

Luego de esta primera etapa, se continuó con la observación pertinente de los perfiles de los/as estudiantes seleccionados/as en el espacio *on-line*, esto quiere decir, una observación mediada por una pantalla, con principal énfasis en el contenido producido (o compartido) por los/as usuarios/as en sus cuentas de Instagram. Esta observación se realizó durante un período de 20 días comprendido entre el 15 de septiembre y el 4 de octubre del año 2019. Se hizo un registro de historias y de publicaciones.

MARCO CONCEPTUAL

Desde una perspectiva sociocultural que se focaliza en las relaciones entre el orden simbólico y el orden material, entre procesos y prácticas (Reguillo 2002), esta investigación asume que la pregunta por los sujetos juveniles demanda, además de un análisis histórico y situado, demanda una articulación con los procesos y transformaciones que se desprenden de las complejas relaciones entre la tecnología, la comunicación y la cultura. Hablamos de la perspectiva sociocultural como enfoque porque entendemos que "el estudio académico de la comunicación no puede ser sino una práctica social (...) enmarcada en complejos procesos de profesionalización, institucionalización, legitimación..." (Fuentes Navarro, 2008, p. 9).

A partir de estos presupuestos encontramos conceptos claves como *comunicación, cultura, redes sociales e identidad* trazando un recorrido teórico que nos invita a repensar ciertas nociones que se construyen y reconstruyen al ponerse en diálogo con las prácticas discursivas que se realizan en el espacio on-line y con las mediaciones virtuales que proponen las pantallas, dando lugar así, a un escenario en constante transformación.
Situamos nuestro análisis al interior de las sociedades hipermediatizadas, noción propuesta por Mario Carlón (2020), que caracteriza a la misma como "aquella sociedad en donde conviven más de un sistema mediático" (p. 109).

En este sentido, lo que sucede en las plataformas digitales no puede ser subestimado ni quedar por fuera de los objetos de análisis de comunicación, porque se debe asumir la idea de que la virtualidad que se vivencia en las redes

sociales está intrínsecamente relacionada con el plano *presencial* y ambos espacios en esta sociedad hipermediatizada se complementan.

En el marco de las sociedades hipermediatizadas se posibilitan todos estos procesos a partir de internet y así vemos presente la articulación entre comunicación, tecnología y cultura que es muy importante en nuestro trabajo.

Por lo mencionado anteriormente es que entendemos a las redes sociales virtuales como escenarios actuales de construcción en el marco de las tecnologías. En este sentido, reconocer la emergencia de Internet como influencia en el uso de estas tecnologías en la que usuarios/as son activos/as, participativos/as y configuradores/as de su propia identidad es necesario para contextualizar y entender la importancia de las redes sociales digitales en las actuales sociedades contemporáneas.

Todas las herramientas que nos ofrecen las tecnologías para estar más conectados no reemplazan las conexiones de la vida real, y por otro lado, hablar de conexiones en el espacio virtual no implica que las mismas no sean reales. “Los jóvenes se mueven en dos mundos de experiencia diferentes pero que no son vividos como antagónicos sino como continuos, convergentes y complementarios.” (Winocur, 2006, p. 578)

Consideramos que las nociones de Cultura, Comunicación e Identidad son dimensiones claves para pensar las prácticas discursivas en las culturas juveniles.

En relación con el concepto de cultura adherimos a la propuesta de Nestor García Canclini, que retomando las conceptualizaciones de Arjun Appadurai, plantea “la cultura no como un sustantivo, como si fuera algún tipo de objeto o cosa, sino como adjetivo. La adjetivación de *lo cultural* facilita hablar de la cultura como una dimensión que refiere a diferencias, contrastes y comparaciones” (García Canclini, 2004, p. 39).

Posicionados desde este lugar para entender la cultura, es que la comunicación puede ser pensada en términos de procesos comunicacionales, en tanto, “prácticas sociales [...] espacios de interacción entre sujetos en los que se verifican

procesos de producción de sentido, de creación y recreación de significados, generando relaciones en las que esos mismos sujetos se constituyen individual y colectivamente" (Uranga, 2004, p. 4).

Considerar la cultura como dimensión simbólica que constituye las prácticas cotidianas, nos posibilita abordar las estrategias de identificación, diferenciación, construcción de identidades juveniles desde lo propuesto por Roger Chartier (1996), en términos de "prácticas discursivas". Desde estos presupuestos teóricos, asumimos que las prácticas de los/las jóvenes en Instagram, están mediadas por las tecnologías digitales. La virtualidad y estas plataformas sociales, adquieren un aspecto relevante en sus cotidianidades.

Estos puntos de partida teóricos nos llevaron a problematizar el concepto de *identidad*. Entendemos entonces a la identidad "como algo que se construye y reconstruye constantemente en los intercambios sociales" (Cuche, 2002, p. 106). Según los postulados de Barth en la obra de Denys Cuche (2002), podemos considerar que la identidad es siempre una negociación que se construye en relación con un/a otro/a a partir de las diferencias.

En continuidad con lo expuesto anteriormente consideramos pertinente mencionar un concepto clave en este trabajo, se trata de las estrategias identitarias. El término *estrategias*, en este contexto, hace referencia entonces a que "el individuo como actor social no carece de cierto margen de maniobra. En función de su apreciación de la situación, utiliza de manera estratégica sus recursos identitarios" (Cuche, 2002, p. 118).

Por último, hablamos de *lo visual* para entender la importancia de todo aquello que sea imagen y que evoque un significado, también abordamos al interior de este trabajo el concepto de *extimidad* en relación al de intimidad mencionado anteriormente. Tenemos en cuenta que "este fenómeno denominado *extimidad* por Jacques Lacan, se traduce como la intimidad hecha pública a través de las nuevas redes de comunicación o intimidad expuesta." (Tello, 2013, p. 1) Según la autora Paula Sibilia "La profusión de pantallas multiplica las posibilidades de exhibirse ante las miradas ajenas para, de ese modo, volverse un yo visible" por

supuesto teniendo en cuenta el contexto de virtualidad que atraviesa estas prácticas (2008, p. 130).

INSTAGRAM Y SU INTERFAZ

Haciendo un breve resumen sobre lo más relevante de esta red social, desde la cual nos enfocamos en este trabajo, decimos que sus inicios datan del 6 de octubre de 2010 pero su auge fue alcanzado mucho después, precisamente entrado el 2015 superó los 300 millones de usuarios. *Instagram* permite compartir fotos y videos desde cualquier lugar. La red social se destaca por usar una forma cuadrada en sus fotografías en honor a las cámaras *Polaroid.* De eso se trataba en su inicio y lo que pretendía diferenciándose con las demás redes, era hacer protagonista a la imagen.

Luego se fue transformando y por ejemplo añadió *hashtags* para ayudar a describir las fotos que los demás usuarios compartían sobre un mismo tema. Se incluyeron nuevos filtros y efectos entre otras herramientas, también se introdujo la posibilidad de etiquetar a personas, marcas y lugares lo que permitía que la interacción entre personas sea mayor y que cada imagen o video publicado pudiese tener más descripción y datos al respecto. La plataforma fue modificándose con el pasar de los años ofreciéndole mayor cantidad de recursos a sus usuarios. Uno de los grandes cambios que se vieron en esta red social fue la incorporación de la función *Historias*.

Esta incorporación tiene la característica de que permite la publicación de contenidos multimedia que están disponibles sólo por 24 horas. Es una función que convierte a la red social en una plataforma mucho más efímera, se pueden agregar filtros al contenido que se quiere compartir además de gifs animados, stickers, emojis, encuestas, música y demás elementos.

Instagram como plataforma virtual, se desarrolla aplicando diferentes algoritmos que son un conjunto de reglas que determinan qué contenido se ve al hacer uso de esta red social. Por ejemplo, Instagram muestra a sus usuarios/as los contenidos

de las principales cuentas con las que más interactúan dejando por fuera a los demás perfiles.

Todo esto implica pensar a los/as jóvenes al interior de las culturas juveniles y a enmarcarlos en tanto generaciones multimedia.

Los/as jóvenes inmersos/as en Instagram siguen siendo personas físicas mediadas por una pantalla y una red en la que se construyen y reconstruyen sus modos de ser y estar. Las redes sociales pueden ser o parecer virtuales, pero los seres detrás de ellas no lo son. En Vizer encontramos argumentos, desde una perspectiva crítica como la del investigador argentino Diego Levis, para explicar el plano *on-line* y *off-line*, y su relación con las prácticas sociales de los jóvenes en ambos escenarios:

- (...) los mundos virtuales son *no lugares*, pero nuestros cuerpos no pueden ser *no cuerpos*. Este conflicto entre no lugares y cuerpos verdaderos es el centro gravitatorio sobre el cual gira la reflexión sobre la inmaterialidad digital, entendiendo como tal los espacios simbólicos generados por un sistema informático. El cuerpo no es un símbolo, y mucho menos un objeto. (Vizer, 2011, p. 38)

APLICACIÓN DE LAS TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

Esta instancia de análisis descriptivo se planteó en dos ejes:

- Un *Eje Diacrónico,* el cual permite observar los elementos que tienen en común los/as estudiantes y que predominan en este grupo en los días de análisis. Y un *Eje Sincrónico*, que puntualiza aquellos eventos o "hitos" significativos que surgieron en la observación.
- El análisis se estructuró a partir de las siguientes categorías teóricas y ejes de análisis:

CATEGORÍAS TEÓRICAS:

Por un lado, para analizar las estrategias identitarias nos posicionamos desde aportes teóricos de Pierre Bourdieu (2006), quien estudió desde la sociología basándose en las teorías críticas y el constructivismo estructuralista, y por el otro Erving Goffman (1959), cuyas teorías tienen base en el interaccionismo simbólico.
Pierre Bourdieu plantea un análisis connotativo basándose en seis aspectos:

- **El trucaje.** Es el proceso de reconstruir las fotos con nuevos elementos que permitan evocar otras cosas que van más allá de la propia fotografía y la "realidad".
- **Las poses**. evocan determinados aspectos preestablecidos.
- **Objetos.** Se trata de elementos que son portadores de "asociaciones de ideas", "remiten a significados claros, conocidos".
- **Fotogenia.** Se trata del uso de técnicas particulares que permitan resaltar algunos elementos de la foto. Por ejemplo, el uso de la iluminación, la oscuridad, la profundidad de campo, etc.
- **Esteticismo.** Es el proceso a través del cual el fotógrafo se encarga de retocar el producto final con objetivos comerciales, artísticos o políticos.
- **Sintaxis.** La sintaxis es el encadenamiento de distintas imágenes que, sólo en su lectura articulada y progresiva permite la comprensión. Es un conjunto de fotos que en la serie logran tener sentido.

Por otro lado, desde los postulados de Erving Goffman damos cuenta de los demás aportes teóricos que pusimos en práctica. Goffman (1959) plantea en su libro *"La presentación de la persona en la vida cotidiana"* una serie de categorías de análisis para entender las interacciones en la vida cotidiana de las personas cuando se encuentran cara a cara. En este trabajo hacemos una re-apropiación de esas categorías de análisis ya que nuestra investigación trata de indagar en estrategias de construcción identitaria en una red social digital donde las personas interactúan de manera virtual y se muestran a los/as demás mediados/as por una pantalla.

Sobre estos modos de interactuar y la posición que adoptamos según sea la situación en la cual nos desenvolvemos, el autor que proponemos explica que los/as sujetos cumplimos diferentes *roles* porque usamos una suerte de *máscaras*:

En primer lugar, analizamos lo visible en Instagram según la *Fachada* que es la dotación expresiva empleada intencional o inconscientemente por los/as individuos/as durante su actuación (Goffman, 1959).

Interesa en este punto hacer mención a la fachada personal que se encuentra dividida en *Apariencias y Modales*. En nuestra investigación hacemos foco en Apariencias. El autor explica que esta categoría comprende "las insignias del cargo, el vestido, el sexo, la edad y las características raciales, el tamaño y aspecto, el porte, las pautas de lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes" (Goffman, 1959, p. 35).

Por otro lado, encontramos la categoría de *Realización Dramática*, que se trata entonces de las estrategias de actuación que se generan en torno al papel que la persona intenta interpretar según el rol social que está ocupando en el momento.

La *Idealización* es otra categoría a tener en cuenta en la que observamos los aspectos en los que la persona intenta presentarse ante otros e "incorporar y ejemplificar los valores oficialmente acreditados de la sociedad más de lo que lo hace su conducta general" (Goffman, 1959, p.47). En este sentido tenemos en cuenta, por ejemplo, los filtros que se agregan a las imágenes y demás elementos que se incorporan para mostrar un "ideal" de sí mismos.

Ejes identificados en el análisis

A partir de las observaciones pudimos construir ciertos ejes que son específicos de este análisis. Se trata de *ejes de análisis* que surgen del mismo teniendo en cuenta los aspectos que, a partir de la observación, se repiten en los/as estudiantes observados/as y que caracterizan su accionar en Instagram. A continuación, los detallamos:

1. **Vínculos interpersonales.** Incluye la exposición en Instagram de las relaciones afectivas en videos, fotos y demás, donde se muestra a los/as estudiantes compartiendo momentos de socialidad. Esta categoría la dividimos en sub-categorías: *1.1 Vínculos afectivo-amistosos*: *1.2 Vínculos afectivo-amorosos*, *Vínculos afectivo-familiares*, *1.4 Vínculos de compañerismo*, 1.*5 Vínculos y actividades laborales, Vínculos con mascotas*: se trata de contenido en el que se visualiza a los animales de la casa como protagonistas, en donde se observan relaciones afectivas con ellos/as.

2. **Dimensión política***:* comprendiendo este eje La asunción de autoridades de la UNSL, Campañas políticas de centros de estudiantes y actividades afines que realizan estudiantes militantes, Contenido sobre gobiernos políticos, corrientes, movimientos y figuras políticas actuales y pasadas; participación activa en movimientos como, por ejemplo, el feminismo.

3. **Prácticas de estudio**. Categoría en la que se incluyen aquellas publicaciones e historias donde se expresan momentos de lectura, trabajos prácticos, exámenes y demás contenido relacionado al momento de estudio universitario.

4. **Reflexiones personales.** Frases, escritos, imágenes ilustrativas, etc. que se comparten al momento de manifestar posicionamientos acerca de la vida en general.

5. **Ocio**. Incluye contenido donde se comparten momentos de distracción, descanso, diversión y disfrute.

6. **Festejo del día del estudiante**. Corresponde a las historias y publicaciones que están relacionadas a los festejos por este acontecimiento en el camping de la UNSL en La Florida.
7. **Actividades cotidianas.** Incluye aquellas actividades que suelen ser de accionar diario y que no se consideran trascendentales por su carácter ordinario. Por ejemplo: cocinar, mostrar alimentos, ir al supermercado, etc.

8. **Prácticas migradas del plano *off-line* al plano *on-line*.** Se trata de actividades antes solamente realizadas en el plano físico off line a través de folletería, mensajería y demás y que ahora encuentran un punto clave al existir en el plano on line con el lugar que se les da en las redes sociales. Ejemplos: participación en sorteos, saludos de cumpleaños, promoción de actividades, servicios, carteles compartidos de eventos, publicaciones de perros perdidos, etc.

9. **Uso de recursos técnicos de Instagram**. Gifs, emojis, hashtags, encuestas, música, stickers y demás herramientas que son propias de Instagram.

PRINCIPALES CONSIDERACIONES DE LA OBSERVACIÓN Y DEL ANÁLISIS

- **La construcción del perfil:** todos/as los/as estudiantes construyen la descripción de sus perfiles a partir de sus preferencias, gustos y pasiones. Estos rasgos luego se ven expuestos en prácticas discursivas en las historias y publicaciones que comparten con sus seguidores/as. Algunos ejemplos referidos a esto: los jóvenes que participan de agrupaciones políticas universitarias, un estudiante que es apasionado del trabajo en los medios de comunicación, un joven que es malabarista, entre otros ejemplos. Entendemos sobre este punto en especial, que cada uno/a tiene sus diferencias y particularidades, pero tienen en común que construyen su identidad, y buscan definirse, a partir de sus gustos, preferencias, pasiones, motivaciones y talentos.

- **Las prácticas discursivas y los recursos técnicos de la plataforma:** Los/as estudiantes construyen su identidad en esta red con la utilización de diferentes elementos que ofrece la plataforma y que la distinguen del resto por esta característica. *Gifs, emojis,* herramientas de *encuesta y caja de preguntas* para interactuar con los/as demás usuarios/as, *ubicación* para comunicar acerca del lugar en el que se encuentran, son las más utilizadas por los/as jóvenes. Las prácticas discursivas que circulan en esta red están atravesadas por estos elementos que producen sentido y determinan el

contenido. Se trata de una red social que se caracteriza por su dinamismo e interactividad multimedial por lo que este aspecto se ve muy presente en todas las formas de expresión.

- **La relevancia de la dimensión política:** Por otro lado, en un grupo de estudiantes notamos la presencia de historias y publicaciones de contenido político y/o partidario que nos informa acerca del compromiso político de los/as jóvenes sobre temas de interés como los que habíamos mencionado anteriormente. Destacamos que para quienes participan de manera activa en agrupaciones político-universitarias, esta dimensión en la construcción de su identidad estructura sus prácticas discursivas y, a la vez, las atraviesa. Para los/as estudiantes que se reconocen al interior de estas agrupaciones, como Franja Morada o San Luis Independiente, este eje adquiere una relevancia particular ya que los distingue entre una y otra agrupación. A partir de ello, por un lado podemos observar las estrategias de identificación-diferenciación entre diferentes grupos políticos universitarios al interior de una misma institución, y por otro, de manera más amplia, estrategias de identificación-diferenciación entre los que asumen este compromiso político como parte de su identidad, de los que eligen no hacerlo. El compromiso de formar parte de una Universidad Pública, los caracteriza y los identifica.

- **La representación del/a sujeto a partir de las categorías de Trucaje, Fachada, Máscaras, Las Poses, Realización Dramática e Idealización.** observamos un punto en común que apunta a aquellas prácticas en las que el/ la sujeto/a se muestra como persona individual en Instagram desde un lugar de protagonismo. Se observan publicaciones e historias haciendo uso de recursos técnicos de Instagram como por ejemplo *filtros* que le dan otro sentido a las selfies y ahí podemos ver presente la categoría de trucaje. También observamos filtros que cambian las facciones del rostro y notamos selfies en las que está visible la categoría de idealización. Por otro lado, se hace uso de las *poses* para expresar estados de ánimo y se observa en su mayoría en fotos individuales frente al espejo y en selfies. Por último, sobre *Fachada Personal y Realización Dramática,* vemos una tendencia a comunicar con profundidad acerca de las percepciones personales de cada

uno/a, por ejemplo, observamos dos casos en los que una estudiante realiza un descargo sobre su cuerpo y los estereotipos de belleza, y en otra publicación, una joven sube una foto en el aula que hace referencia a la importancia de contar con espacios de aprendizaje en los que se puede ser parte. En una tercera publicación, otra estudiante, comparte una foto de su niñez donde problematiza acerca de lo que significa salir en una foto y en este sentido también posar para la cámara, entre otras publicaciones al respecto. Resulta relevante retomar en estas reflexiones finales, refiere a las formas en que los/as jóvenes construyen sus estrategias identitarias en Instagram desde diversos roles que cumplen y/o asumen, tanto en el ámbito virtual como en el presencial. Según la teoría de Erving Goffman (1959), entendemos que cada actor/a que transita su vida lo hace a través del uso de máscaras. El autor explica que ante cada situación y persona estamos usando una máscara y que incluso, cuando nos quitamos una, siempre es para asumir otra. En este sentido pudimos observar cómo hacia el interior de Instagram, los/as estudiantes exponen una máscara, -desde una fachada de la virtualidad-, recurriendo según sea el caso a distintas facetas de esa máscara (humor, alegría, tristeza, empatía, reflexión profunda sobre un tema, etc). De este modo, la identidad en Instagram, representaría una máscara y, aquello que los/as estudiantes hacen circular en esta red, es lo que sostiene esa fachada.

- **Las lógicas y procesos actuales de comunicación se construyen en relación a la presencia de más de un sistema mediático: el de los medios tradicionales y el que tiene su base en internet.** El flujo de información que se da entre los medios masivos de comunicación y las redes sociales digitales puede percibirse en las prácticas discursivas que exponen los/as estudiantes en Instagram. Pudimos observar con respecto a esto, recurrencias entre los posteos de los/as estudiantes en referencia a noticias, acontecimientos a nivel político, económico y social, que emergen en el seno de lo social y se expresan en los medios masivos y en las redes sociales digitales. Los/as jóvenes retoman en este sentido, de manera estratégica, estas discursividades para construir sus identidades. Es importante la categoría de intertextualidad en este sentido.

- **Fronteras identitarias y estrategias de identificación/diferenciación:** el ser universitario.
- Podemos observar como rasgo común en el grupo analizado, la exposición de prácticas discursivas en torno al hecho de ser estudiantes universitarios. Los/as sujetos/as realizan publicaciones e historias de distinta índole: estudiando desde la computadora y/o con compañeros/as, leyendo apuntes de texto, participando de clases, realizando trabajos prácticos, etc. En nuestro análisis consideramos que estas estrategias llevadas a cabo por los/las jóvenes, resultan de suma relevancia en la construcción de sus identidades, en tanto, estudiantes que se forman al interior de la Universidad Pública, y también, como parte de una carrera universitaria. Estas prácticas discursivas atienden a la necesidad de formar parte de esa grupalidad de jóvenes universitarios, y los/las identifica con quienes comparten contenido similar con el cual se sentirán reconocidos/as.

- En consideración con lo mencionado anteriormente sobre identidad, y de manera particular en torno a las fronteras que existen entre los distintos grupos de la sociedad, en nuestro análisis observamos que los/as jóvenes estudiantes en distintos aspectos se construyen a través de, por un lado, estrategias en el usos del lenguaje, con palabras y expresiones que se entienden solamente compartiendo un tipo de código entre pares, y por otro lado, en el hecho de ser estudiantes universitarios que asumen un rasgo de identificación particular que sólo se comparte entre los/as estudiantes y los diferencia de aquellos/as que no estudian a nivel universitario. Por último, encontramos como parte de la frontera que implica ser parte de la UNSL en particular, aquellos festejos por el día del/la estudiante en el camping de la ubicado en la localidad de La Florida, evento del cual los/as jóvenes observados/as se apropian, y con el que se identifican como parte. En este último punto advertimos una dimensión simbólica muy importante en cuanto al hecho de ser parte de un mismo acontecimiento que los reúne como estudiantes pertenecientes a la UNSL y los identifica como tales. Su identidad se construye desde la identificación con sus pares en la participación de los festejos por el día del estudiante en La Florida y en la visibilización de este evento en Instagram.

- **Lo público, lo privado, lo íntimo.** Con respecto a esto podemos decir que en las sociedades contemporáneas hipermediatizadas nos encontramos con jóvenes que se muestran a sí mismos/as, y hacia otros/as, otorgando relevancia a la exterioridad. Como expresa Sibilia (2008) definirse, en la actualidad, radica en la exterioridad y es por esto que decimos que el yo de las sociedades contemporáneas, en estas reconfiguraciones de las sociedades hipermediatizadas, se adecúa a las dimensiones de lo público, lo íntimo y lo privado mostrándose en esta dimensión virtual.

Instagram representa un espacio en donde lo que más importa es existir en esa virtualidad que ofrece el plano on-line. En nuestro análisis pudimos comprender que las intersecciones y la convivencia dinámica entre el ámbito virtual y el de la presencialidad, es una particularidad que caracteriza la cotidianeidad de los sujetos/as juveniles que reconfigura las dimensiones que la modernidad estableció respecto a lo público, lo íntimo y lo privado. Se trata de reconocer entonces, la característica de lo efímero que propone esta plataforma, para entender que, como explica Carlos Scolari (2008), con los usos que se le da a la tecnología y a estas plataformas en este caso, se resignifican los conceptos de proximidad, presencia y movilidad, ya que cada joven asiste a una apropiación de modos de ser y actuar, al interior de una sociedad hipermediatizada que está en constante cambio y transformación, y donde el predominio de lo efímero caracteriza las prácticas discursivas. En consecuencia, el espacio público y el privado también se reconfiguran. Los/as jóvenes son protagonistas y construyen su identidad a partir de las prácticas que luego son retomadas en las redes sociales.

Para cerrar y luego de hacer estas reflexiones, decimos que este trabajo es una aproximación y entendemos que la misma no agota el objeto de estudio. Estas reflexiones finales se nos presentan como la apertura hacia nuevas preguntas e interrogantes que puedan surgir en torno a esta temática que se caracteriza por su actualización y transformación constante. Se trata entonces de un aporte a repensar los modos de construir y reconstruirse del/la sujeto/a en la dimensión virtual que forma parte de la cotidianidad de las culturas juveniles en las sociedades contemporáneas. La identidad de los/as jóvenes se construye en los

diferentes espacios que van transitando en su vida diaria y esta plataforma resulta en el presente uno más de ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, G. (2009): "Etnografía Virtual: exploración de una opción metodológica para la investigación en entornos virtuales de aprendizaje" en Revista Q. Educación, Comunicación, Tecnología. Vol. 3 N°6. Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia. Recuperado en: http://revistaq.upb.edu.co
- BOURDIEU, P (2006) *La identidad, y la representación: elementos para una reflexión crítica sobre la idea de región* / 165-184 publicado en ECUADOR Debate, recuperado en https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/10469/4269/RFLACSO-ED67-12-Bourdieu.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- CALETTI, S (2001) "Siete tesis sobre comunicación y política."
- CASTELLS, M (1997): "El poder de la identidad" Vol.2. en *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Alianza Editores, Madrid._____(2014): "El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global" en *Cambio: 19 ensayos clave acerca de cómo internet está cambiando nuestras vidas*. /bbvaopenmind.com
- CARLÓN, M (2020) "Tras los pasos de Verón...un acercamiento a las nuevas condiciones de circulación del sentido en la era contemporánea". - Facultad de Ciencias Sociales – Instituto Gino Germani, Buenos Aires, Argentina.
- CHARTIER, R (1996): *Escribir las prácticas*. Foucault, de Certeau, Marin. Manantial, Buenos Aires.
- COBO ROMANÍ, C y PARDO KUKLINSKI, H (2007): *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México D
- CUCHE, D (2002). *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Nueva Visión. Buenos Aires.
- GARCÍA CANCLINI, N (2004). *Diferentes, Desiguales y Desconectados. Mapas de la Interculturalidad*. Editorial Gedisa, S.A. Barcelona.

- GOFFMAN, E ([1993]1959) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Editores, Bs. As.
- REGUILLO, R (2000) *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del Desencanto*. Grupo Editorial Norma. Bogotá, Colombia._____ (2004) "Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso." En *Aula Abierta. Lecciones básicas*. Portal de la Comunicación, Barcelona. Disponible en: http://www.portalcomunicacio.com/download/16.pdf_____ (2011) "Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa" en *Comunicación y Sociedad*. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara.
- SCOLARI, C (2008) *HIPERMEDIACIONES. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa Editorial. Bs As.
- SCHMUCLER, H (1982) "La investigación: un proyecto de comunicación/cultura". En *Memorias de la Comunicación*. Editorial Biblos, Bs. As.
- SIBILA, P (2008) *La intimidad como espectáculo*. Editorial Fondo de Cultura Económica, Bs. As.
- TELLO, L (2013) "Intimidad y «extimidad» en las redes sociales. Las demarcaciones éticas de Facebook." www.revistacomunicar.com
- URANGA, W (2004) "La comunicación como herramienta de gestión y desarrollo organizacional". Semana de Comunicación en las Organizaciones, Rosario._____ (2007) *Mirar desde la Comunicación, una manera de analizar las prácticas sociales*. Bs As.
- VALDETTARO, S (Coord.) (2011) El dispositivo *Mc-Luhan: recuperaciones y derivaciones* Ed. Universidad Nacional de Rosario. Rosario._____(Coord.) (2015) *Interfaces y Pantallas. Análisis de dispositivos de comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Ed. Universidad Nacional de Rosario.
- VERÓN, E (2000) *El cuerpo de las imágenes*. Grupo Editorial Norma – Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación.
- VIEYTES, R (2004) *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Epistemología y técnicas*. Editorial de Las Ciencias. Bs. As.

- VIZER, E (2011) *El sujeto móvil de la aldea global. Tendencias en la sociedad mediatizada*. Universidad Federal da Integraçao Latinoamericana - Brasil Universidad de Bs As.
- WINOCUR, R (2006) “Internet en la vida cotidiana de los jóvenes”. En *Revista Mexicana de Sociología 68, Número 3*. Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de investigaciones Sociales, México D. F. Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32112601005_____ (2013) “Los diversos digitales y mediáticos que nos habitan cotidianamente.” en *Hegemonía cultural y políticas de la diferencia*. CLACSO Editorial/Editor, Bs. As.

MESA 17:

ANÁLISIS DEL DISCURSO Y ESTUDIOS DEL LENGUAJE

Coordinador de mesa:
Lutczak, Oscar

CONSTRUCCIONES DISCURSIVAS SOBRE LA HOJA DE COCA Y LA POBLACIÓN BOLIVIANA EN EL MEDIO SOMOS JUJUY EN CONTEXTO DE PANDEMIA

Alvaro Augusto Agostini | Universidad Nacional de Jujuy
franagostini90@gmail.com

INTRODUCCIÓN

La xenofobia hacia las personas de nacionalidad boliviana o "lo boliviano", tiene un arraigo histórico en Jujuy. Las prácticas discriminatorias a través de las cuales se manifiestan no son uniformes, ni estáticas, ni inocentes. Por el contrario, estas expresiones están en constante movimiento y reformulación. Sus cambios son encaminados por los medios de comunicación, quienes suelen esconder intereses políticos, como, por ejemplo, utilizar a los inmigrantes bolivianos como chivos expiatorios de los problemas estructurales que atraviesa nuestra provincia (Sadir 2012).

La situación inédita que originó la pandemia no fue la excepción y puso a la cuestión fronteriza argentino-boliviana en el centro de la escena mediática jujeña. Una de las razones fue que el Gobierno de Gerardo Morales buscó vincular el ingreso del virus a 3 hipótesis, todas ellas conectadas con el comercio transfronterizo, especialmente el comercio informal/ilegal de la hoja de coca. (López 2021). Este fue uno de los temas que más acaparó espacios dentro del

medio escogido y que más participación de la ciudadanía digital suscitó en las redes sociales.

A partir de este marco, surge el planteamiento del actual trabajo, el cual se interesa por la manera en que el diario digital de referencia dominante *Somos Jujuy* y los comentarios vertidos en sus publicaciones de Facebook construyeron discursivamente a la hoja de coca y la bolivianidad durante los meses pico de la pandemia (mayo y junio del año 2020) en Jujuy.

Entendiendo que la hoja de coca es un factor central para comprender parte de las relaciones entre las poblaciones estudiadas y enmarcar los comentarios volcados en el medio relevado, se describirá brevemente la situación histórica y actual de esta problemática.

Palabras claves: Construcciones discursivas; Bolivianidad; pandemia.

¿QUÉ ES LA HOJA DE COCA?

La hoja de coca es una planta milenaria que crece exclusivamente en América del Sur, más específicamente en zonas de los Andes amazónicos que se encuentran entre 1500 y 1900 metros de altura sobre el nivel del mar.

Debido su enorme valor energético, medicinal y nutricional es considerada por algunas comunidades, desde el período pre-incaico hasta la actualidad, como una planta sagrada utilizada para ceremonias, para calmar dolores, para combatir el hambre y como aliciente para trabajos que requieren un gran esfuerzo físico.

La forma más común de consumo es la del acullico (pijchar, bolear), pero también es usada en infusiones y otros derivados como harinas, caramelos, pomadas, aceites, etc.

A pesar de sus benevolentes propiedades, su producción, comercialización y circulación ha sido objeto de controversia. Desde la época colonial, las representaciones occidentales sobre la hoja de coca, fueron asociándola crecientemente a temas como la violencia, corrupción, delincuencia y drogadicción (Henman, 2005), dejando de lado el estudio de los complejos modos de hacer ancestrales y actuales.

La mayor parte del debate se ancla en prejuicios racistas que reducen la hoja de coca a la cocaína. Particularmente, desde que en 1971, el presidente Richard Nixon impulsara la política de Guerra contra las drogas y la creación de la Drug Enforcement Administration (DEA). El gobierno de Estados Unidos, con apoyo de organismos internacionales y corporaciones de diversa índole, fueron imponiendo en Latinoamérica la prohibición y represión del cultivo de la coca y su representación como un vicio étnico y una patología social que había que eliminar, en pos de una aculturación a la cual se debía someter a los pueblos andinos, con el objetivo de que adoptaran en su totalidad la moral y las prácticas occidentales (Manzano, 2017).

Como señala Cusicanqui, esta simplificación oculta intereses económicos y políticos inconfesables que deliberadamente buscan eclipsar el debate acerca del enorme potencial industrial del vegetal, tanto en su faceta farmacológica, como en la nutricional, entre otras (ibid).

Sin embargo, en el noroeste argentino, y más específicamente en la provincia de Jujuy, el consumo de hoja de coca puede observarse en casi cualquier contexto, desde bares, canchas, plazas, pasando por reuniones familiares e incluso en eventos formales de funcionarios y mandatarios públicos con total naturalidad.

Efectivamente, la hoja de coca es consumida en la región desde épocas prehispánicas; no obstante, Abduca (2010) señala que su masificación en lo que hoy se conoce como el NOA, se produjo en el siglo XVIII. En consonancia con esto, Mario Rabey (1989), sostiene que el coqueo “en el noroeste argentino se ha convertido en un símbolo de pertenencia regional [y] el consumo de la coca ocupa un lugar central en la etiqueta de las élites regionales.” (p.138). En la misma línea, Cusicanqui (2003) evidenció que: “En Argentina no sólo consumían indígenas sino también miembros de las élites mestizas y criollas [„„] En el NOA el consumo público de la hoja reviste una naturalidad y diversidad de orígenes sociales de los consumidores” (p. 50).

Por estas razones en Jujuy predominó y continúa vigente en la práctica, una cultura, tanto popular como oficial, relativamente tolerante al ingreso de la coca. No obstante, durante los meses pico de la pandemia, esta situación se vio alterada. Al respecto, López (2021) sostiene que el Gobierno local, buscando evadir

responsabilidades, elaboró tres hipótesis que inculpaban a la población boliviana, el comercio y el consumo de la hoja de coca por los primeros casos de Covid-19 en la provincia.

A continuación se exponen dichas hipótesis:

1) La primera hipótesis nos remite a las fechas 3 y 4 de julio del año 2020, en ese momento el Gobernador de Jujuy, Gerardo Morales, junto a una comitiva de funcionarios y policías, viajaron a La Quiaca. Días posteriores a ese viaje, 2 de los efectivos policiales que lo habían acompañado dieron positivo para Covid-19. Inmediatamente la sociedad empezó a especular que estos agentes habrían cruzado la frontera para traer hoja de coca de contrabando en un momento en el que las fronteras estaban cerradas y su precio se había disparado pronunciadamente. Para contrarrestar esta teoría que involucraba a funcionarios públicos, el Gobernador inculpó en una transmisión televisiva a una mujer boliviana que las fuerzas de seguridad habrían ido a buscar a la terminal de ómnibus “5 veces y en ese momento se encontraba en Villazón”. A esta mujer la bautizó como “una tal cholita”, un término que desborda de posibles sentidos, históricamente atravesado por una connotación peyorativa para referirse a las mujeres bolivianas de pollera o de rasgos fenotípicos relacionados con lo andino. Por mucho tiempo, las mujeres designadas por esta palabra debían ocultar sus costumbres, sus vestimentas y hasta sus apellidos de origen aymara o quechua porque de otra manera no se les permitía el ingreso a algunos lugares y sufrían discriminación de todo tipo.

2) La segunda hipótesis trató sobre un policía de la localidad de caimancito que, en cumplimiento de sus funciones, se habría contagiado por acompañar a un camionero boliviano. En el informe del COE N° 104, televisado el 22 de junio del año 2020, el gobernador Morales expresó: “tenemos una hipótesis, habría acompañado un camión boliviano y habría sido inclusive agredido y tenido un contacto personal con este camionero boliviano”, además agrega que “va a empezar un intenso rastrillaje en La Quiaca”, pero todas las muestras traídas de ese lugar dieron negativo.
3) La tercera hipótesis vinculaba a trabajadores de la feria de El Carmen, que habían ido a Bolivia a comprar mercadería para comercializar.

MARCO CONCEPTUAL

Prevalece aquí una noción del discurso como práctica histórica constitutiva y constituida por lo social (Angenot 2010). Así, la construcción discursiva refiere a la articulación de elementos lingüísticos, tanto sintácticos, como semánticos, que permiten la producción de un texto entendible dentro del marco de las normas de una lengua ceñida a un tiempo y lugar delimitado.

Los medios masivos no pueden considerarse como mediadores neutrales y transparentes de acontecimientos, sino como agentes activos en la construcción y difusión de sentidos (García Vargas, 2008). Las informaciones que divulgan estimulan la imaginación social, y, a su vez, los imaginarios sociales estimulan la información, en un proceso de circulación continua, en la que los fenómenos se contaminan permanentemente unos con otros, en un circuito extremadamente activo a través de la cual se ejerce el poder simbólico (López, 2016).

En esa línea, entendemos que los medios, retomando a Verón (1987), producen la realidad social que denominamos “actualidad”. Una vez que estos la han construido, esta toma múltiples existencias en acontecimientos sociales fuera de los medios: un gobierno toma tales o cuales decisiones, la población realiza tal o cual reclamo al respecto. Esto ocurre porque los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte de la realidad y cuyas propiedades y avatares nos son dados de inmediato por los medios con mayor o menor fidelidad. Sólo existen en la medida en que esos medios los elaboran (Verón, 1987, p. 3).

Teniendo en cuenta esta concepción de la comunicación mediática se realizará una presentación y reflexión respecto de algunos de los titulares publicados por el diario digital *Somos Jujuy* y determinados comentarios vertidos por los usuarios de Facebook adscriptos a dicho medio acerca de la hoja de coca y la población boliviana, en tanto objetos discursivos.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

La estrategia metodológica es fundamentalmente cualitativa, enfoque que permitió profundizar y acceder al universo de significados, aspiraciones, creencias,

valores y actitudes propios de los espacios más profundos de las relaciones humanas, de los procesos y de los fenómenos (Souza Minayo, 2003). Se buscó así captar los procesos sociales de construcción y reconstrucción de significados (Blumer, 1969) involucrados en la relación que se establece entre las representaciones que tienen los actores relevantes y los factores sociales, económicos, políticos y culturales en torno a los cuales se desarrolla la problemática.

El método principal fue la netnografía (Hine 2011) que, como perspectiva y práctica de conocimiento permitió realizar un relevamiento completo del medio elegido, apoyado en las capturas de pantalla, procurando acceder en forma directa y detallada a los distintos discursos que conciernen a este trabajo.

La técnica implementada fue el análisis de contenidos web que posibilitó indagar en las representaciones que se construyen, tanto por parte de usuarios, como el medio y analizar de la forma más adecuada posible, las construcciones discursivas que conformaron el objeto de estudio.

Cabe aclarar que este estudio reviste un carácter exploratorio y aproximativo, en tanto trata de las primeras lecturas que están dentro de un proyecto de investigación más abarcativo que incluye la elaboración de una tesis de grado.

ANÁLISIS

Titulares de *Somos Jujuy:*

- El contrabando de coca será penado con hasta 15 años de cárcel en Jujuy (Morales solicitó que se cierren todos los kioscos de hojas de coca de La Quiaca.) (22 de junio)

- Contrabando constante: incautaron otros 50 kilos de hojas de coca en La Quiaca (21 de junio)

- El COE busca una vendedora de coca en La Quiaca que podría ser asintomática (Gerardo Morales sostuvo que existe la hipótesis de que esta persona podría haber producido contagios) (22 de junio)

Se corrobora en estas publicaciones una notable intención del medio en vincular el ingreso del virus al comercio de la hoja de coca y alojar en el imaginario popular, relatos que ubicaban el peligro de manera cuasi exclusiva en la frontera con Bolivia, alentando viejos prejuicios arraigados en nuestra sociedad (Caggiano (2005), Guzmán (2012), Karasik (2000) y Sadir (2007) y culpando por lo que pudiera pasar a una parte de la población que vive o trabaja allí.

Por supuesto, estas prácticas no son novedosas, ni surgieron con la pandemia, sino que, como marca Alejandro Grimson (2007) "es habitual que los medios hablen de los bolivianos como delincuentes o invasores" (p. 9). En efecto, son numerosos los estudios que demuestran una notable tendencia mediática histórica a ligar la inmigración con la delictividad, hecho que se encuentra en auge en los últimos años del periodismo argentino (Bergesio, González, López, 2020).

Sin embargo, este tipo de señalamientos estigmatizantes vinculados con categorías como el miedo, el peligro, la ilegalidad, el descontrol que reaparecen con notable frecuencia, interpelan con mayor profundidad la sensibilidad y comprensión del lector a raíz del contexto de pandemia que se vivía en el mundo, por ser características que adquirían una relevancia desmesurada y un lenguaje más visceral en tanto ponían en riesgo la vida misma.

- Llegaran a Jujuy 40 efectivos del ejército para reforzar la frontera con Bolivia (24 de junio)
- Reforzarán el control en 632 kilómetros de frontera: "Es central para frenar al bicho" (24 de junio)

La consecuencia inmediata a la construcción discursiva que los medios hacen de la frontera, es la ponderación de las medidas tendientes a militarizarlas. El medio construye narraciones que exaltan los hechos que suceden en ese espacio geográfico, poniendo de relieve una sobreentendida vinculación con problemáticas como el narcotráfico y el contrabando.

A diferencia de las posiciones pragmáticas que demuestran las autoridades y la gente de Jujuy con respecto al ingreso de la hoja de coca, en *Somos Jujuy* predomina una retórica moralista y políticamente correcta, que frecuentemente reduce su tratamiento a cuestiones de legalidad-ilegalidad alimentando un relato

ficcionalizado de la frontera, como un lugar donde sólo anida la corrupción y el descontrol (Bergessio, González, López 2020).

De esta manera, se reproduce una estructura de relatos que promueven pánicos morales (Thompson 2014) y justifican la regulación de lo que acontece desde posiciones punitivistas que terminan, no sólo por avalar la militarización, persecución, represión de los sujetos que allí trabajan para ganarse su sustento, sino también dando a entender una supuesta inferioridad de esa población (López 2016).

- Que le metan un tiro a la CHOLITA y sus compradores se acabó el problema ! (@N.A.)
- Tienen que hacerlos volver a los tiros y a lo largo de toda la frontera, sino no van a parar (@ManuKchorza)
- Balas hace falta algo mas. No entienden las cucarachas estas. El burro aprende a palos. Vienen a contagiar eso no es un delito. (@T.V.) (14 de junio; Somos Jujuy)

Así, el medio enturbia la comprensión de la realidad que se vive en las fronteras y crea una imagen sensacionalista y estereotipada de la misma. El entramado de difusión mediático, que exalta constantemente a la frontera como un lugar dedicado al delito, genera un impacto psicológico en las audiencias que repercute en la adopción de posiciones extremistas que sugieren el atropello total a todas las garantías y derechos humanos de las personas involucradas, incluyendo su total eliminación.

El cuadro que pintan es, por un lado, el de una invasión desenfrenada y, por el otro, un universo de dinero fácil, y consumos escandalosos que conforman un caldo en el cual proliferan los discursos de odio. La persecución, segregación y aniquilación del otro deviene justificada en el razonamiento de una porción importante de nuestra sociedad, en tanto el juicio que realizan se encuentra completamente atravesado por un conjunto de imágenes que han sido difundidas y afianzadas en el tiempo desde los sectores políticos, mediáticos y económicos dominantes (Caggiano 2005).

- Hay que dejar de yuyiar hay que buscar otros hàbitos como ser el chupetín (@A.G.) (14 de junio; Somos Jujuy)

- Y para cuando "acusi cero"????? (@A.R.)
- Que asco la gente que coquea!! Hace rato debería haver desaparecido ese vicio horrible (@B.M.)

Se constató también, cómo algunas notas conforman el marco para que afloren comentarios que le dan continuidad a los relatos de carácter prejuicioso, instituidos por determinados organismos internacionales que bajo la tutela y el financiamiento del Gobierno de Estados Unidos rechazan el consumo de coca en su estado natural.

LA CONSTRUCCIÓN DE LA "SUCCIÓN" EXTRANJERA

4) *Estos bolivianos abusivos Quieren venir a la ARG a utilizar todos los beneficios y no realizan ningún aporte ..todos planeros En bolivia a los -argentinos no les dan ni un vaso de agua gratis Sinvergüenzas ..después se hacen los humildes (@L.M.) (22 de mayo; Somos Jujuy)*
5) *Noooo los dejen !!!! Bienen a quedarse con nuestras tierras y los tenemos que mantener con planes sociales, salario, pensiones, medicamento,educación etc. NOOOOOOO (@C.R.) (22 de mayo; Somos Jujuy)*

Otro asunto recurrente y que presenta gran uniformidad en los comentarios relevados, hace referencia a un supuesto aprovechamiento inmoral y excesivo que realizan los ciudadanos bolivianos de los recursos públicos de la Argentina. Discursos de este tipo, fueron los que llevaron a Caggiano (2005) a plantear la figura del "*inmigrante extractivo*". Con respecto a este concepto, el autor sostiene que:

- El punto de partida para estas demandas parece ser una concepción utilitaria general acerca del fenómeno inmigratorio, y de los inmigrantes mismos. Más aun, podría conjeturarse que el modo de percepción y comprensión de estos procesos inmigratorios por parte de la sociedad "receptora" estaría marcado por una suerte de matriz utilitaria que le serviría de base y encuadre general. (Caggiano, 2005, p 84)

En similar sentido, Karasik (2013) sostiene que en las nociones del Estado argentino, ha primado una visión utilitaria de la inmigración boliviana. El inmigrante es evaluado por los sectores reaccionarios de la sociedad con relación a los aportes, fundamentalmente económicos, que realizan y a los presuntos gastos que implica su estancia en el país. Dichas ideas, agrega Caggiano, están sesgadas por el consumo mediático. Los medios de comunicación inauguran, en algunos asuntos, el tratamiento de ciertos hechos; en otros, "recuperan y amplifican las voces oficiales, (generalmente gubernamentales) con un efecto de complemento e intensificación" (Caggiano 2005, p. 78). Y no pocas veces, estas instituciones promueven prejuicios étnicos y estereotipos insultantes.

Este tipo de reclamos se sustentan en la porosidad con la cual son representadas las fronteras entre ambos países. Esta construcción de imágenes que se generan de los inmigrantes terminan por mitificarse en el imaginario popular de sectores de la población, teniendo un efecto performativo que se manifiesta en prácticas racistas y xenófobas que se viven en el día a día con distintos grados de violencia (Bergesio, González y López, 2020). Además, deja en evidencia la selectividad de la apertura en un país que se autopercibe y se presenta como abierto y acogedor para "todos los hombres del mundo" que quieran habitarlo (Caggiano, 2005).

REFLEXIONES FINALES

Corroboramos que el medio estudiado contribuyó activamente para construir, instalar, afianzar, conducir y reforzar las representaciones de la bolivianidad que circulan en la opinión pública. Ocasionando que, desde la sociedad receptora, se acrediten y emerjan diferentes discursos tendientes a discriminar a los inmigrantes, residentes o comerciantes bolivianos.

Las publicaciones mediáticas hacen mella en la visión adoptada por los usuarios. Las categorías "descontrol", "miedo" y "peligro" son variables constantes explícitas o implícitas en cada uno de los posteos analizados. La consecuencia inmediata a la construcción discursiva que el medio hizo de la frontera, es la ponderación de las medidas tendientes a reforzar el control de las fuerzas armadas en esa zona geográfica.

Desde esta perspectiva se amparó el *establishment* político-mediático para utilizar el comprensible miedo que atravesaba la población debido a la pandemia, como un potente disciplinador social y justificativo para el ejercicio legitimado de la violencia ilegítima en todas las esferas de nuestra vida.

En esta línea, ante el contexto de crisis, prorrumpieron ciertas concepciones internalizadas en parte de nuestra sociedad, imbuidas de clasismo discriminatorio hacia los sectores populares, que promovían un panorama de enfrentamiento en torno al falso dilema "ellos o nosotros". Estas representaciones étnico-culturales operan como una "obviedad"; como si fueran parte de una cuestión zanjada y "natural" que no admitiera ningún tipo de discusión. Expresiones de esta índole circulan en la vida cotidiana y estructuran el pensamiento y la acción. Su materialización en el entorno digital, no es ajena a nociones del sentido común, que legitiman la "mano dura" y el castigo como únicas salidas al "desorden", el "peligro" y el "descontrol" que se imagina en ese lugar.

Gran parte de los usuarios comentaristas tendieron a concebir "lo boliviano", como abstractamente aislado, es decir, por fuera de las dinámicas sociales, históricas y culturales que lo rodean y que operan detrás de la demarcación de fronteras entre las distintas comunidades. De esta manera, a los miembros de dicho colectivo, se les asignan ciertas características, las cuales los constituyen desde antes de su nacimiento y los acompañan durante toda su vida, como si conformaran su esencia *per se*. El boliviano es, luego existe.

BIBLIOGRAFÍA

- Abduca, R. (1994). De los yungas paceños al noroeste argentino. Nuevo enfoque sobre la producción de coca para consumo tradicional. (Inédito)
- Angenot, M. (2010). El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible. Siglo Veintiuno.
- Agostini, A. (2022). "Feos, sucios, malos y contagiosos" construcciones discursivas acerca de la población boliviana en pandemia (Jujuy, Argentina). Tesis en etapa final de realización. Liliana Bergesio (Directora), Andrea López (Codirectora). Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy.

- Barbero, J.M. (1987). De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Versión revisada 1991. Editorial Gustavo Gili.
- (2007), “Pensar la identidad como construcción social”, en: Actas del XI Congreso Nacional de Psicodiagnóstico “Contextos y Diversidad Cultural” y XVIII Jornadas Nacionales de ADEI
- Bergesio, L., González, N. y López, A. (2020). Economías populares y pandemia: impacto de las políticas fronterizas en el norte jujeño (Argentina).Ponencia. Seminario virtual de la Asociación de Estudios Fronterizos “(Re) pensar las fronteras latinoamericanas y caribeñas”, 29 al 31 de octubre de 2020.
- (2020). Frontera imaginada versus frontera transitada: El paso La Quiaca-Villazón en la prensa gráfica y durante la Manka Fiesta (2019) pp. 27-62. Compilación Fronteras en construcción: Prácticas sociales, políticas públicas y representaciones espaciales desde Sudamérica. Ed. Tesee
- Caggiano, S. (2005). *Lo que no entra en el crisol: inmigración boliviana, comunicación intercultural y procesos identitarios*. Prometeo
- Flores M. (2017). La coca y los modos de hacer: Una aproximación etnográfica a la agencia de la planta en terapias y rituales populares de Salta. Tesis de Doctorado presentada en el Programa de Doctorado de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, como parte de los requisitos necesarios para la obtención del título de Doctora con mención en Antropología
- 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]. Estudios Fronterizos, 21, e057. https://doi.org/10.21670/ ref.2015057
- (2009). La visión estatal sobre las migraciones en la Argentina reciente. De la retórica de la exclusión a la retórica de la inclusión. En E. Domenech (Comp.), Migración y política: el Estado interrogado. Procesos actuales en Argentina y Sudamérica (pp. 21-69). Universidad Nacional de Córdoba
- Hine, C. (2011). Etnografía virtual. Barcelona: Editorial UOC.
- Karasik, G. (2000) Tras la genealogía del diablo. Discusiones sobre la nación y el Estado en la frontera argentino-boliviana. En A. Grimson (Comp.), Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro. CICCUS/La Crujía.

- Karasik, G. y Yufra, L. (2020). “Fronteras seguras” y peligros de estado: sobre la extranjería y el control de la pandemia. Compilación Pensando la pandemia en/desde Jujuy. Reflexiones situadas. Ed. Tiraxi
- (2019). Extranjería y acotamiento del derecho a la salud en una provincia de frontera: iniciativas legislativas y debates sociales en Jujuy. 1ª ed. Tiraxi Ediciones.
- López, A. (2016). “Esto no es droga ni coca, es solo ropa”. Experiencia de mujeres bagayeras en dos fronteras argentino-bolivianas. Configuraciones del Estado, espacialidades y corporalidades. Trabajo de tesis, Doctorado en Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de la Plata.
- Manzano, V. (2017). Drogas y política en la Argentina de los ochenta. En Revista SAAP, Vol. 11, N° 2, noviembre 2017, pp. 313-338. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-19702017000200007
- Rabey, M. (1989) Legalidad e ilegalidad del coqueo en Argentina. En: La coca. Tradición, rito, identidad. México: Instituto Indigenista Interamericano, pp. 35-77.
- Sadir, F. (2012). Procesos de discriminación y fronteras. Interacciones en la frontera argentino-boliviana. El caso de Villazón, La Quiaca y San Salvador de Jujuy. En Miradas en Movimiento, Vol. VI., abril 2012 (pp. 66-102).
- (2006). Las interacciones entre bolivianos y población local en espacios fronterizos. El caso de los bolivianos residentes en San Salvador de Jujuy. Tesis de licenciatura, carrera de Antropología. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, UNJu.
- Sánchez Aranda, J. (2005). Análisis de contenido cuantitativo de medios. En M.R. Berganza Conde, *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Ed. Mc Graw Hill
- Todorov, T. (2005). Nosotros y Los Otros. Siglo XII
- Trivi, N. A. (2011) Bajo los adoquines está la Pachamama: Territorialidad andina en el Gran La Plata. (2008-2011) Universidad Nacional de La Plata Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación Departamento de Geografía.

- Unrein, M. F. y Uribe Echevarria, M. P. (2020). *Discursos que matan: representaciones sociales sobre el caso "Oberlín" en los comentarios de Facebook de La Voz del Interior*. Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba.
- Verón, E. (1987) Construir el acontecimiento. Gedisa.
- (1984). Semiosis de lo ideológico y del poder, en espacios de crítica y producción. UBA.
- (1981). La semiosis social. Gedisa**.**
- Vidal, F. (2020). Los términos de la guerra. Como gobernar en tiempos de pandemia. Libro digital Pensando la pandemia en/desde Jujuy reflexiones situadas. *(pp. 203 a 207)*. Compiladores Bergesio L. y Perassi L. TIRAXI Ediciones.

FORMAS DE NARRAR: EL PRIMER ROCK NACIONAL EN LOS DIARIOS CLARÍN, LA NACION Y PÁGINA/12

Karin Helena Antunes de Moraes | Universidad de Do Estado de Santa Catarina
karin.helena@gmail.com

RESUMEN

Esta propuesta busca presentar una visión preliminar de una investigación doctoral en curso que se basa en la representación del primer rock argentino en las construcciones narrativas de los diarios *Clarín*, La Nación y Página/12 acerca de los llamados pioneros del rock nacional en el marco de los 40 y los 50 años del género en el país. Entiendo que el "primer rock" es una etiqueta temporal móvil, que presenta hitos en años como 1966 (Los Beatniks), 1965 (Los Gatos Salvajes), 1956 Eddie Pequenino o 1959 (Billy Cafaro), pero elegí trabajar con el período que va del 1967, con el lanzamiento de *La Balsa*, hasta el 1975 con los recitales del Adiós Sui Generis. El análisis se ancla en interrogantes como la representación de dichos músicos que empezaran su labor entre las décadas de 1960 y 1970, la (auto)percepción de los músicos en las narrativas, las movilizaciones entre la memoria y los afectos, las posibles disputas generacionales, las jerarquizaciones dentro de este género musical, cómo, y si, es trabajada el tema de la vejez de estos personajes y las diferencias en el abordaje de los diarios. Los análisis se basan principalmente en los aportes teóricos de Eliseo Verón (2004), Nelson

Traquina (2005), Simon Frith (1988) y Lawrence Grossberg (2010). En este trabajo he analizado los diarios publicados dentro de un marco temporal que va del 2007 hasta el 2017. El estudio ha observado los cuadernos/secciones dedicadas a la cultura y a los espectáculos en cada diario y también las llamas presentes en la tapa de cada publicación. La ponencia tiene como propuesta establecer el diálogo con otros investigadores acerca de la producción y de los análisis discursivos de la prensa y presentar las diferentes maneras de tratar un tema permeado por la subjetividad afectiva como la música, y en especial el rock nacional.

Palabras clave: análisis del discurso, diarios, rock nacional

INTRODUCCIÓN

Este trabajo se basa en un análisis todavía inconcluso de los diarios *Clarín, La Nación* y *Página/12* acerca de los discursos construidos por y sobre los llamados pioneros del rock nacional y los eventos que circundan estos relatos. Esta cuestión sostiene mi trabajo de investigación doctoral que pretende observar cómo y de qué maneras los músicos y el rock de las primeras horas son representadas en las tres publicaciones dentro del marco conmemorativo de los 40 a los 50 años del rock nacional. Además, la hipótesis de investigación se enfoca también en una posible construcción de un discurso mítico y jerarquizante acerca del rock argentino que demarca un antes y un después en la música popular. Estas prácticas juveniles y las producciones sonoras vinieron a la luz en un período marcado por un quiebre generacional, inestabilidad e interdicciones políticas, efervescencia cultural y cercenamiento a los comportamientos "desbordantes" como los de los hippies y músicos. De este modo, además de observar las similitudes y diferencias en el abordaje de los diarios, me interesa también observar cómo las memorias y eventos anteriores emergen y son articulados en los relatos publicados entre los marcos conmemorativos del 2007 hasta el 2017.

Por ser una investigación todavía no concluida propongo en este trabajo presentar un panorama inicial de las principales motivaciones y cuestiones

norteadoras del análisis y las herramientas utilizadas en el tratamiento de las fuentes. Para materializar el abordaje presentó específicamente un análisis acerca de una nota publicada en los diarios *Clarín*, *La Nación* y *Página/12* acerca del cierre de la confitería *La Perla* del Once y su transformación en una red de pizzerías en el año de 2017. La antigua confitería actúa en los relatos acerca del rock nacional como una coordinada organizadora y afectiva de estos discursos que dan cuenta del proceso de composición y validación de *La Balsa*, de Litto Nebbia y Tanguito (1967).

Han contribuido para el desarrollo de estas ideas los trabajos de autores como Eliseo Verón (2004), Nelson Traquina (2005), Gislene Silva (2005), Simon Frith (1988) y Lawrence Grossberg (2010).

EL ROCK Y SUS DIMENSIONES AFECTIVAS

Para empezar creo que sea importante trazar el pequeño recorrido hasta llegar a lo que me ha llevado a mi tema de investigación actual. Al haber nacido y crecido en un país no hispanohablante, las canciones en castellano no eran muy abundantes en las radios y en la televisión de Brasil, así que el rock argentino me ha llegado tarde. Junto a sus canciones y sonidos me ha desplegado también nuevas maneras de interpretar y (re)conocer los elementos socioculturales de la Argentina y de otros países de la región. Con el pasar del tiempo, más que la música que a mí me gustaba, el rock argentino se ha convertido en un campo de interés profesional, de indagaciones, dudas, contradicciones y en ese sentido, el relato mitológico y organizador de los primeros años de naufragios, cortes de pelo forzado y búsqueda de creación de líricas en el idioma propio siempre me han generado curiosidad. En ese sentido, el artículo de Sergio Pujol *Escúchame, alúmbrame. Apuntes sobre el canon de "la música joven" argentina entre 1966 y 1973,* me ha llevado a pensar en las mediatizaciones y en una especie de romanticismo que rondan los relatos sobre el rock en el país dónde los llamados "pioneros" son tratados cómo próceres que tuvieron que "oír el ruído de rotas cadenas" como destaca Juan Ignácio Provéndola (PROVÉNDOLA, *Página/12*, 2016). Así, Pujol (2015, p. 13) plantea un proceso de legitimación del pasado del

rock, producto de la modernidad tardía o la posmodernidad que hace con que fragmentos de memorias se queden atrapados en el presente.

Esta suerte de "trampa", entre muchas comillas, dónde pasado y presente se tocan y se alimentan es una de las materias preferidas de la Historia del Pasado Reciente – o del Tiempo Presente – como la llamamos en Brasil, una vez que en general se habla de "un pasado que no pasa" (CONAN y ROUSSO, 2013). En las industrias culturales estos pasados no superados suelen, a ratos, despertarse con fuerza en eternos retornos de prendas de ropas, cortes de pelos, soportes de audio o video y no como traumas que atraviesan las colectividades que han padecido dictaduras, genocidios, persecuciones y otras violaciones de derechos. Pero, aunque en general no estén involucrados con temas sensibles y en dimensiones que demandan verdad y justicia, los productos culturales se relacionan con una importante faceta de los sujetos: los afectos. En ese sentido, Lawrence Grossberg (2010, p. 121) sostiene que la música, y en particular el rock, actúa a través de alianzas afectivas que hacen con que el poder del rock and roll no dependa de su significado sino de sus inversiones afectivas. De este modo, el rock está relacionado con lo que uno siente en sus distintas organizaciones de deseo y placer. Su poder antagónico no resulta de ofrecer un tipo de deseo inaceptable por la cultura dominante, ni una estructura de placer concreta, ni tampoco de incitar a una realización ilimitada del deseo.

Por lo tanto, estas organizaciones del deseo pueden ser observadas en la vida cotidiana, en las músicas y anécdotas que permanecen en el tiempo, en letras de canciones y figuras populares convertidas en materialidad – aunque efímera – en las calles o en relatos mediados por los afectos. En ese sentido, la prensa actúa como una mediadora que presenta y representa los hechos, las biografías, las producciones musicales en articulación constante con las memorias afectivas de los sujetos que sienten que estas canciones les pertenecen (FRITH, 1988, p. 419-420).

De este modo, mi opción por trabajar con periódicos antes que con revistas o medios especializados en música se sostiene en determinadas características de los medios diarios, ya sean impresos o digitales, que se presentan como un

“archivo del cotidiano” (ZICMAN, 1985, p. 90). Así, orbitan por entre sus páginas los más variados temas, géneros textuales y elementos gráficos que se ofrecen como atractivas fuentes de observación acerca de la inserción de los discursos sobre el rock nacional en sus temas de interés. En un mismo sentido, Eliseo Verón (2004, p. 239) sostiene que la prensa escrita es un laboratorio para los estudios de las transformaciones socioculturales de los grupos y de las relaciones entabladas entre esas transformaciones y los géneros discursivos. Aunque no sea el tema de este trabajo, esta característica cambiante se refleja en el abordaje del rock nacional en los diarios *La Nación* y *Clarín* que he analizado en trabajos anteriores y que dan cuenta de que en la década de 1970 las producciones musicales juveniles no despertaban tanto interés de estos medios (MORAES, 2017). Por lo tanto, al analizar estos contenidos se arma también un intento para entender los mecanismos que actúan en la selección y valoración de los temas que merecen un tratamiento periodístico. Para eso, he considerado los aportes de Traquina (2005) e Silva (2005) en lo que se refiere a los criterios de noticiabilidad y los valores-noticia. De manera resumida, se puede definir el concepto de noticiabilidad como un conjunto de criterios y operaciones intrínsecas, éticas, y/o epistemológicas que pautan la selección y la producción de las informaciones que son merecedoras de convertirse en noticias (TRAQUINA, 2005, p. 63).

No quepan dudas de que el marco inicial que toma *La Balsa*, canción de Litto Nebbia y Tanguito, es un elemento cuestionable y en disputa dentro de las narrativas acerca del rock nacional. Lo mismo pasa con el demarcador “primer rock” que vengo utilizando en mi tesis, así como ya lo hicieron autores como Alabarces (1995), Pujol (2015) y Fanjul (2018). Todos estos demarcadores son altamente cambiante y los hitos y hechos que se consideran definidores de cada período que en general empiezan en 1965 – con la grabación del primer LP de Los Gatos Salvajes – y va hasta los inicios de la década de 1970 de la mano de obras como *Artaud* de Luis Alberto Spinetta (PUJOL, 2015) en análisis que se basan sobre todo en la lírica de las canciones. Por otro lado, he decidido emplear como definidores el éxito de las producciones, aunque este abordaje también amplíe y suscite una serie de contradicciones, una vez que el rock en sus inicios buscaba diferenciarse de la llamada “música comercial” popularizada con los artistas del Club del Clan. De este modo, mi análisis considera especialmente artistas y

producciones que ganan las calles en el 1967 y se extiende hasta el año de 1975 con los conciertos del Adiós Sui Generis. Si, por un lado, el lanzamiento de *La Balsa* ha ampliado la popularidad de un cierto tipo de música juvenil que empezaba a ser compuesta en castellano, los conciertos masivos encabezados por Nito Mestre y Charly García en septiembre del 1975 representaran los primeros recitales multitudinarios de atracción única en un estadio. Entretanto, las producciones anteriores – como las presentaciones públicas de Los Beatniks (1966), el LP de Los Gatos Salvajes y la popularidad de artistas como Billy Cafaro y Eddie Pequenino en la década de 1950 no son descartadas en este proceso. Eso porque, además de valorar la producción musical juvenil que proviene de otras matrices y características que venían de la mano del baile antes que de la escucha, como empieza a suceder con las composiciones roqueras post 1965.

Por lo tanto, en este trabajo he seleccionado tres notas con contenidos semejantes publicadas en las versiones digitales de los tres diarios entre febrero y marzo de 2017. Las notas tratan del cierre de actividades de *La Perla* del Once y su nuevo rol como pizzería.

DIARIOS, CARACTERÍSTICAS Y CONTRATOS

Antes de todo, hay que tener en claro que los tres diarios poseen recorridos, líneas editoriales, características y públicos distintos. Mientras que *La Nación*, surgido de la mano del expresidente Bartolomé Mitre tiene un apelo más formal, ligado al pensamiento liberal y oligárquico, *Clarín* fundado en 1945 sería un punto intermedio entre la publicación mitrista y *Página/12*. Eso porque, el periódico de mayor tiraje de ejemplares en la Argentina intenta mezclar elementos más populares que se alejan del tono más austero de *La Nación*, pero que también se difieren del humor crítico de *Página/12*, sin entretando marcar rasgos extremadamente populares como los aplicados por otros diarios como *Crónica* y *Diario Popular*.

En ese sentido es interesante observar las construcciones de discursos con una misma temática en publicaciones que son pensadas y erigidas con lógicas editoriales y conceptos diferentes. El público de estos diarios también juega un

importante papel en este vínculo entre emisor y destinatario formando diferentes contratos de lectura (VERÓN, 2004, p. 105). El autor defiende que todo soporte de prensa contiene un dispositivo de enunciación que puede ser coherente, incoherente, estable, inestable, más o menos adaptable a sus lectores. A este dispositivo discursivo Verón los llama "contrato de lectura". Para él, los contratos de lectura implican, entre otras cosas, que los discursos emitidos por un soporte de lectura sea un espacio imaginario dónde sea posible elegir y construir diferentes caminos con más o menos libertad. Estas elecciones, según el autor, hacen con que el camino a veces, pueda presentarse como zonas riesgosas, donde uno se puede perder o por el contrario, sea un plan detallado y señalizado con pocas posibilidades de escaparse. En ese sentido, lo que hace Verón es subrayar la importancia de los lectores en ese proceso, apartándose de la idea de que un lector es alguien pasivo, que no propone interrogantes, que no se sorprende, ni rechaza, ni piensa sobre lo que lee. Así, "leer es hacer", ya sean preguntas, nuevos caminos, nuevos abordajes o temas de interés.

Las empresas de comunicación suelen desarrollar una serie de sondeos, entrevistas y detallamiento de métricas para acompañar la validez de estos contratos de lectura. Para crear un producto y mantenerlo acorde con los intereses de su público es necesario no perder de vista cómo y de cuáles modos sus lectores reciben y dialogan con estas informaciones y cuáles son los temas que más o menos les agradan. Pero, por otro lado, el contrato permite crear y establecer un tipo de conversación entre los medios y sus lectores a partir de temas o formas de enunciación que les sean fácilmente decodificadas.

De este modo, aunque se esté analizando publicaciones diarias, producidas a partir de la ciudad de Buenos Aires sobre una misma temática, sus contratos de lectura y su forma de producción de noticias a partir de los criterios de selección, noticiabilidad son diferentes, aunque puedan ser convergentes. Entretanto, en el análisis que se establece a seguir concentré la mirada en las características enunciativas y discursivas de las notas y no en los procesos de producción y las características específicas de estos medios en su formulación contractual con sus lectores.

EL CIERRE DE *LA PERLA* DEL ONCE EN LOS DIARIOS

La Perla ha actuado en las memorias acerca del primer rock como un mito de coordinadas urbanas que ofrece un punto exacto para ordenar estos relatos (PUJOL, 2015). Además, "la cuna del rock nacional" como decía la cartelera presente en su fachada también estaba convetida en un punto de (re)conocimiento de los fanáticos del rock, un vector o activador de memorias (GONÇALVES, 2015, p. 18) de un pasado que sigue presente y que es mediado por y a través de la música.

Ubicada en el cruce de las avenidas Rivadavia y Jujuy el espacio sigue cumpliendo un papel destacado en la organización del relato acerca de las primeras horas del rock en Argentina. La confitería era una de las preferidas de los estudiantes de la UBA y también supo recibir en sus salones escritores, artistas, políticos y jóvenes músicos que buscaban abrigarse de las tijeras policiales en un período donde llevar ropas con muchos colores y largos pelos significaban detenciones para averiguación de antecedentes (MANZANO, 2014). A pesar de la prohibición de tocar música en el salón, los jóvenes que gestaban lo que años más tarde sería llamado de rock nacional encontraban formas de zafar de las restricciones para compartir acordes e ideas. La salida preferida en ese entonces era el baño de la confitería, local que según el relato inicial vio nacer la piedra basilar del rock argentino, *La Balsa*, de autoría de Litto Nebbia y Tanguito. En ese sentido, Litto Nebbia recuerda que:

> - El día que pasó lo de *La Balsa*, Tango hizo una cosa que algunas veces hacíamos que era si uno quería mostrar alguna cosita que recién había terminado, íbamos al baño que además, tenía buena acústica. Así que me dijo 'mirá, se me ocurrió el comienzo de una canción y no sé como seguirla'. Nos fuimos al baño e hizo sobre Mi Mayor el comienzo diciendo 'estoy muysolo y triste acá en este mundo de mierda'. Me pasó la guitarra e hice todo lo que sigue de la canción. (CANAL ENCUENTRO, 2009).

En el año de 2017 el edificio donde estaba ubicada *La Perla* dejó de actuar como

una confitería – que a lo largo de los años supo organizar recitales de rock y también prestaba homenajes a importantes nombres de la música local que, décadas antes, habían estado por entre sus mesas y sus tazas de café. El cierre de este espacio que sería convertido en una pizzería de cadena ha despertado la atención de los fans y también de los medios de comunicación como las señales de televisión Crónica, TV Pública y C5N y medios impresos y digitales como los aquí analizados. Los materiales utilizados en este trabajo fueron publicadas entre los meses de febrero y marzo del 2017 y hablan desde el proceso de cierre hasta la reforma y reinauguración del espacio, ya sin la impronta rockera que le ha caracterizado a lo largo de los años.

Como forma de elaborar la observación discursiva de estas notas he recurrido a la metodología planteada por Eliseo Verón que respeta y considera un conjunto de elementos del proceso de producción de los discursos que deben ser considerados en la lectura atenta de los enunciados y del corpus material de los discursos. Los principales elementos destacados por el autor en consonancia con los fundamentos subrayados en estos textos y sus soportes están presentes en la tabla a seguir.

Elementos observados em el análisis del texto

Conjunto de Elementos	**Definición**	**Aplicación en el analisis**
Invariante Referencial	Textos que Hablan de un mismo tema.	Formulado por la autora a partir del trabajo de Verón (2004). Cierre de *La Perla* del Once
Comparabilidad	Criterios que definen la comparabilidad de los textos como periodicidad, género y función del discurso.	Diarios producidos a través de técnicas y practicas semejantes en un mismo período cuya función informativa es similar. Las tres notas analizadas fueron publicadas en las versiones digitales de diarios impresos y pertenecen al mismo género textual.
Género	Análisis textual en publicaciones que pertenecen a un mismo género pautado en el acontecimiento/hechos.	

Para adentrarse en este análisis primeramente presentaré un comparativo de los títulos, posteriormente se presentará un enfoque de los contenidos y categorías

observadas en las notas a partir de una comparación de su estructura y temática. La observación inicial consideró algunas guías o elementos como forma de comparar las notas. Esta demarcación está presente en la siguiente tabla.

Guías de observación rápida

Elementos Clarín La Nación Página/12

Nota Firmada por periodista
No No Sí

Volanda Sí No Sí Bajada Sí Sí Sí Fotos Sí Sí Sí
Enlace para notas similares Sí Sí No

Formulado por la autora a partir del trabajo de Verón (2004).

Después de esta breve observación/comparación la lectura se detuvo en los títulos, volantas y bajadas utilizados – o no – en cada una de las publicaciones. Se buscó percibir la relación entre el título y los elementos de apoyo y su relación con el tema central de los artículos. En una mirada ligera, fue posible afirmar que los tres títulos ofrecen un resumen del corpus de las notas anticipando los principales temas que serán discutidos a lo largo de los textos como se observa a seguir:

Comparativo entre títulos e elementos de apoyo

Diário Título y Apoyos Fecha de Publicación Página/12 **Título:** El rock nacional se queda sin cuna

Volanta: Hoy cierra sus puertas el mítico bar *La Perla*
Bajada: La historia cuenta que Tanguito compuso allí "*La balsa*", que después grabarían Los Gatos liderados por Litto Nebbia.

bar *La Perla* de Once fue reemplazado por una pizzería con pantallas LED

22 de febrero de 2017

La Nación **Título:** El legendario

4 de marzo de 2017 **Bajada:** La apertura de un nuevo

local en la esquina de Avenida
Rivadavia y Jujuy borró las
huellas del bar donde se gestó el
rock nacional
Clarín **Título:** Del legendario bar *La Perla* de Once sólo quedaron los
mozos y la nostalgia

Volanta: Reabrió como pizzería y
perdió todo su estilo

Bajada: Donde colgaban fotos
de leyendas del rock nacional
ahora hay TV Leds. Sus 9
empleados recuerdan viejos

Formulado por la autora a partir del trabajo de Verón (2004).

7 de marzo de 20

tiempos.

Algo importante sobre los textos de *Clarín* y *La Nación* es que los dos diarios utilizaran la misma nota producida por la Agencia Telám, pero modificaran los títulos, bajadas y también los textos de las notas. En ese sentido, aunque su base sea la misma, es posible afirmar que los diarios han publicado notas diferentes acerca del tema, cuyas diferencias se presentarán a seguir. Ambos se asemejan al destacar la pérdida de las características que hicieron de *La Perla* un espacio reconocido por la cultura rock. Además, llama la atención la elección de palabras calificativas del bar y del sentimiento que acompaña al cambio presente en el título, es decir, "legendario" (*Clarín* y *La Nación*) y también "nostalgia" (*Clarín*), que en esta clave parece dialogar con la bajada del diario, que a igual que *La Nación*, subraya las pantallas de televisión Led. Por otro lado, *Página/12* emplea un calificativo similar al describir La Perla como un "mítico" bar. En otro nivel se percibe que el título empleado por *Página/12* se diferencia al emplear la naturaleza metalingüística (VERÓN, 2004 p. 107) que evoca a una "cuna del rock". O sea, para que este criterio de encuadramiento sea efectivo, se supone que el lector sepa cuál es, dónde queda y cuál fue/es la función de dicha cuna.

La conexión entre los títulos y sus textos de apoyos también dan cuenta de una especie de resumen de lo que pretenden las notas. *Página/12*, por ejemplo, anticipa el cierre de la confitería en la volanta, cuestión retomada en el título que destaca la pérdida de la cuna rockera que la bajada trata de retomar con la historia de la composición de *La Balsa*. Por su parte, *La Nación*, que había destacado el reemplazo de un importante bar por una pizzería, conecta su título con una bajada que habla de la pérdida de las características de antaño del espacio, o sea, su impronta rock. Algo similar a lo que publica *Clarín*, que habla de una pérdida de estilo en razón del nuevo negocio allí emplazado que se suplementa con el hecho de que han sacado todas las fotos de los personajes del rock local de sus salones.

En lo que se refiere al corpus textual de los tres diarios, al haber publicado su nota antes *Página/12*, trabaja con otra materia principal en su texto, que es, justamente, la de comunicar que se cierra la confitería. *Clarín* y *La Nación*, por su parte, se valen ya del nuevo lugar. Los artículos distan un poco en su forma, una vez que *Página/12* ha trabajado con 10 párrafos y una foto en la apertura del texto. Mientras la diferencia en la nota de base que sirve a *Clarín* y *La Nación* se observa ya en su estructura, una vez que el texto de *Clarín* tiene 9 párrafos con dos fotos y el de *La Nación* presenta 14 párrafos con la inserción de 4 fotos. En la tabla a seguir presento un esquema de los principales temas/ideas presentadas en cada uno de los párrafos.

Comparativo entre estructura y temáticas

Página/12	**Clarín**	**La Nación**
Apertura de una cadena de pizzerías Huellas del rock borradas Cuna del rock nacional Retomada de la historia de *La Balsa* Sitio de Interés Cultural Llegada de la cadena pizzerías Remodelación del espacio Garantía de empleo para los mozos	11 Transformación del espacio (identidad, tristeza) Cita de uno de los empleados (tristeza) Retomada de la historia de *La Balsa* Larga tradición en la vida cultural porteña	Apertura de una cadena de pizzerías Huellas del rock borradas Cuna del rock nacional Retomada de la historia de *La Balsa* Cita de uno de los empleados (proceso para acostumbrarse; nostalgia) Garantía de empleo para los mozos

(tristeza, melancolía) Fotos de los músicos cambiadas por pantallas de LED Comparación/diferenciación con lo que pasó a otro bar notable, Cita de uno de los	empleados (cambios, costumbre) Cita de uno de los empleados (proceso para acostumbrarse; nostalgia) Garantía de empleo para los mozos (tristeza, melancolía)	Fotos de los músicos cambiadas por pantallas de LED Cita de uno de los empleados (recuerdos de las presentaciones musicales) Sitio de Interés Cultural
Punto de encuentro de los próceres del rock nacional Sitio de Interés Cultural y Bar Notable (falta de restricciones a los cambios en la fachada) Cita del arquitecto Horacio Spinetto, asesor del área de bares notables Despedida del espacio por parte de los vecinos y fans de rock Lámina con la letra de *La Balsa* sigue en el baño	Sitio de Interés Cultural Lámina con la letra de *La Balsa* sigue en el baño Cita del baterista Rodolfo García (destino) Recuerdo de la actuación de Rodolfo García en la programación musical Cita del baterista Rodolfo García (destino) Cita de un empleado sobre el rol de Rodolfo García	Cita del baterista Rodolfo García (destino, falta de interés de los dueños del local) Programación musical desempeñada por Rodolfo García em el espacio Cita del baterista Rodolfo García (punto de encuentro) Cita del baterista Rodolfo García (aceptación del destino)

Formulado por la autora a partir del trabajo de Verón (2004).

A partir de este resumen es posible observar que algunos temas/categorías se repiten en ambos textos, entre ellos la retomada de la historia de *La Balsa* y el rol de la confitería en la historia y en las memorias del rock nacional. Se insertan en este sentido los principales personajes que pasado por sus salones para compartir una taza de café o ideas para nuevas canciones, o que años más tarde volvieron a ingresar por sus puertas, ahora sin interdicciones con respecto a la música que ahora sí, se podía escuchar en el espacio.

Además de eso están las voces de sus empleados – cuyo nombre es publicado apenas en la nota de *Página/12* – y su mezcla de emociones con los cambios que van a enfrentar. Otros temas que se repiten son el hecho de que *La Perla* fue declarada un sitio de interés de la ciudad de Buenos Aires en 1994 y figuraba en la lista de cafés notables. Además de su papel como aglutinador de generaciones de rockeros, cuyas reuniones intentaron ser retomadas a partir del 2010 cuando Rodolfo García estuvo a cargo de la programación artística de *La Perla*.

En ese sentido, algunos temas abordados en las publicaciones surgen cargados de elementos emocionales como el vínculo de los empleados o de las personas que se fueran a despedir de la "cuna" del rock local. Esta característica converge con lo anteriormente hablado acerca de la dimensión afectiva y emocional creada por y a través de las canciones. Algo que Janotti Junior (2003) caracteriza como una "espiral de afectos" que son disparados por las melodías y sus vectores, ya sean los artistas, los soportes o los espacios físicos o simbólicos. De este modo, están presentes en los artículos la carga sentimental vinculada a un hito de la música popular que deja de existir en cuanto tal, pero que sigue vivo en las memorias y en el esquema de organización de los relatos acerca del rock nacional.

CONSIDERACIONES FINALES

Este artículo ha presentado una visión acortada de una investigación mucho más amplia acerca de las construcciones y representaciones del rock en los discursos de la prensa escrita argentina. Entretanto pude demostrar algunas líneas y esquemas que vengo aplicando a los textos producidos acerca del rock local entre los años de 2007 y 2017 y las formas como los relatos acerca de hechos, canciones y artistas "pioneros" son tratados por la prensa.

El cierre de *La Perla* del Once se insiere en esta dimensión temporal y emocional de los discursos producidos con el rock a la cabeza y representa un cambio, una transformación proveniente del paso de los tiempos, que suele transformar lugares, prácticas o sujetos, pero que pueden perdura en las memorias y en los discursos. Algo como planteado en la primera parte del texto, dónde el pasado no termina de pasar del todo, aunque se modifiquen los procesos y algunas de sus estructuras. En ese sentido, la prensa es importante mantenedor y buceador de estas memorias que regresan o son activadas en notas, entrevistas y otros productos informativos o culturales que se gestan en las redacciones.

El análisis comparativo de los diarios demuestra que existen puntos de convergencia – a veces demasiada, como la que utiliza la misma nota – que siempre retoma elementos que tratan de contextualizar y poner a sus lectores en

el mismo punto de entendimiento. Pero al hacer el recorrido hacia atrás, lo que producen estos discursos es una agitación de hechos, memorias y afectos que se articulan en la producción de sentidos de sus textos. Estas partículas muchas veces están en las afueras del género informativo y se insertan más en procesos enunciativos que mueven camadas más personales. Este análisis se ha basado más en los puntos de aproximación que en las diferencias entre estos diarios, categoría que seguramente debe ser encarada de manera más frontal y densa en mi investigación. De todos modos, la propuesta de este artículo era demostrar cómo estos medios de comunicación manejan y articulan las construcciones narrativas acerca del pasado del rock en el presente.

BIBLIOGRAFÍA

- Alabarces, P. (1993). *Entre gatos y violadores: el rock nacional en la cultura argentina* (Vol. 3). Ediciones Colihue SRL.
- Clarín. (2017). Del legendario bar La Perla de Once sólo quedaron los mozos y la nostalgia. Recuperado 10 de septiembre de 2022, de https://www.clarin.com/ciudades/legendario-bar-perla-once-reabrio-pizzeria-perdio toda-estilo_0_r1w8Nnncg.html
- [Canal Encuentro]. (2009). *Cómo hice: La balsa - Canal Encuentro*. YouTube. Recuperado 12 de septiembre de 2022, de https://www.youtube.com/watch?v=KEqlWcLKiNM
- Conan, E., & Rousso, H. (2013). Vichy, un passé qui ne passe pas. Fayard/Pluriel.
- Díaz, A. F. (2017). El rock nacional se queda sin cuna. Página/12. Recuperado 10 de septiembre de 2022, de https://www.pagina12.com.ar/14259-el-rock-nacional-se queda-sin-cuna
- Fanjul, A. P. (2018). *Mudança, consternação: um estudo sobre o discurso no primeiro rock argentino* (Doctoral dissertation, Universidade de São Paulo).
- Frith, S. (1988). Hacia una estética de la música popular. Las culturas musicales. Lecturas em etnomusicología, 413-435.
- Grossberg, L. (2010). Estudios Culturales: teoria, politica y practica. Letra Capital. 14

- Gonçalves, J. (2015). Lugares de memória, memórias concorrentes e leis memoriais. *Revista Memória em Rede*, *7*(13), 015-028.
- Janotti Jr, J. J. (2003). *Aumenta que isso aí é rock and roll: mídia, gênero musical e identidade*. Editora E-papers.
- La Nación (2017). El legendario bar La Perla de Once fue reemplazado por una pizzería con pantallas LED. Recuperado 10 de septiembre de 2022, de https://www.lanacion.com.ar/buenos-aires/el-legendario-bar-la-perla-de-once-fue reemplazado-por-una-pizzeria-con-pantallas-led-nid1990083/
- Manzano, A. V. (2014). " Y, ahora, entre gente de clase media como uno": culturas juveniles, drogas y política en la Argentina, 1960-1980.
- Moraes, K. H. A. (2017). *Transpondo os puentes amarillos: análise histórica e cultural através de Artaud de Luis Alberto Spinetta* (Master's thesis).
- Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. Estudos em Jornalismo e Mídia v. II n. 1.
- Traquina, N. & Livros, I. (2005). A tribo jornalística: Uma comunidade interpretativa transnacional (Coleção Teorias do Jornalismo). Insular Livros.
- Vila, P. (1985). Rock Nacional. Crónicas de la resistencia juvenil. En E. Jelin, Los Nuevos Movimientos Sociales. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Provéndola, J. I. (2016). Rock en argentino. Página/12. Recuperado 16 de septiembre de 2022, de https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/no/12-8633-2016-06-09.html
- Pujol, S. (2015). Escúchame, alúmbrame: Apuntes sobre el canon de" la música joven" argentina entre 1966 y 1973. *Apuntes de investigación del CECYP*, (25), 11- 25.
- Verón, E. (2004). Fragmentos de um tecido São Leopoldo: Ed.

LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA CARACTERIZADA POR BYUNG-CHUL HAN, PRESENTE EN DON'T LOOK UP

Diego Santiago Caminos | Universidad Nacional de Tucumán
diegocaminos22@gmail.com

RESUMEN

La ponencia presente tiene el propósito de analizar el mensaje propuesto por la película *Don´t Look Up* y ponerlo en relación con la obra de Byung Chul Han. ¿Cuál es el mensaje de la película? ¿Qué mirada sobre la sociedad nos propone? ¿De qué manera se vincula con la descrita por Byung Chul Han? ¿Qué conceptos trabaja y qué recursos comunicativos utiliza para darle fuerza al mensaje? Son algunos de los interrogantes desde los que partirá el análisis.

Don´t Look Up es una película estadounidense estrenada durante diciembre de 2021. Detrás de lo que parece ser una comedia, el director *Adam Mckay* realiza una crítica entre líneas del pensamiento de la sociedad actual y expone las consecuencias del *régimen de la información:* el poder de quién posee los datos y la obnubilación de una población placentera de otorgarlos. Esta característica de la sociedad como pasiva, sumisa, y cada vez más desentendida del saber se puede observar a lo largo del film. Han la define como una *sociedad paliativa*, donde la gente es dominada en un estado de felicidad, placer y sumergida en un consumo constante. La dominación que vaticinaba Huxley en *Un Mundo Feliz* mediante

drogas o *soma*, hoy se hace efectiva en formato de redes sociales y cataratas de información.

Mientras tanto, los protagonistas del film -no es casualidad que sean científicos- representan las voces de la cordura, del despertar, del saber, pero al mismo tiempo y en contraposición con la población en general, están ansiosos y estresados.

Lo que para muchos significó una película de consumo distraído, con ciertas dosis de risas o comedia, a partir de un análisis consciente del contenido puede entenderse como un reflejo del mundo en el que vivimos. La intención del director es clara: dejar rastros o huellas de la realidad en la película y advertir acerca de lo que nos estamos convirtiendo como sociedad

Palabras claves: sociedad - información - dominación

No mires arriba: Ficha Técnica

Título	No mires arriba
Dirección	Adam McKay
País	Estados Unidos
Año	2021
Duración	145 minutos
Género	Ciencia ficción, Comedia
Reparto	Leonardo Di Caprio, Jennifer Lawrence, Rob Morgan, Jonah Hill, Mark Rylance, Tyler Perry, Timotheé Chalamet, Ron Perlman, Ariana Grande, Scott Mescudi, Himesh Patel, Melanie Lynskey, Cate Blanchety, Meryl Streep.

Productora	Hyperobject Industries Bluegrass Films
Distribuidora	Netflix
Guión	Adam McKay
Música	Nicholas Britell

(Recuperado de Wikipedia)

No mires arriba: Sinopsis

Un meteorito con destino a la tierra es descubierto por científicos norteamericanos, asegurando la destrucción total del planeta. Los astrónomos Kate Dibiasky (Jennifer Lawrence) y Randall Mindy (Leonardo DiCaprio) son los encargados de dar a conocer la noticia, pero reciben respuestas inesperadas de presidentes, medios de comunicación, y la población en general

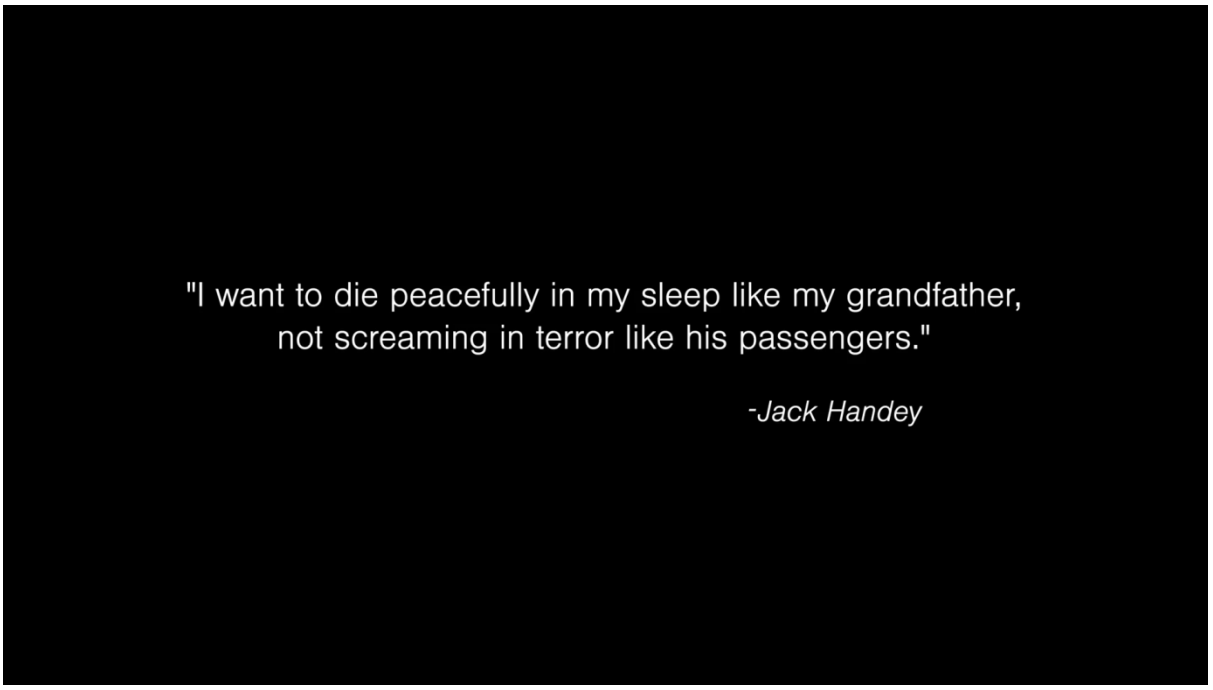
MARCO TEÓRICO

Para realizar el análisis, se llevó a cabo una lectura y puesta en relación de los libros *Infocracia* (2022) y *La sociedad paliativa (2020)* del autor coreano *Byung Chul Han.* Se trata de uno de los pensadores más influyentes y penetrantes de las últimas décadas, y sus ideas han alcanzado una difusión fuera de lo común en la filosofía contemporánea. Su obra realiza un amplio análisis de la sociedad del siglo XXI, a la que ha definido con diversos términos, en el caso de estos libros como *sociedad paliativa* o *régimen de la información*. Si bien el autor destaca distintos puntos de reflexión en sus libros, se puede concluir que ambos giran en torno a una misma idea y es la que se puede ver reflejada en la película. El avance inexorable del capitalismo neoliberal junto con la digitalización, el individualismo y la desintegración de la esfera pública conducen, según el autor, a una dominación cada vez más elegante y efectiva, camino hacia una crisis de la verdad y la democracia. Si bien ambos libros fueron lanzados posteriormente a la elaboración del guión de la película, *Infocracia* y *La sociedad paliativa* son parte de una extensa obra del filósofo coreano, que construye y actualiza sus

teorizaciones acerca de la sociedad desde libros como *Psicopolítica (2014)* o *Sociedad de la transparencia (2012)*. Desde ese sentido, la ponencia presente da cuenta de que los guionistas y el director Adam Mckay realizaron una lectura previa de la obra de Han, por lo que el film puede considerarse un reflejo del pensamiento del este.

ANÁLISIS

Frase de Jack Handey



Recuperado de Netflix

"Cuando muera quiero estar durmiendo en paz como mi abuelo, no gritando de terror como sus pasajeros"

Esta frase, ubicada en el inicio de la película, puede resumir perfectamente el mensaje del director. Quiere decir vivir en un estado de ensueño, con la tranquilidad que significa desentenderse del saber. Esa es la actitud que va a tomar la sociedad en general cuando se entera de la noticia. En contraposición con los protagonistas, que luchan porque se conozca la verdad, pero viven ansiosos y estresados, a diferencia de un público dormido y estupidizado. Se

produce la ecuación *ignorancia igual a felicidad* y *verdad o conocimiento igual a dolor*.

La sociedad representada en la película luce así. Dominada, anestesiada, lejos de alcanzar el conocimiento pero libre y feliz. Poco importa lo que dicen unos científicos acerca de un meteorito si estoy lo suficientemente distraído con mis redes sociales. El sistema funciona como un lujoso engranaje, donde cada pieza parece contribuir para que todo siga andando correctamente. En la película, como veremos más adelante, pasa desde los medios de comunicación, por los grandes empresarios, hasta la misma presidencia de los Estados Unidos. Todos tienen su función y trabajan para transmitirnos un mismo mensaje.

Ahora bien, estas ideas no son exclusivas del director Adam Mckay. Las reflexiones de Byung Chull Han a partir de los conceptos de *régimen de la información* y *la sociedad paliativa* encajan perfectamente con la propuesta de la mente maestra del film.

El autor plantea que hemos desarrollado una fobia al dolor. Vivimos en una sociedad paliativa, donde el mundo exterior adopta una forma agradable y placentera. A diferencia de otros sistemas de dominación donde el poder se ejercía a través de la represiones, castigos públicos y prohibiciones, es ahora paradójicamente la sensación de libertad la que asegura la dominación. Justamente esta sensación de libertad es la que explota la comunicación por redes sociales, y la generación de datos. El poder que significa el acceso a la información es lo que Han define como *régimen de información*. Es decir, nos sentimos libres y felices pero en realidad estamos anestesiados y adictos a las redes sociales. Para el sistema funcionamos en condición de explotados como generadores de datos.

A medida que avanza la película, podremos ver diversos rastros del pensamiento de Han, y una búsqueda insaciable de los científicos para que se conozca la verdad.

Presidente Janie Orlean

Recuperado de Netflix

En la película, el papel de la presidente Janie Orlean se utiliza para criticar la figura política. Al enterarse de la noticia, le quita importancia al fin del mundo y prioriza las próximas elecciones y sus propios intereses. En ese contexto, los científicos representan en la escena las voces de la cordura.

Han mantiene en su libro que en el régimen de la información los argumentos racionales no prevalecen, sino aquellos que conmocionan afectivamente al receptor. Se ve escenificado en la presidencia, que construye una imagen de sí misma para sus votantes filtrando fotos íntimas y montando puestas en escena más adelante en la película. No es importante lo que ella dice, sino todo el *performance* que está montado por detrás. Han (2022) afirma “Quién ofrezca el mejor espectáculo ganará las elecciones”.

Cuando la imagen de la presidenta se ve afectada es recién cuando decide actuar para detener el cometa. El escritor coreano mantiene que la infocracia dirige hacia la pérdida de la democracia. Esta tesis también se puede observar con el perfil construido de la dirigente, existe una ausencia de la presencia del otro, una pérdida de la solidaridad. Una presidente que no es capaz de decidir a favor del pueblo, sino

a partir de sus propias necesidades e influida por empresarios multimillonarios aún más poderosos que ella.

Peter Ishwell, CEO de BASH

Recuperado de Netflix

Especialmente en la parte final del film, se puede observar que las decisiones relativas al futuro del país -e incluso del mundo- no provienen de los gobiernos. Son tomadas por un empresario multinacional y millonario, que es capaz de torcer hasta los argumentos científicos. Se trata de Peter Ishwell, CEO de la empresa de smartphones Bash. Si bien su figura de poder se da en gran parte por su posición económica a nivel global, en una escena con el protagonista interpretado por Di Caprio, se puede observar que utiliza otros recursos para ejercer su dominación además de su rol como empresario. En esta escena Peter intimida al científico mostrándole todo lo que sabe de él, a partir de información obtenida vía algoritmos. Es capaz de describir fielmente su personalidad y predecir en un 95 por ciento cuál va a ser la causa de su muerte. Esta capacidad de poder anticiparse en cierta medida al futuro y conocer rasgos de una persona que ni él mismo sabía acerca de él, entre otras cosas, acrecienta su poder.

El desarrollo de este personaje y su relación con científicos y gobiernos nacionales para tomar decisiones respecto al destino del mundo, es una muestra de lo que BCH define como régimen de la información. “Es aquella forma de dominio en la que la información y su procesamiento mediante algoritmos e inteligencia artificial determinan de modo decisivo los procesos económicos, sociales y

políticos" (Han, 2021). En relación a la escena descrita con el protagonista, también se puede afirmar a partir de Han (2021): "El factor decisivo para obtener el poder no es ahora la posesión de medios de producción, sino el acceso de la información".

Si bien el rol del personaje adquiere vital importancia hacia el final de la película, también se pueden observar algunos indicios del pensamiento de Han en su primera aparición. El eslogan de su compañía es "Bash, la vida sin el estrés de vivirla". La *sociedad paliativa* busca evitar a toda costa cualquier sentimiento intenso, que pueda provocar dolor o incomodidad. En este caso, las redes sociales funcionan como analgésicos. Una función similar a la que cumplía el *soma* para Huxley en *Un Mundo Feliz (1938):*

- El mundo es estable ahora. Las personas son felices; están a gusto; están seguras; nunca están enfermas; no tienen miedo a la muerte; viven en una bendita ignorancia de la pasión y la vejez (...). Y si cualquier cosa no anda bien...ahí está el soma.

La felicidad que promete la sociedad de consumo no es total, se da a través de fragmentos. Cuando esta se retira y aparece la ansiedad, toma valor la función de las redes sociales. La digitalización logra aislarnos de la extrañeza e incomodidad que a veces nos proporciona la realidad. Como Han afirma (2022) "el dolor es realidad". A través del filtro burbuja, privatizamos nuestras emociones, sumergidos de placer en cataratas de información personalizada para nosotros. Es ahí cuando las redes sociales cumplen su función como analgésico y es lo que promete el empresario con "vivir la vida sin el estrés de vivirla".

El régimen de la información y la *psicopolítica* también se hacen presentes en esta presentación. Si el usuario está triste, el celular automáticamente reproduce un video a su gusto y preferencia para reprimir esta emoción. La compañía posee los datos de millones de usuarios del mundo y es capaz de detectar sentimientos y estados de ánimo. Como director y fundador de la empresa, el poder de acceso a toda esta información lo hace la persona más poderosa de esta realidad satírica.

Programa “The Daily Rip”

Recuperado de Netflix

En Don't Look Up se puede observar cómo se realiza una crítica incluso a los medios de comunicación, en especial al noticiero al cual son invitados los protagonistas. Este es un claro ejemplo de lo que Han define como *infoentretenimiento.* Este programa televisivo prioriza temas relacionados a rupturas amorosas, vidas personales de famosos, con un tono cómico antes del propio fin del mundo. Asimismo, es lo que la audiencia prefiere ver, ya que el rating decrece cuando los científicos están en escena. Se produce una “decadencia del juicio humano”. El teórico estadounidense Neil Postman afirma *“nos divertimos hasta morir”* y en la película este mensaje es literal.

En la sociedad paliativa *“todo se pule y alisa hasta parecer agradable” (Han, 2020)* y el programa de televisión refleja claramente este concepto.
Una vez que la noticia del fin del mundo es difundida, se producen diversos fenómenos que el filósofo coreano hace mención en su obra. Se trata de la desinformación, las *fake news,* las teorías de conspiración y los memes.

El autor parte de la teoría de que en el régimen de la información ya no hay lugar para el discurso. Han (2022) afirmó que “la información corre más rápido que la verdad”. Por lo tanto, ante la acelerada producción de información, no hay tiempo para detenerse lo necesario para la producción de conocimiento. Lo único que logra que nos detengamos ante el frenesí informacional es aquella que nos moviliza emocionalmente. Es por eso que se produce el *contagio viral* de las fake news y las teorías conspirativas, con las que tanto lucha el Dr. Mindy en el film.

Además, hacia el cierre de la película se produce un fenómeno que estamos acostumbrados a ver en la sociedad actual: las polarizaciones. El mundo se divide en dos extremos; Mira Arriba y No Mires Arriba. Esto también es producto de las redes sociales y en gran medida por el filtro burbuja. Aquí solo nos empapamos de información que es de nuestro interés, pero desconocemos la que no nos atrae o disentimos. Se produce una pérdida del otro y estamos constantemente alimentándonos con una fuente de información que es un reflejo de lo que nosotros mismos pensamos. Sólo nos escuchamos a nosotros mismos. En lugar de discursos tenemos una guerra de identidades, lejos de la democracia. Hay un rechazo a la otredad y la alteridad, lo que provoca una división en la sociedad. Esta repulsión a lo extraño, a lo foráneo también es una característica de la *sociedad paliativa* y nos aleja cada vez más del saber, de la verdad.

CONCLUSIÓN

Si bien vivir “felices” y en una sensación de libertad no parece una mala idea, tanto el autor como el director de “No mires Arriba” exponen sus consecuencias. En la película, el final termina con la peor de las posibilidades: el profundo individualismo y la pérdida de la solidaridad condujeron hacia el fin de la humanidad, incluso para los más poderosos. Una sociedad anestesiada, absorta en un estado de placer se encuentra en, según el autor, la forma más efectiva de dominación lograda hasta el momento. Según Han, la sociedad está cada vez más alejada de la verdad y como se ve en la película, ni siquiera la posibilidad de extinción es capaz de despertarla. La ecuación *verdad = dolor* significa que una se encuentra encarnada en la otra. El proceso de conocer, implica una movilización en uno, una extrañeza, una sensación de incomodidad. Pero es lo necesario para

lograr el pensamiento profundo. Sin esa presencia del *otro,* que el autor afirma que se ha perdido, nos encontramos aprisionados en la cárcel de lo igual. Es esa la importancia del dolor en la sociedad, que permite alcanzar la verdad.

A partir del análisis realizado se puede justificar la decisión del director Adam Mckay respecto al tono utilizado. A diferencia de otras películas catastróficas, de ciencia ficción o incluso de crítica social, se decide utilizar un registro cómico. Se puede observar esto en algunas animaciones tipo *cómic* en el inicio de la película, uso de escalas tonales altas, colores cálidos, música, elección del reparto, guión, etc. La utilización del tono cómico se debe a la posibilidad de realizar un énfasis en lo absurdo de la sociedad, que toma el fin del mundo de forma desenfadada.

La visión de estos intelectuales es crítica y también pesimista. Han lo teoriza y luego Mckay lo representa, pero la preocupación de ambos gira en preguntarse hasta dónde puede llevarnos este sistema discreto de dominación y qué tiene que pasar para que podamos despertarnos como sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Han, B. (2020). *La sociedad paliativa*. Herder.
- Han, B. (2022). *Infocracia*. Taurus.
- Huxley, A. (1932). *Un mundo feliz*.
- Pariser, E. (2018). *El filtro burbuja*. Santiago de Chile: Penguin Random House Grupo Editorial, S.A.

ENUNCIACIÓN EN LA WEB: ETHOS COLECTIVO, IDENTIDAD Y CULTURA POLITICA

Maria Eugenia Contursi | Universidad de Buenos Aires
eugecontursi@gmail.com

Gabriela Constanzo | Universidad de Buenos Aires
gabrielaconstanzo@gmail.com

El rasgo distintivo de la palabra política es la acción performativa de construcción de colectivos sociales, de identidades políticas, tanto en la circulación textual e hipertextual como en las prácticas e interacciones situadas. La expansión de las redes sociales como fuente de información política y como arena de activismo e intervención, el lugar de la cultura de masas como mediación para producir sentidos sobre la política y lo público y las nuevas formas de "activismo tecnopolítico" que articulan estrategias *on line* y *off line,* ponen en escena cambios en la cultura política contemporánea, en el marco de un proceso que comienza a ser pensado como de "mediatización profunda" (Hepp, 2020).

En este trabajo nos proponemos caracterizar la construcción discursiva y mediatizada de una voz colectiva, emergente de las organizaciones de migrantes en Argentina, a través de las imágenes de sí, ligadas a la construcción de su identidad política en la web y a los modos de interpelación propios de las culturas políticas contemporáneas. Para ello, nuestro corpus se compone de las publicaciones (posteos) en la red social Facebook del Bloque de Trabajadorxs Migrantes (BTM), que ha participado, entre otras acciones políticas, de la campaña "Migrar no es delito".

Nos interesa especialmente el modo en el que el BTM se construye como enunciador colectivo, su relación con el colectivo amplio de les migrantes y las funciones militante y didáctica que desempeña a través de su ethos en diferentes coyunturas políticas.

Palabras clave: portavoz, ethos, cultura política

INTRODUCCIÓN

En el marco de un análisis interdisciplinario que se inscribe en el campo de estudios en comunicación y cultura y en el análisis del discurso, este trabajo[36] tiene el propósito de caracterizarla emergencia de una voz colectiva de una de las organizaciones de migrantes en Argentina, el Bloque de Trabajadorxs Migrantes, a través de las imágenes de sí que construye en sus publicaciones en Facebook. Entendemos que esas imágenes están ligadas a la construcción de su identidad política y a los modos de interpelación propios de las culturas políticas contemporáneas[37], en los que podemos seguir reconociendo la múltiple destinación del discurso político (Verón,1987), pero con efectos variables respecto de la construcción del propio colectivo, lo que aquí analizaremos a partir del caso que nos convoca.

Entonces, tomamos como objeto de estudio las publicaciones en redes sociales considerándolas prácticas comunicacionales donde, entendemos, se ponen en escena aspectos de las culturas políticas contemporáneas, tales como estos nuevos modos de performar la representación (política), de demandar por derechos y de participar en los conflictos políticos. Nuestro corpus se compone de

[36] El trabajo se enmarca en el proyecto de investigación UBACyT "Comunicación, discurso y culturas políticas en la democracia hipermediatizada. Abordajes desde el análisis de la interpelación y la construcción de subjetividades II", dirigido por María Eugenia Contursi.

[37] Si bien no contamos todavía con una caracterización completa de "cultura política", lo que constituye uno de los objetivos de la investigación en la que participamos, el planteo de Henry Jenkins, que se basa en el concepto de "imaginación cívica" con relación a las representaciones, culturas y participación política, incorpora una perspectiva que permite analizar la política desde la cultura, en la tradición gramsciana de los estudios culturales, en tanto "siempre hay una dimensión política de la cultura, y nuestra definición de lo cívico contiene un fuerte componente cultural, pero nos interesan *las formas en que las prácticas y los materiales culturales se despliegan hacia fines abiertamente políticos, ya sea por instituciones establecidas o de movimientos de base*" (Jenkins, 2020, p. 13, trad. y cursiva nuestras).

posteos[38] en Facebook durante los años 2018 y 2019.

En este sentido, la noción de ethos discursivo nos ha resultado particularmente productiva pues se construye un enunciador colectivo, la voz del BTM. En dicha construcción resulta relevante analizar, por un lado, la construcción del nosotros y de los otros a los que se habla, por el otro, las voces que son convocadas, es decir, los rasgos polifónicos (implícitos y explícitos) con sus efectos discursivos.

ETHOS COLECTIVO

El *ethos* discursivo, siguiendo a Maingueneau (2002), se define como la imagen del enunciador que se construye en el enunciado para ejercer influencia sobre su alocutario. Nos interesa particularmente este último aspecto, proveniente de la retórica aristotélica, puesto que la prueba por el ethos autoriza a hablar, legitima, en el sentido bourdeano de que para hablar efectivamente hay que ser un hablante legítimo (Bourdieu, 1984). Dice Amossy que en Aristóteles esta prueba "adquiere un doble sentido: por un lado, designa las *virtudes morales* que hacen creíble al orador, es decir, la prudencia, la virtud y la benevolencia (*Retórica II*, 1378a) y, por el otro, implica una *dimensión social* en la medida en que el orador convence expresándose de manera adecuada a su carácter y tipo social" (2000, p. 246, cursiva del original).

Nuestro caso, el BTM, es una organización producto de la unión de diversos grupos de migrantes que emergió como respuesta a la política expulsiva del gobierno de Cambiemos (2015-2019) (v. Costanzo, 2019). El Bloque realizó su lanzamiento oficial el 13 de noviembre de 2017, en la Ciudad de Buenos Aires, en La Mutual Sentimiento, ubicada en la Av. Federico Lacroze 1481. Aquel día se realizó una jornada con mesas de discusión y actividades artísticas. A su vez, desde la organización plantearon la necesidad de afrontar las nuevas medidas del gobierno nacional con lucha y organización colectiva. El bloque fue conformado fundamentalmente por jóvenes, con militancias estudiantiles previas y con trayectorias en otros espacios de organizaciones sociales y/o aglutinados en torno a una nacionalidad, por ejemplo, provenientes del "Congreso de los Pueblos

[38]Si bien el posteo es un tipo de texto multimodal, aquí focalizamos el análisis en el discurso verbal.

Capítulo Argentina", de la "Asamblea de Mexicanxs en Argentina", de la "Generación Evo", de la "Asamblea de Exiliados X la Educación de Mercado", entre otros. También se sumaron al BTM personas migrantes originarias de Bolivia, Ecuador, Perú, Paraguay, Uruguay, Colombia, Venezuela, República Dominicana, Haití, entre otras. Durante una primera etapa, previa a la pandemia, también formaron parte del Bloque organizaciones como el Frente de Organizaciones en Lucha (FOL), el Colectivo Centro Americano 2 de Marzo y Simbiosis Cultural de Bolivia, entre otros.

En sus prácticas comunicacionales, el BTM debe construir su legitimidad y autoridad para hablar en tanto portavoz de les migrantes:

- Uno de los déficits de la campaña política de la migración o la disputa política de la migración a nivel global, y acá en la Argentina es que faltan cuadros políticos migrantes, que no minimizarían el cuadro migratorio. Porque si hubiese esas voluntades políticas de las organizaciones de ponerle fichas, las conquistas serían más concretas, los retrocesos de cambios migratorios se podrían haber frenado muchísimo más, ahora por suerte se abre un nuevo escenario electoral, pero hay que ver qué pasa. (Entrevista a referente migrante del BTM, 2019.)

Se trata de la construcción de una figura de representación política, una especie de intelectual orgánico a los intereses de les migrantes, en términos de Gramsci ([1924] 1970), pero que debe conservar su pluralidad, en tanto aglutina diversos actores, algunos colectivos y otros individuales y, como en el caso de toda representación política, comparte el rasgo distintivo de ser "migrante" pero, al mismo tiempo, debe exhibir cualidades excepcionales que lo autoricen y legitimen como portavoz. El propio nombre "bloque" remite al bloque histórico capaz de liderar a la sociedad, en este caso a los diferentes colectivos e individuos migrantes, por lo que contiene un horizonte utópico de organización, consenso y dirección en su propia institución como representante. En este sentido, a esa representación "horizontal" e "igualitaria" propia de la figura del intelectual orgánico, representante de los intereses del grupo al cual organiza, representa y defiende, se debe sumar algún rasgo distintivo que justifique la delegación del poder de los representados en los representantes.

En términos de Bourdieu, la delegación en el que representa tiene como consecuencia que el "portavoz sea quien hace al grupo" (1987, p.158), quien lo hace existir, lo que genera una fetichización de su función, el "misterio del ministerio". Está claro que el BTM no hace existir a les migrantes, sino a sí mismo en tanto representa la organización de les migrantes en un "bloque" organizado. Esta paradoja se materializa en las complejidades que presentan las operaciones discursivas de la representación política y se puede leer en los discursos de la organización: el BTM se propone como el portavoz que debe hablar por todes, única manera de visibilizar a los grupos dominados, pero, en ese gesto, construye una distancia en relación con el colectivo "representado", que pasa a ser pensado también como audiencia de los propios discursos, como veremos en la selección de ejemplos que presentamos en este trabajo. Una "toma de conciencia" diferencial es la justificación más habitual de esta distancia entre representantes y representados, exploraremos aquí qué otros sentidos se construyen respecto de esta delegación de poder.

Siendo este nuestro punto de partida, recordamos, junto con Maingueneau (2002) que el *ethos* puede ser dicho o mostrado -en verdad, es el *ethos* mostrado el más efectivo para la interpelación y persuasión del enunciatario-, está en estrecha relación con las imágenes prediscursivas que el enunciatario tiene de ese tipo de enunciador y se interpreta a partir de índices lingüísticos (o no), tales como el registro de la lengua, la organización textual, la facilidad de palabra, el ritmo, etc. En la literatura encontramos que puede ser compuesto, una mezcla de *ethé*, como en la publicidad (v. Maingueneau, 2009)o, como hemos analizado en otro lado, puede resultar de una construcción "en mosaico", proviniendo de diferentes construcciones simultáneas de un mismo enunciador que se van agregando (Contursi, 2018). En todos los casos, está ligado a la construcción de la identidad social. El autor francés explica que el género discursivo y el posicionamiento ideológico remiten a un *ethos* estereotipado en cada sociedad.

Otro aspecto importante de la construcción del ethos discursivo es que este se legitima a partir de la invocación de un garante, "una voz asociada a un cuerpo enunciador históricamente especificado" (Maingueneau, 2002: 60), que aparece en la "vocalidad" del texto escrito, en su tono, y certifica lo dicho al remitir a representaciones colectivas axiológicas. Retomaremos este aspecto en particular

en el análisis, a partir de los enunciadores que son convocados en el entramado polifónico de los posteos.

La última cuestión que aquí retomamos, no porque agote la complejidad del concepto, es la escena enunciativa en la que todo *ethos* se despliega. Además del marco enunciativo (la escena englobante y la genérica, es decir, las provistas por el tipo y el género del discurso), la escenografía que el discurso construye para legitimar su enunciación es crucial, puesto que a través de ella el cibernauta es llamado a entrar imaginariamente en ese mundo éthico en el que el ethos resulta efectivo, es decir, el enunciatario es incorporado, adhiere "a esa manera de inscribirse moral y físicamente" (Maingueneau, 2009, p. 91) en la sociedad, lo que redunda en la legitimación del enunciador responsable del discurso.

LA CONSTRUCCIÓN DE UNA VOZ COLECTIVA

Según sus propios referentes[39], uno de los objetivos de la comunicación públicade la organización, tanto mediante su propio perfil de Facebook como mediante la participación del BTM en la campaña *Migrar no es delito*[40], es integrar en una voz colectiva las diferentes demandas, logrando así un efecto de cohesión supragrupal. En ese sentido hemos reconocido una acción centrífuga de interpelación hacia afuera (es decir, hacia la población "no migrante") y otra centrípeta, de articulación de demandas (Laclau y Mouffe, 2004), hacia dentro del grupo de organizaciones, que a veces incluye a todos les migrantes y otras veces toma distancia para desempeñar su rol de dirigir, organizar y educar, es decir, fundamenta su *raison d'être* en tanto organización representativa.

El primer ejemplo presenta, mediante el retome de notas de medios de

[39]Afirmación realizada en base al trabajo de campo realizado por Gabriela Costanzo para su tesis de Maestría.

[40]La campaña *Migrar no es delito* fue una articulación de organizaciones de y para migrantes con el objetivo de visibilizar públicamente cuestiones específicas de la población migrantes. El BTM fue una de las organizaciones que motorizó y participó de la campaña. Según Rho, "en sus comienzos formaban parte de la campaña organizaciones como CAREF, organizaciones civiles de migrantes como AMUMRA, partidos políticos de izquierda como el Polo Obrero y organizaciones sociales como la Federación de Organizaciones de Base, Frente de Organizaciones en Lucha, Frente Popular Darío Santillán, Movimiento Popular La Dignidad, Barrios de Pie, Unión de Trabajadores de la Tierra, entre otras" (Rho, 2020, p. 8).

comunicación alternativos[41], información que permite al BTM argumentar sobre la importancia de las movilizaciones y la lucha de las organizaciones migrantes, como se puede ver en la Figura 1.

Figuras 1 y 2

Figura 1. Facebook, 4 de septiembre de 2018 [https://www.facebook.com/bloquemigrante/posts/pfbid036j7UP7gNEM3sQ5APeEapPKqe6SkjEVe4YrubAGvsSFjvipytsP41NU1NLWZvWrtVl]. Fecha de acceso: 5 de septiembre de 2022.

Figura 2. Facebook, 4 de septiembre de 2018 [https://www.facebook.com/migrarnoesdelito/posts/357433488131562]. Fecha de acceso: 5 de septiembre de 2022.

En el ejemplo se puede observar que el nosotros, el colectivo de identificación (v. Verón, 1987) que se construye tanto desde la publicación del BTM ("celebramos, paramos y nos organizamos", Figura 1), como mediante la campaña ("los organizadores", Figura 2) es excluyente respecto de les migrantes que no son

[41] Tomamos una definición de medios alternativos de Natalia Vinelli (2014) en la que afirma que "como rasgo distintivo [se trata de] un modo de producción de la comunicación diferente al instalado por los medios hegemónicos. Se trata [...]de una búsqueda no exenta de contradicciones, donde pueden convivir lógicas transformadoras con otras de mayor integración o cercanía al modelo que se quiere superar. Esto es así en la medida que las experiencias de comunicación están insertas en la sociedad capitalista, que presenta como "natural" un ejercicio de la comunicación y el periodismo vinculado con la generación de ganancias y unas relaciones de producción basadas en la propiedad privada y la división del trabajo entre quienes conciben y dirigen y los que ejecutan" (p. 186).

parte de la organización representativa. Podemos advertir, además, que esa exclusiónmarca una frontera identitaria y la delegación del poder de la que hablábamos más arriba. Además, en el caso de la publicación analizada, ese límite es trazado por el retome de un fragmento de la nota publicada por Canal Abierto, medio alternativo que les reconoce como organizadores del paro migrante que es noticia.

La publicación confiere el tono a través del cual se hace oír: un enunciador comprometido, un activista político. Las imágenes que muestran el cuerpo de les migrantes refuerzan esa idea, la del **ethos militante**: cuerpos sonrientes con el puño en alto, en plena "lucha" política, sosteniendo la bandera del Bloque de Trabajadorxs Migrantes.El proceso de identificación política va de la mano del proceso de legitimación del BTM, puesto que el ethos proviene de imágenes extraídas del afecto social, es un ethos mostrado también en la foto. Como explica Charaudeau, el ethos político requiere construirse en base a la credibilidad y a la legitimación (2006, p.137). La proximidad entre el portavoz y sus representados también es un aspecto crucial del ethos militante, como explica Rosanvallon (2007),la proximidad entre el político gobernante y el ciudadano se expresa en una variable de posición (presencia, atención, empatía y compasión); una de interacción (accesibilidad, receptividad y escucha) y otra de intervención, en la que estar cercano significa mostrar preocupación por uno.

También advertimos que "el gobierno de Mauricio Macri" (Figura 2) es construido como oponente, adversario que es al mismo tiempo contradestinatario (v. Verón, 1987) que atenta contra los derechos de les migrantes a través del DNU 70/2017, epítome de las "políticas antimigratorias y xenófobas" que permitía las deportaciones.

En ese segundo ejemplo (Figura 2), se polemiza fuertemente con el mismo contradestinatario (en este caso, encubierto, v. García Negroni y Zoppi Fontana, 1992) y se afianza lazos con un prodestinatario (la población migrante), a quien se interpela[42] en términos de sus derechos vulnerados ("... que conducen a la precarización laboral de los y las migrantes"). En el siguiente ejemplo (Figura 3), se

[42]Usamos "interpelación" (en un sentido próximo al althusseriano) como efecto de lectura que dispone a la identificación, en términos de asumir esquemas de percepción, valoración y acción (v. Bourdieu) que, en el caso de las redes sociales, equivaldría a "dar like", "comentar" o "compartir" posteos.

puede reconocer claramente ese efecto de distancia entre el BTM y sus representados: “Desde el Bloque de Trabajadores Migrantes RECHAZAMOS… venimos señalando…” y la operación contraria, es decir, la vuelta a inscribirse en la población migrante general: “obviando (que) más del 90% de las personas que migramos somos gente trabajadora y sobre todo personas iguales en dignidad y derechos humanos”. Así, “(…) el *yo* del mandatario, el interés particular del mandatario, debe esconderse por detrás del interés profesado por el grupo, y el mandatario debe “universalizar su interés particular, como decía Marx, para hacerlo pasar por el interés del grupo” (Bourdieu, 1987, p. 166, cursiva del original).

Figuras 3 y 4

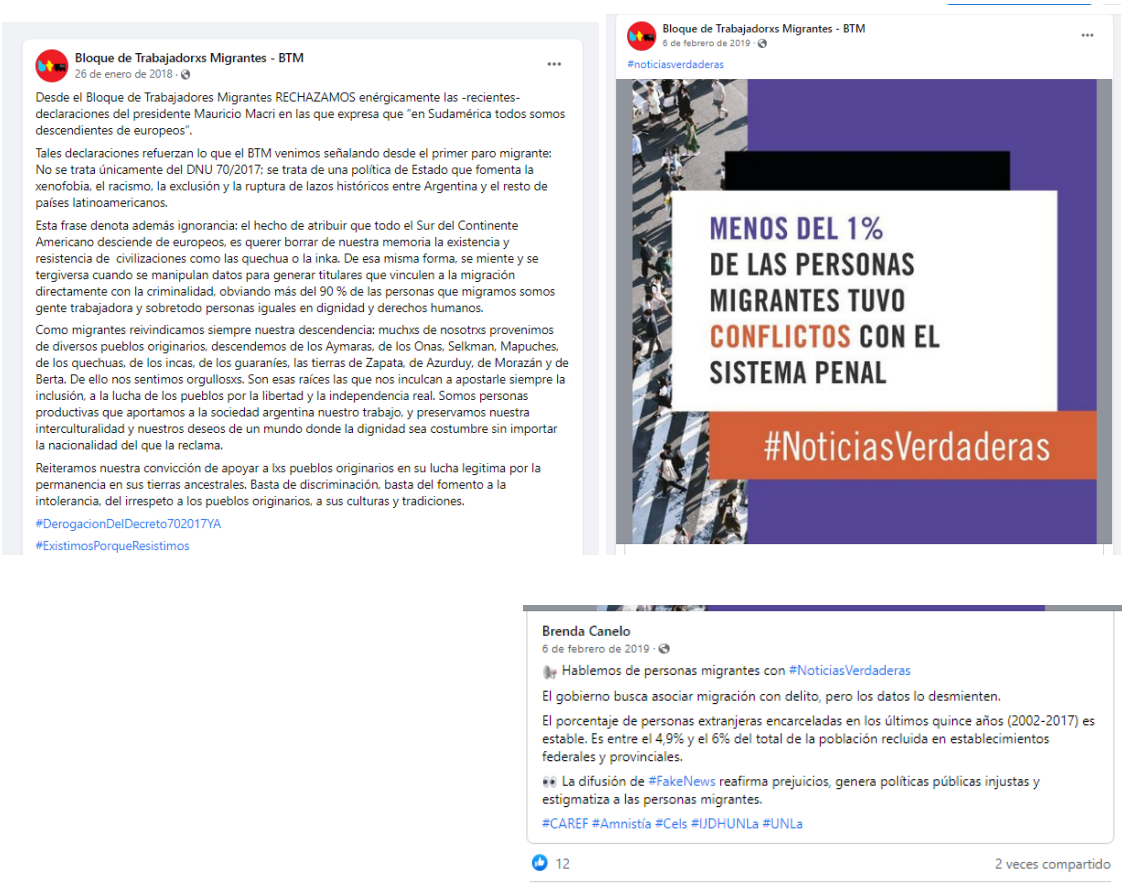


Figura 3: Facebook, 2 de enero de 2018, [https://www.facebook.com/page/127350511284461/search/?q=Macri]. Fecha de acceso: 5 de septiembre de 2022.

Figura 4: Facebook, 6 de febrero de 2019, [https://www.facebook.com/bloquemigrante/posts/pfbid0JJyWLNcCRfmoUCZgXo8qtspmWtin3DhnnBwfmP8nM4XgWz5URiY8wgsgYhcp3KMdl]. Fecha de acceso: 5 de septiembre de 2022.

En la Figura 4 el retome de la publicación de una investigadora refuerza este efecto de extrañamiento, aquí convertido en objetivación por el uso de la tercera persona, de la población migrante: "Menos del 1% de las personas migrantes tuvo conflictos con el sistema penal".

Tanto en estos ejemplos como en el siguiente se puede observar el funcionamiento de las citas de medios de comunicación alternativos o de informes de organizaciones de derechos humanos (Amnistía Internacional, CELS, CAREF, etc.) o de investigadores especialistas (Figura 4): estas citas confieren legitimidad, seriedad, base científica a las demandas del BTM, al tiempo que lo posicionan políticamente ("estos son nuestros aliados") y le dan el tono de unethos informado, especializado en la problemática, capaz de articular fuerzas con otras organizaciones para hacer oír sus demandas, lo que le da al bloque también un cariz pedagógico. Quien puede enseñar es porque posee un diferencial de saber respecto de la población a la que se dirige. La escenografía de manual escolar ("¿Sabías qué?") (Figura 5) incorpora al lector en el mundo éthico de la educación y el saber, pero también de la cercanía y la complicidad de quien revela algo que sabe significativo.

Figura5

Figura 5: Facebook, 15 de mayo de 2019 [https://www.facebook.com/bloquemigrante/posts/pfbid0yxq8pMa4xgEq4RnDJRA46JLbzSA5fF6Jywy7WBAfft3VbLi8Wo87fYmAh4fhyK7Nl]. Fecha de acceso: 5 de septiembre de 2022.

La información y los saberes que se retoman en las publicaciones del BTM funcionan como legitimación del ethos discursivo y establecen su posicionamiento en el campo político. No se trata de simples "citas de autoridad": las fuentes, o dicho con mayor precisión, los cuerpos enunciadores asociados a esas fuentes en el imaginario social, constituyen los garantes de este enunciador colectivo del BTM, ya que sus voces se funden en un gesto mimético. Su función es fundamental para la dimensión polémica de estos discursos, puesto que contradicen afirmaciones de funcionarios y discuten las presuposiciones existentes en dichas afirmaciones, como la asociación de la ilegalidad con la migración.

Respecto del otro fundamental contra el que se construye la identidad política del BTM, es decir, el gobierno, podemos advertir diferencias significativas en la construcción de los reclamos y de la voz colectiva del BTM al cambiar la gestión gubernamental que sancionó el DNU 70/2017. Se expresa una gran expectativa por el cambio de signo político de la nueva gestión nacional, a la que se le pide la derogación del decreto.

En la siguiente publicación(Figura 6), que se corresponde con la transición de la gestión en el gobierno nacional de la alianza Cambiemos-PRO a la del Frente de Todos, emergen enunciados en los que la delimitación del enunciador responsable del discurso vuelve a ampliarse, incluyendo a la totalidad de les migrantes (no solo a las organizaciones que los representan) puesto que se produce un cambio de (contra)destinatario: el BTM le habla al nuevo gobierno nacional, con el que no polemiza pero al que le demanda la derogación del DNU 70.

La esperanza en el cambio de signo de las autoridades nacionales permite una relación menos antagónica, pero igualmente tensa con el gobierno, condensado en la figura del presidente electo: “Alberto Fernández necesitamos compromisos y respuestas”.

Figura 6

Figura 6. Facebook, 29 de octubre de 2019 [https://www.facebook.com/bloquemigrante/posts/pfbid0Fp4DQ5YyMYiA34TCLQ

nquU2DyHmoeUdfnNCfucYxBLveFJvGJDKrgVyiu75Etoyrl]. Fecha de acceso: 5 de septiembre de 2022.

CIERRE

En síntesis, a partir de los elementos que expusimos podemos decir que el BTM construye una voz colectiva que muestra un *ethos militante y pedagógico*, y en esos rasgos se construye como una voz legítima y autorizada (gracias a su relación mimética con los garantes convocados en sus citas de autoridad) para informar, convocar y representar a les propios migrantes, pero también para demandar derechos a las autoridades en tanto portavoz de ese colectivo .A su vez, la refutación y la puesta en tensión de discursos dominantes (sean oficiales o mediáticos) tiene como objetivo la construcción y puesta en circulación de nuevos imaginarios socio-discursivos en los que se ancla la lucha por sus derechos. Como se puede apreciar, el uso de recursos polifónicos es fundamental en esa construcción. Y es que, para ser portavoz de un grupo, hay que ser un hablante legítimo, autorizado para hablar, de modo de sostener la "magia" de la representación política.

Hemos advertido también que esa voz colectiva se construye –en tanto tal– en el discurso del BTM y, por lo tanto, es contingente y variable. La voz del BTM como portavoz político se construye a partir de la inclusión/exclusión de la población migrante en el enunciador colectivo y en estrecha relación con los cambios de la coyuntura política. Otro factor importante es el lugar del gobierno nacional en su interlocución. Pudimos observar que en los años del gobierno de Cambiemos, se lo construía como contradestinatario, incluso la figura del presidente Macri puede verse como un antiethos para esta organización.

Con la transición y cambio de gobierno se produce una transformación en el discurso del BTM. A partir de este cambio, la categoría de discurso político propuesta por Verón pareciera ya no dar cuenta de la configuración enunciativa que emerge en los discursos de BTM en el nuevo contexto, ya que resultan difíciles de encuadrar en el esquema de la triple destinación que propone el autor. La dimensión adversativa propia de la contradestinación queda desdibujada. De todos modos, la politicidad de estos discursos puede ser también analizada al

trabajar con una noción de “política” más amplia que la visión institucionalista de Verón, como la que propone Rancière (1996), que la entiende como actividad de carácter conflictivo que tiene por principio la búsqueda de una igualdad inexistente en nuestras sociedades fracturadas.

Este análisis nos ha permitido analizar el modo en el que se construye enunciativamente un portavoz político colectivo de una organización de base. Los movimientos sociales emergentes tienen la necesidad de generar una identidad (discursiva) colectiva, con códigos compartidos, con fronteras internas que pueden volverse difusas coyunturalmente, pero con las fronteras externas bien claras, de modo de sostener su liderazgo. Se trata, indiscutiblemente, de un rasgo necesario de las culturas políticas contemporáneas.

BIBLIOGRAFÍA

- Amossy, R. (2000). L´argumentation dans le discours. Discours politique, littérature d´ idées, fiction. París : Nathan.
- Bourdieu, Pierre (1987). "El La delegación y el fetichismopolítico". En *Cosasdichas*, Barcelona, Gedisa, 2007.
- Bourdieu, Pierre (2005): "El misterio del ministerio. De las voluntades particulares a la "voluntad general"". En Wacquant, Loïc (coord.). *El misterio del ministerio. Pierre Bourdieu y la política democrática,* Barcelona, Gedisa.
- Contursi, María Eugenia (2018). “Ethé y escenografías discursivas del dispositivo enunciativo a(nti)político en la Argentina contemporánea”, en Bein, Roberto et al. (coords.) *Homenaje a Elvira Arnoux. Estudios de análisis del discurso, glotopolítica y pedagogía de la lectura y la escritura.* Buenos Aires: EUDEBA.
- 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*, Buenos Aires: Universidad Nacional de José C. Paz.
- Charaudeau, P. (2006). “¿Para qué sirve analizar el discurso político?”, *Designis*, N° 2. (pp. 109-124).

- García Negroni, María Martha y Mónica Zoppi Fontana (1992). *Análisis lingüístico y discurso político. El poder de enunciar*. 1ª.ed. Buenos Aires: Hachette.
- Gramsci, Antonio (1970): *Introducción a la filosofía de la praxis*, Barcelona: Ediciones Península.
- Hepp, A. (2020). *Deep Mediatization*, London and New York: Routledge.
- Jenkins, H. et. al. (Eds.) (2020). *Popular culture and thecivicimagination. Case studiesofcreative social change*. 1a.ed. New York: New York UniversityPress.
- Laclau, E. y Mouffe, C. (2004). *Hegemonía y Estrategia Socialista*. 2ª. ed. Buenos Aires:FCE.
- Maingueneau, D. (2002). "Problèmesd'ethos". *Pratiques* 113/114.
- Maingueneau, D. (2009). "Ethos", en *Análisis de textos de comunicación*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- Rancière, J. (1996*). El desacuerdo. Política y filosofía*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- Rho, M.G. (2020). "De las luchas por una nueva ley de migraciones al Paro Migrante: Nuevas configuraciones de las luchas migrantes en Argentina". En *Revista Interdisciplinar de Movilidad Humana*, ISSN electrónico 2237-9843.
- Rosanvallon, P. (2007). *La contrademocracia: la política en la era de la desconfianza*. Buenos Aires: Manantial.
- Verón, E. (1987). "La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política",en Verón, Eliseo y otros. *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. 1ª. ed. Buenos Aires: Hachette.
- Vinelli, Natalia (2014). *La televisión desde abajo. Historia, alternatividad y periodismo de contrainformación*, Buenos Aires: Editorial Cooperativa El Río Suena–El Topo Blindado.

DISCUTIR LO PÚBLICO DEL OTRO LADO DE LA GENERAL PAZ. ANÁLISIS DISCURSIVO SOBRE EL ESPACIO PÚBLICO EN EL CONURBANO BONAERENSE

Lucas Emilio Fernandez | Universidad Buenos Aires
lucasemiliof@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El proceso de conurbación bonaerense es un fenómeno que se ha intensificado en las últimas décadas, mediante la concentración poblacional y el despliegue de proyectos urbanísticos, con graves consecuencias sobre el territorio. Fue así como convergieron proyectos académicos y políticas públicas, sobre planificación urbana, ambiente, hábitat y transporte para analizar dicha problemática. Sin embargo, se observa un área de vacancia respecto de la dimensión significante que se construye respecto del modo en que se ha transformado el espacio de lo público en la Región Metropolitana de Buenos Aires, en un contexto tendencial y progresivo de avance de formas neoliberales gestión de lo común. Particularmente sobre este problema, resulta pertinente una mirada desde la comunicación, que dé cuenta de los procesos sociales de producción de sentido.

Este trabajo forma parte de un proyecto de investigación más amplio, que indaga sobre procesos ideológicos y discursivos, llevado adelante por el Grupo de Estudios Críticos sobre Ciudades, Ideología y Comunicación (GECCIC)[43]. El enfoque que se propone, es el análisis materialista de la producción social de significaciones, para poner en discusión las contradicciones discursivas que

[43] www.geccic.com.ar

circulan respecto de la construcción social de lo real. Como ejemplos de análisis ya realizados, se pueden mencionar: el discurso patrimonial como síntoma de las contradicciones de la urbanización contemporánea; la interpelación ideológica a los sujetos como "vecinos" y como "usuarios"; el discurso de la participación ciudadana como estrategia de restitución del vínculo entre ciudadanía y Estado; el discurso de las ciudades inteligentes y los procesos de tecnificación de la gestión pública.

El enfoque que se plantea en los trabajos mencionados y en esta ponencia particularmente, retoma algunos aportes que realizó Louis Althusser al marxismo, en el replanteo del materialismo histórico. En este punto, para pensar los modos de acumulación ligados a la urbanización en el área metropolitana, mediante "emprendimientos inmobiliarios" de distintas escalas, es preciso pensar su estructura económica y todas las formaciones discursivas que circulan con una efectividad específica y actúan como una totalidad sobredeterminada.

En esta ponencia, el concepto de sobredeterminación elaborado por Louis Althusser ofrecerá una clave de lectura para analizar el proceso tendencial de neoliberalización de la vida urbana en las últimas décadas. A su vez, a través de una materialidad discursiva heterogénea se realizará análisis de las formaciones ideológicas, en base a los conceptos de Michel Pêcheux.

Por último, la mirada sobre lo publico en el conurbano, no consiste en circunscribirlo a un lugar o a cosificarlo a través de sus atributos físicos. Resulta imposible reducirlo a una cualidad única, porque lo que lo caracteriza es la desigualdad, la asimetría y la fragmentación. En este sentido, vale a aclarar que la dimensión geográfica sólo aporta una referencia espacial de la cuestión, pero no una identidad específica. Por otra parte, contemplar los fenómenos sobre "el otro lado de la General Paz", propone la búsqueda de una imagen espejada, respecto de lo que acontece en ambos lados de la avenida. Se asume aquí que los modos de urbanización neoliberal no se circunscriben a ninguna jurisdicción.

El foco de esta ponencia está puesto en la dimensión significante, para conocer algunos aspectos de la ideología neoliberal que implican prácticas concretas, a través de procesos de despolitización, deshistorización y mercantilización de la vida urbana. Ello implica a su vez discutir lo que nos parece evidente, porque allí radica la eficacia de la ideología, en nuestro reconocimiento subjetivo. La

propuesta es poner en tensión los procesos dominantes de interpelación ideológica. Es un desafío orientado a politizar los modos de habitar, pero sobre todo a transformar la forma en que se está llevando a cabo este proceso.

Palabras clave: Espacio público, Ideología, Conurbano

INVERTIR EN EL CONURBANO

En los últimos cuarenta años se intensificó un proceso de urbanización en el área metropolitana, expandiéndose desde las zonas más cercanas a la Ciudad de Buenos Aires hacia los territorios más alejados. De ese modo, las ciudades de los 24 municipios que lo conforman ampliaron sus espacios edificados en reemplazo de zonas de explotación agrícola. Como manchas de tinta que se tocan en un papel, los barrios crecieron y se mezclaron unos con otros con otros. Como resultado, se conformó una gran mancha urbana que hoy alberga a más de quince millones de personas. Un factor a tener en cuenta en esta etapa, es la política de erradicación de villas y relocalización de industrias desde la Ciudad de Buenos Aires hacia el conurbano, llevadas adelante por la última dictadura cívico-militar (Oszlak, 2017) de forma violenta. A ello se le suma la construcción de autopistas que condicionaron el desplazamiento de la población, la radicación de la actividad económica y modificaron la red de transporte.

En estas décadas, el proceso de urbanización no fue homogéneo ni planificado y de hecho cada municipio resolvió a su modo el ordenamiento de sus territorios, con una débil injerencia del gobierno provincial[44]. De este modo se fueron creando áreas de ensanche de distintas maneras, con acceso restrictivo a la vivienda. Frente a esta situación, la alternativa fue la consolidación de barrios populares[45] que se constituyeron mediante distintas estrategias de ocupación del suelo. También cabe destacar, que a diferencia de las décadas anteriores, en el período 2003-1014 el Estado Nacional impulsó de forma sostenida una política habitacional con infraestructura urbana en el conurbano (Di Virgilio et al, 2017) a

[44] Cabe destacar que el Decreto-Ley 8912 elaborado durante la última dictadura militar prevé que la totalidad del territorio de la Provincia de Buenos Aires es pasible de ser urbanizado.

[45] Según datos del 2020 Del Registro Nacional de Barrios Populares, en el Gran Buenos Aires existen 1341 barrios populares. Publicado por el Observatorio del Conurbano Bonaerense, Universidad Nacional de General Sarmiento.

través de los planes federales de vivienda[46]. Por otra parte, a partir de la década del noventa se impuso un modo de ocupación de grandes extensiones territoriales mediante urbanizaciones cerradas destinadas a sectores medios y medios-altos. Asimismo, en estos años se habilitaron mecanismos de especulación inmobiliaria y extractivismo urbano (Vásquez Duplat, 2017; Rolnik 2021) que requieren de la renovación constante de operaciones ideológicas vara sostener su vigencia. Refieren a un proceso de mercantilización, en el cual el sujeto de dicha operación interpelativa no es la figura del propietario de una vivienda como residencia propia, sino la de aquel que apunta a concretar una inversión. En esta instancia cobra fuerza la figura del "emprendimiento inmobiliario", que auspicia el sentido de la oportunidad de obtener una ganancia. Se pone en juego un dispositivo de interpelación ideológica, sintetizado en idea de "la constitución de individuos concretos en sujetos" (Althusser, 1970). De este modo, se despliega una estructura en la que los individuos interpelados no están en ningún origen, sino que son el resultado de un proceso que supone la puesta en juego de arquetipos ya definidos. Actualmente, la figura del emprendedor es impuesta como mandato (Hernández et al, 2017) por la ideología neoliberal con múltiples fines, aquí se acentúa la idea de la inversión ligada a la especulación inmobiliaria. En ese sentido, se asume que "la ideología ha interpelado siempre-ya a los individuos como sujetos" (Althusser, 1970). Se trata de una estrategia que tiene resultados concretos, en el aplanamiento de las diferencias económicas entre los actores involucrados en una operación inmobiliaria. Estas prácticas son publicitadas en diversos medios, y pueden plantear que "Zona norte es una de las mejores apuestas para inversores que buscan renta" (La Nación, 28/07/2022) o por ejemplo, "El partido de Vicente López, lindero con la Ciudad de Buenos Aires hacia el norte del conurbano, es uno de los principales lugares que sigue captando inversiones y nuevos desarrollos en viviendas (Infobae, 3/06/2022).

En base a estos últimos aspectos mencionados, este trabajo propone analizar algunas operaciones ideológicas sustentadas en formaciones discursivas. Se considera aquí, que la indagación de la ideología remite una dilucidación de una operación de olvido y a una reposición de sus condiciones de producción. En esta

[46] El Programa Federal de Construcción de Viviendas ejecutó hasta 2014 28.527 viviendas nuevas (en localizaciones también nuevas); a partir del Programa Federal de Urbanización de Villas y Asentamientos 21.155 viviendas nuevas (en tierras ocupadas por villas y asentamientos precarios) y 4.359 viviendas gracias al Programa Federal de Emergencia Habitacional (PFEH) (Di Virgilio et al, 2017).

coyuntura, resulta consistente plantear que el proceso de mercantilización de la vivienda, es afín a un proceso tendencial de neoliberalización, compuesto por procesos de deshistorización y despolitización.

En este punto, es necesario profundizar la mirada sobre el sujeto del discurso, mediante el aporte teórico y político de Michel Pêcheux. Su primera tesis plantea que el sentido de un discurso no existe "en sí mismo" sino que las palabras adquieren significación en su articulación con formaciones ideológicas (Pêcheux, 2016 p.142). Este carácter relacional lo describe también como formación discursiva y se trata de "lo que puede y debe ser dicho en una posición dada y en una coyuntura determinada por la lucha de clases". Y a propósito del modo en que se configura la urbanización metropolitana, resulta pertinente la segunda hipótesis del autor, que plantea que "toda formación discursiva disimula en virtud del sentido que en ella se constituye, su dependencia respecto del ´todo complejo con dominante´ de las formaciones discursivas" (Idem, p.144). Se refiere aquí a la noción de "interdiscurso" sometido a relaciones de desigualdad, contradicción, subordinación entre formaciones discursivas. Es decir, los elementos del discurso no se forman allí mismo, en una escena de autonomía, sino que resultan sobredeterminados.

Esta condición resulta visible en las estrategias que se plantean para auspiciar los loteos de tierras, las ventas de pozo o sobre proyectos de propiedad horizontal. No se trata de considerar aquí, si se trata de una actividad para un nicho de mercado o para una determinada clase social, sino de una indagar una operación ideológica que tiene consecuencias materiales sobre la totalidad del mercado inmobiliario. De ningún modo son una cualidad específica del conurbano, sino que tienen eficacia a nivel global. En este sentido, David Harvey ha analizado el papel que cumple la urbanización en la temporalidad neoliberal. De acuerdo al autor su función consiste en "la absorción del producto excedente que los capitalistas producen continuamente en su búsqueda de plusvalor" (Harvey, 2013).

Por otra parte, la tendencia impuesta por el extractivismo urbano habilita una concepción mercantil sobre la vivienda, escindida de su función social o de su integración a entorno barrial. De este modo, los inmuebles son considerados "commodities" (Vásquez Duplat, 2017, p.15) con un interés exclusivo en la rentabilidad. Así es argumentada una inversión orientada al mercado de

alquileres: “La relación alquiler/precio sube y actualmente se ubica en 3,51% anual. De esta forma, se necesitan 28,5 años de alquiler para repagar la inversión de compra, un 20% menos que hace un año” (La Nación, 28/07/2022).

Esta cualidad que adquieren los inmuebles de convertirse en instrumentos financieros, no es reciente, sino que se implanta a mediados de la década del setenta en concordancia con el modelo de valorización financiera (Basualdo, 2001) que comienza a regir en Argentina en esa época. Se trata de un aspecto central de la ideología neoliberal que marca el pulso ideológico de la clase dominante. Podría decirse que “la ideología dominante es entonces la ideología de la clase dominante” (Althusser, 1967, p.194). Sin embargo, esa relación con lo ideológico no es de autonomía, sino que resulta sobredeterminada y adquiere una especificidad propia en cada coyuntura.

LA CIUDAD PRIVADA

Quizás el ejemplo más emblemático de urbanización neoliberal ha sido el country Nordelta. Este proyecto fue aprobado en 1992 por el Gobernador Eduardo Duhalde[47] y habilitó el loteo de 1700 hectáreas, que actualmente contiene más de veinte barrios cerrados. Actualmente, por la envergadura y los servicios que posee, es considerada una ciudad –o “ciudad pueblo” (Clarín, 7/01/2020)- que en su interior contiene más de veinte barrios cerrados. También es considerada como “una ciudad ideal que, a los ojos externos, podría parecerse mucho a un set de filmación de Hollywood” (La Nación, 19/10/2009).

Vale aclarar que este territorio carece de una noción de espacio público democrática, integrada al resto de los espacios públicos del conurbano. Quizás lo más avanzado en ese sentido fue la habilitación de colectivos en horarios restringidos, para permitir la movilidad de las personas que allí trabajan.

Este proyecto urbanístico privado ha sido favorecido por la infraestructura pública estatal, garantizando accesibilidad con autopistas y avenidas a sus habitantes. No obstante, dio lugar a un proceso de movilidad diferenciada, que marca las relaciones de desigualdad entre los distintos grupos sociales (Hidalgo y Janoshchka, 2014). En el caso de Nordelta, existe una movilidad privilegiada y una

[47] El proyecto fue propuesto por el Municipio de Tigre y aprobado por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires mediante el Decreto 1736/92

movilidad subordinada. En el primer caso, las personas que residen allí son beneficiadas por la infraestructura pública con la centralidad urbana. En este sentido pueden argumentar que vivir allí es como "Miami pero a una hora del Obelisco" (Clarín, 7/01/2020). El segundo caso corresponde a las personas que viven en las inmediaciones de Nordelta y tienen que rodear el territorio para desplazarse con la demora que ello ocasiona. A su vez, las personas que allí trabajan tienen transportes limitados y acceso custodiado en la entrada y la salida del predio.

Esta cualidad restrictiva de Nordelta ofrece una alternativa, a partir del proyecto que está en curso de construcción del Centro Cívico. Se trata de un espacio de acceso público en una superficie de treinta hectáreas. Allí habrá viviendas, comercios, escuelas, centros educativos y oficinas públicas. Los desarrolladores cuando lo promocionan plantean como propósito: "Queremos colaborar en la creación de un lugar donde todos sean bienvenidos y deseen vivir" (Clarín, 11/07/2016).

Nordelta también despliega un discurso aspiracional, ligado a un cambio de "estilo de vida". Allí también se hace foco en las personas que buscan dejar de vivir en la Ciudad de Buenos Aires. Lo plantean como una tendencia: "La demanda en casas sigue aumentando, son cada vez más los clientes que buscan un cambio de vida hacia espacios con seguridad, área verde y cercanos a centro comerciales y colegios" (La Nación, 27/05/2022).

EL VERDE TAN PRECIADO

Hay un atributo que se destaca respecto de la posibilidad de vivir en el conurbano: los espacios verdes. Allí también se pone en funcionamiento una operación ideológica que, como primera cuestión, sirve para marcar una diferencia respecto de la vida citadina. Más allá de que se trate de proyectos urbanísticos orientados a residencias permanentes o de fin de semana, "lo verde" marca un diferencial, que se conecta a otras cualidades, como "vivir en la naturaleza", "el disfrute del aire libre", "la tranquilidad" y sigue la lista. Sin embargo, como ya planteó, el avance de la urbanización en las últimas décadas, redujo notablemente las áreas de espacios verdes en la zona metropolitana. Al mismo tiempo, aquellas tierras que estaban destinadas a la explotación agrícola

cambiaron de uso a través de la urbanización, alejando cada vez el más el anillo del periurbano. Por último, y quizás resulte el factor más preocupante, se lotearon tierras para la construcción de barrios cerrados en zonas bajas y humedales, con un daño ambiental irreversible. A pesar de que estos proyectos son promocionados con el criterio de vivir en contacto con la naturaleza, conllevan una transformación artificial mediante la impermeabilización y la elevación de los terrenos, que altera la hidrografía del entorno.

Por otra parte, el avance del mercado inmobiliario con este tipo de proyectos fue favorecido por la laxitud del marco regulatorio y la retirada del Estado (Vásquez Duplat, 2017, p.25) a nivel nacional, provincial y municipal en la planificación de la urbanización. Tomó forma un modelo de "acumulación por desposesión" (Vásquez Duplat, 2017; Harvey, 2013), mediante un modelo extractivista que busca la obtención de un rédito económico en el corto plazo, pero que no asume ninguna responsabilidad respecto del perjuicio ambiental. Esta problemática adquirió relevancia en los últimos años, especialmente a partir de la gran inundación en La Plata de 2013. Sobre esta cuestión ambiental, diversos espacios de militancia abrieron espacios de disputa política. En ese sentido, la discusión sobre lo público en el conurbano, no se reduce a la privatización de territorios, sino que incluye otros problemas, como la contaminación del agua, la impermeabilización del suelo y la total alteración del funcionamiento ecosistémico.

No obstante, se mantienen en pie operaciones ideológicas que promueven la sustentabilidad, en grandes proyectos inmobiliarios realizados a partir de urbanizaciones cerradas. Por ejemplo, en el municipio de General Rodríguez, se promociona un barrio con más de dos mil lotes, que se abastecerá de energía solar. Los desarrolladores lo describen de esta manera: "La idea es diseñar un complejo autosustentable. No habrá tendido eléctrico, se abastecerá sólo con energía renovable" (Clarín, 9/08/2019). Otro proyecto emplazado en Escobar conocido como "Puertos", desarrollado por la firma Consultatio, contiene dentro una reserva ecológica privada, acceso al Río Luján y una laguna. Aquí lo natural es descripto como un servicio y lo explican de este modo: "La Reserva funciona como una suerte de 'gran amenity' de Puertos, aunque a la vez es una pieza de preservación y un sitio educativo" (La Nación, 30/04/2022).

En las últimas décadas las problemáticas ambientales o la noción de sustentabilidad funcionó como piezas relevantes de formaciones discursivas (Pêcheux, 2016) que estructuraron lo decible y articularon acciones políticas. No obstante, existe una disputa ideológica en el conurbano que tiene efectos materiales concretos, respecto de la relación de las personas con el ambiente. Se trata de una relación que no puede excluir la dimensión de lo inconsciente, respecto de la ideología de los sujetos. Al decir de Althusser: "En la ideología, los hombres expresan, en efecto, no su relación con sus condiciones de existencia, sino la manera en que viven su relación con sus condiciones de existencia" (Althusser, 1967, pp. 192-194). De este modo es necesario considerar la dimensión imaginaria y analizar qué rol cumple la ideología para pensar el modo sobredeterminado de la construcción social de lo real.

Por último, cabe destacar otra política implementada en 1978 por la última dictadura cívico-militar desde la Ciudad de Buenos Aires hacia el conurbano: el proyecto conocido como "cinturón ecológico". La propuesta consistía en desarrollar un anillo vial periférico que interrumpiera la continuidad de la urbanización, actuara como "pulmón de la ciudad" y asegurara la existencia de espacios libres (Fernández, 2020). Hoy ese espacio es administrado por la empresa pública Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado (CEAMSE) y se utiliza para la disposición de los residuos sólidos urbanos de la Región Metropolitana de Buenos Aires –incluyendo a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y excluyendo a cuatro partido- mediante rellenos sanitarios. No obstante, los municipios bonaerenses no participan en la administración de dicha empresa (Gutiérrez, 2012) y es una condición que dificulta la posibilidad de pensar políticas públicas ambientales en el conurbano.

REFLEXIONES FINALES

Hoy es necesaria una discusión política sobre lo público en que destituya la mirada mercantilizadora, en donde el marco de referencia es el rédito económico. El conurbano requiere de una noción de lo espacio público que trascienda los límites municipales y que convoque políticas públicas para su puesta en valor. A su vez lo público resulta un espacio de autorepresentación, que "se constituye en espejo de las construcciones imaginarias colectivas" (Caletti, 2007, p.223), que

reponga formas de interacción social. Implica un debate que revise la historia para construir un futuro con mayor justicia social. Es una cuestión que involucra también a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, para someter a escrutinio ciudadano la urbanización de toda el área Metropolitana.

En el proceso ideológico de neoliberalización dominante, entramado con el discurso del urbanismo, se elogia la existencia del "espacio público" entendido como espacio no conflictivo y despolitizado (Hernández et al, 2021). Es imperiosa una acción colectiva que lo repolitice y que privilegie el derecho a la ciudad, como ideología y como política pública. Hay 15 millones de personas que habitan en esta región que merecen otros modos de interpelación ideológica. A su vez, respecto de las políticas ambientales, se deben incluir criterios de sustentabilidad que preserven y restituyan la función ecosistémica de los territorios.

Como cierre, las operaciones ideológicas en relevadas, han sido efectivas para homogeneizar el territorio y disimular la fragmentación social. Un aspecto a tener en cuenta sobre la ideología neoliberal es que contribuye a empobrecer la producción de sentido y a producir un estado de resignación desmovilizador. Frente a ese contexto, se requieren nuevas formaciones discursivas que articulen lo decible.

El conurbano ha sido escenario de luchas que han cambiado el curso de la historia del país. Hoy puede ser escenario de disputas democráticas que movilicen deseos colectivos. Quizás esté llegando la hora de que eso suceda

BIBLIOGRAFÍA

- Althusser; L.
- (1970) En Ideología y aparatos ideológicos de estado. "Freud y Lacan" Nueva Visión, Buenos Aires
- (1967) "Marxismo y Humanismo", en La revolución teórica de Marx, Siglo XXI, Buenos Aires
- Basualdo, E. (2002) Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina, Notas sobre el transformismo argentino durante la valorización (1976-2001) UNQ.

- Caletti, S. (2007). Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura. Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación, 123.
- Di Virgilio, M.; Chiara, C.; Aramburu, F. (2017) Los planes federales de vivienda en el Área Metropolitana de Buenos Aires; Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Centro Interdisciplinar de Estudos sobre a Cidade; Urbana; v9; n1; 70-96
- Fernández, L. (2020) La muralla verde: urbanismo y ecología en tiempos de dictadura en el Gran Buenos Aires: 1976-1983. 1a ed. Universidad Nacional de General Sarmiento
- Gutiérrez, R. (2012) Federalismo y políticas ambientales en la Región Metropolitana de Buenos Aires, Argentina. EURE vol 38, no 114, pp. 147-171
- Harvey, D. (2013) Ciudades rebeldes. Ediciones Akal. Madrid, España.
- Hernández, S.; Nepomiachi, E.; Ré, C. (2017) "Seamos un País de 40 millones de emprendedores": interpelaciones ideológicas en tiempos neoliberales Revista de la Facultad de Ciencias Sociales/UBA no. 93, pp. 50-57.
- Hernández, S; Negro, A, Fernández, L, Juair M. (2021) ¿Llevar ciudad donde no la hay?: un análisis de la coyuntura ideológica y de los discursos en conflicto en torno de la venta y rezonificación de Costa Salguero y Punta Carrasco (Buenos Aires, Argentina, 2018-2021). Revista Argumentos. Instituto Gino Germani. Facultas de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aireas.
- Hidalgo R. y Janoshchka M. (2014) La ciudad neoliberal. Gentrificación y exclusión en Santiago de Chile, Buenos Aires, Ciudad de México y Madrid. Geolibros, Madrid
- Oszlak, O. (2017). Merecer la Ciudad. Los pobres y el derecho al espacio urbano. 2a Ed Ampliada. Universidad de Tres de Febrero.
- Pêcheux, M. (2016). Las Verdades Evidentes. Ediciones del CCC.
- Rolnik, R. (2021) La guerra de los lugares. La colonización de la tierra y la vivienda en la era de las finanzas. 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: El Colectivo; LOM Ediciones, Santiago de Chile.
- Vásquez Duplat, A. (2017) Extractivismo urbano: debates para una construcción colectiva de las ciudades. 1a edición: Fundación Rosa Luxemburgo, Ceapi, El Colectivo, Buenos Aires.

ARCHIVO DOCUMENTAL

Clarín

- (11/07/2016) “Nordelta apuesta al espacio público: construirá un centro cívico para la comunidad”
- (9/08/2019) “Un barrio cerrado de Zona Oeste que sólo usará energía solar
- (7/01/2020) “Nordelta, 20 años después: vivir en una "burbuja" o en Miami a una hora del Obelisco”

- **Infobae**

- (3/06/2022) “Vicente López: cuáles son las zonas con mayor crecimiento inmobiliario y cuánto valen las viviendas por estrenar”

- **La Nación**

- (19/10/2009) “Un exclusivo pueblo privado
- (28/07/2022) “Inversiones: dónde deja más ganancia el alquiler de un departamento en zona Norte”
- (30/04/2022) “Convivir con la naturaleza: un barrio entre un lago y una reserva, a 40 minutos de Buenos Aires”
- (27/05/2022) Las casas económicas de Nordelta con 120 m2, jardín y pileta al mismo precio que un departamento de 90 m2 en Palermo

ARGUMENTACIÓN VISUAL EN LAS “DERECHAS ALTERNATIVAS” ARGENTINAS DURANTE LA CAMPAÑA LEGISLATIVA 2021. EL CASO DEL PARTIDO LIBERTARIO CABA DE JAVIER MILEI

Juan González | Universidad Naciona de Moreno
jumanuelgonz@gmail.com

Javier Santucho | Universidad Nacional de Moreno
santucho.javier.eduardo@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Las elecciones presidenciales de 2015 asentaron las bases que permitieron a la derecha argentina, anteriormente dividida e individualizada por algunas figuras políticas, acceder a la disputa por el poder mediante la vía democrática. El antecedente que significó el acceso al gobierno de la coalición Cambiemos -hoy Juntos por el Cambio- posibilitó dentro de la política nacional la instauración de lo que el periodista Gabriel Vommaro (2021) conceptualizó como “derechas de las derechas” para participar de ''batallas culturales'', acto que se reflejó en la aparición dentro de la esfera política y mediática de figuras como Javier Milei.

Por otro lado, a nivel internacional, con la llegada a la Casablanca de Donald Trump el 8 de noviembre de 2016, la segunda vuelta que disputó Le Pen a Macron en 2017 -y 2022- y el comando en el Palacio do Planalto de Jair Messias Bolsonaro

en Brasil desde el 1 de enero de 2019, se evidenció el surgimiento del fenómeno que el historiador argentino Pablo Stefanoni (2021) menciona como “Derechas Alternativas” (*Alt Right*) y Enzo Traverso (2021) como “*Posfascismo*”.

Heterogéneas y caracterizadas por cada realidad nacional, estas derechas parecen disputarle lugar, protagonismo y poder a una centro-izquierda progresista sin respuestas a las crisis actuales del capitalismo y, en los últimos dos años, a la pandemia por el covid-19. Ante este escenario de crecimiento de propuestas autodenominadas “libertarias”, nos interesa abordar las estrategias y mecanismos argumentativos que la campaña del partido libertario “La Libertad Avanza” de la Ciudad de Buenos Aires llevó a cabo.

El análisis no se centrará en la argumentación verbal, ejercida exclusivamente mediante el uso de las palabras, sino que nos centraremos en la que es realizada a través del trabajo coordinado y multimodal de la palabra y los elementos icónico-visuales que componen los textos seleccionados para el análisis. En particular, estudiaremos la argumentación realizada a través de las imágenes posteadas durante el transcurso de las elecciones legislativas de 2021 por la cuenta oficial de Instagram del partido político seleccionado (@partidolibertariocaba).

Para la realización del objetivo del presente trabajo, nos basaremos en las ideas desarrolladas por autores ya devenidos clásicos de los estudios en argumentación como Stephen Toulmin y Chaim Perelman, y en desarrollos recientes que problematizan la cuestión del carácter lógico-argumentativo de la imagen como medio de persuasión. En este sentido, es pilar fundamental para el marco teórico de nuestra investigación los trabajos y conceptos propuestos por Cristián Santibáñez Yáñez y Pablo Porto López (2015), Leo Groarke (2002), Humbert Marraud (2013, 2019) y Pedro Olivares Carreño (2019).

Palabras claves: argumentación visual, analogía, partido libertario

DESARROLLO

La argumentación visual es un campo que adquirió relevancia en el último tiempo. Los autores clásicos de la retórica, abocados a problemas más locales, no lo han tratado. Roland Barthes, atento a las diversas materialidades de lo semiótico, resaltó el poder de la imagen en su "Retórica de la imagen" (1986). Sin desconocer este aporte original, la discusión contemporánea en torno al estatus argumentativo de la imagen pone en diálogo diversos autores que han hecho de la cuestión retórica objeto de sus averiguaciones: la nueva retórica de Perelman y Toulmin en el siglo XX, la teoría pragmadialéctica del holandés Frans Van Eemeren, la lógica natural de Grize, etc. Algunas cuestiones que insisten en la discusión son: ¿Existe lo argumentativo en una imagen? ¿Cómo? ¿Hay una independencia entre la argumentación y la imagen? ¿O están intrínsecamente vinculadas? Si bien el presente trabajo se propone como una exploración descriptiva de los mecanismos visuales y argumentativos que hacen a la campaña del libertario Milei, parte de nuestros esfuerzos de análisis se dirigirán a atender estas preguntas. Como tal, este trabajo se inscribe en esta discusión abierta.

La discusión sobre la argumentación visual

Como señalaba Barthes (1986), las imágenes poseen un significado, una connotación y denotación. Cuando hablamos de argumentación visual, estamos haciendo referencia a un campo de estudio poco explorado que se propone reflexionar sobre qué hay de argumentación en lo visual y qué puede aportar esta a ella. Groarke dice que los modos de expresión visuales, así como los verbales, tienen sus fortalezas y debilidades. En palabras del autor: "En comparación con las palabras, muchas imágenes tienen una fuerza emocional extraordinaria. (...) una demostración visual puede decidir el punto en cuestión de una forma que un enunciado verbal no puede hacerlo" (2002: 2). En ese sentido, para comprender que las "insignias visuales" poseen esa fuerza hay que entenderlas de la misma forma que los actos de habla o de comunicación en los enunciados verbales y los principios de comunicación, tal como lo proponen Van Eemeren y Grootendorst (1992). Allí, entonces, se consideraría a las imágenes como la perspectiva de un

punto de vista para la resolución de las disputas o de un problema, en la que la presentación de las imágenes son parte integrante del argumento.

Por su lado y en consonancia con Groarke, Cristián Santibáñez Yáñez y Pablo Porto López (2015), quienes realizaron un estudio sobre la campaña del UKIP del Brexit, introducen en su análisis la teoría de la pragmadialéctica, las perspectivas de Perelman y Toulmin (1958) y el modelo semiótico retórico de análisis de la Escuela de Lugano[48]. Complementando los métodos, demuestran la campaña del miedo llevada a cabo por el euroescéptico británico de Nigel Farage. Por su parte, Marraud, autor que ha retomado los desarrollos de Groarke, es bastante explícito en sostener que, según como se considere la argumentación, diferirá qué se entenderá por argumentación visual. Propone tres modelos de test para definir un criterio según el cual se pueda diferenciar de forma clara cuándo existe argumentación visual y cuándo no. Para esto, parte del modelo propuesto por Johnson al que se le superponen otros tres modelos de testeo (test de Marraud, el de las propiedades lógicas, y el test de Marraud por supresión) y concluye que se puede hablar de argumentos más o menos visuales en los cuales se podrían establecer jerarquías mediante la aplicación de los test propuestos. De esta manera, tendríamos textos cuyos componentes visuales son absolutamente argumentativos, otros donde prevalece la imagen, o en las cuales tanto los textos verbales como visuales se complementan uno con el otro. No hay una teoría exclusivamente pura y hay pluralidad entre los especialistas.

Por último, no obstante, un trabajo de tesis de maestría recientemente publicado trabaja con el campo académico que tratamos. Olivares Carreño (2019) señala que, la irrupción de internet, las redes sociales y los teléfonos inteligentes ha provocado un éxtasis de estímulos visuales en diferentes formatos y canales que impactan en nuestras prácticas argumentativas. Sostiene que la publicidad presenta razones, es decir, argumentos, generando así críticas a autores como Blair y Marraud. Concluye sobre la argumentación visual que “ha quedado evidenciada su existencia”, y que “en cuanto a si las imágenes en anuncios

[48] La escuela de Lugano, en Suiza, sostiene que la argumentación es “una interacción comunicativa verbalizada, contextualizada, culturalmente relevante, en la que se ponen en juego tanto la razón como el deseo con la finalidad de construir comunidad” (Rigotti y Greco Morasso en Hoyos Morales:75)

pueden presentar razones genuinas y, por tanto, servir para exponer argumentos, el debate sigue abierto" (Olivares Carreño, 2019).

JAVIER MILEI Y SU CAMPAÑA

Argumentación y estrategia visual

Una vez firmado el cierre de listas, en julio del año pasado, arrancó en las redes sociales la campaña del actual legislador Milei. Para la construcción del corpus, abordamos imágenes que van desde posteos del 22 de julio hasta el 11 de noviembre de 2021 inclusive. En ellas, se visualizan algunas cuestiones a ser tratadas:

1. Las analogías y metáforas, que trataremos a partir de las definiciones por Chaim Perelman y Olbrechts Tyteca (1958).
2. Los elementos visuales que trabajan en el discurso de campaña para construir una dicotomía en términos disyuntivos: constitución discursiva de un ellos (la casta, los traidores) y un nosotros (el pueblo, el que está cansado, el trabajador), característico de la política en campaña y en la construcción del "mito populista", tal como propone María Esperanza Casullo (2019).

Las analogías y metáforas

En el texto visual del 30 de julio dice: "¡Giremos el timón a tiempo!". Así, se utiliza esta imagen que trata del timón de un barco, para poner en evidencia el fenómeno de la continua crisis económica de la Argentina y sin ninguna resolución alguna, el país puede chocar. A saber, según Perelman (1997), uno de los refundadores de la retórica del Siglo XX, la analogía no plantea una igualdad entre términos sino una "semejanza de *a* es a *b*, como *c* es a *d*" (Marafioti, 2003). En consecuencia, el recurso argumentativo empleado es: así como hay que girar el timón del barco (*A)* para evitar chocar con un iceberg de hielo (*B*), hay que girar (o cambiar) a los políticos (*C*) para evitar una crisis económica nuevamente (*D*).

Imagen 1 www.instagram.com/partidolibertariocaba Fecha: 30 de julio de 2021

Por otro lado, en las imágenes que datan de los días 12 y 23 de agosto respectivamente, se visualiza la implementación de una "metáfora" o, como sostiene Perelman, una *analogía condensada*. Según el filósofo del derecho, la metáfora "es una construcción del tipo *a* es *c*" (Perelman, 1997). Se lee: "¡VAMOS A PATEAR EL TABLERO!" y "¡JAQUE MATE POLÍTICOS!". En este caso, la analogía condensada (metáfora) sería: así como se patea una pieza o se produce el jaque (*a*) en ajedrez, se patea y/o se hace el jaque también en la política y/o políticos (*c*) = *PATEAR (a) EL TABLERO (c) → JAQUE MATE (a) POLÍTICOS (c)*. En un juego de palabras, la fórmula *a* es *c* se cumple tal como se postula, retomando el deporte del ajedrez: tanto "patear el tablero" (que se entiende por tablero político) como el "jaque mate", cumplen la función *a*, y los políticos, la función *c*. Se puede observar, pues, una organización política bajo la lógica maniquea, en el que existe un bien y un mal: la metáfora del ajedrez proyecta, necesariamente, esa dicotomización ellos vs. nosotros, que será analizada en el próximo apartado.

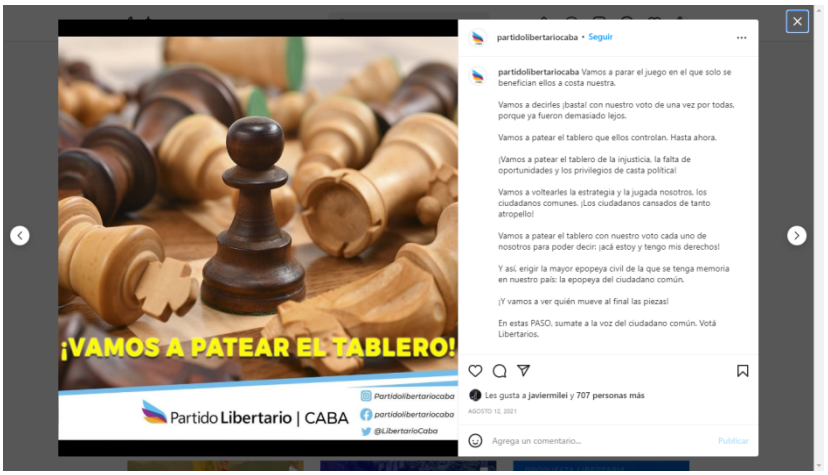


Imagen 2 www.instagram.com/partidolibertariocaba Fecha: 12 de agosto de 2021

Imagen 3 www.instagram.com/partidolibertariocaba Fecha: 23 de agosto de 2021

La construcción discursiva dicotómica de un ellos y un nosotros

El primer posteo realizado por la cuenta oficial @partidolibertariocaba dentro del recorte temporal determinado data del 22 de julio de 2021, y se enuncia en él el eslogan “Libertad o Barbarie”. En lo visual, figuran las caras del Jefe de Gobierno porteño Horacio Rodríguez Larreta, la Vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner y el Presidente Alberto Fernández. Se permitiría interpretar: “Libertad” (yo/nosotros, el partido libertario) o “Barbarie” (ellos: el Frente de TODOS, Juntos por el Cambio, en suma, “la casta política”). Se cumpliría así lo que sostiene la politóloga María Esperanza Casullo (2019), cuando analiza el populismo como fenómeno que propende a la polarización entre un pueblo (abnegado, puro) y la élite corrupta (en este caso, la “casta” para Milei). Este vínculo disyuntivo reparte el escenario político entre dos espacios cívico-políticos antagonistas y presenta como opción lo que pragmáticamente es, en realidad, un imperativo (derrotar a la barbarie, fortalecer la libertad).

Esta pieza se va a configurar en la pionera de los posteos realizados que recurren a la disyuntiva como elemento argumentativo para presentar esta dicotomía que postulan como latente ante el electorado. Esta articulación del escenario electoral, lejos de ser exclusivo de las fuerzas de la nueva derecha, es un elemento que es propio de la argumentación política, es decir, no es exclusiva de este partido, ni

mucho menos creada por este, pero que se configura como uno de los principales rasgos argumentativos de la cuenta.

Imagen 4 www.instagram.com/partidolibertariocaba Fecha: 22 de julio de 2021

Como hemos mencionado, otras publicaciones en las redes durante la trastienda electoral continuaron con la metodología dicotómica. La simplificación, como se puede verificar, es producto de la naturaleza del argumento visual: tiende a la reducción, y al tópico de “libertad o comunismo”, “libertad o casta”, “Yo o Ezeiza”. Así pues, muestra lo publicado el 30 de agosto, el 7 de septiembre (antes de las PASO) y el 18 de septiembre (post PASO).

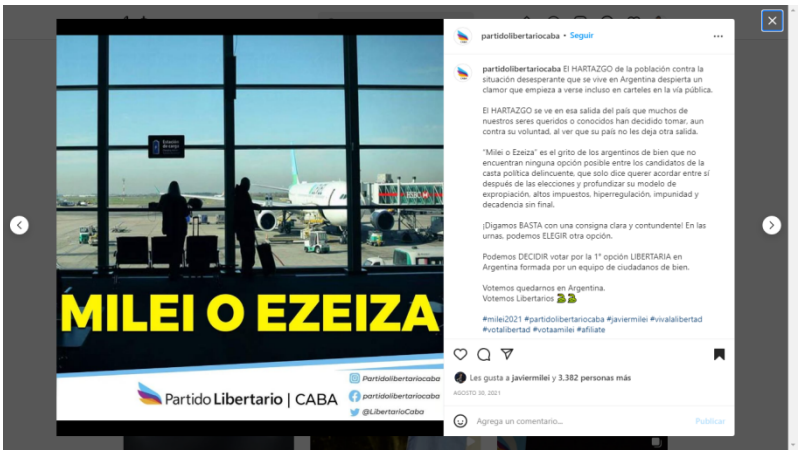


Imagen 5 www.instagram.com/partidolibertariocaba Fecha: 30 de agosto de 2021

Imagen 6 www.instagram.com/partidolibertariocaba Fecha: 28 de septiembre de 2021

Imagen 7 www.instagram.com/partidolibertariocaba Fecha: 19 de septiembre de 2021

A pesar de jugar con las reglas de la democracia liberal, ante la defensa de ese pueblo cansado y harto del "status quo" o "de los mismos", el partido del economista Milei parecería querer ceder dentro del juego de la agonía (Mouffe, 2014), al antagonista y enemigo político, una extinción, silenciarlo, estigmatizarlo, agredirlo. Por lo cual, el símbolo democrático por excelencia que es el Congreso Nacional en un sistema republicano, lo representan como "oligárquico", el lugar de pactos entre esa clase política construida por ese ellos, que excluye a "nosotros". No es un detalle menor el ángulo del cual es tomada la fotografía que eligen postear, ni el clima del contexto en el momento de la captura. La foto del 10 de agosto, desde un ángulo contrapicado, con cielo poblado de nubarrones grises oscuros avecinando una tormenta, construye un punto de vista inferior desde la

observación, colocando al poder arriba y como una figuración metonímica de “la casta”.

Imagen 8

CONCLUSIONES

El equipo de campaña de Javier Milei supo construir las demandas de los insatisfechos tanto del macrismo como del kirchnerismo. Mediante una retórica imperativa de anulación del adversario, planificó una dicotomía y un blanco específico, característica de los tiempos electorales, pero también del fenómeno reciente del populismo a nivel internacional: ellos, los traidores, la casta política, los de siempre; nosotros, el pueblo, ese en el que algún tiempo pasado fue grande y estaba destinado a la prosperidad y fue traicionado (Casullo, 2019:69). Es así como lo demostró nuestro trabajo de revisión de cada una de las imágenes estudiadas con las metáforas y analogías en las premisas, estableciendo una complementariedad del texto verbal como del texto visual. Mediante el análisis de las diversas operaciones argumentativas empleadas, quedó demostrado la relevancia que adquiere la imagen en un argumento, como por ejemplo la predominancia de los colores y el ángulo de la toma fotográfica del Congreso, los íconos del juego como el ajedrez, los dirigentes políticos citados y la lógica maniqueísta disyuntiva. En ese sentido, el recorrido que se estableció en este trabajo de análisis pasa revista a las diferentes metodologías para abordar la argumentación y lo visual. A nuestro modo de ver, la imagen no hace más que reforzar los postulados, y los postulados no hacen más que potencializarse con la imagen. El debate sigue abierto en torno a si las imágenes, por sí solas,

conforman argumentos o son persuasiones de carácter psicológico. El núcleo de la discusión está allí. No parece haberse saldado, pero hay una única certeza: la argumentación visual existe, independientemente de cómo se conceptualice su funcionamiento, y cada vez más vez se difunde por el ámbito de las redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- Barthes, R. (1986). Retórica de la imagen. *Lo obvio y lo obtuso*, 29-47.
- Casullo, M. E. (2019). ¿Por qué funciona el populismo?: El discurso que sabe construir explicaciones convincentes de un mundo en crisis. Siglo XXI Editores.
- Hoyos-Morales, J. I. (2017). La idea de argumentación en la Escuela de Lugano. Planteamiento y perspectivas. Estudios de Filosofía, (56), 73-94.
- Marafioti, R. (2003). Los patrones de la argumentación: la argumentación en los clásicos y en el siglo XX. Biblos.
- Marraud, H. (2013, April). OSTENSIÓN Y ARGUMENTACIÓN VISUAL1. In Third International Workshop on Argumentation. Madrid.
- Marraud, H. (2019). Argumentación visual: la lógica de las imágenes. Lógica de la sensación: epistemología y metodología para la creación artística contemporánea.
- Olivares Carreño, P. A. (2019). La retórica de los argumentos: Persuasión racional y manipulación visual.
- Perelman, C. (1997). El imperio retórico: retórica y argumentación. Grupo Editorial Norma.
- Stefanoni, P. (2021). ¿La rebeldía se volvió de derecha?: Cómo el antiprogresismo y la anticorrección política están construyendo un nuevo sentido común (y por qué la izquierda debería tomarlos en serio). Siglo XXI Editores.
- Traverso, E. (2019). Las nuevas caras de la derecha: ¿Por qué funcionan las propuestas vacías y el discurso enfurecido de los antisistema y cuál es su potencial político real? Siglo XXI Editores.
- Toulmin, S. (2007). Los usos de la argumentación. *Ediciones Península*.
- Vommaro, G. (2021). Neofascismo: ¿Cómo surgió la extrema derecha global (y cuáles pueden ser consecuencias)? Capital Intelectual.

- Yáñez, C. S., & López, P. P. (2015). Imágenes del populismo anti-inmigratorio: un análisis argumentativo visual de la campaña europea de UKIP. Calidoscópio, 13(2), 176-188.

LAS IDEOLOGÍAS LINGÜÍSTICAS DE LOS COMENTARIOS DE LOS LECTORES EN NOTAS PERIODÍSTICAS SOBRE LA PROHIBICIÓN DEL USO DEL LENGUAJE INCLUSIVO

Pablo Abelenada | Universidad Nacional de Moreno
pabloabelenda@gmail.com

Jennifer González | Universidad Nacional de Moreno

Elsa Ponce Monaco | Universidad Nacional de Moreno
elisa.p418@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El 9 de Junio de 2022, una normativa del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires dispuso: “Establézcase que en el ejercicio de sus funciones, los/as docentes deberán desarrollar las actividades de enseñanza y realizar las comunicaciones institucionales de conformidad con las reglas del idioma español, sus normas gramaticales y los lineamientos oficiales para su enseñanza”. Esta normativa ordenó la prohibición del lenguaje inclusivo en todas las instituciones educativas de la ciudad. La decisión fue tomada junto a especialistas y fueron quienes decidieron tomar esta medida luego de obtener los resultados de las evaluaciones educativas de CABA, que arrojaron que lo más afectado por la pandemia fue la comprensión lectora.

En nuestro trabajo, analizaremos las ideologías lingüísticas en los comentarios de lectores de notas periodísticas que tematizan el lenguaje inclusivo tras la prohibición. Las notas seleccionadas corresponden a los diarios digitales *Clarín*, *El Destape*, *Página 12* y *Todo Noticias*. Dichas notas fueron publicadas a partir del 9 de junio y sus títulos son: "No va más: Lenguaje inclusivo: la Ciudad prohibió el uso de la "e", la "x" y el "@" en las aulas"(*Clarín*); "Una funcionaria de Axel Kicillof habló en lenguaje inclusivo en un acto escolar en Berisso: fue silbada y abucheada" (*Clarín*); "Para director de RAE, hablantes "deciden cómo evoluciona su lengua" al hablar de lenguaje inclusivo" (*El Destape*); "Tranquiles": el debate por el lenguaje inclusivo no se resolverá pronto" (*Todo Noticias*); "Una funcionaria dio un discurso en lenguaje inclusivo durante un acto escolar y fue abucheada" (*Todo Noticias*) y "Jennifer Lopez, el lenguaje inclusivo y un show con su hije Emme" (*Página 12*).

Para efectuar el análisis cualitativo de las ideologías lingüísticas, primero, analizaremos las regularidades y sistematizaremos los patrones presentes en los comentarios. Estas regularidades podemos definirlas en tres grandes bloques. En primer lugar, la función del sistema escolar para la reproducción de la lengua legítima. En segundo lugar, el lenguaje metaforizado como el Estado, como un ser vivo y como un objeto estático. Y por último, las diferentes concepciones sobre la noción de "inclusivo". El corpus es analizado en relación a la construcción y negociación de un orden social en el que está en juego la distribución del poder. En perspectiva de poder generar una reflexión sobre las diferentes concepciones de lenguaje, consideramos importante el estudio de los comentarios a favor de la prohibición del lenguaje inclusivo.

Palabras clave: ideologías lingüísticas – comentarios de lectores – prohibición del lenguaje inclusivo

MARCO TEÓRICO

Proponemos un abordaje desde la perspectiva Glotopolítica, entendida como el estudio de las intervenciones en el espacio público del lenguaje y de las ideologías lingüísticas que activan o sobre las que inciden, asociándolas con posicionamientos dentro de los espacios nacionales o en espacios más reducidos,

como el local, o más amplios, como el regional y el global (Arnoux y Nothstein, 2013). Asimismo, José del Valle (2017) señala que la Glotopolítica se detiene no sólo en las decisiones institucionales del perfil lingüístico ideal de una comunidad, como puede ser oficializar una lengua, por ejemplo; sino también en los distintos entornos sociales en los que se tematiza el lenguaje en la construcción y negociación de un orden social en el que está en juego la distribución del poder, como en el caso que nos ocupa. Por otro lado, entendemos las ideologías lingüísticas como sistemas de ideas que articulan nociones del lenguaje, las lenguas, el habla y/o la comunicación con formaciones culturales, políticas y/o sociales específicas; con mayor precisión, se pueden concebir como marcos cognitivos que ligan coherentemente el lenguaje con un orden extralingüístico, naturalizándolo y normalizándolo. Asimismo, estas ideologías se producen y reproducen en el ámbito material de las prácticas lingüísticas y metalingüísticas. (Del Valle; 2017). En la misma línea, usaremos los argumentos de Valentín Voloshinov (1929) sobre el signo lingüístico y como refleja la realidad de la época, el cual está determinado por intereses sociales. Retomaremos esto para analizar cómo se invisibiliza lingüísticamente al sector disidente por decisión de un grupo social determinado el cual argumenta que primero se debería incluir a las personas sordas aprendiendo la lengua de señas.

Además, consideraremos el aporte de los autores Lakoff y Johnson sobre las metáforas en la vida cotidiana y, de modo particular, la manera en que las metáforas caracterizan a las sociedades a partir de los dominios que conectan en las configuraciones metafóricas y los sentidos que despliegan. De este modo distinguen las metáforas ontológicas, como aquellas que nos permiten considerar acontecimientos, actividades, emociones, ideas, etc como entidades o sustancias. (Lakoff y Johnson;1980)

Para efectuar el análisis cualitativo de las ideologías lingüísticas, primero, analizamos las regularidades y sistematizamos los patrones presentes en los comentarios. Luego, articulamos los resultados con las formaciones culturales, políticas y sociales específicas.

LA FUNCIÓN DEL SISTEMA ESCOLAR PARA LA REPRODUCCIÓN DE LA LENGUA LEGÍTIMA

El sistema escolar cumple una función decisiva en el proceso que conduce a la elaboración, legitimación e imposición de una lengua oficial. La función misma del maestro de escuela, maestro de hablar y, por lo tanto, maestro de pensar contribuye a la imposición del reconocimiento de la lengua legítima. En términos de Bourdieu: "...Hablar de la lengua, sin más precisiones, es aceptar tácitamente la definición de lengua oficial de una unidad política: esta lengua es la que, en los límites territoriales de esta unidad, se impone a todos los naturales como la única legítima..." (Bourdieu, 1982:22)

En los comentarios que compilamos, estas nociones de lengua oficial y lengua legítima se ponen en juego, como puede verse en el siguiente ejemplo: *"Perfecto, en la escuela el idioma oficial correctamente (castellano). Que después cada uno hable como quiera. Nadie lo prohíbe. Pero debe enseñarse correctamente" (Clarín)* De esta manera, la intervención reconoce en primer lugar el rol de la escuela en el establecimiento de la lengua "correcta", visibilizando la serie lengua correcta-lengua legítima-lengua oficial. Asimismo, en el ejemplo que sigue podemos ver el vínculo entre la lengua oficial y la unidad política: *"Hay que volver al colegio, no saben hablar castellano, por eso inventan otras lenguas, estudien nuestro idioma que tenemos tantas palabras hermosas!!!"(Página 12)* En la utilización de "nuestro idioma", la hablante señala el carácter político de la lengua oficial respecto de la unidad nacional, así como la cualidad de "belleza" de "nuestras" palabras. Este comentario evidencia dos concepciones: nuestro idioma se aprende en la escuela, no es algo que posean los hablantes, y lo "hermoso" es lo oficial, lo heredado, opuesto a la creatividad de las y los hablantes.

De este modo, la legitimación de la lengua oficial ha contribuido a la devaluación de los modos de expresión populares, reducidos a la condición de ¨jerga¨, así como ha transformado a una condición de lenguas dominadas a aquellas que no hayan alcanzado sus grados de hegemonía. Siguiendo a Calvet, "un dialecto no es más que una lengua vencida, y una lengua es un dialecto que ha triunfado a nivel político" (Calvet 1974:54).

LA LENGUA ES COMO EL ESTADO, LA LENGUA ES UN SER VIVO

Los autores George Lakoff y Mark Johnson (1980) sostienen que nuestro sistema conceptual ordinario, aquel por el cual pensamos y actuamos es fundamentalmente metafórico. Siguiendo el rastro de la evidencia lingüística podemos encontrar aquellos casos donde las metáforas se reflejan en una amplia variedad de expresiones. En el caso de los comentarios que tratan la reciente prohibición del lenguaje inclusivo en las instituciones educativas de la ciudad de Buenos Aires, se pueden hallar metáforas que configuran discursivamente la prohibición como democrática y el uso del lenguaje inclusivo en términos dictatoriales. Los argumentos giran en torno a que una minoría a favor del inclusivo impone su lenguaje frente a la mayoría que lo rechaza: ¨*El lenguaje inclusivo es coartar a la libertad¨ (Todo Noticias)*. De otro modo, el lenguaje es metaforizado como el Estado, que puede ser dictatorial o democrático. En este caso, entonces, el uso del lenguaje inclusivo es configurado como coerción estatal. Otro tipo de metáfora es aquella que metaforiza el lenguaje con un ser vivo parte de la naturaleza. En el siguiente comentario convergen los dos tipos de conceptos metafóricos: ¨*El lenguaje se* ***nutre*** *del ¨habla¨ de lo que usa la comunidad* ***crece*** *de la base y luego se incorpora de forma* ***natural****. No se impone como una* ***dictadura*** *de las minorías"(Todo Noticias)*. En este ejemplo, por un lado, se discute la metáfora del lenguaje inclusivo - Estado y se propone la metáfora lenguaje inclusivo - ser vivo que sigue un proceso natural. En este sentido, retomando a los autores: ¨La esencia de la metáfora es entender y experimentar un tipo de cosa en términos de otra¨ La lengua, vista desde esta perspectiva, es un ser vivo que evoluciona naturalmente. El ejemplo que sigue retoma esta idea: ¨*No es necesario promover o prohibir ningún tipo de lenguaje, el pueblo adopta o rechaza el lenguaje y lo modifica o no.¨ (Todo Noticias)* De este modo, el uso del verbo "adopta" configura al lenguaje como un ser vivo pasible de ser adoptado o rechazado, pero también como algo que es pasible de ser modificado por las personas.

En el comentario que sigue se complejizan varios de estos aspectos: *"Y después hablan de democracia, imponer un lenguaje es coartar la libertad, sino acuérdense de lo que hicieron los conquistadores cuando llegaron a América. Una lengua cambia naturalmente cuando una comunidad entera la cambia en*

el día a día, no por ocurrencia de unos pocos." (Todo Noticias) En primer lugar, se compara la "imposición" del lenguaje inclusivo con la imposición del castellano en la Conquista de América. El comentario recuerda el hecho histórico de la conquista, imponer mediante el uso de la fuerza una lengua y matar las lenguas (y las personas) existentes en el territorio americano. De esta manera, el Estado se equipara a los conquistadores españoles. En la segunda parte del comentario, se realiza la analogía entre la lengua y la comunidad, ambos objetos son susceptibles al cambio, aunque no por iniciativa de "unos pocos". En este sentido, la prohibición del uso del lenguaje inclusivo en las escuelas sería leída como una medida liberadora (también desde el poder estatal), aunque representaría el cambio "natural" (en este caso, el no cambio) tanto de la comunidad como de la lengua: *"Una lengua cambia naturalmente cuando una comunidad entera la cambia en el día a día, no por ocurrencia de unos pocos." (Todo Noticias)*

EL LENGUAJE COMO OBJETO ESTÁTICO

En los comentarios sobre estas noticias, además, encontramos un patrón que se repite en cuanto a una concepción del lenguaje que parece considerarlo como un objeto estático, como un elemento que está por fuera de la interacción humana y que no hay que "deformarlo" con agentes exteriores a este. También como un ser vivo al que hay que "respetar".

Respecto del lenguaje como un objeto, observemos el siguiente comentario: *¿Hablar con una* ***deformación*** *lingüísticas de qué manera incluye? ¿Qué cambios sociales produce? (Página 12)) ; si dejas que cada uno decida la lengua* ***se convierte en cualquier cosa (****Clarín)* Se señala de este modo el peligro de intervenir sobre el lenguaje, y en consecuencia, la necesidad de conservarlo tal cual está. Se pone en evidencia así, el rol de la RAE al respecto, como salvaguarda del objeto estático: "*I****naceptable quieren cambiar el lenguaje de la real academia española hecha y consultada por eruditos"*** *(Clarín)* En suma, se consagra el rol de la RAE como dueño y garante de la lengua heredada.

Por otro lado, este idioma heredado es metaforizado como una persona que tiene bienes (*riquísimo*), entre sus bienes está la posesión de objetos para la contemplación (*lindas palabras*) u objetos para ser escuchados (*expresiones muy*

rítmicas): "*Perfecto, entonces la sociedad ya eligió. Porque los que usan lenguaje con "e", "x" y "@" es una minoría que no llega ni al 0.12% de toda la población. Además el idioma español es* ***riquísimo****, lleno de* ***lindas*** *palabras y formas de expresiones muy* ***rítmicas*** *(...)(Clarín)* Metaforizar el idioma heredado como una persona subraya la necesidad de cuidarlo y preservarlo. Se reitera también esta concepción que lo configura como una persona a la que hay que defender: *"hay que* ***defender*** *de la aberración de la 'e', 'x' o '@'" (Clarín).* En contraste, el "progresismo moderno" es metaforizado como una persona pretenciosa y el idioma como un objeto que hay que cuidar producto que hay que evitar que el progresismo moderno **deforme** con sus pretensiones de intelectualidad.

Lo que estos comentarios nos permiten ver es una ideología lingüística predominante muy asociada a la variedad del español que la RAE considera legítima. Lo que nos indica que, en gran parte del imaginario de los lectores de las notas analizadas en el corpus, nuestros usos y costumbres deben estar reglados por una institución, pero no cualquier institución, sino la RAE específicamente. Desde la perspectiva teórica adoptada por este trabajo, entendemos que esto puede ser potencialmente peligroso ya que refuerza una relación de dependencia cuasi colonial con España en cuanto a lo que se refiere a los usos lingüísticos.

Por consiguiente, nos interesa exponer la concepción sobre el habla que tienen estos hablantes analizados en el corpus. Es interesante ver cómo casi se implora por la intervención de esta institución Europea en nuestros usos lingüísticos. No hay ni un comentario que sugiera quizás la intervención de una institución, pero de origen local, lo cual tendría más sentido si pensamos en alguna clase de entidad que tenga potestad en las decisiones sobre los usos del castellano.

En el caso de los comentarios en relación con la prohibición del lenguaje inclusivo en las escuelas de CABA (lo que es una clara intervención de carácter glotopolítico), persiste esta idea de "*no dañar el lenguaje*"; de *"no deformarlo con conjugaciones raras"*; de no *"alterar la precisión que tiene el castellano*", lo que es sumamente interesante ya que pone en evidencia esta misma idea de pensar el idioma como una cosa estática, que tiene una forma definida que el uso de la "e" viene a alterar.

Esta idea invisibiliza por completo la injerencia que tiene en la conformación de las prácticas lingüísticas el propio uso de ciertos términos, modismos, neologismos etc, reduciendo el lenguaje a una entidad que está conformada y que tenemos que aceptar que así está hecha, y que, en todo caso, si tenemos alguna duda respecto a si lo que decimos es aceptado o no, tenemos que consultarle a una academia Europea.

Lo importante de esta ideología sobre el lenguaje es poder detectarla para, desde los centros de formación de conocimiento, tratar de dar un aporte que amplíe la visión de quienes tienen estas concepciones, ya que se pierde de vista, por ejemplo, el peso que tiene la situación de lenguas en contacto (Speranza: 2009) que se da en nuestro país, o de la dinámica propia del lenguaje, que con el correr de los años se va modificando en varios de sus aspectos a partir del uso que hacen los hablantes. Nos parece importante pensar en esta situación para desarmar estas concepciones que fijan el lenguaje, que lo reducen a algo que está concluido, terminado, formado, para entender que es algo que está en constante expansión y movimiento.

El uso del castellano va más allá de las recomendaciones de la RAE y no es correcto prohibir un determinado uso del castellano como también lo sería imponerlo. Lo que es importante para nosotros es mostrar que las recomendaciones de esta institución refuerzan una lógica patriarcal en la concepción del lenguaje, y que de no querer utilizar la “e” como morfema que marque la inclusión de cualquier identidad de género, acudir a términos que no lleven consigo impregnadas marcas de género. Un ejemplo sería hablar de “personas”, en vez de decir “todos”, o hablar del “ser humano” en vez de “el hombre”, que son alternativas donde el término es más abarcativo ya que no está masculinizado.

Las sociedades van cambiando, y negar que las cuestiones de género están muy en boga en esta época sería poco sensato. Por lo tanto, este tipo de demandas se ven reflejadas en el lenguaje porque ya queda chico pensarnos como un general masculino. El uso de la “o” como morfema que marca la universalidad está quedando obsoleto ya que existen sectores de la sociedad que no se sienten interpelados cuando se usa de esa manera. Entonces, la discusión por cambiar esta situación es muy pertinente. Además, siguiendo con la idea que atraviesa

todo el análisis, entendiendo las ideologías lingüísticas como sistemas de ideas que articulan nociones del lenguaje, las lenguas, el habla y/o la comunicación con formaciones culturales, políticas y/o sociales específicas; con mayor precisión, se pueden concebir como marcos cognitivos que ligan coherentemente el lenguaje con un orden extralingüístico, naturalizándolo y normalizándolo (Del valle: 2017). Lo que queremos decir con esto es que lo que estos hablantes piensan respecto del lenguaje inclusivo está estrechamente relacionado con concepciones ideológicas respecto a lo que este representa y no tanto a la manera en que estas ideas se encuentran lingüísticamente expresadas.

EL ALCANCE DE LA INCLUSIÓN: "EL SIGNO SE CONVIERTE EN ARENA DE LUCHA DE CLASES" (VOLOSHINOV)

Muchos de los discursos en contra de la utilización del lenguaje inclusivo alegan que en su lugar se debe enseñar - y comenzar a utilizar- la lengua de señas, siendo que esta era la "verdadera" inclusión. El discurso es propagado por un sector de la sociedad a la que no le interesa - o no considera importante- incluir lingüísticamente a las disidencias que no se sienten identificados por el uso actual de la lengua castellana, reduciendo su lucha por visibilidad. Valentin Voloshinov (1976) afirma que todo producto ideológico tiene significación, representa, reproduce, substituye algo que encuentra fuera de él, el signo ideológico no solo es un reflejo de la realidad sino que es un segmento material de esa realidad; la existencia es reflejada y refractada en el signo ideológico. Esto está determinado por intereses sociales y diferentes sectores de la sociedad utilizan la misma lengua por lo que se intersectan los signos con diferente orientación.

Al cuestionar el uso del lenguaje inclusivo y jactarse de que primero deberíamos aprender a hablar con lengua de señas vemos que siguen invisibilizando a este sector del territorio.

- "La clase dominante busca adjudicar al signo ideológico un carácter eterno por encima de las clases sociales, pretende apagar y reducir al

interior la lucha de valoraciones sociales que se verifica en él, trata de convertirlo en signo monoacentual. Pero en realidad todo signo ideológico vivo posee [...] dos caras. [...] El signo ideológico es, dentro de la ideología dominante, algo reaccionario y trata de estabilizar el momento inmediatamente anterior en la dialéctica del proceso generativo social, pretendiendo acentuar la verdad de ayer como si fuera la de hoy" (Voloshinov, 1976:50).

La realidad ideológica es una superestructura que surge de la base económica , por consiguiente el signo está determinado por el horizonte social de una época y un grupo social dado. Actualmente nos encontramos en un momento histórico en donde las bases del capitalismo global está más que asentado en nuestras costumbres. Ademas vivimos en un mundo patriarcal en donde las personas cis hetero y de género masculino -asignado y autopercibido- son las que mayor ventaja tienen en esta sociedad. Pero podemos ver como parte de la población está notando falencias en este sistema y se están comenzando a cuestionar las creencias económicas, sociales y culturales; ahí es donde entraría el lenguaje inclusivo. En un mundo binario hay personas que deciden romper con eso y cuestionar su identidad de género y el rol que tienen esos géneros en nuestra sociedad. Por lo cual no es sorprendente que en un momento disruptivo como el que estamos atravesando se vean reflejadas estas luchas y tensiones en nuestro lenguaje. Esto se puede ver en el siguiente comentario en Twitter sobre una nota de TN en el que la usuaria Claudia dice que " El lenguaje se nutre del "habla" de lo que usa la comunidad crece de la base y luego se incorpora de forma natural. No se impone como una dictadura de las minorías." Al respecto, López García (2013) afirma:

- "La definición/ identificación de una comunidad se forma como un espacio de negociación, de tensiones. En el caso del español de la Argentina, las actitudes de los hablantes son el peculiar resultado de la evolución de las lengua en la región, de los enfrentamientos de grupos políticos defensores de modelos diferentes (e incluso opuestos) de norma y estrategias de regulación lingüística, de las políticas [...] del Estado e instituciones para estatales, así como del

alcance de los medios de comunicación masiva. Las representaciones sobre la lengua (en) Argentina cristalizan las tensiones sociales puestas en juego en varios ámbitos." (López García, 2013:31)

Es decir, la prohibición del uso del lenguaje inclusivo en las aulas y la reacción de la sociedad -tanto a favor de la medida como en contra- es claro ejemplo de estas tensiones sociales de las que habla la autora. Estos comentarios analizados son el fiel reflejo de las tensiones políticas por las que atraviesa nuestro territorio en la actualidad. El lenguaje es concebido como una práctica social que refleja las colectividades humanas y como un fenómeno variable (Narvaja de Arnoux y José del Valle (2010) p 20).

- "La colectividad humana se caracteriza por la existencia de ciertas condiciones sociales y relaciones de poder. [...] El lugar que un individuo ocupe en la sociedad, los espacios a los que tenga acceso y la capacidad que posea para negociar su rol en ese entorno determinarán su predisposición a actuar de una cierta manera o a valorar de uno u otro modo las acciones de otro" (Narvaja de Arnoux y José del Valle, (2010). p.2).

Reforzando lo dicho anteriormente, las personas que se consideran parte del colectivo LGBTQI+ ,que se sienten identificados por el uso del lenguaje inclusivo, se encuentran en desventaja para luchar por su rol y su espacio en el mercado lingüístico de nuestro territorio. Ya que el poder en este mercado está concentrado en las personas cis hetero.

Otro comentario dejado en una nota de Clarín por Luisa opina: "Aprendamos hablar bien y no querer agregar letras donde no van, Que en las escuelas enseñen el lenguaje de Señas para que los alumnos sordos mudos sea incluido con sus pares." Entonces ¿qué tipo de inclusión es la que verdaderamente importa? ¿La que tiene que ver con la identidad y la autopercepción o la que involucra a una discapacidad? ¿Por qué uno tiene mayor relevancia sobre el otro?

Florinda coincide con Luisa y comenta: "Me parece muy bien (que se prohíba el

inclusivo en las escuelas). Si no cada uno hablo el idioma que quiera y la escuela sería una torre de Babel". Una vez más vemos como se ve al lenguaje inclusivo con una mirada catastrófica que se ve como una coerción estatal y no como un reflejo de la realidad que nos atraviesa como comunidad lingüística.

CONCLUSIONES

En suma, respecto de los comentarios analizados, observamos, en primer lugar, que se reconoce el rol de la escuela en el establecimiento de la lengua "correcta". Por otro lado, nuestro idioma se aprende en la escuela, no es algo que posean los hablantes, y lo "hermoso" es lo oficial, lo heredado, opuesto a la creatividad de las y los hablantes. Este hecho, en principio, atenta con las actitudes lingüísticas de lxs hablantes sobre su propia lengua.

En segundo lugar, el lenguaje es metaforizado como entidad: como el Estado, como un ser vivo parte de la naturaleza o como un objeto estático. Cuando el lenguaje es metaforizado como un ser vivo es considerado como algo que hay que cuidar para que no se muera, se enferme o se deforme. En cambio, cuando el lenguaje es metaforizado como un objeto estático, la idea predominante está asociada a la variedad del español que la Real Academia Española considera legítima.

Por otra parte, observamos la tensión sobre el concepto ¨inclusivo¨. Un sector de la sociedad a la que no le interesa - o no considera importante- incluir lingüísticamente a las disidencias que no se sienten identificados por el uso actual de la lengua castellana, reduce su lucha por visibilidad priorizando el lenguaje de señas.

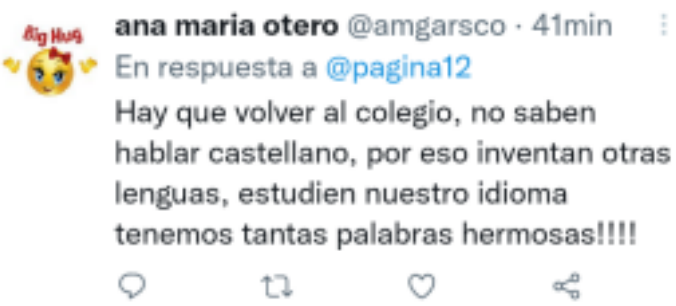
Por último, se configura la prohibición del lenguaje inclusivo como libertad y la promoción del lenguaje inclusivo, como dictadura. De este modo, no sólo no se visibiliza ninguna contradicción en el hecho de presentar una ley en el Congreso con la finalidad de prohibir un uso lingüístico sino que este es configurado como una medida relacionada con la libertad de lxs hablantes. Por el contrario, la promoción del lenguaje inclusivo es configurada discursivamente como una imposición autoritaria.

BIBLIOGRAFÍA

- Arnoux, Elvira Narvaja y Susana Nothstein (Eds.) (2013) *Temas de glotopolítica: Integración regional sudamericana y panhispanismo*. Buenos Aires: Biblos.
- Arnoux, Elvira y José del valle (2010) Las representaciones ideológicas del lenguaje. Discurso glotopolítico y panhispanismo
- Bourdieu, Pierre (1982) *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*"Buenos Aires: Ediciones Akal.
- Calvet, Louis- Jean (1981) *Lingüística y colonialismo. Breve tratado de glotofagia*. Buenos Aires: Ediciones Júcar.
- Del Valle, José (2017) "La perspectiva glotopolítica y la normatividad", en *Anuario de Glotopolítica N° 1*. Buenos Aires: Cabiria. (En https://es.scribd.com/document/542958555/Del-Valle-2017-La-perspectiva-glotopolitica-y-la normatividad)
- Lakoff, George y Mark Johnson (1980) *Metáforas de la vida cotidiana*.
- Lopez García, María (2013) "La lengua que somos: encuesta a los hablantes rioplatenses sobre la lengua que hablan" *Revista: Lenguas Vivas*, Editorial: Instituto de Enseñanza Superior en Lenguas Vivas "Juan Ramón Fernández"
- Voloshinov, Valentín (1929) *El marxismo y la filosofía del lenguaje*.

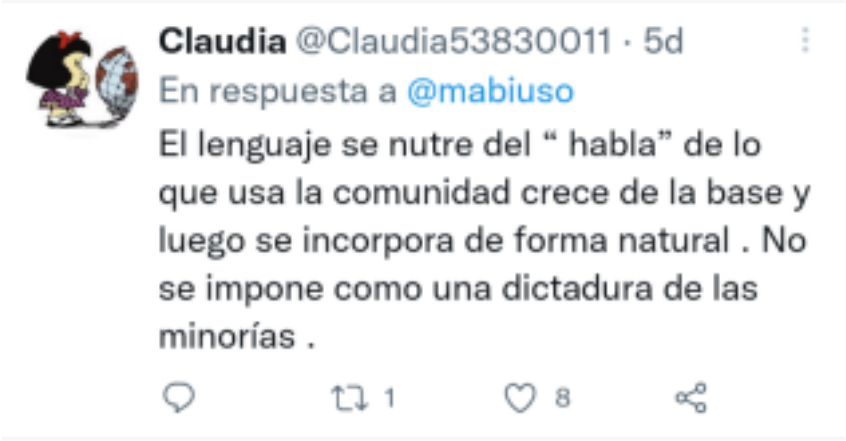
Anexo

- Lenguaje inclusivo: la Ciudad prohibió el uso de la "e", la "x" y el "@" en las aulas
- Jennifer Lopez, el lenguaje inclusivo y un show con su hije Emme



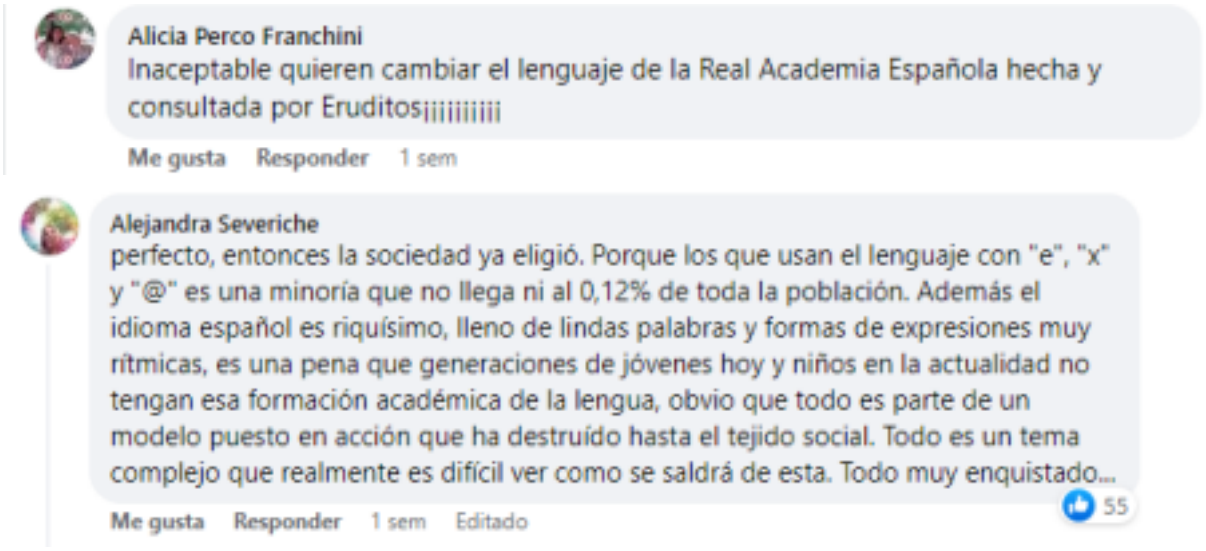
- "Un nuevo intento por prohibir el uso del lenguaje inclusivo en las escuelas y en las estructuras del Estado"

- “Una funcionaria dio un discurso en lenguaje inclusivo durante un acto escolar y fue abucheada”
“Tranquiles”: el debate por el lenguaje inclusivo no se resolverá pronto



- Jennifer Lopez, el lenguaje inclusivo y un show con su hije Emme

- Consultado sobre el uso del lenguaje inclusivo, el director de la RAE indicó que la sociedad es la que 'decide cómo evoluciona su lengua' y no las instituciones.



CRUCES ENTRE EL DISCURSO RELIGIOSO Y DISCURSO POLÍTICO EN EL MOVIMIENTO DE SACERDOTES PARA EL TERCER MUNDO

Tomas Federico Klemen | Universidad Buenos Aires
tomasklemen@gmail.com

EL MOVIMIENTO DE SACERDOTES PARA EL TERCER MUNDO Y SU CONTEXTO HISTÓRICO-SOCIAL

El Movimiento de Sacerdotes para el Tercer Mundo (en adelante, el MSTM) fue la primera organización exclusivamente sacerdotal argentina, surgida en 1968 a partir de la adhesión de sacerdotes argentinos al Manifiesto de 18 Obispos del Tercer Mundo y con el compromiso de actuar según las conclusiones del Concilio Vaticano II (1962-1965) y de la Conferencia de Medellín (1968); y disuelta en 1973 por presiones externas y conflictos internos (Martín, 2010). Ubicada en el sector más progresista de la iglesia católica argentina, la organización protagonizó a lo largo de su historia encarnizados debates con las autoridades militares y religiosas: su interpretación del Evangelio en clave progresista y del sacerdote como un actor fundamental en la transformación de la realidad política de su tiempo les valieron la crítica de los sectores más conservadores de la Iglesia

argentina, en general ubicados en los puestos más altos de la jerarquía eclesiástica[49].

En el presente trabajo, analizaremos el llamado "Documento de Carlos Paz", producido como síntesis del III Encuentro Nacional del MSTM en Carlos Paz, Córdoba. El texto, fechado el 9 de julio de 1971, fue incluido en el boletín *Enlace* -publicación bimestral

del MSTM enfocado mayormente a la circulación interna- correspondiente a los meses de julio y agosto de 1971. Se divide en 4 apartados (Introducción, Denuncia, Constatación y Esperanza) y presenta un análisis de la situación político-religiosa de la coyuntura, caracterizada por un aumento de la tensión social y de la violencia política[50]. Este es el primer documento del MSTM que expresa una preferencia política por el peronismo, en tanto expresión mayoritaria del pueblo trabajador; preferencia que no era compartida por todos sus miembros y que provocó debates al interior de la organización. Esta adhesión, entre otros factores, será lo que propicie la escisión de la organización en 1973 y su disolución definitiva en 1976, con el comienzo del terrorismo de Estado.

La hipótesis de este trabajo sostiene que, si bien el MSTM es una organización proveniente del campo religioso argentino, su discurso se inserta en el debate político a partir de diversas estrategias argumentativas y polémicas que le permiten legitimar una posición política propia y construir un adversario del que buscan distinguirse; en particular, se destacan la construcción del rol profético y el uso de la disociación de nociones para profundizar la confrontación con el adversario y definir los sentidos que adquiere la concepción verdadera del catolicismo, de acuerdo al locutor.

Palabras clave: polémica, discurso político, discurso religioso

[49] El surgimiento del MSTM se produce durante la autodenominada Revolución Argentina (1966-1973), conformada al momento de publicación del documento del Tercer Encuentro Nacional por un gobierno militar con el general Alejandro Lanusse al mando. Gran parte de las declaraciones públicas del Movimiento consistieron en críticas y denuncias al gobierno de facto y a la cúpula eclesiástica que lo apoyaba.

[50] Recordemos que, en mayo de ese año, se produce el secuestro de Pedro Aramburu a manos de la organización peronista revolucionaria Montoneros.

MARCO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Nuestro análisis se enmarca en la Argumentación en el Discurso, propuesta que busca unir perspectivas provenientes del Análisis del Discurso de línea francesa, la Retórica clásica y la Teoría de la Argumentación. Desde esta perspectiva, la argumentación es definida como todos los medios verbales que una instancia de locución utiliza para actuar sobre sus alocutarios, ya sea para provocar su adhesión a una tesis, modificar o reforzar sus representaciones y opiniones, o para orientar sus maneras de ver (Amossy, 2018). Así entendida, y a partir de la noción de dialogismo bajtiniano, la argumentación se comprende como un *continuum* que incluye modalidades argumentativas diversas, que se extienden a lo largo de dos polos: el de los enunciados de carácter informativo o narrativo, en los cuales la situación de debate puede permanecer tácita o "diluida", y el de los enunciados abiertamente polémicos, que implican el choque entre posiciones antagónicas. El corpus de nuestro trabajo tiende hacia este último polo, por lo que no sólo tendremos en cuenta los procedimientos argumentativos dirigidos a legitimar la propia posición y a provocar adhesión sino también las modalidades de la polémica a fin de estudiar la dicotomización, polarización y descalificación del adversario (Amossy, 2017).

En cuanto a las técnicas argumentativas, privilegiamos el análisis de la disociación de las nociones (Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989), que consiste en diferenciar, al interior de una noción que se supone en unidad, un término I y un término II; en general, los términos I presentan un valor negativo y los II, positivo. Los términos disociados se caracterizan de acuerdo a la pareja filosófica de apariencia-realidad, a partir de la cual a cada término le son atribuidos una serie de valores: "la disociación en términos I y II valorará los aspectos conformes al término II y desvalorizará los que se oponen a él; el término I, la apariencia, en el sentido estricto de la palabra, sólo es ilusión y error" (1989:635). Sostenemos que esta técnica profundiza la exacerbación del conflicto, en tanto esto resulta indisociable de la construcción de un adversario que, justamente, se encuentra asociado al término I desvalorizado.

Por otro lado, partimos de las caracterizaciones del discurso religioso y el discurso político para luego analizar las articulaciones que se producen en la discursividad

del MSTM. De acuerdo a Eni Orlandi (1987), en el discurso religioso se instituye un desfasaje fundamental entre locutor y alocutario: la que se instala como locutor es la voz de Dios, a través de alguno de sus representantes terrenales (el papa, obispos, sacerdotes), mientras que los receptores son seres humanos, falibles y mortales. Asimismo, entendemos que el corpus que nos ocupa participa de lo que Patrick Charadeau (2021) considera el discurso político como acto comunicativo, en tanto "concierne en forma más directa a los actores que participan de la escena de la comunicación política cuya meta consiste en influenciar las opiniones para obtener adhesiones, rechazos o consensos" (p. 47); desde el punto de vista retórico-enunciativo, seguimos a Eliseo Verón (1987) al entender al discurso político como aquel que construye tres tipos de destinatarios: el prodestinatario, destinatario positivo que se supone partidario y del que el enunciador político buscará reforzar sus creencia; el contradestinatario, adversario construido como blanco de las polémicas, y el paradestinatario, quien responde a la figura del indeciso y cuya adhesión se buscará en la argumentación.

ANÁLISIS

El rol del profeta y la verdadera revolución

En primer lugar, encontramos en el corpus (como también en otros textos del boletín *Enlace*) una predilección, no exenta de polémicas con otros sectores eclesiásticos de la coyuntura histórica, por la función profética del clero (Martín, 2010), por sobre el sacerdocio del culto. En otras palabras, se privilegia la figura judeocristiana del profeta, de aquel que denuncia críticamente los acontecimientos actuales que se desvían del ideal de convivencia planteado en el Evangelio. Ésta se distingue del rol que los sectores eclesiásticos conservadores de la época consideraban predilecto: el sacerdote del culto, es decir, aquella figura centrada en el ritual y la administración de los sacramentos cristianos en función de la salvación eterna. La palabra de Dios, de esta manera, se encarna en una figura crítica que interpreta sus designios en los acontecimientos del presente. La introducción del documento comienza con una cita de Isaías, el profeta del

Antiguo Testamento[51], para luego establecer el imperativo de acción del MSTM[52]:

- La fe y la profecía entrañan el deber de una lectura comprometida de la historias y de una denuncia de sus distorsiones falaces, de una constatación de los intereses antipopulares que pretenden trabar el proceso de liberación del hombre, de una apertura de esperanzas de las fuerzas promisorias que lo atraviesan (*Enlace*, 1971, p. 3).
- La figura del profeta, entendida como un rol legitimado al interior de la Iglesia que denuncia los obstáculos que se atraviesan en la marcha necesaria de la historia (Lacombe, 2015) hacia "el proceso de liberación del hombre", atraviesa tanto el campo religioso como el político y funciona como un mecanismo de legitimación en la intervención política.

A partir de esa figura crítica de denuncia, que busca discernir la interpretación correcta de la actualidad política a la luz del Evangelio, constatamos en el texto una disputa de sentidos en torno a ciertas fórmulas, entendidas como formas significantes relativamente fijas o cristalizadas, que suelen resumir una posición política, integran una argumentación y están sujetas a polémica (Krieg-Planque, 2009). En este caso, se trata de las nominalizaciones "revolución" y "liberación", y esta disputa de sentidos se manifiesta a través de la disociación de las nociones. Los valores de verdad y autenticidad expresados en torno a estas fórmulas pueden asimilarse al término II valorado positivamente en la pareja filosófica de apariencia-realidad. De esta manera, el MSTM no solamente recorta, del entramado de sentido del interdiscurso, aquellos significados que considera

[51] "Ay de los que decretan decretos inicuos y de los magistrados que suscriben proscripciones tiránicas para apartar del tribunal a los pobres y conculcar el derecho de los desvalidos de mi pueblo, para despojar a los desamparados. Qué habrán de hacer el día de la cuenta, el día de la devastación que ya se acerca desde lejos? A quién acudirán en busca de socorro, dónde encontrarán escondite sus tesoros? Ni con todo eso se aplacará la ira de Dios, antes seguirá blandiendo su mano" (Isaías 10, 1).

[52] Nos resulta de interés destacar que, aunque una de las posibilidades de articulación del discurso religioso con el discurso político es la actualización del mensaje bíblico a la realidad política contemporánea (Arnoux, 2015), en este caso encontramos solamente la cita, sin una explicación posterior que logre realizar un paralelismo claro entre la situación bíblica y la contemporánea.

relevantes en torno a las fórmulas, sino que en ese movimiento distingue aquello que considera erróneo e ilusorio de lo verdadero. Por otro lado, esto resulta indisociable de la construcción de un adversario que, justamente, se encuentra asociado al término I desvalorizado:

- En el orden político: la llamada "Revolución Argentina", que contó inicialmente con el apoyo de amplios sectores, porque no tuvo empacho en proponer una revolución, termina desenmascarándose como una total contra-revolución. Asistimos hoy a su defunción definitiva. Después de varios años de solemne palabrerío confiesa su fracaso con el retorno a las mismas estructuras políticas que condenó por estériles. Sostenemos que el fracaso de la lamentable experiencia política de estos cinco años se debe, fundamentalmente al hecho de no haber sido NI REVOLUCIÓN NI ARGENTINA. No fue revolución porque en ningún momento se planteó el cambio real y efectivo de estructuras, absolutamente necesario para hacer realidad la liberación total de nuestro pueblo. No fue argentina por haber respondido desde su nacimiento a intereses imperialistas y a minorías nacionales, sus personeros en el país. (*Enlace*, 1971, p. 4).

Vemos en la cita diversos procedimientos que permiten distinguir la característica que define a una revolución real (y por lo tanto auténtica, verdadera, correspondiente al término II): debe llevar a un cambio profundo de las estructuras socioeconómicas del capitalismo, consideradas por el MSTM como injustas, y así llevar a cabo la liberación del pueblo; además, debe contribuir a la independencia económica del país, amenazada por los “intereses imperialistas”. Se atribuye al término I, entonces, lo que se considera aparente: la “Revolución Argentina”. Las comillas de cuestionamiento (Authier, 1982) y las negaciones tanto polémicas como metalingüísticas (García Negroni y Tordesillas Colado, 2001) delinean al contradestinatario polémico, no ya una figura individual sino un sistema dictatorial que se plantea como revolucionario, pero que debe desenmascararse por ser falso e inauténtico. Encontramos en esta cita la dicotomización propia de la polémica (Amossy, 2017): existen dos opciones antitéticas que confrontan y se excluyen la una a la otra. La “Revolución Argentina” no sólo no responde a lo que el locutor plantea como una verdadera revolución, sino que es su opuesto: una “contra-revolución”. A su vez, se polariza la

cuestión, al construir un "nosotros" vs. "ellos" que remite a campos sociales adversos: del lado del locutor se encuentra "nuestro pueblo"; del otro, las "minorías nacionales" que responden a intereses imperialistas. Por último, este adversario es descalificado con el uso de lexemas injuriantes ("solemne palabrerío", "lamentable experiencia política") y con la extensión de la pareja apariencia/realidad al plano verbal/real: esta disociación permite profundizar la polarización de ambas partes en conflicto, en tanto el locutor atribuye uno de los polos -el de lo aparente, lo puramente retórico, y por lo tanto falso- al adversario, mientras que se adjudica a sí mismo (y al resto de los actores sociales exhortados a tomar partido por él) lo real, lo concreto y por lo tanto verdadero.

Más adelante, el peronismo es historizado como parte del polo de la polémica con el que se identifica el locutor. Encontramos en el siguiente fragmento nuevos sentidos atribuidos a "(la) revolución" que, a su vez, recortan un nuevo adversario asociado a lo aparente e ilusorio:

- El movimiento peronista revolucionario, con su fuerza masiva, con su experiencia de triunfo y de resistencia prolongada, con su nueva juventud, retoma la unidad y la combatividad que hicieron las grandes conquistas sociales argentinas y que llevarán necesariamente hacia la revolución que hará posible un socialismo original y latinoamericano. Esto no significa que depositemos nuestra confianza en quienes, utilizando el nombre de "peronistas", pretenden embarcar al pueblo en otras de las trampas del sistema capitalista. Otros grupos revolucionarios de extracción no peronista acompañan también al pueblo trabajador en la profundización de su proceso de liberación (*Enlace*, 1971, p. 7).

La cita no sólo plantea la "experiencia de triunfo y de resistencia prolongada" del peronismo, sino también un factor de cambio actual, que delinea un sujeto político que cobra protagonismo en esa coyuntura y que se inscribe como parte del polo construido por el locutor: "su nueva juventud"; la revolución, entonces, es una condición de posibilidad de una opción política concreta, el socialismo, al que el movimiento peronista se dirige "necesariamente". El posicionamiento político del MSTM en cuanto a la revolución, entonces, se aleja del léxico teológico-religioso y privilegia la intervención en el espacio público a favor de los

movimientos políticos progresistas que tienden al socialismo. A su vez, las comillas de cuestionamiento en "peronistas" de nuevo polarizan e instalan la pareja apariencia/realidad: existen individuos que se pretenden cercanos al peronismo, pero que no responden a la verdadera revolución y que, por lo tanto, no pertenecen realmente a ese movimiento político. El verdadero peronismo, entonces, es aquel que busca superar el sistema capitalista a favor del pueblo e instaurar "un socialismo original y latinoamericano". Por su parte, encontramos en esta frase una especificación por adjetivos que permite pensar en otro proceso revolucionario: un socialismo ya existente y proveniente de un ámbito ajeno al latinoamericano. Podemos pensar, entonces, en una diferenciación (con baja carga de polemicidad, en este caso) con el socialismo de la Unión Soviética. También resulta de interés destacar la concepción teleológica de la temporalidad (Lacombe, 2015) que se evidencia en esta cita, a partir de la cual se comprende que la historia de la humanidad marcha hacia un destino prefijado; esta concepción, presente en la tradición cristiana del fin de los tiempos, es resignificada en el texto para referirse a la salvación terrenal. No se trata, en los casos citados, de una redención deseada por Dios, sino que el sentido teleológico del fin del capitalismo es planteado en términos políticos, en consonancia con el discurso de diversos sectores de la izquierda, tanto católica como no religiosa. Encontramos aquí, entonces, un viraje hacia el discurso político desde el discurso religioso.

UNA INSTITUCIÓN DIVIDIDA: LA IGLESIA CATÓLICA

El carácter de denuncia hacia las autoridades militares y eclesiásticas que el MSTM sostiene en sus publicaciones genera una tensión con la necesidad de evitar actuar como una organización no reconocida por la Iglesia católica, y de afirmar su pertenencia a ella (Martín, 2010). El MSTM, por lo tanto, se inscribe como parte de la Iglesia en tanto ésta cumpla con su verdadera misión; entre otras, el deber profético de denunciar todas las opresiones que pesan sobre el pueblo habilita la crítica a los sectores eclesiásticos que no apoyen la renovación posconciliar. Los sentidos atribuidos a la tarea de la Iglesia se afianzan en la legitimidad proporcionada por una interpretación particular de la figura de Cristo y de la misión fundamental que legó a la Iglesia católica:

- La vocación de la Iglesia, comunidad de creyentes en Cristo, implica

contribuir lenta, laboriosa, pero irreversiblemente a que el pueblo encuentre los caminos y la meta de su auténtica liberación. En virtud de su Mensaje "tiene que prestar apoyo a los hombres en sus esfuerzos por tomar en sus manos y orientar su futuro" (Pablo VI, Carta del 14/5/71, n° 5). [...]

- El obsequioso silencio de la Jerarquía frente a una legislación que ha ido cercenando uno tras otro derechos fundamentales de la persona humana, reafirma la imagen de la Iglesia, no servidora de los pobres, sino domesticada y servil frente a los poderosos (*Enlace*, 1971, p. 6).

En este caso, "su auténtica liberación" plantea una disociación que la distingue de lo inauténtico o aparente; volviendo a las citas anteriores, de aquello que se proclama revolucionario pero no lo es en realidad. Aquí se especifica la misión de la Iglesia tal como la comprende el MSTM: de acuerdo al locutor, no se trata de propugnar un accionar religioso en forma paralela a la institución, sino que se sostiene la existencia de una verdadera concepción del catolicismo, fundada en el Mensaje legado por Cristo y apoyada por el papa Pablo VI, que debe guiar la actividad eclesiástica y dejar de lado aquello que constituya un obstáculo para el pueblo y su revolución inexorable. En este sentido, destacamos la distinción entre Iglesia, por un lado, y Jerarquía, por el otro. Esta última se perfila como otro blanco polémico del MSTM, en tanto no participa de la verdadera misión de la Iglesia (que debiera ser "servidora de los pobres") sino que se asocia íntimamente al poder político en el mantenimiento de un orden establecido. Esta caracterización responde a una *doxa* católica institucionalizada, a favor del orden establecido, que el historiador Loris Zanatta (1999) describió como *el mito de la nación católica*[53]. La descalificación del adversario a partir de las agresiones verbales ("domesticada y servil") refuerza el gesto de denuncia y afianza la toma de posición del MSTM, tanto en el campo político como en el religioso.

Más adelante, el locutor colectivo detalla las características de la concepción del

[53] Según Zanatta (1999), a partir de la década de 1930 se estableció una alianza entre la Iglesia católica y las Fuerzas Armadas que dio paso a la construcción ideológica del mito de la nación católica, que considera ambas instituciones, herederas de un pasado hispánico y católico, como defensoras del ser nacional ante los "peligros" del liberalismo y el comunismo

catolicismo asociada al contradestinatario y de la que se distingue:

> Los restos actuales de adhesión al dinero, la falta de fe que manifiesta el apoyarse más bien en el poder que en la fuerza de Dios que conduce desde dentro la historia del pueblo, la incoherencia entre las grandes declaraciones y las actitudes concretas que la contradicen, la separación entre jerarquía, sacerdotes y laicos, perpetúan una imagen odiosa y antievangélica de la Iglesia. Así, se desalienta la esperanza de un pueblo cuyo espíritu e instinto lo orientan hacia los valores cristianos (*Enlace*, 1971, p. 6-7).

Una vez más, la pareja filosófica verbal/real se relaciona con ambos polos del discurso polémico: la concepción del catolicismo del *status quo* se caracteriza por manifestaciones verbales (sus "grandes declaraciones"), correspondientes al término I del par, que no se condicen con su accionar real. Este catolicismo corresponde al contradestinatario, en tanto encontramos características que profundizan la dicotomización de las posiciones enfrentadas: el adversario sostiene una práctica religiosa "antievangélica", cercana al poder, ávida de dinero y respetuosa a rajatabla de las jerarquías. Por contraste, una Iglesia auténtica (con la que, por contraste, se identifica el locutor) se apoya en la "fuerza de Dios que conduce desde dentro la historia del pueblo".

Por último, destacamos que la cita presupone del pueblo argentino el hecho de ser cristiano, lo cual también responde al *mito de la nación católica* como parte de la herencia hispánica; encontramos así que los sentidos en torno a la polémica se encuentran en disputa, ya que esta característica, así como la posición anticapitalista del MSTM, se insertan en la tradición discursiva antiliberal del integrismo católico que predomina en la escena política argentina con el acercamiento de la Iglesia con las Fuerzas Armadas a partir del golpe de Estado de 1930 (Catoggio, 2016). Entendemos, de esta manera, que en el discurso del MSTM se encuentran trazos interdiscursivos de una tradición nacionalista, católica y antiliberal; sin embargo, advertimos matices en los sentidos asignados a las fórmulas, en tanto el MSTM no comparte el anticomunismo y la subordinación a la jerarquía eclesiástica propia del integrismo católico.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Perelman y Olbrechts-Tyteca plantean que “toda filosofía nueva supone la elaboración de un sistema conceptual, del que una parte, al menos, la que es fundamentalmente original, resulta de una disociación de las nociones que permite resolver los problemas que se ha planteado el filósofo” (1989, p. 631). Enfocada hacia el análisis discursivo, la disociación de las nociones nos permitió estudiar cómo el MSTM, aún siendo una organización proveniente del campo religioso, intervino en la realidad de su tiempo y participó de la disputa de sentidos propia del debate político.

En este sentido, analizamos los sentidos atribuidos a las fórmulas “(la) revolución” y “(la) liberación” y a la concepción de la verdadera misión de la Iglesia a partir de la pareja filosófica apariencia/realidad y su extensión en la oposición verbal/real. Consideramos que, en un período signado por el debate sobre la renovación de la Iglesia posconciliar (Di Stéfano y Zanatta, 2000) y por la radicalización de los sectores juveniles (Catoggio, 2016), la disputa de sentidos giró de manera particular en torno a la construcción discursiva de estos términos. Sobre todo, en relación con “revolución”: de su disociación entre “revolución verdadera” y, por contraste, la “revolución falsa”, pudimos analizar la dicotomización, la polarización y la descalificación de dos de los contradestinatarios polémicos del MSTM, el gobierno de la autodenominada Revolución Argentina y los “peronistas”, aquellos que no responden al verdadero peronismo. A su vez, la autenticidad de la “liberación” nos permitió reflexionar acerca de la doble concepción de la Iglesia: como defensora del pueblo en su camino hacia su liberación (la cual es compartida por el locutor del texto) o como la que se atribuye a los sectores jerárquicos, más acorde a una institución defensora del orden establecido y en estrecha relación con el poder político.

Por otro lado, también consideramos la construcción discursiva del rol sacerdotal del profeta como mecanismo legitimador de la palabra política por parte del MSTM, en tanto su función es denunciar aquellos acontecimientos de la coyuntura política que no se ajustan a los planes de Dios para la humanidad que, en ese contexto sociohistórico, se pensaban teleológicamente como el camino inexorable hacia la revolución y la superación de las estructuras capitalistas injustas.

BIBLIOGRAFÍA

- Amossy, R. (2017). *Apología de la polémica*. Buenos Aires: Prometeo. Amossy, R. (2018). *Argumentação no discurso*. São Paulo: Contexto
- Arnoux, E. N. de (2015). " Lecture évangélique d'un événement historique et lecture politique d'un passage biblique : les homélies patriotiques de Jorge Bergoglio (1999- 2012)", en Johannes Angermuller y Gilles Philippe, dirs., *Analyse du discours et dispositifs . Autour des travaux de Dominique Maingueneau*, Limoges: Lambert Lucas.
- Authier-Revuz, J. (1982). "Hétérogénéité montrée et hétérogénéité constitutive: éléments pour une approche de l'autre dans le discours", *DRAVL*, n° 26, pp. 91-151. Catoggio, M. S. (2016). *Los desaparecidos de la Iglesia. El clero contestatario frente a la dictadura*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Charadeau, P. (2021). *El discurso político. Las máscaras del poder*. Buenos Aires: Prometeo. Di Stefano, R. y Zanatta, L (2000). *Historia de la Iglesia Argentina. Desde la Conquista hasta fines del Siglo XX*. Buenos Aires: Grijalbo.
- García Negroni, M. M. y M. Tordesillas Colado (2001). *La enunciación en la lengua. De la deixis a la polifonía*. Madrid: Gredos.
- Krieg-Planque, A. (2009). *La notion de formule en analyse du discours. Cadre théorique et métodologique*. París: PUFC.
- Lacombe, E. (2015). "Profetas de la revolución. Representaciones sobre el tiempo histórico entre los sacerdotes tercermundistas (1968 – 1973)", en *Revista del Museo de Antropología* 8 (2), pp. 147-158.
- Martín, J.P (2010 [1992]). *Movimiento de Sacerdotes para el Tercer Mundo. Un debate argentino*. Buenos Aires: UNGS.
- Orlandi, E. (1987). *A linguagem e seu funcionamento. As formas do discurso*. Campinas: Pontes.
- Perelman, C. y Olbrechts-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación*. Madrid: Gredos. Verón, Eliseo (1987), "La palabra adversativa", en E. Verón *et*

al. *El discurso político*, Buenos Aires: Hachette, pp.13-26.

- Zanatta, L. (1999). *Perón y el mito de la nación católica. Iglesia y Ejército en los orígenes del peronismo. 1943-1946*. Buenos Aires: Sudamericana.

IDEOLOGÍAS LINGÜÍSTICAS EN MEMES RACISTAS

Paola Pereira | Universidad Nacional de Avellaneda
paopereira@hotmail.com

El objetivo de esta comunicación es abordar una serie de memes que circulan por Internet en Instagram con temáticas racistas. Principalmente nos interesa analizar la manera en que se configuran las ideologías lingüísticas en esta serie, o más específicamente, la articulación de las diferencias lingüísticas particulares con características raciales y de clase social. El corpus de trabajo fue obtenido de distintos grupos de Instagram, como los sitios #Varela_memes, #esdeYiarc@ y #ElDiablitoBart.

Respecto del género discursivo meme, retomamos la concepción de Knobel y Lankshear (2007) quienes conciben el meme en Internet como una rápida propagación de una idea concreta que se expresa a través de textos escritos, imágenes o cualquier otro aspecto de índole cultural que es replicado en línea. Estos son caracterizados, asimismo, a partir de las ideas de fidelidad (replicación que conserve los elementos del original), fecundidad (velocidad y amplificación de la dispersión del meme) y longevidad (tiempo de permanencia del meme en el acervo). La *fidelidad* no se relaciona con la verdad sino con la "memorabilidad", con la capacidad de ser recordado. En este sentido, las ideas que no se copian o no son comprendidas fácilmente por gran cantidad de personas, no tienen posibilidades de convertirse en memes. Por otra parte, la replicabilidad de los memes no los reproduce de manera exacta, sino que son modificados, cambiados, mezclados con otros recursos referenciales y expresivos asociados idiosincráticamente a los usuarios. En segundo lugar, la *fecundidad* se relaciona con la atención sostenida que tenga el meme y que

permita que este se replique y distribuya. Son importantes respecto de esta característica las condiciones de susceptibilidad del meme, es decir, los ganchos o atractores que tenga y que permitan que arraigue fácilmente, como puede ser la relevancia del tema para la actualidad. Por último, la longevidad o supervivencia del meme se da cuanto más se puede copiar y transmitir a mentes nuevas, lo que asegura su replicación e innovación y su transmisión continua.

Asimismo, para el análisis de los sistemas contextuales o sociales del meme, consideramos, primero, algún elemento humorístico, ya sea paródico o irónico. Segundo, alguna clase de intertextualidad, como referencias a eventos culturales populares, íconos o fenómenos. Por último, yuxtaposiciones anómalas, usualmente de imágenes. (Knobel y Lankshear, 2007: 209)

Para abordar la dimensión polifónica de los memes, retomamos la concepción de Maingueneau, quien hace una distinción entre intertextualidad e intertexto: el intertexto es el conjunto de fragmentos convocados en un corpus dado, como citas, alusiones, paráfrasis. La intertextualidad, en cambio, es el sistema de reglas implícitas que subyacen en ese intertexto, el modo de cita "legítimo" de la formación discursiva, el tipo o el género de discurso al que pertenece ese corpus. Respecto de las imágenes, Courtine (2013) introduce la noción de intericonicidad, que obedece principalmente a subrayar el carácter discursivo de la iconicidad, en oposición a su asimilación a un modelo de lengua. En este sentido, cobra relevancia la noción de memoria discursiva. Esta implica que no existen discursos que no sean interpretables sin referencia a esa memoria, ya que existe un "siempre ya" del discurso. Toda imagen se inscribe en una cultura visual, esta cultura supone la existencia junto al individuo de una memoria visual, de una memoria de las imágenes en la que toda imagen tiene un eco. Existe un siempre ya de la imagen. Esta memoria de las imágenes puede ser una memoria de imágenes externas, percibidas, pero también puede ser igualmente una memoria de las imágenes internas, sugeridas, despertadas por la percepción exterior de una imagen. Así, la noción de intericonicidad es una noción compleja, porque supone poner en relación imágenes externas con imágenes internas, de recuerdo, de rememorización, imágenes de impresiones visuales almacenadas por el individuo. No existe imagen que no haga resurgir otras imágenes, que hayan sido vistas o simplemente imaginadas. ¿Cómo articular estas imágenes unas con

otras? ¿Cómo reconstruir estos vínculos que dan sentido a los íconos de una cultura para los individuos que comparten su memoria? Por el ajuste, por la detección en el material significante de la imagen, por los indicios, por los rastros que otras imágenes allí depositaron, y por la reconstrucción a partir de estos rastros de la genealogía de las imágenes de nuestra cultura. (Courtine, 2013) Analizar imágenes, según el autor, consiste en referenciar indicios, ya que las representaciones pierden su sentido fuera de la genealogía de los indicios que las atraviesan y las constituyen. Este tipo de análisis permite comprender los aspectos que la globalización hace de las imágenes, y allí reside una de las paradojas esenciales de las sociedades líquidas: la difusión y la multiplicación planetarias de los objetos de la cultura son proporcionales a su enrarecimiento y su uniformización.

Por otro lado, los referentes meméticos son compartidos al interior de subculturas específicas caracterizadas por prácticas culturales que definen procesos de construcción identitarios de los usuarios que participan en dichas comunidades interpretativas. (Pérez Salazar *et al*; 2014) Asimismo, estas subculturas pueden dar lugar al uso de los memes como un tipo de subcódigo, que tiene sentido sólo al interior de grupos concretos. Así, los memes hacen guiños en relación con significados compartidos al interior de comunidades y quienes son ajenos a estas son incapaces de participar plenamente en la semiosis que tiene lugar a partir de su uso.

Para pensar las ideologías lingüísticas, proponemos el siguiente marco teórico: en primer lugar, el concepto de iconización, inspirado en el pensamiento peirciano, desarrollado por las autoras Irving y Gal (1998, 2000). Este proceso concierne al modo en que la gente concibe las relaciones entre formas lingüísticas y fenómenos sociales. En segundo lugar, tendremos en consideración la perspectiva raciolingüística, que busca comprender la interacción entre lenguaje y raza dentro de la producción de gobernabilidad de un estado-nación y la/s colonia/as y los modos por los cuales las distinciones coloniales dentro y entre fronteras de estados-nación continúan moldeando formaciones lingüísticas y raciales contemporáneas. (Nascimento, 2019)

Palabras clave: memes – ideologías lingüísticas – racismo

II

Imagen 1. #varela_meme en Instagram

En primer lugar, nos vamos a detener en un meme que circula en Instagram en el sitio #varela_meme, un usuario de Instagram referenciado en el barrio de Florencio Varela. La referenciación en este barrio de la provincia de Buenos Aires construye un grupo identitario de usuarios que comparten experiencias, tanto de ese barrio específico como de otros de la provincia que tienen las mismas características y sufren distintos procesos de discriminación geográfica. Entre las que aparecen tematizadas mayoritariamente en este sitio figuran la inseguridad del lugar (cfr. Imagen 1) Este primer meme fue realizado por #esdeYiarc@ e intervenido y replicado por #varela_meme. La intervención realizada es visible, en el cuarto cuadro se yuxtapone al componente verbal primigenio “Por si es…”, se le agrega “de Varela”. De este modo, la intervención sobre otro meme original es constitutiva de este género, esta intervención se visibiliza, se muestra como forma de apropiación y construcción de nuevos sentidos. De esta manera, se conforman los rasgos del género: fidelidad, ya que la replicación del meme conserva elementos del original; y fecundidad, en la medida en que se dispersa el meme original y el nuevo. Respecto del meme original, se conserva la firma del autor #esdeYiarc@. Este sitio “Es de Yiarca” se referencia identitariamente con la expresión “yarca” o “yarco”, adjetivo calificativo despectivo que significa, según quién lo enuncia, que una persona habla o se viste mal; en la provincia de San Juan. De este modo, el lecto “Yiarca”, funciona como índice geográfico del grupo. En el meme analizado, la intervención localiza el meme en Florencio Varela, retomando humorísticamente la asociación inseguridad – barrio. Respecto de la enunciación, este meme no presenta elementos deícticos sino que aparece la

tercera persona singular que está fuera de la relación de interlocución: “Por si es..”

Imagen 2. #ElDiablitoBart en Instagram.

Otro de los elementos que aparecen tematizados referidos a Florencio Varela son las deficiencias en el mantenimiento y desarrollo del barrio (cfr. Imagen 2). El segundo meme está firmado por #ElDiablitoBart. Este sitio se caracteriza por el uso de la serie estadounidense Los Simpson en su producción. En esta cuenta, además de referencias geográficas particularizadas, abordan cuestione generales de Argentina, muchas de actualidad política nacional. En este caso particular, se muestra un barrio con calles de barro y se insertan personajes de la serie Los Simpson, la barra que le dice a Bart: “Te falta calle, guachín”. A lo que este responde: “Pues claro, vivo en Varela, ninguna está alfaltada.” El uso de la segunda persona singular (*te falta*) y la primera (*vivo*) atribuyen la mirada al colectivo semiótico. La ambigüedad de la expresión “te falta calle” genera el efecto humorístico (“calle” como experiencia de vida y “calle” de modo literal), además de la superposición de imágenes fotográficas que muestran un barrio con calles de tierra anegadas como índice geográfico de los personajes de historieta. Estas caracterizaciones del espacio generan distintas instancias de estigmatización de sus habitantes mediante un proceso metonímico que se

desplaza del lugar a las personas que lo habitan. De este modo, estos memes retoman estas caracterizaciones humorísticamente, es decir, estos rasgos son visibilizados y su asunción identitaria por parte del colectivo semiótico genera el efecto humorístico.

Imagen 3. #Varela_meme en Instagram.

Este fenómeno también puede observarse en la Imagen 3, en este meme de #Varela_meme vemos a Bart Simpson en un supermercado chino, siendo observado por el dueño del local como potencial ladrón. Así, la inseguridad del lugar se desplaza hacia sus habitantes, quienes se convierten en potenciales ladrones, rol que es asumido en el meme: "Cuando vas a comprar al chino y el de la puerta te sigue por tu cara de rastrero". De esta manera, esta experiencia de ser sujetos de los que se desconfía es asumida humorísticamente y construye un significado compartido por el grupo. Ahora bien, en primer lugar, aparece la idea del barrio "inseguro" que caracteriza a sus habitantes como potenciales ladrones. Pero también, se explicita "tu cara de rastrero". ¿Qué sería una cara de rastrero? El significado popular de "rastrero" en Argentina se aplica a un ladrón o ladrona que no sigue ningún código[54]. ¿Cómo se reconoce una cara de rastrero, entonces? A partir de esta mención se evocan procesos de discriminación racial que se

[54] En el ejemplo que sigue, puede advertirse el doble sentido del enunciado "Yo me la como entera". La alusión a la práctica sexual de "se la come", en este caso es retomada por el propio hablante, por eso el Consejo "No te regales" ya que se ofrece a sí mismo como objeto de burla.

.

asumen y retoman de manera humorística. Nascimento (2019) señala que las lenguas no tienen color simplemente porque no existen en sí, pero tienen sujetos detrás de ellas. De este modo, explica que, en Occidente, los sujetos de América fuimos racializados desde 1492. En este análisis, se centra en el modo en que las palabras explicitan los procesos de racialización, específicamente en Brasil. Por ejemplo, "denegrir" se tornó sinónimo de "calumniar", otro ejemplo, "el lado oscuro de la vida" para hablar de algo malo o ruin, llamar al cabello crespo "cabello ruim" (cabello malo). De esta manera, la lengua presenta un espacio de lucha, como señalara Voloshinov, y de resistencia de los pueblos racializados, como veremos en el análisis que sigue.

Imagen 4. #Varela_meme en Instagram

En este contexto, el meme de la Imagen 4 del mismo sitio de Instagram explicita la cuestión racial, el color de la piel marrón de los personajes en un fondo en el que se ve los edificios del barrio. La cuestión racial es tematizada además por el componente lingüístico del meme: "Cuando son recabeza y andan con lentes de contactos azules". "Recabeza" retoma la denominación de "cabecitas negras"

usada a mediados del siglo XX para referirse a los migrantes de las provincias que se desplazaron a las grandes ciudades movidos por la industrialización y la búsqueda de trabajo. De este modo, "recabeza" evoca un color de piel marrón. El efecto humorístico del meme radica en que estos sujetos usan el pelo rubio y lentes de contacto celestes, que entrarían en contradicción con el color de su

piel, con la ropa deportiva que usan y con el lugar en el que aparecen. Así, el lugar, la ropa y el color de la piel funcionan como índices de clase social/racial, lo mismo que el pelo rubio y los ojos claros. Ahora bien, nos interesa de modo especial, la caracterización lingüística: "Conocemos todos sus movimientos bancarios, ñery". Observamos el uso de la deixis en primera persona del plural (*conocemos*) y el vocativo "ñery". Este último vocablo refiere a un amigo o compañero, es decir, se le habla a un integrante del grupo al que se pertenece, al colectivo semiótico, usando las marcas lingüísticas identitarias. Así, el efecto humorístico radica en esa contradicción entre índices de clases social. Por un lado, el color de piel y el gusto de las clases populares (gorrita y ropa deportiva); por otro, el color de pelo y de los ojos. De modo particular, los dos enunciados yuxtapuestos representan dos puntos de vista: por un lado, la mirada clasista y racista en tercera persona, fuera de la relación de interlocución: "cuando son recabeza"; por otro, la mirada del grupo identitario. Por otra parte, también en el segundo enunciado se asume humorísticamente la caracterización de potencial ladrón a partir de la deixis (uso de la primera persona plural "conocemos"): "Conocemos todos ***sus*** movimientos bancarios". Los movimientos bancarios de "ellos", quienes quedan fuera del grupo identitario. De este modo, se ponen en escena los dos puntos de vista y los gustos de clase social de modo humorístico.

Imagen 5. #Varela_meme en Instagram.

En el meme de la Imagen 5, también del mismo sitio #varela_memes se retoma la

idea de la inseguridad del lugar y de sus habitantes como potenciales ladrones. En la mitad superior del meme se presenta una captura de pantalla de un noticiero de aire que realiza una noticia periodística en Florencio Varela a partir de un estudiante que fue armado a la escuela. El zócalo de la noticia del canal señala en primer lugar, el sitio donde ocurre la noticia (Florencio Varela) y luego "Un arma en clase: ¿qué dicen en el colegio?", esta última interrogación se articula con la persona entrevistada respecto del hecho. El enunciado que presenta la noticia en el meme señala: "Cuando mandás a tu hijo a la escuela, pero te olvidás que queda en florencio varela". En primer lugar, el deíctico de segunda persona de los verbos "mandás" y "te olvidás" establece una relación cercana, ese "vos" es uno mismo, ese uno mismo que vive en Florencio Varela. Por otro lado, en la mitad inferior del meme, se incluye un cuadro de la serie Los Simpson en el que se ve a Homero y a Moe insertados en un fondo de un aula. Homero, caracterizado con una gorrita Adidas, le dice a Moe: "eh, así que no me querés pasar la tarea, mirá que esto es varela, no te regale...". De este modo, Homero representa a un niño de Florencio Varela que amenaza a su compañero para que le pase la tarea, generando el efecto humorístico. La palabra "regales" hace referencia a "regalarse para un robo", no estar atento al contexto para cuidarse, aunque no únicamente para este tipo de hecho. Por ejemplo, se puede aplicar a alguien que dice algo sin notar el doble sentido, en ese caso, se regala como objeto de burla[i]. De este modo, la relación de yuxtaposición de las imágenes, del noticiero y del aula intervenida con los personajes de historieta, se vuelve sumamente crítica. El objeto del humor es la noticia que pone en foco un arma en clase y el lugar en el que ocurrió el hecho (*Directo: Florencio Varela*) y su parodia, es decir, la recreación del hecho protagonizada por los Simpson.

Respecto de la intericonicidad de los memes analizados, observamos que su composición retoma imágenes reconocibles de casas, calles o de la escuela de un barrio de la provincia de Buenos Aires en las que son insertadas figuras de historieta intervenidas, estableciendo una relación intertextual con la serie Los Simpson. El efecto de sentido operado mediante la relación con la serie norteamericana es, por un lado, la crítica social que se realiza en esta respecto de la sociedad estadounidense. Por otro, el tratamiento de la crítica mediante el humor paródico. El trabajo de composición de estos cuadros se centra en el trabajo indicial que operan las imágenes reconocibles del barrio, que construyen la marca identitaria del colectivo semiótico. Por ejemplo, en el último meme se

produce una relación intericónica con el noticiero, se retoma la asociación del lugar y el hecho delictivo del programa de noticias y se lo parodia con la representación de la escena delictiva mediante el montaje de un aula de la escuela del barrio y los personajes de historieta.

Las autoras Irving y Gal (1998, 2000; Irving, 2001; Gal, 2005 y 2013) ponen el foco sobre los aspectos ideológicos de la diferenciación lingüística (las ideas con las cuales los participantes y observadores enmarcan su comprensión de las variedades lingüísticas y el mapa en el cual la comprensión sobre la gente, los sucesos, las actividades se tornan significantes para ellos). Las autoras encuentran similaridades en los modos en que las ideologías reconocen o desconocen diferencias lingüísticas: cómo ellas localizan, interpretan y racionalizan la complejidad sociolingüística, identificando variedades lingüísticas con personas y actividades típicas y la percepción de las diferencias entre ellos. Los tres procesos semióticos analizados por las mismas son iconización, recursividad fractal y borrado (erasure). Estos procesos conciernen al modo en que la gente concibe las relaciones entre formas lingüísticas y fenómenos sociales. La iconización implica una transformación de la relación del signo entre características lingüísticas (o variedades) y las imágenes sociales con las cuales ellos están relacionados. Las características lingüísticas que señalan grupos sociales o actividades aparecen como representaciones icónicas de ellos, como si una característica lingüística de alguna manera representara o mostrara la naturaleza o esencia inherente de un grupo social. Este proceso implica la atribución de causa y necesidad inmediata a la conexión entre característica lingüística y grupo social que sólo puede ser histórica, contingente o convencional.

La iconicidad de la representación ideológica refuerza la implicación de necesidad.

La representación ideológica, el signo mismo – imagen social e imagen lingüística – se muestra unido en un vínculo que aparece como inherente. En este sentido, el grupo caracterizado en los memes, los habitantes de Florencio Varela, como "cabeza", "rasteros" (representados de color marrón y como potenciales ladrones "sabemos sus movimientos bancarios", o armados en una escuela) aparece asociado a una imagen lingüística. Esta imagen lingüística se configura a nivel léxico por los vocativos *guachín* y *ñery*, por "regalés", y a nivel

fonético por la caída de la -s final en “No te regale”. De este modo, esta caracterización lingüística retoma y muestra la iconización de este grupo de habitantes de Florencio Varela (piel color marrón, sujetos de los que se desconfía, peligrosos, amenazantes, con gustos populares que viven en un barrio inseguro y carente de servicios). Las autoras señalan que identificar un lenguaje presupone una frontera u oposición con otros lenguajes con los cuales está en contraste. De este modo, el colectivo semiótico reconoce la iconización de su variedad y la asume explícitamente, usándola para el humor.

Niveles	Caracterización

12

Léxico	*Guachín* *ñery* *regales*
Fonético	*No te regales*

III.

Nacimento señala el modo en que el racismo se constituye como una jerarquía global de superioridad e inferioridad de las personas que ha sido política, cultural y económicamente producida y reproducida por las instituciones occidentales etnocentricamente durante siglos. Este colonialismo puede materializarse en cuanto colonialidad en el lenguaje en el sentido de transformar en agenda una política opresora, productora y reproductora de las desigualdades. Los modos de asimilación de estos grupos minorizados pueden observarse cuando estos reproducen rasgos lingüísticos para “blanquear” su variedad, es decir, la lengua es vista como un modo de supervivencia, como los negros de las excolonias francesas que precisan pronunciar bien la R gutural para asimilarse. Este racismo depende de la historia colonial para consolidar características tanto políticas como lingüísticas. Por el contrario, en los casos analizados, este proceso es desestabilizado en la medida en que se yuxtaponen dos puntos de vista. Por ejemplo, el noticiero con el zócalo de Florencio Varela como índice del lugar del delito es resemantizado con Homero representando a un niño que amenaza a su compañero Moe si no le pasa la tarea. El completamiento del sentido expresado en el noticiero en la serie metonímica lugar=habitantes es completado con el

hecho humorístico. Esta operación devela el efecto ideológico y lo convierte en objeto del humor.

En síntesis, en los memes analizados, el colectivo semiótico retoma la iconización lingüística y, en tanto marca identitaria, la convierte en el medio que vehicula el humor en la medida que se parodian otros discursos (los discursos del Otro) con esa variedad lingüística, es decir, se usa como variedad meta. Vemos asimismo el signo lingüístico como la arena de lucha de clases postulada por Voloshinov, los acentos en pugna se convierten en objeto de risa, se retoman los calificativos "cabeza" y "rastreros" y se escenifican, se parodian y reacentúan mediante el humor. Por otra parte, la difusión y la multiplicación planetarias de los objetos de la cultura son proporcionales a su enrarecimiento y su uniformización. En este caso, la serie norteamericana se enrarece ante la locación particular, el barrio de Florencio Varela, y los personajes representan humorísticamente el punto de vista del colectivo semiótico y la iconización de su variedad lingüística.

BIBLIOGRAFÍA

- CHARADEAU, Patrick y Dominique MAINGUENEAU (2005) *Diccionario de Análisis del Discurso*. Buenos Aires, Amorrortu.
- COURTINE, Jean Jacques (2013) *Decifrar o corpo: pensar com Foucault*. Petrópolis, Vozes.DF
- IRVINE, J. y GAL, S. (1998) "Ideología del lenguaje y diferenciación lingüística", en DURANTI , *Linguistic Antropology*, Cambridge: Cambridge University Press __ (2000) "Language Ideology an Linguistic Differentitation", en KROSKRITY, P. Ed. *Regimes of Language*. *Ideologies, Polities and Identities*, Estados Unidos de América, School of American Researchs.
- KNOBEL, Michele y LANKSHEAR, Colin (2007) *Online memes, affinities, and cultural production*. A New Literacies Sample.
- NASCIMENTO, G. (2019) *Racismo lingüístico: os subterrâneos da linguagem*

e do racismo. Belo Horizonte: Letramento.

- PÉREZ SALAZAR, Gabriel; Andrea AGUILAR EDWARDS y María Ernestina
- GUILLERMO ARCHILLA “El meme en internet. Usos sociales reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake” en *Argumentos*, vol. 27, núm. 75, mayo agosto, 2014, pp. 79-100 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.

“SER FELICES”: HUELLAS DE AUTOAYUDA Y MERITOCRACIA EN LOS DISCURSOS DEL EX PRESIDENTE MAURICIO MACRI

Julian Agustin Jesus Robles Ridi | Universidad Nacional de San Luis
jrobles@unsl.edu.ar

Claudio Tomas Lobo | Universidad Nacional de San Luis
claudio.t.lobo@gmail.com

RESUMEN

Este trabajo de investigación es un breve apartado de tesis doctoral en comunicación titulada *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).* Se trata de un análisis de discurso político del enunciador Mauricio Macri (en adelante MM), desde una perspectiva Sociosemiótica y Sociocrítica. En el análisis identificamos que estamos en presencia de la emergencia de un proyecto identitario constituido por una doxa pospolítica, pero a la vez, configurador de fuertes antagonismos y enemigos.

En esta oportunidad, en continuidad con el dispositivo de enunciación no político, posideológico, nuevista y pragmático que describimos en este trabajo (Robles Ridi, 2020), consideramos junto a Martínez (2016) en sus análisis de discursos del PRO, que la configuración de esa retórica pospolítica durante la campaña a

presidente 2015 incluyó también fórmulas cercanas al género de autoayuda a partir de la recurrencia y fetichización de enunciados como "*ser feliz*", "*felicidad*", "*seamos felices*", "*oportunidad*", "*progreso*". Siguiendo a Papalini (2015), en la cultura contemporánea, el norte que guía las acciones cotidianas es la consecución de la felicidad, sea lo que sea que esta signifique.

A partir de los extractos recuperados, podemos establecer que el dispositivo de enunciación de MM configura a los destinatarios como los únicos responsables de poder "*ser felices*", en una cadena de equivalencia que reenvía a la mirada neoliberal del "*vivir mejor*". El (no tan) nuevo régimen de verdad que viene a dar batalla en el campo de la disputa de sentidos políticos a partir de volver sagradas las "*capacidades individuales*", "*lo mejor de cada uno*", "*el potencial de cada uno*", "*el camino del esfuerzo y el trabajo*", "*la aventura del crecimiento*" se inscribe en un orden del discurso que legitima, fetichiza y construye como lo normal, aquello que conocemos como meritocracia.

Palabras clave: meritocracia – felicidad – Mauricio Macri

INTRODUCCIÓN

A partir de avances en el análisis del corpus, identificamos que estamos en presencia de la emergencia de un proyecto identitario constituido por una doxa pospolítica, pero a la vez, configurador de fuertes antagonismos y enemigos. En esta oportunidad, en continuidad con el dispositivo de enunciación no político, posideológico, nuevista y pragmático que describimos en otros trabajos[55],

[55] En un trabajo (en prensa) titulado "La emergencia de un nuevo dispositivo de enunciación político en la Argentina del siglo XXI: un análisis de los discursos de Mauricio Macri" presentado en el año 2018 en el IX Coloquio de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso (ALEDAr), haciendo hincapié en identificar condiciones de producción (Verón, 1987), analizamos, describimos e interpretamos cómo en el año 2015, durante los principales discursos y spots de campaña a presidente, no hubo en las estrategias enunciativas de MM una construcción de adversario fuerte anclada en un partido o líder político. El significante "*cambio*", fetiche de campaña, reenviaba a dejar de lado un tiempo pasado asociado fundamentalmente a lo que de manera abyecta era considerada como "*la vieja política*". Esa vieja política, que remitía a un estado disfórico era: "*corrupta*", "*prepotente*", fomentaba el "*enfrentamiento*", la "*no escucha*", la "*confrontación ideológica*" los "*fanatismos*", la "*violencia*", la "*división*", "*la falta de amor*" y, por lo tanto, era construida como el "*atraso*", un modelo "*incapaz*" y "*alejado de la vida diaria de la gente*".
Era esa política, de viejas prácticas partidarias centradas en clivajes y antagonismos ideológicos, asociada a una deixis de pasado reciente en Argentina, la principal responsable de la desunión de los argentinos, de los "*inaceptables*" niveles de pobreza y del "*alarmante*" avance del narcotráfico en

consideramos junto a Martínez (2016) en sus análisis de discursos del PRO, que la configuración de esa retórica pospolítica durante la campaña a presidente 2015 incluyó también fórmulas cercanas al género de autoayuda a partir de la recurrencia y fetichización de enunciados como "*ser feliz*", "*felicidad*", "*seamos felices*", "*oportunidad*", "*progreso*". Siguiendo a Papalini (2015), en la cultura contemporánea, el norte que guía las acciones cotidianas es la consecución de la felicidad, sea lo que sea que esta signifique. Además, esta (no tan) novedosa política de verdad, sacraliza "*capacidades individuales*" instituyendo como lo verdadero a la meritocracia.

- Creo que todos los argentinos, de todas las regiones, tienen que tener las mismas oportunidades para desarrollarse y ser felices, por eso creo en el Estado, que le de los instrumentos a quienes más lo necesitan (Macri: 19/7/2015)

- Transmitamos esa alegría que tenemos en nuestros corazones (Macri: 19/11/2015)

- Le pido a Dios que me ilumine para ayudar a cada argentino a encontrar su forma de progresar (...) su forma de ser feliz (Macri: 22/11/2015)

Martínez (2017) señala que en el Documento PRO del año 2013, emerge una visión de cómo queremos vivir entre nosotros para poder realizarnos y ser felices. Para la semióloga, este discurso de autorrealización lúdica, ciertamente cercano a la literatura de autoayuda, tiene como contracara la estigmatización de todas las formas de subjetivación política que fueron hegemónicas en la década anterior. Encontramos entonces en la enunciación PRO, a partir de las lecturas de trabajos

el país. Por lo tanto, se apeló a componentes programáticos que alentaban a un tiempo nuevo, eufórico, atravesado por un pathos esperanzador: "*la Argentina del Siglo XXI*", que estaba constituida por un nuevo régimen de verdad, el de una política distinta o una "*nueva política*", la de la gente, (de quien el PRO y Cambiemos serían sus representantes) que se encargaría de demarcar las fronteras con ese pasado o vieja política: se configuraba como "*cercana*", "*honesta*", "*eficaz*" y "*pragmática*", valores que identificarían también al líder de ese nuevo tiempo, a partir de la construcción de un ethos de vínculo simétrico, igualitario, de amistad y de verdad hacia la gente, a la que se les promete que serán felices, podrán autorrealizarse, triunfar y vivir mejor, en unidad, con pobreza cero y seguridad, porque se le dará batalla al narcotráfico.
Sin embargo, más allá de que la estrategia de la construcción del adversario invisibilizó antagonismos con otros líderes políticos o partidos, ya que estuvo vinculada a un tiempo y un espacio, y a una caracterización axiológica negativa del accionar de la "*vieja política*", en ese cronotopo, un pasado reciente argentino comprendido en "*todos estos años*", encontramos que emergen indicios o una especie de germen de lo que será, a partir del triunfo de MM como presidente, una exacerbación de la dimensión adversativa, configuradora de fuertes antagonismos y enemigos.

de la autora citada, condiciones de producción de la discursividad de MM como candidato y futuro presidente, aunque en otra territorialidad, el país. En palabras de Duran Barba (2017), "La inmensa mayoría quiere ser feliz de alguna de las mil maneras en que se puede serlo en esta sociedad plural" (280). *"Lograr un país en el que todos podamos conseguir nuestras formas de felicidad" (Macri: 10/12/2015) "Todos pertenecemos a este maravilloso país y todos queremos vivir felices en este país" (Macri: 14/12/2015) "Ese es el camino a la felicidad, esto es lo que nos abre la posibilidad de ser felices: poder elegir" (29/2/2016)*

Sea como promesa, aspiración o meta, la felicidad aparece como un bien asequible (Papalini, 2015), es decir, algo que se puede alcanzar o conseguir. "En los libros de autoayuda se insiste en que la felicidad depende de nosotros mismos; se es tan feliz como se desee serlo, con independencia de las condiciones o situaciones que se atraviesen" (30). Ser feliz es un estado interior, que depende exclusivamente de nuestra capacidad para ser felices y del convencimiento de que lo somos. Emerge como mandato, como imperativo. ***"****Y tienen, y tenemos, que despertar esa parte de nuestra conciencia que está dormida que nos lleva a ser protagonistas. Protagonistas de nuestro destino, de nuestro futuro, de nuestra felicidad"* (Macri: 19/7/2015).

ANÁLISIS

La enunciación de MM en campaña a presidente y en sus primeros meses de gestión, nos reenvía a un país donde los argentinos estén unidos, reconciliados, distanciados de toda instancia de antagonismos políticos o clivajes ideológicos, y postula un mundo feliz que está vinculado a que cada argentino pueda "*vivir mejor*", a partir de la configuración de un pathos social de autorrealización y méritos individuales, elementos (estos últimos) que como señala Martínez (2016) no son ajenos a las estrategias ideológicas de legitimación que despliega un nuevo capitalismo global, con los efectos de subjetivación que esto supone (Boltanski y Chiapello, 2002; Laval y Dardot, 2013 en Martínez 2016). Por su parte, Papalini (2015) enuncia que "la crisis y los dilemas de subjetividad pasan por replicar interiormente la letanía bien aprendida del optimismo capitalista: ¡Tú puedes! O declarar el quebranto anímico" (12). Vincula el momento de expansión

de la literatura de autoayuda con la figura del “empresario de si” promovida por el managament del capitalismo neoliberal de los ochenta.

- Y llegó el momento de demostrarnos a nosotros, a todos los argentinos, de qué somos capaces… (Macri: 10/8/15)
- Nosotros sabemos y vamos a trabajar para sacar lo mejor de cada uno de los argentinos, lo mejor de cada uno de los argentinos. (Macri: 19/10/2015)
- La Argentina que soñamos la hacemos desarrollando la capacidad de cada uno de los argentinos, nos llevará a la Argentina inmensa y con oportunidades de trabajo y pobre… progreso para todos (19/11/2015
- Les pido a todos que no peleemos, no discutamos, que utilicemos esa energía para construir… (19/11/2015)
- Que todos desarrollemos nuestras capacidades. Esta Argentina del desarrollo la vamos a conseguir si cada uno encuentra en camino del progreso. Yo estoy acá para ayudarlos a encontrar ese camino. Esa es mi tarea, esa es mi tarea.
- Los argentinos que han creído siempre en el camino del trabajo, del esfuerzo, de no querer sacar ventaja (…) no al vivo que saca ventaja (…) El país que soñamos se construye juntos, compartiendo trabajo y esfuerzo… (Macri: 22/11/2015)
- Quiero ser el Presidente que pueda acompañarlos en su crecimiento, el Presidente del desarrollo del potencial de cada argentino, del trabajo en equipo, de la igualdad de oportunidades; (Macri: 10/12/15)
- Todo lo que somos fue hecho por personas que apostaron con un optimismo inteligente por el resultado de su trabajo. Lo que da sentido a nuestras vidas es esa aventura de crecimiento, vivámosla juntos, es una aventura extraordinaria (Macri: 10/12//2015)
- ¿Cuál es ese país con el que sueño? Un país (…) donde la gente no se rinde, un país que crece y que ayuda a crecer, un país

que estimula el desarrollo personal y de la familia, un país que te convoca a tu aventura personal.

- Y yo estoy aquí, en buena fe, con las mejores intenciones, sin querer tener razón, sin resentimientos ni rencores, para proponerles una vía de crecimiento..., un proyecto de crecimiento. Y estoy abierto para recibir todas las mejoras que ustedes tengan para introducir; es más, quiero lo mejor de cada uno de ustedes para darle lo mejor a los argentinos. (Macri, M. 134° apertura de sesiones ordinarias del Congreso, Martes 01 de marzo de 2016)
- ¿Y saben qué? Si nos respetamos, si nos decimos la verdad, si ponemos cada uno de nosotros nuestro máximo esfuerzo, ese esfuerzo que dignifica, que nos hace ser quienes somos, nos va a ir bien. (Macri, M, palabras de salutación de fin de año, 31 de diciembre de 2016)

A partir de los extractos recuperados, podemos establecer que el dispositivo de enunciación de MM configura a los destinatarios como los únicos responsables de poder "*ser felices",* en una cadena de equivalencia que reenvía a la mirada neoliberal del "*vivir mejor*". El (no tan) nuevo régimen de verdad (Foucault, 1982) que viene a dar batalla en el campo de la disputa de sentidos políticos a partir de volver sagradas las "*capacidades individuales*", "*lo mejor de cada uno*", "*el potencial de cada uno", "el camino del esfuerzo y el trabajo", "la aventura del crecimiento"* se inscribe en un orden del discurso que legitima, fetichiza (Angenot, 2010) y construye como lo normal, aquello que conocemos como meritocracia. En palabras de Tavares (2003), bajo el influjo del paradigma de políticas sociales del neoliberalismo que provocan las limitadas intervenciones gubernamentales, entendemos a la meritocracia como aquella premisa que destaca que no es competencia del Estado garantizar el bienestar de los individuos, sino que esa es una responsabilidad de los propios individuos, sus familias y los grupos privados a los que los sujetos pertenecen. Consecuentemente, no es una tarea de la que deba hacerse cargo el gobierno, salvo en casos extremos y siempre de manera transitoria. En este sentido, no

parece interesante citar la metáfora de “esperar o crear la ola” [56] recuperada en (Vommaro, 2015, 12) propuesta por el actual ministro de Transporte de la Nación, Guillermo Dietrich, en su propio portal web.

En esta legitimación de los discursos de la apetencia individual o de la dependencia del desarrollo de las capacidades de cada uno de los individuos que garantizaría la igualdad de oportunidades, donde algunos son más capaces por su esfuerzo y méritos que otros para progresar, encontramos como condición de producción, lo que Harvey (2007) recupera para definir al neoliberalismo: una teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano, consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo, dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada, fuertes mercados libres y libertad de comercio.

También emergen indicios de matrices discursivas de “derecha” en relación a lo que el politólogo italiano Norberto Bobbio (1995) sostiene en relación a la manera de identificar a la izquierda o derecha a partir de la categoría de la igualdad. Para la izquierda la igualdad es un ideal con valor absoluto que puede y debe ser procurado, defendido, y la desigualdad es un problema que precisa corregirse. Mientras que “para la derecha la igualdad tiene un valor relativo que debe ceder frente a la libertad y a la seguridad” (2015: 166). La desigualdad no sería deseada, pero si aceptable como resultado de la defensa de la libertad, “que en las versiones neoliberales, se entiende sobre todo como libertad de mercado (Vommaro y Morresi, 2015: 17)

[56] “Existen pocas cosas en la vida que me sorprendan más que el poder de superación que tenemos las personas. La especie humana es un claro ejemplo de evolución a cada una de sus limitaciones, de forma tal que ha logrado un nivel de desarrollo, imposible imaginar siquiera 200 años atrás. Pero esta superación que observamos en la especia, no siempre la vemos en los individuos. Por lo contrario, la vida nos tienta continuamente a dejarnos llevar por lo que pasa en vez de ser nosotros mismos los encargados de generar eso que puede pasar. Es la diferencia entre esperar venga una ola o crear la propia. Yo me inclino por crear olas. Aunque sea tentador irse acomodando al status quo, mi experiencia me ha llevado a descubrir, que no existe mayor satisfacción que la de construir olas, capaces de llevarnos a alcanzar los objetivos deseados, en todos los ámbitos de mi vida”. (http://www.guillermodietrich.com/bio/ , consultado el 13/4/2015)

Retomando a Arditi en su intento por aproximarse a qué se entiende por izquierda, establece que esta se autorreferencia o se define a sí misma como "la portadora de valores que fueron las cenicienta de la Revolución Francesa, a saber, la igualdad y la solidaridad. Esto marca una diferencia de fondo con los liberales, cuya idea-fuerza es la libertad individual". (2009: 234) Según el autor de origen paraguayo, "el énfasis en este individualismo hizo que el liberalismo fuera relativamente indiferente a las desigualdades sistémicas provocadas por la acumulación capitalista y le llevó a aceptar que hay una disyuntiva inevitable entre el individualismo del mercado y la solidaridad" (2009: 234).

- Creemos en el talento, la creatividad y el entusiasmo de los argentinos para hacerse cargo de su vida y de sus problemas. (www.pro.com.ar/nuestrahistoria, consultado el 2 de mayo de 2019)
- Hoy se cumplen 201 años de nuestra Independencia, ser independientes es que nuestro futuro depende de nosotros, de que nos comprometamos, que trabajemos con pasión y decidamos ser protagonistas, depende de nosotros, y también de que entendamos que aislados no llegamos a ningún lado, que hay que formar buenos vínculos, que hay que tirar todos juntos para adelante. (Macri: palabras en el acto del Día de la Independencia Argentina, 9/7/17)

Este estado pathemico social de autorrealización que pone en el centro a los méritos individuales, para Murillo (2018), sienta una de las bases de una estrategia discursiva que intenta legitimar hasta el presente, la anulación de toda exigencia de derechos por parte de los trabajadores y la autorresponsabilización de todo ser humano respecto de su propia vida y muerte y su transformación en "emprendedores"; este proceso estimula la ruptura de lazos de solidaridad entre pares (Presta 2016, en Murillo 2018) lo cual es una de las condiciones centrales de las resistencias y de la construcción de sujetos colectivos; "todo lo cual conlleva un intento de transformar los principios organizativos del Estado y los dilemas conceptuales que caracterizaban liberalismo clásico" (397). En este sentido Martínez (2016) agrega que, entonces, lo *justo* no es ya la cuenta de un pueblo dañado y amparado en parte por el Estado, sino la "sumisión de todos los vínculos sociales a la lógica de mercado" (Rancière, 2010:15, en Martínez 2016), a partir de

“un consenso que es ante todo la ficción de la comunidad sin política, es decir, sin división del *arjé*” (Ranciére, 2010:49 en Martínez 2016).

Decíamos junto a Papalini (2015) que había un fuerte vínculo entre el momento de expansión de la literatura de autoayuda y la figura del empresario de sí en relación al auge de capitalismo neoliberal en los años ochenta. A partir de la indagación de los discursos enunciados por MM, entendemos que custodia y pone en circulación nuevamente trazos discusivos que habían sido desplazados a la periferia del discurso social durante la hegemonía discursiva kirchnerista: Se trata del ¡Tú puedes! que configura e interpela a individuos libres, autónomos, no políticos, aideológicos e individualistas, a ser dueños y empresarios de sí mismos. Murillo (2018) analizando los discursos del portal web del PRO, explica que rastrea esa tendencia que hoy tiene como núcleo el concepto de que la acción humana coincide con la función empresarial. En suma, la función empresarial consiste básicamente en descubrir y apreciar las oportunidades de alcanzar algún fin o, si se prefiere, de lograr alguna ganancia o beneficio, que se presentan en el entorno, actuando en consecuencia para aprovecharlas (Huerta de Soto 2004, en Murillo 2018)

La autora señala que esa función empresarial es por esencia competitiva. “La sociedad humana sería un mercado en el que un conjunto de emprendedores rivalizan entre sí. Proceso que muchos de ellos, presentan como una forma de humanismo precisamente por su base en la acción individual presuntamente libre” (404). Es este el camino que el team leader MM, legitimado para tomar la palabra y configurar alteridades en el campo del emprendedurismo, quiere instaurar en sus prodestinatarios y paradestinatarios para que vivan mejor. *“Que todos desarrollemos nuestras capacidades. Esta Argentina del desarrollo la vamos a conseguir si cada uno encuentra en camino del progreso. Yo estoy acá para ayudarlos a encontrar ese camino. Esa es mi tarea, esa es mi tarea”* (Macri: 22/11/2015). *“Quiero ser el Presidente que pueda acompañarlos en su crecimiento, el Presidente del desarrollo del potencial de cada argentino, del trabajo en equipo, de la igualdad de oportunidades;”* (Macri: 10/12/15)

Por su parte, Bautista (2011) haciendo una crítica al concepto del vivir mejor capitalista neoliberal, explica que la competencia se convierte en indicador de

este “vivir mejor”. Como tal, mide de modo cuantitativo la curva acumulativa de este vivir: soy más mientras menos son los demás. Para el autor, la vida no se expresa cualitativamente sino que lo cualitativo se devalúa a la simple medición numérica de una acumulación sin fin; “la riqueza queda devaluada porque no incrementa la existencia sino la mutila. Tener más significa despojar. Yo soy si tú No eres. La vida del individuo ya no consiente la vida de los demás; condición de la vida de uno no es la vida del otro” (Bautista, 2011: 115)

CONCLUSIONES

Si entendemos al lenguaje como lo propusieron los integrantes del círculo Bajtiniano, siempre ideológico y multiacentuado, y a la palabra como arena de lucha de clases (Voloshinov, 2009), y nos desplazamos de cualquier intento de pensarlo objetivo, inocente o neutro, entendemos que el discurso de la meritocracia refuta otras formulaciones a partir de la construcción de una memoria discursiva que custodia un pasado (Jelin, 2002) en la configuración de una identidad que se intenta conservar, pero que estará en tensión con otras identidades políticas que sedimentan otros sentidos vinculados a otra red de tópicos (Amossy, 2000), a otras filiaciones históricas, que están siempre en tensión.

Recuperando a Bonetto (2017) y retomando que la construcción discursiva de identidades es relacional, visualizamos indicios que serán reforzados desde que MM asume a la presidencia, “que lo otro de esta nueva versión del neoliberalismo y que resignifica su discurso es el populismo” (19). En ese marco, advierte que las políticas redistributivas en donde el Estado tiene un rol activo en la estructuración económica (Bonetto, 2017) se consideran como típicamente populistas, contrarias a un orden que sería el único y verdadero, y destructoras de la “natural” meritocracia social. En consiguiente nos parece oportuno recuperar lo planteado por Martínez (2017), quien establece que el significante felicidad garantizaría la cercanía con la gente y el vínculo simétrico, como también la sustitución de las promesas generales por una más concreta y verosímil.

- El destinatario que construye este discurso parece más interesado por su propia felicidad que por el destino del país. Pero por otro lado, este mundo feliz parece ser una recompensa para quienes acrediten algún mérito. En los discursos del PRO, las situaciones de carencia social se atribuyen a la responsabilidad de los propios individuos, en una estrategia

> que tiende a legitimar las desigualdades. El viejo ideologema *el pobre es pobre porque quiere* ha itinerado por diferentes discursividades sociales, hasta alcanzar una posición hegemónica en este caso. (Martínez, 2017: 41)

Finalmente, a partir de los enunciados estudiados, podemos establecer que el dispositivo de enunciación de MM configuró a los destinatarios como los únicos responsables de poder "*ser felices*", en una cadena de equivalencia que reenvía a la mirada neoliberal del "*vivir mejor*". El (no tan) nuevo régimen de verdad que viene a dar batalla en el campo de la disputa de sentidos políticos a partir de volver sagradas las "*capacidades individuales*", "*lo mejor de cada uno*", "*el potencial de cada uno*", "*el camino del esfuerzo y el trabajo*", "*la aventura del crecimiento*" se inscribió en un orden del discurso que legitima, fetichiza y construye como lo normal, aquello que conocemos como meritocracia e interpela como pro/paradistinatarios al llamado Hombre/empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Amossy, R. (2000) El ethos oratorio o la puesta en escena del orador, en La argumentación en el discurso, Paris. Traducción de Estela Kallay.
- Angenot, M. (2010) *El Discurso Social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires : Siglo XXI Editores.
- Bautista, R. (2011) Hacia una constitución del sentido significativo del "vivir bien" en *Vivir bien: ¿Paradigma no capitalista?* La Paz, Bolivia: Plural Editores.
- Bobbio, N (1995) *Derecha e izquierda: razones y significados de una distinción política.* Buenos Aires. Taurus.
- Bonetto, M (2017) Escenarios democráticos alternativos en la Argentina en *Tensiones en la democracia argentina: Rupturas y continuidades en torno al neoliberalismo,* María Teresa Piñero - María Susana Bonetto (Compiladoras). Editorial CEA/Colección Cuadernos de Investigación. Universidad Nacional de Córdoba
- Durán Barba, J (2017). *La política en el Siglo XXI. Arte, mito o ciencia*. Buenos Aires: Debate.
- Foucault, M. (1982) *El orden del discurso*. México: Editorial Populares.

- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. [En línea] https://teoriaeconomicatercersemestreri.files.wordpress.com/2012/09/breve-historia-del-neoliberalismo-dedavid-harvey1.pdf
- Jelin, E (2002). *Los trabajos de la memoria*. Madrid/ Buenos Aires: Siglo XXI.
- Martínez, F. (2017) Aires de familia: gramáticas neoliberales en los discursos del PRO en *Tensiones en la democracia argentina: Rupturas y continuidades en torno al neoliberalismo,* María Teresa Piñero - María Susana Bonetto (Compiladoras). Editorial CEA/Colección Cuadernos de Investigación. Universidad Nacional de Córdoba---------- (2016) Análisis semiótico de una doxa pospolítica: los discursos del PRO (2013-2016) en Kairos. Revista de temas sociales, UNSL. Disponible en http://www.revistakairos.org/wp-content/uploads/06-Martinez.pdf
- Murillo, S. (2018) Neoliberalismo: Estado y procesos de subjetivación. ISSN 1853-6484, Revista de la Carrera de Sociología vol. 8 núm. 8 2018, 392 - 426 392. Recuperado el 22 de abril de 2019, de https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/entramadosyperspectivas/article/view/2966
- Papalini, V (2015) *Garantía de felicidad: estudios sobre los libros de autoayuda*. 1ª ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora.
- Robles Ridi; J.A.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
- Tavares, L. (2003) La política social en tiempos de ajuste neoliberal en *Ajuste neoliberal e desajuste social da América Latina* (Río de Janeiro: Vozes).
- Verón, E (1987) *La Semiosis Social*. Buenos Aires: Gedisa Editorial.
- Voloshinov, V. (2009) *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión. Prólogo y traducción: Tatiana Bubnova.
- Vommaro, G. y Morresi, S. (2015) "La ciudad nos une". La construcción de PRO en el espacio político Argentino en *"Hagamos equipo". PRO y la construcción de la nueva derecha en Argentina*. Ediciones UNGS. Buenos Aires.

LAS VOCES SOCIALES POR EL ABORTO LEGAL, SEGURO Y GRATUITO EN LA COYUNTURA GLOBAL: AVANCES Y RETROCESOS

Maria Lucia Sanchez | Universidad Nacional de La Plata
luciasanchescolman@gmail.com

Maria Sol Becker | Universidad Nacional de La Plata
mariasolbecker371@gmail.com

RESUMEN

En el presente artículo abordamos la categoría analítica de las voces sociales en el marco de la discusión por el derecho al aborto en Argentina en torno a la media sanción por parte de la Cámara de Diputados de la Nación de la ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE) en 2018. Este análisis de tipo cualitativo, exploratorio y analítico se desprende de nuestro Trabajo Integrador Final de Grado (TIF) titulado "El aborto en el discurso de la información (*Página/12* y *La Nación*). Análisis discursivo de un hecho 'histórico'". En este sentido, retomamos aquí algunos interrogantes que guiaron nuestra investigación: ¿Qué voces sociales aparecen como destacadas en el discurso de la información? ¿Sobre qué temáticas se refieren? ¿Cómo son introducidas por Página/12 *y* La Nación?

Comprendemos que la lucha por el aborto legal, seguro y gratuito es una temática de relevancia pública y política en nuestra sociedad y en el mundo. Por

lo tanto, el interés de indagar y caracterizar las voces sociales presentes o ausentes en el discurso de la información de los diarios mencionados nos permite dar cuenta de la multiplicidad de actores y actoras sociales que refieren al aborto.

En sintonía con los hechos de público conocimiento ocurridos en los Estados Unidos a través de la decisión de la Corte Suprema que decidió retroceder y finalizar con la protección federal al derecho al aborto en el país, garantizado desde 1973 con el caso "Roe vs. Wade", consideramos de suma importancia indagar en la construcción del discurso de la información en pos de la defensa de este derecho.

Asimismo, en un contexto en que los sectores conservadores están tomando cada vez más relevancia pública y también política, nos parece fundamental profundizar respecto de aquellas voces sociales que se expresan en torno a la temática. En esta coyuntura en que el aborto legal seguro y gratuito representa un derecho alcanzado en la Argentina desde el 2020, resulta de interés la indagación y caracterización de las voces que construyen sentidos en torno a esta problemática acontecida en Estados Unidos.

Palabras clave: Análisis del discurso-aborto-voces sociales.

EL ABORTO: UN PROBLEMA SOCIAL Y POLÍTICO

En nuestro TIF nos propusimos reflexionar acerca del aborto como un problema social, político e histórico acerca del que emergen diferentes sentidos y discursos. Nos situamos en los Estudios Culturales, de Género y Feminismos para realizar nuestro abordaje y definir los puntos de partida teóricos y epistemológicos que recorren a la investigación. Entendemos al aborto como "objeto discursivo" (Chaneton y Vacarezza, 2011, p.18) y en este sentido, nos dedicamos a estudiar las disputas simbólicas que rodean a esta entidad, situándonos en nuestro territorio en particular.

De tal manera, nos inscribimos en el campo de la comunicación social para observar la trama de procesos sociales e históricos en que se inscribe nuestra

problemática y consideramos que los medios de comunicación, en particular la prensa gráfica, aparecen como actores políticos claves en la construcción de sentidos respecto del aborto:

- “Históricamente ha sido tratado desde una perspectiva meramente judicial y sobre casos específicos, sin considerar que es una práctica con múltiples enfoques: un problema de salud pública, de soberanía corporal, de deseo y decisión, de desigualdad social, entre otras” (Sánchez y Becker, 2021, p. 24).

En la Argentina, contamos con una trayectoria histórica en torno a la demanda por el derecho al aborto legal, seguro y gratuito, que emergió con mayor fuerza luego de la última dictadura cívico-eclesiástico-militar y que recorrió décadas de militancia hasta la consolidación de la marea verde y la aprobación del aborto legal el 30 de diciembre de 2020. Nuestra investigación recupera y contextualiza estas trayectorias que condujeron a los feminismos hacia la obtención del derecho al aborto y comprendemos que, específicamente en los últimos años, el aborto logró instalarse en la sociedad como un problema público que reunió a “las históricas” y a “las pibas” de la marea verde en el marco de movilizaciones masivas frente al Congreso Nacional.

La demanda por el aborto legal en la Argentina produjo transformaciones también en el ámbito de la política y el ejercicio del poder, ya que, significó un antes y un después en los modos de repensar la incidencia de las juventudes en el plano de la política y el protagonismo histórico de las mujeres y las disidencias. A raíz de la discusión por el aborto y la autonomía de los cuerpos, se instalaron otras problemáticas relativas a la desigualdad de género expresada en diversos ámbitos de la vida cotidiana.

ACERCA DEL ABORDAJE METODOLÓGICO

Desde esta perspectiva es que nos propusimos analizar discursivamente a los medios de comunicación para indagar en las construcciones de sentido respecto de la media sanción al aborto legal en 2018. En la investigación tomamos los aportes del Discurso de la Información de Patrick Charaudeau, quien sostiene que la información que circula en los medios de comunicación no es transparente y obedece a una construcción social (2003, p. 15). Asimismo, nos situamos en la

teoría de la enunciación a partir de referentes como Émile Benveniste, para considerar al Análisis del Discurso como una herramienta que nos permita indagar en las marcas propias del sujeto en el lenguaje.

Por otra parte, también realizamos un abordaje desde el Análisis Crítico del Discurso en Clave Feminista (ADCF) para identificar las relaciones de poder y tramas simbólicas en que se inscriben las voces sociales en torno al aborto. También, el ACDF "colabora en la transformación social en la medida que pone en evidencia la construcción de los géneros a partir del uso del lenguaje y su estrecha vinculación con relaciones de poder institucionalizadas" (Del Manzo, 2019).

RETROCESO GLOBAL: LA ANULACIÓN DE "ROE VS. WADE"

A los fines de este análisis, nos proponemos analizar las voces sociales presentes en los medios estudiados luego de que la Corte Suprema de Estados Unidos anulara el fallo conocido como "Roe vs. Wade" el pasado 24 de junio. El mismo, garantizaba el acceso al aborto legal en todo el territorio. El sistema jurídico norteamericano presenta algunas diferencias con respecto al de la Argentina, por lo que resulta pertinente hacer mención de algunas cuestiones importantes. A diferencia de nuestro país, el derecho al aborto en Estados Unidos no está garantizado por una ley federal, sino que desde 1973 se basó en "Roe vs. Wade", fallo que marcó la histórica decisión del Tribunal Supremo.

El fallo mencionado garantizaba el acceso al aborto bajo la órbita del derecho a la vida privada, contemplado en la enmienda 14° de la Constitución norteamericana. La Corte Suprema consideró que el derecho establecido en la enmienda constitucional era lo suficientemente amplio para considerar el acceso al aborto dentro de la esfera de la vida privada de las mujeres. Esta jurisprudencia anuló las leyes del Estado de Texas que solo permitían el aborto en aquellos casos en que la vida de la mujer estuviese en peligro.

Afirmó la Corte en su decisión: "Una ley como la de Texas que hace del aborto un crimen, excepto cuando la vida de la mujer está en peligro, sin tener en cuenta el

estadio de la gestación ni otros intereses en juego, viola la Decimocuarta Enmienda de la Constitución" (Página/12, 24 de junio de 2022).

El hecho implicó cambios en la legislación de otros estados con leyes similares. La sentencia "Roe vs. Wade" fue seguida de la decisión "Doe vs. Bolton", que autorizó a cada estado a añadir restricciones al derecho a abortar cuando el embarazo está avanzado. A partir de entonces esta jurisprudencia se convirtió en el elemento legal que garantizó el derecho al aborto en el país durante casi medio siglo.

Pero en junio, este fallo fue anulado por la ultraconservadora Corte Suprema compuesta por jueces designados por el expresidente Donald Trump. En esta decisión, se observa una marcada tendencia al liberalismo de extrema derecha que sentó precedentes y complejidades en el marco del ascenso de Biden a la presidencia de Estados Unidos. Si bien el actual mandatario, de pertenencia demócrata, intercedió con una orden ejecutiva para proteger el derecho al aborto, esta medida es insuficiente, ya que, se requieren acciones legislativas para garantizar el acceso a la interrupción voluntaria del embarazo.

Por último, es importante señalar que, en este contexto en Estados Unidos, grandes empresas garantizaron que pagarán los gastos de lxs empleadxs que decidan viajar a otros lugares con el fin de obtener un aborto legal. Entre estas se destacan a las multimillonarias como *Amazon, Disney, Apple, Starbucks, Netflix, Tesla y J.P Morgan*. De esta manera, “las empresas se levantan como garantes de los derechos a las mujeres” (Moyano, 28 de junio de 2022).

Esta tendencia da cuenta de la peligrosa incidencia del capitalismo financiero estadounidense en la toma de decisiones de las mujeres respecto de sus propios cuerpos y libertades individuales. El mercado toma protagonismo en lugar del Estado y, justamente, las consecuencias de estos avances del liberalismo generan retrocesos en el acceso a un derecho que se convierte nuevamente en privilegio para una minoría de la sociedad.

REPERCUSIONES Y VOCES SOCIALES EN ARGENTINA

En concordancia con los criterios analíticos que establecimos en la producción de nuestro TIF, analizaremos la presencia y ausencia de voces sociales en los medios de comunicación *Página/12* y *La Nación* a raíz de este hecho. De acuerdo a lo enunciado en el marco metodológico, la polifonía se ocupa de la variedad de formas y posibilidades a través de las que la lengua inscribe diversas voces y hace que interactúen en un mismo enunciado, es decir, le imprime un carácter dialógico (Rezzónico y Mercerat en Valentino y Fino, 2015, p. 101).

Además, de acuerdo a los lineamientos del ACDF, nos interesa analizar con perspectiva de género, cuáles son y cómo aparecen esas voces sociales, cuál es la importancia que se les da; y a su vez, cuáles son silenciadas e invisibilizadas. A través de esa inclusión o exclusión, la prensa gráfica genera efectos de sentido y estas operaciones no son neutrales.

La puesta en escena de la palabra ajena se ha vuelto una estrategia en la prensa, de ahí que, en muchas ocasiones, no solo se analizará la incorporación de esta "relación de declaraciones", sino también el contenido de lo dicho e intervenciones del locutor citante que, según el periódico y el tema tratado, son reveladoras de su posicionamiento respecto de los enunciados citados (Brunetti, 2009).

De esta manera, seleccionamos cuatro notas de los diarios para analizar las voces sociales presentes: dos de *La Nación* y dos de *Página/12*, las del primero, corresponden a la sección "Opinión" y "Política", mientras que las del segundo, son de la sección "Sociedad" y "El país". Estas pertenecen temporalmente a la semana posterior a la decisión de la Corte de Estados Unidos y fueron extraídas de los sitios web de ambos diarios.

Cabe destacar aquí que algunos de los criterios que tuvimos en cuenta para estudiar a estos diarios en particular tiene que ver con los contrastes que encontramos en ambos en sus modos de construcción de la información, público destinatario e ideología política. Tanto *Página/12* como *La Nación* manifiestan, de

acuerdo a sus tradiciones, diferentes propuestas discursivas acerca de la construcción de la información en torno a nuestra temática estudiada.

LA POSTURA ANTIDERECHOS

En dos notas seleccionadas, los medios retoman las declaraciones del ex diputado y jefe del bloque del PRO en la Cámara de Diputados, Nicolás Massot. Quien fue uno de los principales voceros en la votación en contra de la media sanción de la ley IVE en 2018 en la Cámara Baja.

El actual director del Banco Ciudad fue entrevistado en radio *Futurock* sobre la medida que llevó a cabo la corte estadounidense y los medios retomaron esas declaraciones. De esta manera, tanto *Página/12* como *La Nación* consideran a la voz del ex diputado como una autorizada para opinar sobre el tema.

Página/12 caracteriza a Massot como "un antiderechos con historia", ya que, de acuerdo al medio, el ex diputado consideró que el aborto se trata de un "fracaso" que debe ser combatido y no legislado. También, el medio recupera que el aborto no fue el único derecho contra el que el referente del PRO se manifestó, sino que también aludió a la posibilidad de discutir una flexibilización laboral. En este sentido, el diario posiciona a Massot como un vocero de referencia cercano al macrismo que se ubica en contra del acceso al aborto legal.

Tanto en esta nota como en la de *La Nación*, la cita directa que seleccionaron ambos diarios para la enunciación del título es: "La discusión del aborto no quedó saldada en la Argentina" (La Nación, 26 de junio de 2022) y (Página/12, 27 de junio de 2022). Esto es importante, ya que los elementos de titulación nos permiten identificar cómo los medios presentan la temática, cuál es el foco, la presencia o ausencia de lxs actores sociales y/o las acciones que estos realizan.

Desde siempre y aún más en la actualidad, en el marco de la creciente digitalización de la información, los titulares se presentan como la puerta de entrada al desarrollo de las notas y en ocasiones, son los elementos más leídos por lxs lectorxs, junto con la volanta y bajada. Esto es así porque los títulos "expresan la

información más importante, más pertinente o más sorprendente del relato de la noticia. Al mismo tiempo son una interpretación de los acontecimientos o acciones desde el punto de vista del medio" (Fontcuberta, 1993, p. 117).

De esta manera, entendemos que las declaraciones del diputado que se posicionó de acuerdo con el fallo de la Corte, tienen por finalidad importar el retroceso de ese país en materia de derechos hacia la Argentina, en donde el acceso al aborto legal, seguro y gratuito está aprobado por el Congreso Nacional desde el 2020.

A diferencia de Estados Unidos, en nuestro país sí hubo una discusión de relevancia histórica que marcó un antes y un después en la trayectoria de los derechos humanos y la movilización popular, democrática y feminista. Este hecho implicó un ejemplo para los feminismos de todo el mundo en la militancia de un derecho que reivindica, entre otras cuestiones, la autonomía de los cuerpos.

En la nota de *La Nación*, a diferencia de *Página/12*, el medio no emplea calificativos evaluativos sino que le otorga un lugar enunciativo a partir de los cargos públicos que ocupó y ocupa actualmente Massot. Además, también retoma a partir del discurso referido directo, las declaraciones de este respecto de los rumbos políticos y electorales de las próximas elecciones, donde se ubica políticamente cercano a la dirigenta Patricia Bullrich.

LA VOZ DEL FETO Y DE LA ANTIPOLÍTICA

En la nota de opinión de *La Nación*, el autor de la misma es Pablo de la Torre, titular de la Asociación Civil Concordia, de la capital tucumana. Esta Asociación se dedica a promover políticas públicas en favor de las infancias y sus principales demandas se tratan del respeto de la vida desde la concepción, realizando movilizaciones con la consigna "Marcha por la vida", por lo que se posicionan abiertamente en contra del derecho al aborto.
Además, De la Torre es médico y desde esta condición se ubica desde un lugar de saber/poder para opinar del tema en términos científicos y biologicistas de la concepción y el aborto.

De esta forma, el medio autoriza a esta voz para enunciarse respecto de la anulación del fallo “Roe vs. Wade” en Estados Unidos. En el desarrollo de la nota se muestra una celebración del hecho, definiéndolo como “un día de alegría” y un “triunfo de la verdad”. De la Torre argumenta que esta tiene que ver con que el aborto se trata de un negocio millonario y que “es una política pública del fracaso” y en este sentido, coincide con el que expone el ex diputado Massot en las notas analizadas anteriormente.

Asimismo, el autor hace referencia al feto como la voz débil y la que hay que proteger. Y habla de la realidad, como la vida que hay dentro del vientre de una mujer, y señala que esa realidad es la que “ha vuelto a triunfar” luego de la decisión de la Corte de Estados Unidos. También recupera la voz del movimiento “provida”, con la alusión a la “ola celeste”, que según él, ha vuelto a levantarse. El autor se pregunta entonces si frente a este hecho en Estados Unidos, por qué no podría derogarse la ley 27.610 en la Argentina.

La postura de la Asociación que representa De la Torre se asemeja a la de los valores promulgados por los organismos antiderechos y “provida” y repiten los argumentos que se dieron por parte de estos sectores en los debates parlamentarios de 2018 y 2020 en torno a la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE).

Podemos observar que el medio le dió y le sigue dando el lugar y la importancia a la enunciación de discursos al momento de visibilizar estas cuestiones. Para *La Nación*, el autor es una voz de relevancia en la temática, ya que, cuenta con varios artículos de opinión publicados en el medio, referidos a posturas que cuestionan al aborto legal en defensa de la vida por nacer, y de los niños.

Otra cuestión que aborda De la Torre es que la decisión de legalizar el aborto fue tomada “atrás de un escritorio, en la comodidad de un despacho”. De esta manera niega la gran participación y movilización popular que estuvo comprometida con la causa y que interpeló tanto a la política como a la ciudadanía, así como también estigmatiza a la acción política como transformadora.

VOCES POR LOS DERECHOS

Por último, la cuarta nota analizada corresponde a *Página/12* y la escritora es la periodista María Daniela Yaccar, docente, editora y periodista feminista. La autora define la decisión de la Corte Suprema de Estados Unidos como un retroceso histórico en el marco de un avance de la derecha a nivel global y como una contradicción con la conquista reciente del derecho al aborto en nuestro país (Yaccar, 25 de junio de 2022).

En este sentido el medio de comunicación recupera voces provenientes de diversas funcionarias del Gobierno Nacional y Provincial que repudian la decisión. Algunas de ellas son las Ministras Elizabeth Gómez Alcorta y Estela Díaz, y las conocidas "diputadas sororas": Mónica Macha, Gabriela Cerruti, Victoria Donda y Karina Banfi. En el contexto del debate parlamentario de 2018 conformaron un grupo que se autodenominó de tal manera y que tuvo gran relevancia pública. También se destaca a Myriam Bregman y a organizaciones sociales claves en la temática como lo son la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto, Católicas por el Derecho a Decidir y Amnistía Internacional.

Todas las voces que el medio incorpora haciendo uso de recursos intertextuales, expresan la polifonía y se constituyen en representativas respecto de la temática desde la perspectiva de los Derechos Humanos y en particular del derecho al aborto. No obstante, en la nota también se incluyen, aunque de forma minoritaria, algunas voces que celebraron el acontecimiento como las de Victoria Villarruel, Amalia Granata y Viviana Canosa.

Estas tres son voces representativas en favor del aborto clandestino. En el caso de Villarruel, diputada de Libertad Avanza, el espacio político dirigido por Javier Milei, la nota recupera un *tuit* suyo que dice: "hoy se festeja que el aborto sufre su peor derrota en 50 años". Por su parte, Granata expresó que en la Argentina también se logrará retrotraer el derecho al aborto.

Hacia el final de la nota, *Página/12* introduce otra voz con una mirada correspondiente a la medicina y la salud. Se trata de una especialista en tocoginecología, Stella Maris Manzano, quien también repudia lo que denomina

como una falsa dicotomía entre la vida del embrión y la vida de la mujer, que es lo que sostuvo la Corte norteamericana al tomar esta decisión. La médica es una pionera en la militancia por el derecho al aborto.
Analizamos que *Página/12* jerarquiza la información dando cuenta de los diversos ámbitos sociales y políticos de los que provienen las voces que incorpora: del poder ejecutivo y legislativo, de las organizaciones sociales y del ámbito de la medicina

CONSIDERACIONES FINALES

A modo de cierre de este artículo, resulta pertinente reflexionar sobre algunos aspectos desarrollados en el análisis de discurso realizado. En primer lugar, encontramos puntos de encuentro entre la investigación del corpus que abordamos en nuestro TIF de grado y el que forma parte del presente trabajo. Y estos, tienen que ver, por un lado, con la identificación de las voces sociales que son retomadas por ambos medios de comunicación: mientras que *Página/12* retoma voces pertenecientes a la política, la ciencia, la medicina y las organizaciones sociales, *La Nación* solo incluye las dos primeras.

Sin embargo, a diferencia del análisis realizado respecto del debate parlamentario del 2018, *Página/12* centraliza esta vez en aquellas voces propias de la política y no focaliza tanto en las pertenecientes a la "marea verde". Por lo tanto, aquí nos encontramos con una diferencia significativa respecto del contexto de 2018, en donde el medio sí ubica a esas voces en un lugar de mayor jerarquía. No obstante, si les da voz y autoridad a La Campaña y a Católicas por el Derecho a Decidir para expresarse sobre la coyuntura global.

En el caso de *La Nación*, continúa fiel a su estilo y construye la información en base a las voces provenientes de sectores conservadores de la medicina como De la Torre, que responden a la orientación ideológica del medio. Mientras que, registramos en el presente análisis la ausencia de las voces en defensa de los derechos sexuales y no reproductivos como las de los feminismos.

Entendemos que esta construcción no es neutral por parte del medio e identificamos una diferencia fundamental respecto del corpus analizado en nuestro TIF, ya que allí *La Nación* sí incorporaba voces de sectores afines a la concepción del aborto como derecho humano con la inclusión de artículos firmados por diputadas pertenecientes, en ese contexto, al sector oficialista.
A pesar de ello, tanto en el corpus analizado para nuestro TIF como en las notas incorporadas en el presente análisis, el medio le otorga jerarquía fundamental a expresarse sobre el tema al ámbito político, con las voces de los diputados y diputadas, y también al ámbito de la medicina, con fundamentos biologicistas sobre el comienzo de la concepción.

También con respecto a *La Nación*, nos resulta oportuno señalar una reflexión a la que llegamos en nuestro TIF y que se repite en el presente análisis. Algunas voces sociales que trae el medio mediante el discurso referido, refuerzan mediante el uso del lenguaje, una serie de estereotipos que colocan a la mujer en el rol de madre y para asociar a la IVE con el asesinato, en donde la mujer es la responsable de ese crimen. Esto se observa de forma clara en las declaraciones de De la Torre, incorporadas por el medio, quien escribe: “la realidad es lo que hay en el vientre de una mujer, desde el instante de la concepción es un ser humano, tan digno, tan único e irrepetible, tan sujeto de derecho como cualquiera de nosotros”.

A pesar de la repetición de dicho estereotipo, el medio incorpora un nuevo argumento en contra del derecho al aborto que no habíamos advertido en nuestro TIF. Se trata de considerar a la práctica como un negocio de clínicas abortistas que “con sede a lo largo y a lo ancho del planeta, facturan miles de millones de dólares al año”. Creemos que esto se presta a confusión, ya que, en nuestro país el derecho al aborto es una política estatal que se realiza en centros de salud de forma totalmente gratuita. Por el contrario, se trataba de un negocio clandestino al que podían acceder muy pocas mujeres, cuando no estaba legalizado.

Asimismo, siguiendo los lineamientos del ACDF, identificamos a estas voces dentro del orden patriarcal, y en ese sentido resulta crucial la revisión acerca de cómo son presentadas por los medios y qué relevancia le otorgan en la construcción de la información, considerando que tanto Página/12 como La

Nación son actores políticos que tienen incidencia en el ejercicio del poder y como tales tienen intereses ideológicos determinados.

UNA DISCUSIÓN SALDADA

Para finalizar, nos resulta fundamental analizar este retroceso en materia de Derechos Humanos en un país clave para el contexto global como lo es Estados Unidos. Señalar esta situación nos permitirá estar alerta y tomar precauciones a lo que pueda suceder en nuestro país y en la región, ante el indiscutible avance de la derecha.

Como dice Mariana Moyano, en su podcast *Es al revés: Aborto, EE UU y cómo leer desde Argentina*, fingir demencia ante la gravísima situación que acontece en ese país, es regalarle la causa al liberalismo y tapar el problema sobre lo que hace el *establishment* con los derechos y con el feminismo liberal.

Estamos convencidas de que todos los derechos obtenidos luego de arduas luchas tanto políticas como simbólicas como fue el debate que vivió nuestro país por el derecho al aborto deben seguir siendo defendidos y protegidos, más aún cuando voces conservadoras y anti derechos aquí analizadas como la de Massot, De la Torre, Granata y Villarruel, celebran este hecho y sostienen que el debate por el derecho al aborto en Argentina no está saldado.

Tenemos la responsabilidad de seguir dando la pelea simbólica, cultural y política y no quedarnos en un lugar de comodidad luego de la obtención de un derecho que llevó décadas para su conquista, para que en unos pocos años, el avance de la derecha nos lo quite.

BIBLIOGRAFÍA

- Brunetti, P. (2009). *El discurso referido. Formas canónicas y no canónicas de citación en la prensa diaria*. Córdoba, Argentina: Comunicarte
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona, España: Gedisa
- Chaneton, J. y Vacarezza, N. (2011). “Contingencia de la pasión, embarazo forzado y decisiones de las mujeres” en *La intemperie y lo intempestivo*.

Experiencias del aborto voluntario en el relato de mujeres y varones. Buenos Aires, Argentina: Marea Editorial.

- Del Manzo, M. (2019). "Apuntes sobre el Análisis del Discurso: dimensión crítica y perspectiva feminista". En Colanzi, I. (Coord).(2019). *Metodología de investigación feminista en la conjunción de saberes*. La Plata, Argentina: Pixel (en prensa).
- Fontcuberta, M. (1993). "Los titulares periodísticos" en *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. pp. (115-128). Barcelona, España: Paidós.
- Moyano, M. (28 de junio de 2022). "Aborto, EE.UU y cómo leer desde Argentina" en *Es al revés, Radio 10*. [archivo de audio]. Recuperado de: https://open.spotify.com/episode/0UxQzZNgtWu0YWtM37zBwb?si=9iq-q-ttTnG0-o9jOH6F3g&utm_source=whatsapp
- Sociedad (27 de junio de 2022). "La discusión del aborto no quedó saldada en la Argentina". *Página/12*. Recuperado de https://www.pagina12.com.ar/432340-nicolas-massot-la-discusion-del-aborto-no-quedo-saldada-en-l
- Sociedad (24 de junio de 2022). "¿Qué es Roe vs. Wade? Los datos clave del fallo sobre el aborto que anuló la Corte de Estados Unidos". *Página/12*. Recuperado de https://www.pagina12.com.ar/431946-que-es-roe-vs-wade-los-datos-clave-del-fallo-sobre-el-aborto
- Política (26 de junio de 2022). "La discusión del aborto no quedó saldada en la Argentina" *La Nación*. Recuperado de https://www.lanacion.com.ar/politica/nicolas-massot-la-discusion-del-aborto-no-quedo-saldada-en-la-argentina-nid26062022/
- Valentino, A. y Fino, C. (Coord.).(2015). *La información como discurso. Recorridos teóricos y pistas analíticas*. La Plata, Argentina: EDULP.
- Yaccar, M. D. (25 de junio de 2022). "Estados Unidos: repercusiones en Argentina por el fallo que anuló el derecho al aborto". *Página/12*. Recuperado de https://www.pagina12.com.ar/432025-estados-unidos-repercusiones-en-argentina-por-el-fallo-que-a

EL ABORTO: UN PROBLEMA SOCIAL Y POLITICO

Yesica Toledo | Universidad Nacional de San Luis
toledoyesica@gmail.com

En nuestro TIF nos propusimos reflexionar acerca del aborto como un problema social, político e histórico acerca del que emergen diferentes sentidos y discursos. Nos situamos en los Estudios Culturales, de Género y Feminismos para realizar nuestro abordaje y definir los puntos de partida teóricos y epistemológicos que recorren a la investigación. Entendemos al aborto como "objeto discursivo" (Chaneton y Vacarezza, 2011, p.18) y en este sentido, nos dedicamos a estudiar las disputas simbólicas que rodean a esta entidad, situándonos en nuestro territorio en particular.

De tal manera, nos inscribimos en el campo de la comunicación social para observar la trama de procesos sociales e históricos en que se inscribe nuestra problemática y consideramos que los medios de comunicación, en particular la prensa gráfica, aparecen como actores políticos claves en la construcción de sentidos respecto del aborto:

- "Históricamente ha sido tratado desde una perspectiva meramente judicial y sobre casos específicos, sin considerar que es una práctica con múltiples enfoques: un problema de salud pública, de soberanía corporal, de deseo y decisión, de desigualdad social, entre otras" (Sánchez y Becker, 2021, p. 24).

En la Argentina, contamos con una trayectoria histórica en torno a la demanda por el derecho al aborto legal, seguro y gratuito, que emergió con mayor fuerza luego de la última dictadura cívico-eclesiástico-militar y que recorrió décadas de militancia hasta la consolidación de la marea verde y la aprobación del aborto legal el 30 de diciembre de 2020. Nuestra investigación recupera y contextualiza estas trayectorias que condujeron a los feminismos hacia la obtención del derecho al aborto y comprendemos que, específicamente en los últimos años, el aborto logró instalarse en la sociedad como un problema público que reunió a "las históricas" y a "las pibas" de la marea verde en el marco de movilizaciones masivas frente al Congreso Nacional.

La demanda por el aborto legal en la Argentina produjo transformaciones también en el ámbito de la política y el ejercicio del poder, ya que, significó un antes y un después en los modos de repensar la incidencia de las juventudes en el plano de la política y el protagonismo histórico de las mujeres y las disidencias. A raíz de la discusión por el aborto y la autonomía de los cuerpos, se instalaron otras problemáticas relativas a la desigualdad de género expresada en diversos ámbitos de la vida cotidiana.

ACERCA DEL ABORDAJE METODOLÓGICO

Desde esta perspectiva es que nos propusimos analizar discursivamente a los medios de comunicación para indagar en las construcciones de sentido respecto de la media sanción al aborto legal en 2018. En la investigación tomamos los aportes del Discurso de la Información de Patrick Charaudeau, quien sostiene que la información que circula en los medios de comunicación no es transparente y obedece a una construcción social (2003, p. 15). Asimismo, nos situamos en la teoría de la enunciación a partir de referentes como Émile Benveniste, para considerar al Análisis del Discurso como una herramienta que nos permita indagar en las marcas propias del sujeto en el lenguaje.

Por otra parte, también realizamos un abordaje desde el Análisis Crítico del Discurso en Clave Feminista (ADCF) para identificar las relaciones de poder y tramas simbólicas en que se inscriben las voces sociales en torno al aborto.

También, el ACDF “colabora en la transformación social en la medida que pone en evidencia la construcción de los géneros a partir del uso del lenguaje y su estrecha vinculación con relaciones de poder institucionalizadas” (Del Manzo, 2019).

RETROCESO GLOBAL: LA ANULACIÓN DE “ROE VS. WADE”

A los fines de este análisis, nos proponemos analizar las voces sociales presentes en los medios estudiados luego de que la Corte Suprema de Estados Unidos anulara el fallo conocido como “Roe vs. Wade” el pasado 24 de junio. El mismo, garantizaba el acceso al aborto legal en todo el territorio. El sistema jurídico norteamericano presenta algunas diferencias con respecto al de la Argentina, por lo que resulta pertinente hacer mención de algunas cuestiones importantes. A diferencia de nuestro país, el derecho al aborto en Estados Unidos no está garantizado por una ley federal, sino que desde 1973 se basó en “Roe vs. Wade”, fallo que marcó la histórica decisión del Tribunal Supremo.

El fallo mencionado garantizaba el acceso al aborto bajo la órbita del derecho a la vida privada, contemplado en la enmienda 14° de la Constitución norteamericana. La Corte Suprema consideró que el derecho establecido en la enmienda constitucional era lo suficientemente amplio para considerar el acceso al aborto dentro de la esfera de la vida privada de las mujeres. Esta jurisprudencia anuló las leyes del Estado de Texas que solo permitían el aborto en aquellos casos en que la vida de la mujer estuviese en peligro.

Afirmó la Corte en su decisión: "Una ley como la de Texas que hace del aborto un crimen, excepto cuando la vida de la mujer está en peligro, sin tener en cuenta el estadio de la gestación ni otros intereses en juego, viola la Decimocuarta Enmienda de la Constitución" (Página/12, 24 de junio de 2022).

El hecho implicó cambios en la legislación de otros estados con leyes similares. La sentencia "Roe vs. Wade" fue seguida de la decisión "Doe vs. Bolton", que autorizó a cada estado a añadir restricciones al derecho a abortar cuando el embarazo está

avanzado. A partir de entonces esta jurisprudencia se convirtió en el elemento legal que garantizó el derecho al aborto en el país durante casi medio siglo.

Pero en junio, este fallo fue anulado por la ultraconservadora Corte Suprema compuesta por jueces designados por el expresidente Donald Trump. En esta decisión, se observa una marcada tendencia al liberalismo de extrema derecha que sentó precedentes y complejidades en el marco del ascenso de Biden a la presidencia de Estados Unidos. Si bien el actual mandatario, de pertenencia demócrata, intercedió con una orden ejecutiva para proteger el derecho al aborto, esta medida es insuficiente, ya que, se requieren acciones legislativas para garantizar el acceso a la interrupción voluntaria del embarazo.

Por último, es importante señalar que, en este contexto en Estados Unidos, grandes empresas garantizaron que pagarán los gastos de lxs empleadxs que decidan viajar a otros lugares con el fin de obtener un aborto legal. Entre estas se destacan a las multimillonarias como *Amazon, Disney, Apple, Starbucks, Netflix, Tesla y J.P Morgan.* De esta manera, "las empresas se levantan como garantes de los derechos a las mujeres" (Moyano, 28 de junio de 2022).

Esta tendencia da cuenta de la peligrosa incidencia del capitalismo financiero estadounidense en la toma de decisiones de las mujeres respecto de sus propios cuerpos y libertades individuales. El mercado toma protagonismo en lugar del Estado y, justamente, las consecuencias de estos avances del liberalismo generan retrocesos en el acceso a un derecho que se convierte nuevamente en privilegio para una minoría de la sociedad.

REPERCUSIONES Y VOCES SOCIALES EN ARGENTINA

En concordancia con los criterios analíticos que establecimos en la producción de nuestro TIF, analizaremos la presencia y ausencia de voces sociales en los medios de comunicación *Página/12* y *La Nación* a raíz de este hecho. De acuerdo a lo enunciado en el marco metodológico, la polifonía se ocupa de la variedad de formas y posibilidades a través de las que la lengua inscribe diversas voces y hace

que interactúen en un mismo enunciado, es decir, le imprime un carácter dialógico (Rezzónico y Mercerat en Valentino y Fino, 2015, p. 101).

Además, de acuerdo a los lineamientos del ACDF, nos interesa analizar con perspectiva de género, cuáles son y cómo aparecen esas voces sociales, cuál es la importancia que se les da; y a su vez, cuáles son silenciadas e invisibilizadas. A través de esa inclusión o exclusión, la prensa gráfica genera efectos de sentido y estas operaciones no son neutrales.

La puesta en escena de la palabra ajena se ha vuelto una estrategia en la prensa, de ahí que, en muchas ocasiones, no solo se analizará la incorporación de esta "relación de declaraciones", sino también el contenido de lo dicho e intervenciones del locutor citante que, según el periódico y el tema tratado, son reveladoras de su posicionamiento respecto de los enunciados citados (Brunetti, 2009).

De esta manera, seleccionamos cuatro notas de los diarios para analizar las voces sociales presentes: dos de *La Nación* y dos de *Página/12*, las del primero, corresponden a la sección "Opinión" y "Política", mientras que las del segundo, son de la sección "Sociedad" y "El país". Estas pertenecen temporalmente a la semana posterior a la decisión de la Corte de Estados Unidos y fueron extraídas de los sitios web de ambos diarios.

Cabe destacar aquí que algunos de los criterios que tuvimos en cuenta para estudiar a estos diarios en particular tiene que ver con los contrastes que encontramos en ambos en sus modos de construcción de la información, público destinatario e ideología política. Tanto *Página/12* como *La Nación* manifiestan, de acuerdo a sus tradiciones, diferentes propuestas discursivas acerca de la construcción de la información en torno a nuestra temática estudiada.

LA POSTURA ANTIDERECHOS

En dos notas seleccionadas, los medios retoman las declaraciones del ex diputado y jefe del bloque del PRO en la Cámara de Diputados, Nicolás Massot. Quien fue

uno de los principales voceros en la votación en contra de la media sanción de la ley IVE en 2018 en la Cámara Baja.

El actual director del Banco Ciudad fue entrevistado en radio *Futurock* sobre la medida que llevó a cabo la corte estadounidense y los medios retomaron esas declaraciones. De esta manera, tanto *Página/12* como *La Nación* consideran a la voz del ex diputado como una autorizada para opinar sobre el tema.

Página/12 caracteriza a Massot como "un antiderechos con historia", ya que, de acuerdo al medio, el ex diputado consideró que el aborto se trata de un "fracaso" que debe ser combatido y no legislado. También, el medio recupera que el aborto no fue el único derecho contra el que el referente del PRO se manifestó, sino que también aludió a la posibilidad de discutir una flexibilización laboral. En este sentido, el diario posiciona a Massot como un vocero de referencia cercano al macrismo que se ubica en contra del acceso al aborto legal.

Tanto en esta nota como en la de *La Nación*, la cita directa que seleccionaron ambos diarios para la enunciación del título es: "La discusión del aborto no quedó saldada en la Argentina" (La Nación, 26 de junio de 2022) y (Página/12, 27 de junio de 2022). Esto es importante, ya que los elementos de titulación nos permiten identificar cómo los medios presentan la temática, cuál es el foco, la presencia o ausencia de lxs actores sociales y/o las acciones que estos realizan.

Desde siempre y aún más en la actualidad, en el marco de la creciente digitalización de la información, los titulares se presentan como la puerta de entrada al desarrollo de las notas y en ocasiones, son los elementos más leídos por lxs lectorxs, junto con la volanta y bajada. Esto es así porque los títulos "expresan la información más importante, más pertinente o más sorprendente del relato de la noticia. Al mismo tiempo son una interpretación de los acontecimientos o acciones desde el punto de vista del medio" (Fontcuberta, 1993, p. 117).

De esta manera, entendemos que las declaraciones del diputado que se posicionó de acuerdo con el fallo de la Corte, tienen por finalidad importar el retroceso de ese país en materia de derechos hacia la Argentina, en donde el

acceso al aborto legal, seguro y gratuito está aprobado por el Congreso Nacional desde el 2020.

A diferencia de Estados Unidos, en nuestro país sí hubo una discusión de relevancia histórica que marcó un antes y un después en la trayectoria de los derechos humanos y la movilización popular, democrática y feminista. Este hecho implicó un ejemplo para los feminismos de todo el mundo en la militancia de un derecho que reivindica, entre otras cuestiones, la autonomía de los cuerpos.

En la nota de *La Nación*, a diferencia de *Página/12*, el medio no emplea calificativos evaluativos sino que le otorga un lugar enunciativo a partir de los cargos públicos que ocupó y ocupa actualmente Massot. Además, también retoma a partir del discurso referido directo, las declaraciones de este respecto de los rumbos políticos y electorales de las próximas elecciones, donde se ubica políticamente cercano a la dirigenta Patricia Bullrich.

LA VOZ DEL FETO Y DE LA ANTIPOLÍTICA

En la nota de opinión de *La Nación*, el autor de la misma es Pablo de la Torre, titular de la Asociación Civil Concordia, de la capital tucumana. Esta Asociación se dedica a promover políticas públicas en favor de las infancias y sus principales demandas se tratan del respeto de la vida desde la concepción, realizando movilizaciones con la consigna “Marcha por la vida”, por lo que se posicionan abiertamente en contra del derecho al aborto.

Además, De la Torre es médico y desde esta condición se ubica desde un lugar de saber/poder para opinar del tema en términos científicos y biologicistas de la concepción y el aborto.

De esta forma, el medio autoriza a esta voz para enunciarse respecto de la anulación del fallo “Roe vs. Wade” en Estados Unidos. En el desarrollo de la nota se muestra una celebración del hecho, definiéndolo como “un día de alegría” y un “triunfo de la verdad”. De la Torre argumenta que esta tiene que ver con que el aborto se trata de un negocio millonario y que “es una política pública del fracaso”

y en este sentido, coincide con el que expone el ex diputado Massot en las notas analizadas anteriormente.

Asimismo, el autor hace referencia al feto como la voz débil y la que hay que proteger. Y habla de la realidad, como la vida que hay dentro del vientre de una mujer, y señala que esa realidad es la que "ha vuelto a triunfar" luego de la decisión de la Corte de Estados Unidos. También recupera la voz del movimiento "provida", con la alusión a la "ola celeste", que según él, ha vuelto a levantarse. El autor se pregunta entonces si frente a este hecho en Estados Unidos, por qué no podría derogarse la ley 27.610 en la Argentina.

La postura de la Asociación que representa De la Torre se asemeja a la de los valores promulgados por los organismos antiderechos y "provida" y repiten los argumentos que se dieron por parte de estos sectores en los debates parlamentarios de 2018 y 2020 en torno a la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE).

Podemos observar que el medio le dió y le sigue dando el lugar y la importancia a la enunciación de discursos al momento de visibilizar estas cuestiones. Para *La Nación*, el autor es una voz de relevancia en la temática, ya que, cuenta con varios artículos de opinión publicados en el medio, referidos a posturas que cuestionan al aborto legal en defensa de la vida por nacer, y de los niños.

Otra cuestión que aborda De la Torre es que la decisión de legalizar el aborto fue tomada "atrás de un escritorio, en la comodidad de un despacho". De esta manera niega la gran participación y movilización popular que estuvo comprometida con la causa y que interpeló tanto a la política como a la ciudadanía, así como también estigmatiza a la acción política como transformadora.

VOCES POR LOS DERECHOS

Por último, la cuarta nota analizada corresponde a *Página/12* y la escritora es la periodista María Daniela Yaccar, docente, editora y periodista feminista. La autora define la decisión de la Corte Suprema de Estados Unidos como un retroceso histórico en el marco de un avance de la derecha a nivel global y como una contradicción con la conquista reciente del derecho al aborto en nuestro país (Yaccar, 25 de junio de 2022).

En este sentido el medio de comunicación recupera voces provenientes de diversas funcionarias del Gobierno Nacional y Provincial que repudian la decisión. Algunas de ellas son las Ministras Elizabeth Gómez Alcorta y Estela Díaz, y las conocidas "diputadas sororas": Mónica Macha, Gabriela Cerruti, Victoria Donda y Karina Banfi.

En el contexto del debate parlamentario de 2018 conformaron un grupo que se autodenominó de tal manera y que tuvo gran relevancia pública. También se destaca a Myriam Bregman y a organizaciones sociales claves en la temática como lo son la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto, Católicas por el Derecho a Decidir y Amnistía Internacional.

Todas las voces que el medio incorpora haciendo uso de recursos intertextuales, expresan la polifonía y se constituyen en representativas respecto de la temática desde la perspectiva de los Derechos Humanos y en particular del derecho al aborto. No obstante, en la nota también se incluyen, aunque de forma minoritaria, algunas voces que celebraron el acontecimiento como las de Victoria Villarruel, Amalia Granata y Viviana Canosa.

Estas tres son voces representativas en favor del aborto clandestino. En el caso de Villarruel, diputada de Libertad Avanza, el espacio político dirigido por Javier Milei, la nota recupera un *tuit* suyo que dice: "hoy se festeja que el aborto sufre su peor derrota en 50 años". Por su parte, Granata expresó que en la Argentina también se logrará retrotraer el derecho al aborto.

Hacia el final de la nota, *Página/12* introduce otra voz con una mirada correspondiente a la medicina y la salud. Se trata de una especialista en tocoginecología, Stella Maris Manzano, quien también repudia lo que denomina como una falsa dicotomía entre la vida del embrión y la vida de la mujer, que es lo que sostuvo la Corte norteamericana al tomar esta decisión. La médica es una pionera en la militancia por el derecho al aborto.

Analizamos que *Página/12* jerarquiza la información dando cuenta de los diversos ámbitos sociales y políticos de los que provienen las voces que incorpora: del poder ejecutivo y legislativo, de las organizaciones sociales y del ámbito de la medicina.

CONSIDERACIONES FINALES

A modo de cierre de este artículo, resulta pertinente reflexionar sobre algunos aspectos desarrollados en el análisis de discurso realizado. En primer lugar, encontramos puntos de encuentro entre la investigación del corpus que abordamos en nuestro TIF de grado y el que forma parte del presente trabajo. Y estos, tienen que ver, por un lado, con la identificación de las voces sociales que son retomadas por ambos medios de comunicación: mientras que *Página/12* retoma voces pertenecientes a la política, la ciencia, la medicina y las organizaciones sociales, *La Nación* solo incluye las dos primeras.

Sin embargo, a diferencia del análisis realizado respecto del debate parlamentario del 2018, *Página/12* centraliza esta vez en aquellas voces propias de la política y no focaliza tanto en las pertenecientes a la "marea verde". Por lo tanto, aquí nos encontramos con una diferencia significativa respecto del contexto de 2018, en donde el medio sí ubica a esas voces en un lugar de mayor jerarquía. No obstante, si les da voz y autoridad a La Campaña y a Católicas por el Derecho a Decidir para expresarse sobre la coyuntura global.

En el caso de *La Nación*, continúa fiel a su estilo y construye la información en base a las voces provenientes de sectores conservadores de la medicina como De la Torre, que responden a la orientación ideológica del medio. Mientras que,

registramos en el presente análisis la ausencia de las voces en defensa de los derechos sexuales y no reproductivos como las de los feminismos.

Entendemos que esta construcción no es neutral por parte del medio e identificamos una diferencia fundamental respecto del corpus analizado en nuestro TIF, ya que allí *La Nación* sí incorporaba voces de sectores afines a la concepción del aborto como derecho humano con la inclusión de artículos firmados por diputadas pertenecientes, en ese contexto, al sector oficialista.

A pesar de ello, tanto en el corpus analizado para nuestro TIF como en las notas incorporadas en el presente análisis, el medio le otorga jerarquía fundamental a expresarse sobre el tema al ámbito político, con las voces de los diputados y diputadas, y también al ámbito de la medicina, con fundamentos biologicistas sobre el comienzo de la concepción.

También con respecto a *La Nación*, nos resulta oportuno señalar una reflexión a la que llegamos en nuestro TIF y que se repite en el presente análisis. Algunas voces sociales que trae el medio mediante el discurso referido, refuerzan mediante el uso del lenguaje, una serie de estereotipos que colocan a la mujer en el rol de madre y para asociar a la IVE con el asesinato, en donde la mujer es la responsable de ese crimen. Esto se observa de forma clara en las declaraciones de De la Torre, incorporadas por el medio, quien escribe: “la realidad es lo que hay en el vientre de una mujer, desde el instante de la concepción es un ser humano, tan digno, tan único e irrepetible, tan sujeto de derecho como cualquiera de nosotros”.

A pesar de la repetición de dicho estereotipo, el medio incorpora un nuevo argumento en contra del derecho al aborto que no habíamos advertido en nuestro TIF. Se trata de considerar a la práctica como un negocio de clínicas abortistas que “con sede a lo largo y a lo ancho del planeta, facturan miles de millones de dólares al año”. Creemos que esto se presta a confusión, ya que, en nuestro país el derecho al aborto es una política estatal que se realiza en centros de salud de forma totalmente gratuita. Por el contrario, se trataba de un negocio clandestino al que podían acceder muy pocas mujeres, cuando no estaba legalizado.

Asimismo, siguiendo los lineamientos del ACDF, identificamos a estas voces dentro del orden patriarcal, y en ese sentido resulta crucial la revisión acerca de cómo son presentadas por los medios y qué relevancia le otorgan en la construcción de la información, considerando que tanto Página/12 como La Nación son actores políticos que tienen incidencia en el ejercicio del poder y como tales tienen intereses ideológicos determinados.

UNA DISCUSIÓN SALDADA

Para finalizar, nos resulta fundamental analizar este retroceso en materia de Derechos Humanos en un país clave para el contexto global como lo es Estados Unidos. Señalar esta situación nos permitirá estar alerta y tomar precauciones a lo que pueda suceder en nuestro país y en la región, ante el indiscutible avance de la derecha.

Como dice Mariana Moyano, en su podcast *Es al revés: Aborto, EE UU y cómo leer desde Argentina*, fingir demencia ante la gravísima situación que acontece en ese país, es regalarle la causa al liberalismo y tapar el problema sobre lo que hace el *establishment* con los derechos y con el feminismo liberal.

Estamos convencidas de que todos los derechos obtenidos luego de arduas luchas tanto políticas como simbólicas como fue el debate que vivió nuestro país por el derecho al aborto deben seguir siendo defendidos y protegidos, más aún cuando voces conservadoras y anti derechos aquí analizadas como la de Massot, De la Torre, Granata y Villarruel, celebran este hecho y sostienen que el debate por el derecho al aborto en Argentina no está saldado.

Tenemos la responsabilidad de seguir dando la pelea simbólica, cultural y política y no quedarnos en un lugar de comodidad luego de la obtención de un derecho que llevó décadas para su conquista, para que en unos pocos años, el avance de la derecha nos lo quite.

BIBLIOGRAFÍA

- Brunetti, P. (2009). *El discurso referido. Formas canónicas y no canónicas de citación en la prensa diaria*. Córdoba, Argentina: Comunicarte
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona, España: Gedisa
- Chaneton, J. y Vacarezza, N. (2011). "Contingencia de la pasión, embarazo forzado y decisiones de las mujeres" en *La intemperie y lo intempestivo. Experiencias del aborto voluntario en el relato de mujeres y varones*. Buenos Aires, Argentina: Marea Editorial.
- Del Manzo, M. (2019). "Apuntes sobre el Análisis del Discurso: dimensión crítica y perspectiva feminista". En Colanzi, I. (Coord).(2019). *Metodología de investigación feminista en la conjunción de saberes*. La Plata, Argentina: Pixel (en prensa).
- Fontcuberta, M. (1993). "Los titulares periodísticos" en *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. pp. (115-128). Barcelona, España: Paidós.
- Moyano, M. (28 de junio de 2022). "Aborto, EE.UU y cómo leer desde Argentina" en *Es al revés, Radio 10*. [archivo de audio]. Recuperado de: https://open.spotify.com/episode/0UxQzZNgtWu0YWtM37zBwb?si=9iq-q-ttTnG0-o9jOH6F3g&utm_source=whatsapp
- Sociedad (27 de junio de 2022). "La discusión del aborto no quedó saldada en la Argentina". *Página/12*. Recuperado de https://www.pagina12.com.ar/432340-nicolas-massot-la-discusion-del-aborto-no-quedo-saldada-en-l
- Sociedad (24 de junio de 2022). "¿Qué es Roe vs. Wade? Los datos clave del fallo sobre el aborto que anuló la Corte de Estados Unidos". *Página/12*. Recuperado de https://www.pagina12.com.ar/431946-que-es-roe-vs-wade-los-datos-clave-del-fallo-sobre-el-aborto
- Política (26 de junio de 2022). "La discusión del aborto no quedó saldada en la Argentina" *La Nación*. Recuperado de https://www.lanacion.com.ar/politica/nicolas-massot-la-discusion-del-aborto-no-quedo-saldada-en-la-argentina-nid26062022/

- Valentino, A. y Fino, C. (Coord.).(2015). *La información como discurso. Recorridos teóricos y pistas analíticas*. La Plata, Argentina: EDULP.
- Yaccar, M. D. (25 de junio de 2022). “Estados Unidos: repercusiones en Argentina por el fallo que anuló el derecho al aborto”. *Página/12*. Recuperado de https://www.pagina12.com.ar/432025-estados-unidos-repercusiones-en-argentina-por-el-fallo-que-a

MESA 18:

COMUNICACIÓN, MEMORIA Y DDHH.

Coordinador de mesa:
López, Martin

EL GOLPE DE ESTADO DE 1976 EN LA PRENSA SANLUISEÑA: ENTRE EL ANTAGONISMO, LA SUMISIÓN Y LA COMPLICIDAD

Belen Davila | Universidad Nacional de San Luis
davilabelzunce@gmail.com

Marcela Navarrete | Universidad Nacional de Lomas de Zamora
navarrete.h.marcela@gmail.com

Cintia Martinez | Universidad Nacional de Lomas de Zamora
cdm.historiadora@gmail.com

RESUMEN

Realizamos este trabajo en el marco del proyecto “La comunicación en las sociedades mediatizadas: discurso, cultura y poder” y de la asignatura “Fundamentos del Periodismo”, correspondiente al primer año de la licenciatura en Periodismo, de la Universidad Nacional de San Luis. Nos interesa abordar el período de la última dictadura cívico-militar argentina (1976-1983), en relación con la construcción del acontecimiento del Golpe de Estado por parte de la prensa sanluiseña.

Para este trabajo hemos analizado los ejemplares de los tres únicos medios de prensa gráfica que circulaban en ese momento en la provincia de San Luis: El diario de San Luis (EDSL), La Opinión (LO) y La Voz del Sud (LVS) en el período enero a diciembre de 1976. De este relevamiento, se conformó un corpus de análisis constituido por los titulares y principales noticias sobre la instauración del

último gobierno de facto en el país y su repercusión provincial, publicados en los diarios mencionados durante los días 23, 24, 25 y 26 de marzo de 1976.
Nuestro punto de partida teórico/metodológico es la Teoría de los Discursos Sociales (TDS) de Eliseo Verón y retomar las categorías presentadas por Patrick Charaudeau respecto del discurso de la información. Además, tomamos como antecedente de estudios sobre el tema, las investigaciones relacionadas con el posicionamiento asumido por 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 (2001, 2002), Marcelo Borrelli (2010) y César Díaz (2002).
Nos interesa analizar las tapas en sus principales aspectos enunciativos. Hemos focalizado en la tematización y jerarquización, puesta en página, la axiologización y las modalidades de la enunciación.

Palabras claves: prensa escrita – última dictadura cívico-militar – San Luis

PONENCIA

1. Días previos y posteriores al Golpe en San Luis

Tal como afirman Lvovich y Bisquert (2008), el 24 de marzo de 1976 las Fuerzas Armadas derrocaron al gobierno constitucional de María Estela Martínez de Perón y asume el control del país la Junta Militar compuesta por un integrante de cada una de las Fuerzas Armadas[57]. Comienza así la última dictadura cívico-militar[58] en Argentina, bajo el nombre de *Proceso de Reorganización Nacional*.

La provincia de San Luis queda bajo el control operacional del Tercer Cuerpo de Ejército, con asiento en Córdoba, al mando del general de División, Luciano

[57] Integraron la primera Junta Militar los comandantes de cada una de las Fuerzas Armadas: el general Jorge Rafael Videla por el Ejército, el almirante Emilio Eduardo Massera por la Marina y el comodoro Orlando Ramón Agosti por la Aeronáutica.
[58] Resulta pertinente aclarar que utilizamos la denominación "última dictadura cívico-militar" por el apoyo, en algunos casos táctico y en otros explícito, que diversos sectores de la sociedad civil brindan al régimen militar. El consenso tácito proviene de quienes ven en la dictadura una solución a la crisis que se gestó en los años previos, sobre todo en el último gobierno peronista (1973-1976).

Benjamín Menendez. En tanto, la ciudad de Villa Mercedes permaneció bajo la autoridad de la V Brigada Aérea y San Luis del Ejército. El primer interventor militar en San Luis es el brigadier Aldo Mario Barbuy, quien posteriormente es sucedido por Cándido Martín Capitán y éste por el brigadier (RE) Hugo Raúl Marcilese.

A las tres de la mañana del 24 de marzo de 1976 los militares ocuparon la Casa de Gobierno, la Jefatura de Policía, la usina eléctrica, la municipalidad y las terminales de ómnibus y ferroviarias. En Villa Mercedes, sucede algo parecido y ocupan también el local de la CGT. El 25 de marzo la intervención militar suspende toda actividad política, disuelve los partidos e interviene la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), tanto la sede de la capital como la de Villa Mercedes. En los días subsiguientes disponen no dar información sobre los/as detenidos/as cuyo número asciende rápidamente, entre gremialistas, estudiantes, docentes y no docentes de la UNSL y de escuelas secundarias, militantes barriales, etc.. En cuanto a la Policía de San Luis su conducción fue destinada a personal del Ejército. En los hechos quien estuvo al mando de las operaciones fue el subjefe, capitán Carlos Esteban Plá. Sobre el grupo de tareas que comandó recaen la mayoría de las violaciones a los derechos humanos cometidos durante este período.

2. Breve presentación de los medios analizados

El diario *La Opinión* (LO) comienza a circular el 16 de marzo de 1913, su primer director es León de la Plaza y su fundador es Umberto Rodriguez Saá, quien no puede figurar por ser en ese momento presidente de la Legislatura. Al momento de fundar el periódico, finaliza su mandato de gobernador el hermano de Umberto, Adolfo Rodriguez Saá, conocido como “el Pampa”, y la emergencia del medio se vincula con el proyecto de continuidad en el poder de los hermanos Rodríguez Saá, ambos líderes del Partido Demócrata Progresista, de corte liberal-conservador.

Desde sus inicios LO es vespertino, de frecuencia variable e irregular -en general de lunes a sábados-, tamaño sábana, con una extensión de cuatro páginas -un pliego-. *LO* se presenta desordenado en el modo de tematización, organización de la información y la diagramación es visualmente sobrecargada por la falta de

espacios en blanco. Asimismo, el periódico se caracteriza por concentrar su espacio informativo en la tapa, en la cual, generalmente, se ubican tres noticias de orden nacional, provincial e internacional.

El Diario de San Luis (EDSL), en cambio, surge como un proyecto empresarial y es fundado el 2 de mayo de 1966 por Hernando Mario Pérez. Este periódico propone un modelo de prensa más moderna, con criterios informativos y comerciales novedosos para el ámbito local. La distribución de la información con espacios estables que progresivamente van delimitando las secciones, la inclusión de fotografías, la diversificación de la información, la incorporación del humor, el entretenimiento, la información cultural y el horóscopo acercan a *EDSL* al modelo de prensa vigente en las grandes ciudades del país, en esa época. Otros aspectos innovadores del periódico son la incorporación de las agencias de información: Noticias Argentinas (NA), UPI, Télam y las corresponsalías en Justo Daract y Villa Mercedes (San Luis).
La Voz del Sud (LVS) nace el 6 de enero de 1903 en la ciudad de Río Cuarto (Córdoba), fruto de la iniciativa de Amado Curchod, primer director y el abogado Carlos Rodríguez. Pocos meses después de su fundación el diario se traslada a Villa Mercedes. En ese periodo, el diario se publicaba en tamaño media sábana y era matutino, pero pasó a ser vespertino, con 16 páginas, 4 pliegos y salía diariamente. Estaba dividido en secciones, tenía fotografías y anuncios publicitarios. Con la muerte de Felix Curchod, la dirección pasó a manos de su viuda María Luisa Keuter de Curchod.

Durante el periodo de 1946 a 1955, este periódico se enfrentó abiertamente al peronismo. En 1956, cuando el presidente de facto Pedro E. Aramburu, visitó la ciudad de Villa Mercedes, el primer mandatario se acercó a LVS: “para rendir público homenaje a su labor”. Unos meses más tarde, el 18 de julio de 1956 fallece María Luisa de Curchod y la dirección será asumida por su hijo Icaro Felix por espacio de un año. Poco después la dirección pasó a manos de Isaura Martín de Curchod, viuda de Icaro, hasta su cierre definitivo el 4 de agosto de 1989.

3. La actuación de los medios de circulación nacional

Un dato importante de la década del ‘70 es la significación de la prensa gráfica en

la vida social cotidiana. En ese momento, el consumo de diarios y/o periódicos era amplísimo, constituyendo un importante espacio del diálogo social, que a través de esa circulación masiva, cumplía una función legitimante del acontecer político, social y económico.

En ese sentido, Díaz (2002) manifiesta que la población leía más de un periódico por día, combinando "un matutino y un vespertino, un diario de intereses generales y otro de opinión y, en ocasiones, una extraña alternancia entre la totalidad de la oferta de publicaciones" (p. 31).

En tanto Borrelli (2010a), al analizar las condiciones de funcionamiento de la prensa durante la dictadura destaca que el diario: "era el medio de comunicación masiva más popular. No competía con los otros medios, sino que se complementaban" (p. 5).

Ese diálogo social donde confluyen públicos y periódicos, remite a la figura del "contrato fiduciario" o pacto de lectura, que propone Escudero (1996), a través del cual los/as lectores/as "captan *a priori* como verdadera la narración vehiculizada, reservándose *a posteriori* la posibilidad de verificación, otorgándole al medio una legitimidad fundada en la institución que representa" (p. 47).

Esa *legitimidad fundada* y la preponderancia del diario o periódico, permitieron que la prensa argentina desplegara un accionar de autentificación del régimen dictatorial, convirtiéndose en "operadores de visibilidad de la palabra pública" (Escudero, 2002, p. 190).

Los estudios de Malharro y López Gijsberts (2003) son contundentes al describir el papel de los principales diarios argentinos que se ocuparon de instalar en la sociedad la imperiosa necesidad de derrocar el gobierno constitucional encabezado por la viuda de Perón, María Estela Martínez. En tanto, una vez producido el Golpe, los medios se sumergen en lo que los autores denominan "invernación informativa", con una adhesión absoluta al discurso oficial, salvo contadas excepciones, por lo que "ninguno de los grandes medios puede hoy sostener con un mínimo de credibilidad que en marzo de 1976 desconocía lo que

se avecinaba, como tampoco negar que a partir del golpe ignoraba lo que estaba sucediendo" (p. 24).

Para Borrelli (2010a), 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 excusados en la situación *excepcional* de *guerra contra la subversión*. (...) Bajo esa argumentación fueron funcionales a la estrategia de ocultamiento y desinformación que impuso el régimen sobre todo lo referido a la represión clandestina, las disputas interfuerzas y la profundidad del plan refundacional" (p. 11).

Si bien existió un conjunto de normativas y procedimientos por parte de la Junta Militar, que incidieron en el comportamiento de las empresas periodísticas y de las y los profesionales de prensa, tales como el Comunicado N° 19; 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 confluyen al considerar que lo que realmente existió fue una alianza de complicidad.

El manejo que la prensa hizo de la realidad argentina no fue producto de los mecanismos coercitivos que la dictadura ejerció sobre ésta sino el resultado de una alianza "basada en el rol que los medios debían jugar...[y] que tenía como objetivo desinformar informando, de convertir a la información en una mercadería cuyos principales componentes habían sido extirpados con la finalidad de torcer la direccionalidad y eficacia de los significados, a fin de obtener un resultado establecido a priori que beneficiaba al poder" (Malharro y López G., 2003, p. 26).
También Borrelli (2010b) sostiene que la prensa "basó su operatoria en el ocultamiento y la negación pública de los crímenes por parte de las autoridades militares (lo que volvió estratégico controlar la información que circulara públicamente para hacer más inverosímiles las versiones que atravesaban todo el tejido social)" (p. 3).

Por su parte, Varela (2005) afirma que los medios de comunicación fueron el soporte desde donde la Junta Militar construyó "un discurso oficial que eliminara otras voces a través de la censura a medios o personas hasta llegar al extremo de

la detención, desaparición o exilio forzado de periodistas, intelectuales, artistas y trabajadores del ámbito de la cultura" (Varela, 2001, p. 2).

4. La producción discursiva del sentido

4. a- Puntos de partida

Entendemos al discurso a partir de Eliseo Verón (1987a) como configuraciones espacio-temporales del sentido en tanto que integran un sistema productivo en el cual y sólo dentro de él esa materialidad significante adquiere sentido. Desde la perspectiva veroniana, lo real resulta de una construcción discursiva producida socialmente. En esta dirección, Verón (1987a) postula una doble hipótesis como sustento de toda semiosis social por medio de las cuales se entiende que todo fenómeno social -en una de sus dimensiones constitutivas- es una producción de sentido, al tiempo que define a toda producción de sentido como socialmente producida.

Se formula que la actualidad existe *en* y *por* los medios. Los acontecimientos no existen antes de que los medios lo construyan, pero es necesario aclarar que esa realidad es concebida como una realidad en tanto devenir y presente como experiencia colectiva para los actores sociales (Verón, 1987b). Esto quiere decir que "después que los medios los han producido, los acontecimientos sociales empiezan a tener múltiples existencias, fuera de los medios: se los retoma al infinito en la palabra de los actores sociales, palabra que no es mediática es por eso que dicha realidad es nuestra realidad, vale decir intersubjetiva" (Verón, 1987b, p. 20).

A partir de la puesta en agenda de determinados temas, los medios producen una multiplicidad de relatos y voces narrativas y, en ese sentido, construyen mundos posibles que continúan en circulación en la semiosis mientras el medio los mantiene en su agenda (Escudero Chauvel, 1996).

A través de la estructuración del espacio y la distribución de secciones la instancia mediática construye su temática gestionando la visibilidad pública de los acontecimientos que trata, realiza una clasificación del espacio público en

categorías que permitan a los sujetos reconocerlas, comprenderlas, identificarse y reaccionar, que se da a ver y consumir, no los hechos mismos (Charaudeau, 2003). Sostenemos en este trabajo que la prensa gráfica en San Luis constituyó uno de los dispositivos de visibilidad fundamentales de construcción de sociabilidad, de autorrepresentación de identidades políticas, de arenas donde librar la lucha por imponer un sentido de la realidad, por erigir una pretendida verdad sobre lo común; en definitiva, un lugar de construcción de lo público.

En esta etapa del trabajo nos propusimos reconocer e interpretar la tematización del acontecimiento en los tres periódicos, los actores y las acciones que emergen en el discurso y sus valoraciones, como también las huellas de las condiciones de producción.

La metodología adoptada corresponde al análisis de discurso. Se consideraron los titulares, la ubicación en el periódico, los subjetivemas y la jerarquización, entre otras. El corpus está constituido por los ejemplares de los tres diarios durante los días 23, 24, 25 y 26 de marzo de 1976.

4. b -El análisis realizado: tapas de los medios de prensa locales día a día

23 de marzo

El diario *La Voz del Sud* (LVS), en su tapa, jerarquiza la noticia principal con un extenso titular que ocupa el ancho de la página: “Horas decisivas para el país. Están acuartelados los efectivos de las Fuerzas Armadas, trascendidos y rumores múltiples”. La información anticipa que se avecina un cambio de curso en la vida institucional del país. Es breve, se ubica en la parte superior de la tapa, sin fotografías y no hace mención a las fuentes. El resto de las noticias presentan temas de interés variado (aumento de la dieta de los concejales, accidente vial trágico y reunión de rotarios). Un pequeño recuadro aclara que el diario del día anterior no pudo salir debido a la carencia de materiales, aspecto que se reitera en los otros medios analizados y que remite a la escasez de papel para la impresión de diarios.

Por su parte, en la tapa de *La Opinión* (LO) no hay referencia directa ni se sugiere una anticipación de los acontecimientos que se desenlazan al día siguiente. La

noticia principal está acompañada por el título: “Excelente producción de manzanas se cosechó. Fue vendida a precios promocionales al pueblo de San Luis”. El resto lo ocupan noticias referidas a declaraciones del intendente y una denuncia por la presencia de ratas en la ciudad.

Por último, la tapa de *El Diario de San Luis* (EDSL), al igual que LVS anticipa de manera contundente la proximidad del Golpe, bajo el titular “Tensa expectativa en todo el país”. En el cuerpo de la noticia hace referencia a los movimientos militares y a la interpretación que surge “desde los distintos sectores” de la “inminencia de la toma del gobierno por parte de las Fuerzas Armadas”. También da cuenta del nerviosismo en el ámbito del gobierno donde no creen que pueda producirse la interrupción del orden democrático.

La segunda noticia en orden de importancia retoma las palabras del financista Jorge Antonio, banquero muy cercano a Perón y a la derecha peronista quien, en conferencia de prensa, legitima el Golpe: “...es necesario lograr una verdadera conjunción entre el pueblo y las Fuerzas Armadas como una de las condiciones que requiere el país”.

Integran el resto de la tapa un conjunto de cuatro noticias que presentan información sobre hechos de violencia que también contribuyen a reforzar la hipótesis de la necesidad del ingreso de los militares al poder.

De los tres medios analizados resaltamos que LVS y EDSL jerarquizan el acontecimiento en sus tapas y dan indicios de los hechos inminentes (rumores, acuartelamientos, trascendidos, expectativas). En cambio, LO no hace mención a la realidad nacional y se centra en lo local.

24 DE MARZO

El día del Golpe, la tapa de LVS, presenta acontecimientos fechados con el día anterior. Bajo el gran titular: "Tensa situación”, despliega otros secundarios que sintetizan los hechos previos al Golpe: “Fuerzas Armadas ocupan posiciones. Declaración de las 62. Deliberan miembros de los 106 gremios. Documento de la

CGT...". Es llamativo que al ser vespertino el medio no haya actualizado la información y que no haga referencia al Golpe que ocurrió en las primeras horas del día 24. Como el día anterior, asigna la información a “rumores” y destaca como *hecho* la agudización de la tensión que anticipa un desenlace. En refuerzo de esta hipótesis que deja entrever en el titular, informa acerca del comunicado de las 62 Organizaciones ante un *posible golpe*. Por otra parte, la segunda noticia de la tapa se titula: "Reunióse la Multipartidaria". Con tipografía de tamaño grande, y con un cuerpo breve, recupera las declaraciones de Ricardo Balbín al diario de Buenos Aires *La Razón*. El medio resalta en negrita las palabras del político que ratifican el desencadenamiento de los hechos con la frase “Ya está todo dicho”. En tanto que la tercera noticia ocupa todo el margen inferior de la tapa, dividida en tres columnas, con tipografía de gran tamaño, sin mención a ninguna fuente y con el titular: "Ola de violencia. Graves choques en La Plata". Los acontecimientos y actores son axiologizados con el uso de algunas adjetivaciones o a través de los verbos que los enmarcan en términos de *enfrentamientos* entre las fuerzas de seguridad y *sediciosos, subversivos,* que revisten *peligrosidad*. De esta manera, justifican por adelantado cualquier accionar represivo.

Por su parte, la tapa de LO*,* está dedicada en su mayoría al Golpe ya que, de diez noticias, siete se refieren a este acontecimiento. Se destaca un titular que constituye un encabezado que da sentido a todo el contenido de la tapa: “La Junta de Comandantes asumió hoy el Gobierno de la República”. A continuación, de manera descendente, se desarrollan las noticias con los siguientes titulares: “Juraron como comandantes Videla, Massera y Agosti”, “Nuevo jefe de Policía”, “Cesaron en sus funciones Gobernadores; Interventores, Legisladores y Funcionarios”, “Declaración de la Junta Militar”, “Efectivos militares se desplazaron en todo el país anoche” y “Decretóse feriado administrativo y escolar”. Resulta significativo que en la tapa se transcriba el contenido completo de la declaración de la Junta Militar (JM), explicitando su propósito de “restituir los valores esenciales que sirven de fundamento a la conducción integral” y los nueve puntos, de los cuales resaltamos “erradicar la subversión y permitir el desarrollo económico de la vida nacional”.

El ejemplar de EDSL presenta una volanta: “Último Momento” y el primer titular indica: “Una Junta Militar asume hoy el poder”, que ocupa de lado a lado la tapa,

con un importante tamaño de tipografía y fuerte carga de tinta. Es llamativo que en la misma noticia el medio publica dos informaciones correspondientes a dos fuentes distintas que presentan una variante en el relato de los hechos, una proviene de “una emisora de la vecina República del Uruguay” y la otra de un cable de la agencia Noticias Argentinas (NA). La información varía en cuanto al destino de la hasta entonces presidenta del país, María Estela Martínez de Perón. Mientras la radio uruguaya informa que la Presidenta fue conducida *detenida* al sur del país, el cable de NA solamente da cuenta de su viaje en un avión de la Fuerza Aérea con destino a la residencia El Messidor, en la provincia de Neuquén. Además, transcribe sólo un fragmento de la comunicación, bajo el titular: “Comunicado de la Junta Militar a las embajadas argentinas”, que LO, publica de manera completa, el mismo día.

La tercera noticia titulada “El nuevo Gabinete”, asignada a la agencia NA, presenta como trascendido los nombres de quienes van a asumir los ministerios del gabinete de la Junta Militar. El cuarto titular: “El ejército controla la ciudad de Buenos Aires” describe el alto grado de militarización de las calles de la Capital Federal en la madrugada del 24 de marzo.

De los tres medios, es particular la tapa de LVS que continúa centrada en la situación expectante previa al Golpe. En tanto, LO y EDSL jerarquizan el acontecimiento y dan cuenta de éste sin interpretaciones ni ponderaciones, limitándose a asignarle a los actores “Fuerzas Armadas” las acciones desprovistas de cualquier sentido político: *asumir, jurar, cesar, desplazar, ocupar, controlar, restituir, erradicar*. En contraste, los actores que se construyen de manera antagónica, en continuidad con la enunciación de días previos, aparecen valorados negativamente bajo las adjetivaciones de *violentos, peligrosos, sediciosos*. Esta construcción discursiva se irá consolidando con el correr de los acontecimientos.

25 DE MARZO

La tapa del día posterior al Golpe, de la LVS, destaca el titular "Gobierna la Nación una Junta Militar”. La noticia no da cuenta de ninguna fuente de información,

ocupa el margen superior completo de la página, utiliza tipografía en mayúsculas, con fuerte carga de tinta, y de gran tamaño. Los demás titulares que se observan son: “Disolvióse el Congreso”, “Intervienen la CGT y la CGE”, “Remueven la Corte y suspenden la actividad política y gremial". En cuanto al cuerpo de las noticias la información que presenta es de carácter descriptivo de las acciones llevadas a cabo por la JM, desde el momento de su asunción. En esta misma noticia transcriben fragmentos de la proclama de la Junta que expone los principios que la orientan, entre los que destacamos: “la revolución no tiene orientación partidista, y que el pueblo todo está convocado a trabajar por la recuperación del país".

Asimismo, en el margen derecho de la tapa, en un recuadro de forma destacada se informa: "Designaron el Gabinete Nacional". El cuerpo de la noticia menciona la nómina de los miembros del nuevo gabinete nacional. En un sentido similar las siguientes noticias se refieren a quienes asumen en el orden provincial: "Designaciones en el orden local" y "Barbuy interventor en San Luis". Destacamos que en la narración del diario la ceremonia del día 24 de marzo se presenta como “breve y estrictamente castrense”.

La tapa del periódico LO retoma la diagramación habitual caracterizada por el atiborramiento de información, ya que prácticamente no hay espacios en blanco, fotografías, ni jerarquización en el tamaño de la tipografía de los titulares y el cuerpo de la noticia. En la parte superior se lee el titular y la noticia que desarrolla en el mismo espacio: “El Brigadier Aldo Mario Barbuy asumió la intervención de San Luis”. En la información hay declaraciones del coronel Miguel Ángel Fernández Gez[59] ante “los hombres de prensa”, luego de prestar juramento. En sus dichos explicita el pensamiento de las Fuerzas Armadas respecto de la lucha “agresiva contra la subversión” y en relación a los/as detenidos indica: “aten cabos ustedes que los aprehendidos están incursos en una u otra cosa”. El resto de las noticias se refieren preponderantemente a las designaciones y disposiciones dentro del nuevo régimen.

[59] Además, de ser el Jefe del Comando de Artillería 141, Fernández era la máxima autoridad provincial de la Dictadura, por debajo de Luciano Benjamín Menendez, jefe del III Cuerpo de Ejército, con asiento en Córdoba. Fue condenado a prisión perpetua en los cuatro juicios por delitos de lesa humanidad en San Luis.

En cuanto a EDSL, la tapa está dividida en dos partes, la superior de mayor tamaño corresponde a la noticia principal bajo el título: “Prestaron juramento los tres comandantes de la Junta Militar”. En tanto que la segunda parte, en la mitad inferior, se abocan a la asunción del gobierno militar en la provincia. El titular sintetiza los hechos: “Asumió el interventor militar en San Luis, Brigadier Barbuy”. La bajada afirma “Clima de tranquilidad en toda la provincia”.

La primera noticia está destacada tanto en el tamaño de su titular como por las fotografías que consisten en los retratos en tamaño grande de cada uno de los militares que encabezan la JM que tomó el poder: Orlando Ramón Agosti, Jorge Rafael Videla y Emilio Eduardo Massera. Las fotos tienen como objetivo dar a conocer los rostros y nombres completos de estos mandatarios. La acción central es “tomar juramento”, lo que implica una legitimación de dicho acto de ocupar el poder. Los actores son “Los comandantes generales del Ejército”Ea quienes se los muestra con gran autoridad y legitimidad.

El actor principal es la JM la cual “asumió el control”. Cabe destacar que toda la información nacional y las fotografías se asignan a un cable de la Agencia Noticias Argentinas.

La segunda noticia, de alcance local, posee una fotografía de importante tamaño en la que se muestra el momento de la jura del Brigadier sobre los Santos Evangelios, con el pie de foto: “Jura el interventor militar en la provincia de San Luis, brigadier Aldo Mario Barbuy. A la izquierda el Comandante de Artillería coronel Miguel Ángel Fernández Gez” y anticipa que el desarrollo de la noticia se realiza en el interior del diario, en la página 16. Se sobreentiende que la información provincial y la fotografía publicada son generadas por el propio medio.

Este día la construcción discursiva tiende a homogeneizarse en el orden del enunciado y la enunciación, lo cual remite a las condiciones de producción de un sistema que impone las reglas del decir. Es significativo que el día posterior al Golpe las acciones (de *asumir, jurar*) configuran un *orden institucional* que busca legitimarse mediante las ritualidades del juramento, la ceremoniosidad, *austeridad,* seriedad y *formalidad* que le otorga, entre otros, la presencia del

escribano de gobierno. Por otra parte, a los militares se los reviste de capacidades, en tanto que son actores que *están preparados* para enfrentar circunstancias difíciles desde un *saber cómo* y un *poder hacer*.

26 DE MARZO

En la tapa de LVS se lee: "Reina tranquilidad en todo el territorio nacional. Se reanudaron los vuelos de cabotaje. Continúa el feriado bancario y judicial. Las emisoras reanudaron sus transmisiones". Este titular ocupa el margen superior completo, en tres líneas, con letras mayúsculas, de gran tamaño y con una carga de tinta importante. En el cuerpo de la nota, sin dar cuenta de ninguna fuente, se recalca que la sociedad ha recuperado la tranquilidad y la armonía, *gracias* a los militares: *"*El país *va recuperando* su habitual fisonomía, en un clima de tranquilidad que hace tiempo no existe. La ola de violencia *ha cesado frente a la ocupación militar, y el severo control que ejerce"*. Por primera vez, el medio, en el cuerpo de la noticia, explicita su apoyo al desempeño de los militares, quienes son presentados como los garantes del orden. La severidad y el control son justificados, porque permiten concluir con la violencia que ejercen "otros".

En el margen derecho de la tapa se desarrollan tres noticias breves: "Las clases se reanudan el lunes", "En la Comuna" y "Clausuran el hipódromo de San Isidro". En las mismas se describe, de manera muy acotada la información.

Con respecto al último título, teniendo en cuenta la jerarquización de la información, el diario publica: "Las nuevas autoridades de la provincia". La noticia ocupa el margen inferior completo. Con letras mayúsculas, de gran tamaño y con una carga de tinta importante. No da cuenta de ninguna fuente. Por primera vez aparece una fotografía que muestra el momento en el que el interventor federal brigadier Aldo Barbuy jura su cargo sobre una Biblia. En el cuerpo de la noticia se amplía la información que había sido anticipada en el diario del día 25, sobre los miembros del flamante gabinete.

Dos días después de consumado el Golpe de Estado, un 90 por ciento de la tapa de LO, presenta informaciones relacionadas al acontecimiento. Jerarquizan la

noticia de orden nacional “Fue suspendida la actividad política y gremial en el país” y otra provincial: “Designaciones de la Intervención Militar”, con una bajada que indica: “El Capitán Julio Horacio Videla Sánchez se desempeñará en Difusión y Relaciones públicas”. En columnas más angostas que se ubican entre las noticias referidas y con textos breves, se presentan informaciones relacionadas con el retorno de las actividades para el personal docente de la UNSL; luego, con el título “Sobre los detenidos”, la Dirección de Difusión informa que no dará a conocer la nómina de detenidos en San Luis por disposición de la Junta Militar (JM). Con similar disposición y jerarquización, se informa que el lunes 26 comienzan las clases en las escuelas de la Provincia. La mitad inferior de la página, mantiene la tematización relacionada con actividades de la JM, en tanto jerarquiza por ubicación y carga de tinta el título “La Junta Militar exhorta a la Juventud”. Esta noticia transcribe el contenido del Comunicado N° 13, del que seleccionamos algunas frases, que pueden resultar enriquecedoras para este trabajo: “En los trascendentes momentos que vive la República…se dirige a la juventud de la Patria convocándola a participar sin retaceos ni preconceptos, en el proceso de reorganización que se ha iniciado”.

El periódico transcribe dos comunicados de la JM. Con el título “Suspenden el derecho a huelga”, el comunicado N° 52, y con “Designóse Interventor en la CGT”, reproduce el Comunicado completo N° 58.

Bajo el encabezamiento “Normas sobre el hábito eclesiástico”, presenta de manera textual la carta del cardenal Sebastian Baggio, en la que insta a los obispos a cumplir con las normas de vestimenta. Completan la tapa del periódico LO noticias sobre otros temas.

En la página 4, con el título “A la población” se da a conocer el Comunicado N°9 de la JM, que “aconseja” evitar circular por la vía pública durante la noche.

El tercer medio analizado, EDSL, en su tapa le da preeminencia a las medidas que suspenden la actividad político y gremial. Los principales titulares, de mayor a menor importancia, son: “Se suspende toda actividad política” y “También se suspenden las medidas de fuerza y el derecho a huelga”. Un último titular sin desarrollo da cuenta del resultado de un partido de fútbol local. Las dos noticias principales de la tapa corresponden a cables de NA y en la primera se reproduce textualmente el Comunicado N° 45 de la Junta Militar.

En el interior de la publicación, toda la página 4 está ocupada por una noticia que surge de un cable de la misma agencia con el titular “El país retorna a la normalidad”, con una fotografía de una escena urbana de Buenos Aires con el epígrafe “Las calles del centro de la Capital Federal, tal como muestra la fotografía, recobraron su habitual normalidad".

En las tapas del 26 de marzo, los tres medios analizados continúan una línea discursiva de homogeneidad. El sentido producido se orienta a la construcción de un estado de orden y armonía, que está dado en el discurso por el cese de lo político y lo gremial. La calma y el orden, aparecen configurados de manera opuesta a la violencia y el desorden y se sustentan en el conjunto de medidas tomadas por la JM. En sus implicancias, el discurso conduce a un disciplinamiento de la población a la cual se le atribuye un papel pasivo que posibilite a los militares, garantes de la paz social y el bienestar económico, llevar a cabo su programa de gobierno.

CONCLUSIONES

Los medios locales en estos cuatro días analizados construyen una trama narrativa que, partiendo de un estado de caos y violencia, se transforma en calma y paz social gracias a la irrupción de las fuerzas militares en la conducción del país. Por lo tanto, en consonancia con la prensa nacional, contribuyen a fortalecer la legitimidad del accionar militar que propicia un escenario de aceptación y obediencia social para instalar “el plan sistemático de represión y exterminio”.

A diferencia de los diarios de Buenos Aires, los de San Luis y Villa Mercedes exhiben, como huella de las condiciones de producción, la precariedad de materiales y recursos, escasa rigurosidad periodística en el tratamiento de la información y el apego a la redacción propia de los cables de las agencias de noticias. Asimismo, otra particularidad es el ocultamiento de los hechos represivos y de violencia en el ámbito local, al ubicar esta problemática en ciudades de otras provincias. Esto refuerza la construcción discursiva de San Luis como un lugar tranquilo, donde las actividades cotidianas podían realizarse sin sobresaltos y con total *normalidad*.

Sin embargo, en cuanto a la línea editorial asumida hay una concordancia entre la prensa local y nacional, a partir de *lo dicho* y los *modos del decir,* como también de lo silenciado (lo *no dicho*). Tal como plantean los autores citados en este trabajo respecto de los diarios de circulación nacional (Malharro y Gijsberts, Borrelli y Varela), nosotras sostenemos que los medios de San Luis, por acción u omisión, sostuvieron la discursividad oficial sobre la cual se apoyó el nuevo régimen dictatorial que iniciará el periodo más oscuro de nuestra historia.

BIBLIOGRAFÍA

- Borrelli, M. (2010a) *Voces y silencios: La prensa argentina durante la dictadura militar (1976-1983)*, Perspectivas de la Comunicación, Vol 4, N° 1, Universidad de la Frontera, Temuco, Chile. Disponible en: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3750384---------- (2010b) *¿Víctimas, héroes o cómplices? Memorias en disputa sobre el rol de la prensa durante la última dictadura*, Avatares N° 1, Buenos Aires, carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, agosto, pp. 2-17. Disponible en: https://publicaciones.sociales.uba.ar
- Charaudeau, P. (2003) *El discurso de la Información, Comunicación y Medios constructores del espejo social*. Gedisa
- Díaz, C. L. (2002) *La cuenta regresiva. La construcción periodística del golpe de Estado de 1976,* La Crujía Ediciones, Buenos Aires, Argentina.
- Escudero Chauvel, L. (1996) *Malvinas: el gran relato. Fuentes y rumores en la información de guerra*, Gedisa, Barcelona---------- (2002) *Un sujeto patémico: Los desaparecidos en la prensa argentina*, Gedisa, Barcelona.
- Malharro, M. y López Gijsberts, D. (2003) *La tipografía de plomo. Los grandes medios gráficos en la Argentina y su política editorial durante 1976-1983*, Ediciones de Periodismo y Comunicación EPC Medios, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.
- Varela, M. (2005) *Los medios de comunicación durante la dictadura: entre la banalidad y la censura*, en Camuflage Comic. Censorchip, Comics, Culture and the Arts. Disponible en: https://www.academia.edu/1072677/Los_medios_de_comunicaci%C3%B3n_durante_la_dictadura_entre_la_banalidad_y_la_censur

- Verón, E. (1987 a) *La Semiosis Social*. Gedisa Editorial, Buenos Aires.—---------- (1987 b) *Construir el acontecimiento,* Gedisa, Buenos Aires.—--------- (1987c) “La palabra adversativa”. En: *El discurso político. Lenguaje y acontecimientos*. Editorial Hachette, Buenos Aires.

MESA 19:

POLÍTICAS PÚBLICAS, ACCESO A LA INFORMACIÓN, DERECHO Y COMUNICACIÓN

Coordinadora de mesa:
Barral Grigera, Noelia

CURSOS VIRTUALES COMO ESTRATEGIA PARA FAVORECER LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LEY DE EDUCACIÓN SEXUAL INTEGRAL EN ESCUELAS DE TODO EL PAIS.

Antonella Belluci | Fundación Huésped
antonella.bellucci@huesped.org.ar

Marcelo Gutierrez | Fundación Huésped
marcelo.guiterrez@huesped.org.ar

Mariana Villegas | Fundación Huésped
marcela.villegas@huesped.org.ar

INTRODUCCIÓN

Hace 16 años tuvo lugar la sanción de la ley nacional n° 26150 de Educación Sexual Integral-ESI (2006). Según su artículo 1 se estipula que "todos los educandos tienen derecho a recibir educación sexual integral en los establecimientos educativos públicos, de gestión estatal y privada de las jurisdicciones nacional, provincial, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y municipal". Esto resultó un gran hito legislativo en tanto y en cuanto dicha normativa propuso un novedoso paradigma educativo. Desde este la sexualidad debía ser comprendida y abordada de una manera integral, asumiendo que se encuentra presente a lo largo de toda la vida de las personas y expresándose de múltiples maneras (Cahn et al, 2021). Asimismo, la ley de ESI también se integra en el marco de un conjunto

más amplio de políticas públicas que en las últimas décadas han venido promoviendo un paradigma que conciba a niñas, niños y jóvenes como sujetos titulares de derechos humanos. Entre estas destacamos particularmente la Ley 26.061 de Protección Integral de Niños, Niñas y Adolescentes del año 2005 y la actualización realizada durante el año 2015 del Código Civil y Comercial en sus artículos 25 y 26 que refuerzan el principio de autonomía progresiva.

Correlativamente el artículo 8 de la ley de ESI previó que las personas a cargo de la docencia deben recibir información y capacitaciones de acuerdo a los ejes propuestos en el marco de dicha ley. Actualmente y habiendo transcurrido alrededor de una década y media respecto de aquella sanción legislativa, es que desde Fundación Huésped realizamos diferentes acciones de comunicación y capacitación para reforzar su cumplimiento, sin perder de vista su especial carácter dinámico y cambiante. Este dinamismo supone la necesidad de acompasarse respecto a las otras transformaciones sociales, y también legislativas, que han ido sucediéndose posteriormente a lo largo del tiempo y que impactan de múltiples maneras en la experiencia cotidiana en torno a la sexualidad, de las comunidades educativas en los territorios.

En este sentido, en esta ponencia queremos reflexionar a partir de lo realizado durante estos últimos años a través de estrategias de intervención en los diferentes territorios en espacio educativos formales. A partir de ellas hemos elaborado diferentes materiales y la traducción de las mismas en cursos virtuales para cada nivel educativo. La sistematización de nuestras experiencias resulta clave para implementar la ESI ante la dificultad que supone el desafío del sentido común y a los tabúes en torno a la sexualidad. Apostamos por generar contenidos y materiales partiendo de las voces de quienes forman parte de la comunidad educativa proponiendo pensarse como sujetos/as sexuados desde sus propias vivencias para desde allí reflexionar en torno a su hacer como educadores/as. Esta apuesta se funda en una búsqueda de mejorar el alcance de nuestras intervenciones. Es por eso que diseñamos los cursos con la premisa de estimular la confianza en el abordaje de la temática, involucrándose sin la necesidad de delegar en expertos o especialistas. Asimismo, la difusión de los cursos partió también de las redes armadas en función de nuestras experiencias de trabajo, así como mediante estrategias de comunicación a través de redes social a nivel

institucional. A su vez los cursos virtuales están puestos en función no solo de robustecer los conocimientos de los adultos, sino además para facilitar la promoción de los derechos humanos de los niños, niñas y jóvenes a recibir una educación sexual integral como presupuesto insoslayable para el desarrollo, también integral, de su personalidad.

Estamos advertidos de que aún continúa suponiendo un desafío la implementación de la ley de ESI en tanto política pública. Y si ese desafío nos interpela es dado que concebimos a estas como herramientas que permiten vehiculizar intervención y acción social con capacidad para regular y hasta transformar las sociedades en cuyo seno emergen. Si las políticas públicas suponen, aun implícitamente, visiones de mundo y proponen modelos diferenciados para concebir a los sujetos (Shore, 2010), apostamos por la importancia de intervenir allí en la implementación de la ESI para aportar en la efectivización del paradigma de niñas, niños y jóvenes como titulares de derechos humanos. Gracias a nuestro trabajo en territorio hemos podido registrar que según la experiencia docente, una de las principales dificultades que afronta la correcta aplicación de la ESI tiene que ver con una insuficiente formación en la materia. Con todas estas consideraciones es que Fundación Huésped asumió un compromiso en realizar esfuerzos y aportes en la remoción de dicho obstáculo.

Palabras clave: Políticas públicas – educación sexual integral – cursos virtuales

SOBRE FUNDACIÓN HUÉSPED Y NUESTRA PERSPECTIVA DE TRABAJO

Fundación Huésped nació en el año 1989 como una organización de la sociedad civil en Ciudad de Buenos Aires con el objetivo de aglutinar la cooperación de familiares y amigos de personas con VIH para brindar una respuesta a la entonces flamante pandemia de VIH-sida. Su antecedente inmediato había sido la experiencia del servicio de infectología del Hospital Fernández, centro de referencia para el tratamiento de los primeros casos diagnosticados con VIH-sida a partir del año 1982 en el área metropolitana de Buenos Aires. Este servicio había oficiado de núcleo articulador entre los primeros médicos que a nivel local se involucraron con la temática, así como usuarios, activistas y familiares. Por eso, en el año 1989 se formó la institución con el objeto de darle un cauce orgánico a la

voluntad de solidaridad de quienes se acercaban al Servicio de Infectología del Hospital Fernández. Una particularidad relevante es que desde sus inicios la institución pregonó por un entendimiento complejo e integral de la salud, focalizando en la necesidad de garantizar el derecho a la igualdad y remover las barreras de discriminación, estigma y marginación que como determinantes sociales de la salud y enfermedad pesaban sobre las personas que vivían con el virus, los usuarios en tratamiento antirretroviral, sus familiares y sus amigos.

Con el cambio de siglo, y partiendo de la base del descubrimiento y ampliación de los tratamientos para afrontar la pandemia, los objetivos y poblaciones destinatarias de la organización se fueron ampliando. El abordaje de la pandemia producida por el VIH comenzó a integrarse en el marco más general de la promoción de políticas en salud sexual y (no) reproductiva desde una perspectiva de derechos. En consonancia, desde el año 2002, comienzan a incluirse acciones territoriales en zonas vulnerabilizadas del área metropolitana de Buenos Aires, principalmente con niños, niñas y adolescentes mediante programas que favorecían el acceso a derechos y la promoción de la salud. Desde entonces, también se extendieron las tácticas e intervenciones desde la atención médica, hacia la incidencia política, la comunicación masiva por redes, la investigación científica y el brindado de servicios abiertos a la comunidad como las principales herramientas institucionales.

Esto supone que, desde su inicio, Fundación Huésped se propuso trabajar junto a distintos estamentos del Estado, organizaciones comunitarias, efectores de salud y comunidades educativas para construir espacios donde promover de modo conjunto e intersectorial el derecho a la salud en general, y a la salud sexual y reproductiva en particular. Y si bien inicialmente el foco estuvo en la prevención de las infecciones de transmisión sexual y la defensa de los derechos de las personas con VIH, esto gradualmente fue integrado en un abordaje mayor y más complejo. No es posible proponer una respuesta aislada a la pandemia del VIH respecto de otras variables como las violencias de género, el acceso a los derechos sexuales y (no) reproductivos, el abordaje integral de la sexualidad en los distintos espacios, las representaciones que circulan en torno a las adolescencias, entre otros.

En este marco de ampliación de la mirada y la acción, trabajar por la plena implementación de la ESI resulta ser no solo necesario sino también un desafío enorme e impostergable. Por esto mismo es que desde Fundación Huésped venimos generando propuestas de trabajo en conjunto con el Estado en sus distintos niveles, nacional, provincial o municipal, así como organizaciones sociales.

En todos los casos, nuestra misión implica fortalecer las habilidades institucionales en el trabajo en ESI y derechos sexuales y (no) reproductivos para las infancias y adolescencias. Y para esto también resulta insoslayable tomar cuidados respecto a cómo impulsamos nuestras estrategias. Aquí, insistimos, es que cobra significativa relevancia el trabajar con quienes ya constituyen y participan de las instituciones existentes en los territorios. Así entonces podremos elaborar propuestas no desacompasadas de la realidad efectiva que viven adultos, niños y jóvenes, sino integradas en su experiencia cotidiana y así entonces más probablemente efectivas.

Nuestras estrategias de intervención y capacitación han sido construidas como resultado de la experiencia de trabajo, primero con infancias y adolescencias de modo directo y luego con las personas adultas en contacto cotidiano con aquellas.

Trabajar con estos adultos resulta imperioso a los fines de comprometerles para que luego puedan velar por el cumplimiento de los derechos de niñas, niños y jóvenes en la cotidianidad, haciendo énfasis en el vínculo ya existente entre jóvenes y personas adultas como una estrategia de implementación. Es así que nuestros antecedentes concretos de trabajo resultan luego fuentes significativas de información dado que trabajamos desde la sistematización de nuestras experiencias (Nirenberg, Brawerman y Ruiz: 2003, Messina: 2005, Jara Holliday: 2012) para construir nuestros cursos virtuales, nuestros materiales formativos y en última instancia, para producir conocimiento (De Souza Santos, 2010) sobre los derechos sexuales y reproductivos de los que niñas, niños y jóvenes resultan titulares.

Por último, partimos de una concepción de la sexualidad que no se reduce a la genitalidad, sino que integra otras dimensiones de nuestra existencia como el erotismo, la autoestima, el bienestar, el afecto, el amor, los cuidados de la salud, entre otros. Así la sexualidad se presenta como un asunto de complejidad que involucra aspectos biológicos, pero también sociales, psicológicos, éticos y afectivos (Morgade et al, 2016). Y desde esta conceptualización es que argumentamos en favor de un abordaje institucional también complejo, enmarcado en el trabajo en red o articulado con escuelas, espacios de salud, centros comunitarios y clubes, es decir con todos aquellos espacios fundamentales donde se desarrolla parte importante de la vida de las infancias y adolescencias. Estas instituciones, en tanto múltiples espacios de socialización, son un lugar privilegiado para trabajar estas temáticas. A través de la reorganización de hábitos institucionales, el abordaje de los emergentes o la tramitación de las situaciones que irrumpen (Cahn et al, 2021), entendemos que se puede fortalecer y promover el pleno goce y ejercicio de los derechos de niños, niñas y adolescentes amparados por convenciones internacionales y leyes nacionales.

SOBRE LOS CURSOS VIRTUALES POR NIVEL

Por lo ya dicho, partimos de un diagnóstico realizado en función de nuestro trabajo territorial, desde donde emprendimos el desarrollo y actualización de cursos virtuales sobre ESI para docentes de todos los niveles, a saber, inicial, primaria y secundaria. Nuestro proyecto venía aquí a intentar brindar satisfacción a una demanda creciente para mejorar y ampliar la formación docente en la temática.

Por lo tanto, el diseño de los cursos se nutrió de nuestro trabajo previo acompañando la implementación de la ley de ESI en escuelas. Para eso nos propusimos modelizar una propuesta de formación centrada en disparadores diseñados a partir de escenas concretas donde la sexualidad estuviese presente, y que fuimos recabando desde nuestra propia experiencia de trabajo en comunidades educativas. Creímos que esto resultaba fundamental para acercar el entendimiento integral de la sexualidad traspasando las formulaciones más

abstractas y conceptuales, para así encarnarla en vivencias sumamente cotidianas que pueden presentarse fácilmente, y de hecho se presentan, en la rutina escolar.

El curso *"Educación sexual integral"* se destinó a toda la comunidad educativa, docentes, directivos, equipos de orientación escolar, bibliotecarios, administrativos, auxiliares y familias. En él se propuso un recorrido auto-guiado para que las personas puedan abordar los materiales a su ritmo y volver sobre ellos todas las veces que sea necesario. Son cursos que cuentan con mucha interactividad disponiendo distintas herramientas como canva, genially, videos y audios. Como instancia de capacitación, el curso no previó evaluaciones, espacios de tutorías ni otorgó puntaje docente alguno.

El tránsito a lo largo del curso se organizó de manera segmentada en seis sucesivos módulos. En cada uno de estos se propusieron abordajes de situaciones y problemáticas cotidianas que suceden en las escuelas. Además, se brindaron herramientas teóricas y prácticas articuladas con el fin de identificar facilitadores y obstaculizadores para la efectiva implementación de la ESI. Asimismo, en cada módulo se desarrollaron contenidos construidos a partir del marco legal vigente y de experiencias del sector educativo a nivel nacional. De esta manera, garantizamos que los materiales desarrollados contemplasen las diferentes realidades educativas de nuestro país.

Estos seis módulos iniciaron el recorrido con una introducción sobre la ESI, abordando enfoques y distintos mitos relativos a la sexualidad para ser desarmados. Asimismo, pusimos el foco en la necesidad de conocer a la comunidad educativa según los distintos roles que ocupan las diferentes personas adultas. En forma de ilustraciones se fueron presentando situaciones que pueden irrumpir en el cotidiano y compartimos recursos para que quienes transiten el curso puedan descargar. Allí podrían luego acceder a actividades y juegos, concluyendo con una referencia al marco normativo que da sostén a la ESI como política pública promotora de derechos humanos.

A continuación presentamos algunos recortes graficando situaciones que irrumpen en la vida escolar seleccionados del curso por nivel educativo:

Imagen del curso ESI - Sección destinada a docentes de nivel inicial

Imagen del curso ESI - Sección destinada a docentes de nivel primario

Imagen del curso ESI - Sección destinada a docentes de nivel inicial

Por nivel educativo presentamos tres situaciones que irrumpen, estas abordan diferentes temas sobre sexualidad integral. Cada una de estas situaciones son el resultado de la experiencia compartida de docentes en talleres, charlas o conversatorios a lo largo de muchos años de trabajo en los territorios. Vemos, a través de los resultados de las encuestas y comentarios que nos acercan las personas docentes, que este recurso es muy valorado por la identificación que genera.

A su vez, cada una de estas tres imágenes que presentamos resultan ser recortes respecto de una historia gráfica con varias viñetas. Al final de cada historieta se hallaba disponible un archivo tipo audio. Al reproducirlo podíamos escuchar la voz de una persona docente de ese nivel educativo en particular, invitando a la reflexión respecto de esa situación y a la formulación de interrogantes en clave de sexualidad integral. Así compartimos ideas posibles sabiendo que no existen recetas mágicas, estandarizadas ni algoritmos cuando trabajamos con otros/as. Pero destacando aquí la importancia de visibilizar el trabajo en red para buscar los mejores modos de acompañar y acompañarnos.

SOBRE EL CONTEXTO Y LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

El armado de cursos virtuales ya estaba presente como parte de nuestra labor desde el año 2017. Sin embargo, el contexto desatado por la pandemia de Covid-19 y las implicancias del aislamiento social operaron como un fuerte estímulo para potenciar el desarrollo de todas nuestras estrategias que supusiesen un soporte virtual.

La centralidad que cobró la virtualidad en el sostenimiento de los vínculos sociales, impactaron de un modo favorable en la familiarización con este tipo de propuestas. Además esta estrategia nos permitió aumentar exponencialmente nuestro alcance territorial y poder lanzar el curso a nivel nacional.

El curso *"Educación sexual integral"* fue el inicio de una serie de propuestas formativas similares que armamos para trabajar la sexualidad con otros múltiples destinatarios/as. Por un lado, avanzamos en el armado de un curso pensado para efectores de salud y por otro para personas adultas que participan o trabajan en espacios de educación no formal, organizaciones comunitarias, comedores, clubes y todo tipo de instituciones donde las niñeces también se encuentran y donde también se pone en juego la sexualidad entendida de forma integral.

En cuanto a las estrategias de comunicación las podríamos ordenar en dos grandes ejes. Por un lado, la estrategia de difusión masiva que realizó el equipo de comunicación de Fundación Huésped. Esto implicó una fuerte presencia en redes sociales, particularmente en Instagram, y segmentada por las regiones en las que se iba abriendo el curso de manera sucesiva. También se realizaron envíos a la base de correos electrónicos de personas vinculadas a distintas comunidades educativas que fueron sistematizadas gracias al trabajo en territorio a lo largo de muchos años.

Por otro lado, impulsamos estrategias de difusión llevadas adelante por el equipo de trabajo territorial y educativo, activando la muy extendida red de articulaciones con la comunidad educativa construida artesanalmente a lo largo de años de trabajo en los territorios. Esto nos facilitaba diversificar los perfiles de destinatarios incluyendo a personas de comunidades educativas con una presencia menos

asidua en redes sociales. A su vez, gracias a esto pudimos retomar muchos de aquellos vínculos que durante el año 2020 se habían visto interrumpidos o afectados. Las consecuencias sociales de la pandemia y el aislamiento social, extremaron y visibilizaron en primer plano, como nunca antes, las situaciones de vulnerabilidad y emergencia. Y las instituciones y organizaciones con las que trabajamos no estuvieron exentas.

PERFIL DE LAS PERSONAS INSCRITAS A LOS CURSOS Y ALGUNOS DATOS RELEVADOS

La apertura del curso fue implementada en tandas según distintas regiones del país. Así iniciamos en el mes de mayo del año 2021 con la región Centro que incluía a las provincias de Santa Fe, Córdoba y La Pampa. Luego avanzamos con las provincias del nordeste y parte del litoral aglutinando a Corrientes, Formosa, Entre Ríos, Misiones y Chaco, el noroeste para Jujuy, Salta, Tucumán, Catamarca y Santiago del Estero, Patagonia, Cuyo, y finalmente CABA y Provincia de Buenos Aires en el mes de octubre.

La inscripción y conclusión de los cursos fue acompañada del relevamiento de datos mediante la técnica de encuesta auto-administrada, y en modalidad online con un cuestionario semiestructurado que incluyó preguntas cerradas con opciones de respuestas y algunas preguntas abiertas para profundizar en cuestiones claves o para conocer los porqués de algunas respuestas dadas ante preguntas cerrada (Cohen y Gómez Rojas, 2003). Aquí indagamos en torno a la experiencia en formaciones de modalidad virtual y en trabajo con una perspectiva integral de la sexualidad, en cómo se implementa la ESI en la escuela donde trabajan y en las principales dificultades para su implementación.

La apertura por tandas regionales, y así entonces el relevamiento de datos, nos permitió obtener un panorama general y otro regional a los fines de trazar comparaciones sobre los puntos mencionados.

Al cierre de la última tanda pudimos contabilizar un total de 5.248 personas inscritas en los cursos. Sobre ese total, una notoria mayoría del 85,44% se reconocían mujeres, mientras que 8,89% lo hicieron como varones. Un 0,51%

prefirieron identificarse como personas trans o no binarias, y un 5,16% omitió dar una consideración respecto de su identidad de género.

Preguntados por el nivel donde ejercen como docentes la mayor proporción de su jornada, el 47,17% indicó ser docente de nivel secundario. A su vez, un 18,38% mencionó serlo de primaria primer ciclo, el 17,39% de primaria segundo ciclo y un 17,03% docente de inicial.

Contabilizados los inscriptos por regiones, advertimos que el 22,35% pertenecían a las provincias del Centro, el 19,41% pertenecían a las provincias que componen el NOA, un 16,63% pertenecían a las provincias del NEA, un 16,29% pertenecían a la Patagonia, 10,91% a Cuyo y, por último, un 10,59% pertenecían a la Provincia de Buenos Aires y a la Ciudad de Buenos Aires. Del total de personas graduadas un 82,94% fueron personas identificadas como mujeres y un 11% como varones.

Del total de las personas inscritas un 15,79% respondió la encuesta de finalización del curso. Allí un 93,25% de las personas encuestadas valoró positivamente la claridad de los conceptos y de los contenidos expuestos en general. Asimismo un 85,28% ponderó la utilidad de los contenidos para su aplicación concreta en el marco de sus tareas cotidianas en la comunidad educativa. Una gran mayoría que asciende al 93,41% de las personas encuestadas indicó a las redes sociales como la vía a través de la cual tuvo conocimiento de la convocatoria para realizar el curso.

Preguntados por su familiaridad en recorridos de formación virtual, un 74,69% reconoció contar con algo de experiencia, manejando algunas herramientas digitales y entornos virtuales de aprendizaje. Un 17,31% advirtió tener mucha experiencia en ese sentido, y por último un 7,99% dijo sentirse poco o nada familiarizado. Estos porcentajes se presentan de un modo regular a lo largo de todo el país, exceptuando la región noroeste. Allí el porcentaje de personas con poca o nula experiencia en formaciones virtuales superó por dos puntos a quienes tienen mucho conocimiento. Creemos que estos datos resultan relevantes para continuar pensando respecto de los modos en que mejorar la implementación de esta política pública. Esto especialmente considerando que en la actualidad tanto desde el Estado como desde la sociedad civil se vienen impulsando cada vez más estrategias basadas en formatos virtuales para promover capacitaciones y talleres.

Luego preguntados los docentes respecto de las formas a través de las cuales se implementa la ESI en las comunidades educativas donde trabajan, advertimos que el 45,97% indicó que aquella se hace efectiva al interior de la currícula. Un 41,94% mencionó asimismo su incorporación a través de un plan institucional. El 27,10% sostuvo que se implementa en momentos específicos, como por ejemplo, durante la Semana de la ESI. Un 18,95% indicó como parte del trabajo durante las jornadas docentes, un 12,83% a través de situaciones puntuales, y por último un 5,44% mediante la modificación de lógicas institucionales tales como el código de conducta y vestimenta, en el uso de los espacios, entre otros.

Preguntados respecto de las dificultades para implementar la ESI, una significativa mayoría de las respuestas se concentraron en la falta de formación docente (62,07%). En segundo lugar, aunque bastante alejada en cuanto a menciones, aparece la oposición de muchas familias a que se hable de sexualidad integral (26,37%). Por último, las opciones que ponían el acento en la falta de acompañamiento institucional para la implementación así como la inexistencia de obstáculos alcanzaron ambas un 18% de las respuestas.

Finalmente, consultados por una valoración respecto de los contenidos del curso o aquellos que le resultaron más provechosos se destacaron las referencias al marco normativo, el uso de juegos, historietas y audios para presentar los contenidos, el uso de ejemplos, la claridad conceptual y la transversalidad de lo presentado.

Asimismo, preguntados por los contenidos o aspectos faltantes a ser abordados se repitieron menciones a salud mental, masculinidades, pueblos originarios, poblaciones rurales, personas con discapacidad y problemáticas en torno a redes sociales.

A partir de este relevamiento de datos es que continuamos reperfilando nuestro trabajo a futuro. Todos aquellos temas mencionados como faltantes o de insuficiente abordaje, resultan ser dimensiones en agenda que hemos ido ampliando en nuestra formación como equipo e incorporado paulatinamente en las sucesivas nuevas propuestas.

ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES

Son varios los cursos virtuales que hoy tenemos en torno a la sexualidad integral. "*Atención integral en adolescencias*" destinado efectorxs de salud*, "Educación sexual integral*" para docentes de nivel inicial, primario y secundario*;* y "*Educar desde las oportunidades*" destinado a personas adultas de espacios de educación no formal que trabajan con infancias y juventudes. Sin embargo, todos tienen algo en común. En todos los casos necesariamente han sido pensados en función de los recorridos en los territorios que hemos transitado previamente como equipo. Cada uno de los proyectos que hemos llevado adelante durante todos estos años son la base nutricia para poder ofrecer hoy estos cursos a lo largo y ancho de todo el territorio y pensar los modos posibles de hacer efectiva una ley que trae como consecuencia garantizar derechos humanos de niños, niñas y jóvenes. Pensar la educación sexual de manera integral, conlleva tanto ampliar la mirada sobre las temáticas y los abordajes, como también respecto a los actores involucrados. Tanto al identificar quienes integran a la comunidad educativa como también al incluir a otros espacios no siempre pensados como garantes de la ESI, a saber espacios de salud y de educación no formal como clubes, merenderos, organizaciones de base, entre otros. Esto resulta importante para pensar la ESI de manera contextualizada, en diálogo con el territorio, donde entonces los cursos no sean presentados como instrumentos aislados sino integrados en la vida institucional a partir de situaciones cotidianas que pueden presentarse y fortalecer el rol adulto de quienes acompañan a infancias y adolescencias. A partir de allí apostamos por poner a jugar los contenidos teóricos imbricados con las prácticas y las realidades de las instituciones.

Tenemos el convencimiento de que esta sistematización de información bajo la modalidad de cursos virtuales es el resultado de una pluralidad de talleres, charlas, encuentros en donde nos dimos el lugar a la reflexión sobre sexualidad integral con muchas personas de diferentes contextos. Así los cursos son un componente más de nuestras intervenciones en los territorios; componente cada vez más significativo en tanto se han visto expandidos y potenciados a partir de la pandemia que vivimos en el año 2020 y la virtualización de actividades. De esta manera podemos alcanzar otras regiones y distancias mixturando lo presencial y lo virtual como una estrategia de intervención más y complementarias entre sí.

Creemos que esto es insoslayable a la hora de fortalecer una política pública en sexualidad que favorezca un entendimiento de está en toda su complejidad pero también en toda su cotidianidad. Correlativamente, esto supone una apertura a su comprensión no como un asunto privativo de expertos portadores de saberes encriptados. Si una perspectiva integral viene a exponer la presencia de la sexualidad en un sinfín de situaciones hasta aparentemente rutinarias e inadvertidas de nuestra vida, entonces las estrategias impulsadas para su abordaje deben poner de relieve justamente ese punto. La sexualidad desde una perspectiva integral no debe ni puede ser un tabú, está acompañándonos como sujetos en prácticamente todo momento. Se cuela, incesante, en los intersticios de la vida cotidiana, en lo común. Creemos entonces que los dispositivos y estrategias que impulsemos para garantizar su implementación deben contemplar estos presupuestos y ayudarnos a reconocerla cuando se halla allí muy al alcance de la mano.

Asimismo también apostamos por la importancia de este tipo de propuestas virtuales de gran alcance territorial, para promover, acompañar y acercar las políticas públicas, especialmente en aquellas regiones donde la ESI se ve más obturada. Esto resulta fundamental para impulsar tácticas que faciliten la implementación de una política pública acompañando y reforzando la importancia de la presencia estatal en el cumplimiento de su misión principal de velar por los derechos humanos de niños, niñas y adolescentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Cahn, L. Lucas, M. Corteletti, F. y Valeriano, C. (2021) Educación sexual integral. Guía básica para trabajar en la escuela y en la familia. Editorial Siglo XXI. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Cohen, N. y Gómez Rojas, G. (2003). Triangulando en torno al problema de investigación, los objetivos y el marco conceptual. En Gabriela Gómez Rojas y Silvia Lago Martínez (Comp.), En torno a las metodologías: abordajes cualitativos y cuantitativos (pp. 113-127). Buenos Aires: Editorial Proa XXI.
- Código Civil y Comercial de la Nación (2015). Buenos Aires: Honorable Cámara de Diputados de la Nación
- De Souza Santos, B (2010) La Universidad en el siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipadora de la universidad. Montevideo. Ediciones Trilce.
- Ley Nacional N.° 26.150 Educación Sexual Integral (ESI), (2006).
- Ley Nacional N° 26.061 Protección Integral de los derechos de niños, niñas y adolescentes (2005).
- Morgade, G. Fainsod, P. González del Cerro, C. Busca, M. (2016) “Educación sexual con perspectiva de género: reflexiones acerca de su enseñanza en biología y educación para la salud”. En Biografías. Escritos sobre la biología y su enseñanza. Vol. 9 No. 16. Enero-Junio de 2016. https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/bio-grafia/article/view/4506
- Niremberg, Olga; Brawerman, Josette; Ruiz, Violeta, (2003) Evaluar para la transformación Innovaciones en la evaluación de Programas y Proyectos Sociales. Buenos Aires. ED. Paidós.
- Shore, C; (2010) La antropología y el estudio de la política pública: reflexiones sobre la formulación de las políticas. Antípoda Revista de Antropología y Arqueología, núm. 10, enero-junio, 2010, pp. 21-49 Universidad de Los Andes Bogotá, Colombia.

ORGANIZACIONES SOCIALES COMO PRESTADORAS DE SERVICIOS DE INTERNET Y POLÍTICAS PÚBLICAS QUE FOMENTAN EN ARGENTINA

Diego de Charras | Universidad Buenos Aires
diegodecharras@gmail.com

Diego Rossi | Universidad Buenos Aires
dondiegorossi@gmail.com

Paula Castello | Universidad Buenos Aires
pl.castello@gmail.com

RESUMEN

La salida de la pandemia del COVID 19 implicó mayores desafíos para la reducción de desigualdades y la garantía de derechos en los sectores populares. Respecto de la conectividad a Internet en la Argentina, numerosas organizaciones sociales, utilizando formas asociativas de la economía social y solidaria (ESS), están emprendiendo el tendido y gestión de redes en distintos barrios y parajes rurales del país.

La presente ponencia presenta el avance de investigación sobre redes de Internet en el marco de sendos proyectos UBACyT y UNDAVCyT, que aborda las experiencias, modelos y alternativas de funcionamiento de estas redes en el territorio.

Si bien las organizaciones pueden ser integradas bajo un paradigma común de asociatividad comunitaria y reinversión de recursos, destacamos una diversidad de formas de institucionalización que se constituyen como: cooperativas proveedoras de servicios públicos, de TV por cable o eléctricas, organizaciones comunitarias de radio y TV, mutuales de servicios, redes comunitarias de Internet o asociaciones civiles de distinto tipo que se reconvierten para asumir un rol en la cobertura de necesidades de conectividad de sus comunidades.
Ponderamos las capacidades y los desafíos de sostenibilidad de estas organizaciones para brindar Internet a sus vecinos, atravesados por limitantes y carencias, así como la tensión potencial o palpable con los proveedores de conexión mayorista, con alguno de los tres grandes prestadores nacionales de Internet fija y/o móvil, y/u otros ISPs comerciales.

Vinculado a este panorama, damos cuenta del rol de las políticas públicas a través de agencias del Ejecutivo Nacional (principalmente, los programas Barrios Populares y Roberto Arias de ENACOM) con focos variables en el suministro de recursos, la visibilización de los sectores de la economía social y solidaria (ESS) como prestadores TIC, y la articulación de políticas plurianuales para este sector que cuenta con al menos 600 prestadores TIC registrados en veinte provincias del país.

Desde un abordaje integral como política social, proponemos considerar los alcances de las iniciativas públicas sectoriales, a modo exploratorio, en tres niveles distintos de facilitación de la conectividad: disponibilidad plena; disponibilidad adecuada y relativamente asequible, o disponibilidad paliativa y restringida, considerando las limitaciones para el acceso de las personas usuarias por ubicación, tiempo y calidad del servicio.

Teniendo en cuenta la disponibilidad de numerosos programas de fomento a demanda de ciertos prestadores TIC, focalizamos en una mayor articulación multisectorial y coordinación interjurisdiccional para garantizar el derecho a disponer de Internet fija en cualquier hogar de la Argentina.

Palabras clave: INTERNET, ORGANIZACIONES SOCIALES, CONECTIVIDAD

Las proyecciones públicas y privadas sobre el desarrollo de infraestructura y cobertura de los servicios de conectividad con redes de 4G en Internet móvil, o con Fibra Óptica al hogar (GSMA, 2019) por parte de los actores globales, regionales o locales, en general omiten las dificultades "de mercado" para lograr capilaridad y efectivo servicio en áreas periurbanas o rurales, y en villas, asentamientos o barrios populares. Si bien la disponibilidad y el uso de Internet resultan esenciales para la vida contemporánea, las políticas públicas del sector aún abordan de manera tangencial la problemática en torno a la desigualdad en el acceso a estos recursos, con un reconocimiento limitado a la multiplicidad de actores involucrados y una articulación todavía incipiente entre jurisdicciones (nacional, provincial y municipal).

El proceso de privatización y liberalización de las telecomunicaciones implementado desde fines de la década de 1980 en varios países del mundo- apuntó a generar mayor competencia en el sector y, en consecuencia, una mejora en la calidad y asequibilidad de los servicios. A su vez, se creó el Servicio Universal como "compensación" para alcanzar poblaciones en situación de vulnerabilidad y zonas con baja densidad de población, a las que el mercado no incluye en sus planes de inversión. En este contexto, ya entrado el siglo actual, tuvo lugar la expansión privada y comercial de internet, que se inscribió en esta misma lógica y que hasta la actualidad, ha demostrado los límites de este modelo de política pública para cerrar la "brecha digital".

El nivel de mercantilización -directo o indirecto- que contienen las decisiones de políticas de comunicación marca una fuerte frontera respecto de otras miradas, y quedan disociadas de la política social.[60]

El derecho a la comunicación se ha ampliado con los procesos de digitalización y, además de los medios audiovisuales "tradicionales", el acceso a internet ha sido reconocido como facilitador del bienestar individual y colectivo, y plataforma para

[60] Nos referimos al modelo desregulado de tarifas e integración en promociones o "combos" por servicios *triple play* o *cuádruple play*; a la naturalización del pago para ver televisión en detrimento de la obturada promoción de la televisión digital abierta y gratuita (Rossi: 2020); o al modelo de inclusión por consumo, tanto en el "derrame" de ofertas de servicios básicos o de dispositivos móviles hacia los sectores de menores ingresos.

el ejercicio de la libertad de expresión y de otros derechos humanos, como la educación, asociación y reunión, etc. (ONU, 2016). Por lo tanto, una mirada sectorial donde la comunicación es abordada en términos de industria o mercado de forma predominante se manifiesta limitada respecto de sus aspectos potenciales para la integración y la movilidad social.

Si las políticas sociales, como señala Nirenberg (2006), tienen entre sus finalidades la redistribución de recursos y el equilibrio de asimetrías, la relevancia de la universalidad del acceso a internet en la sociedad contemporánea puede inscribirse en esa perspectiva.

Con una visión amplia, los derechos a la comunicación y la cultura son imprescindibles para acceder, ejercer y demandar otros derechos (Mata, 2002). Al referirnos a políticas públicas para resolver desigualdades comunicacionales digitales, debemos considerar las relaciones sociales que inciden sobre sectores en situación de pobreza estructural, pauperizados o en otras situaciones desfavorables por lugar de residencia, género, edad, etnia, etc. Además de considerar las condiciones de acceso a redes o dispositivos digitales, recientes estudios señalan un abordaje comprehensivo que contemple las siguientes dimensiones[61]:

- *"1. Problemas de acceso, como: a) la disponibilidad efectiva de publicaciones gráficas, señales de radio y TV, con contenidos diversos y de producción local o regional; b) la conexión a una red de Internet, con calidad razonable de servicio; c) la disponibilidad de energía eléctrica, dispositivos de recepción y otros equipamientos.*
- *2. Dificultades de asequibilidad, entendida como la capacidad de los usuarios de pagar por un dispositivo móvil o equipo fijo de TV, telefonía o computación, y de cubrir el costo de un adecuado paquete de datos. Para calcular la asequibilidad, se toman en cuenta dos factores: por un lado, el costo de comprar el equipamiento y la conectividad, y por otro, los ingresos del usuario o su grupo familiar (mientras el porcentaje de la renta mensual promedio sea menor, la asequibilidad será mayor).*

[61] Elaboración de Baladrón y Rossi (2022) sobre dimensiones señaladas por Segura (2021), Parra (2021) y Mantilla (2021).

- *3. Desigualdades en los usos de las tecnologías de comunicación, tales como: a) la disponibilidad de autonomía, intensidad, oportunidad y frecuencia de dicho uso; b) habilidades y competencias para recibir, producir y compartir contenidos; c) apoyo social y vinculación comunitaria".*

A partir del reconocimiento de las Naciones Unidas (2016) del acceso a internet como derecho humano, fortalecida por otros documentos de UNESCO y de los Relatores de Libertad de Opinión y Expresión (2019), podemos considerar el acceso, la accesibilidad y una asequibilidad viable para toda la población como aspectos cercanos a una concepción de servicio universal y materialmente constitutivos del ejercicio del derecho humano a la comunicación. Desde este postulado, es necesario que las distintas iniciativas de políticas públicas para facilitar la conectividad aborden las limitaciones existentes para el acceso vinculadas a la ubicación, tiempo y calidad del servicio.

El abordaje de estas políticas públicas es necesariamente multiactoral, ya que son tres los actores preponderantes que brindan acceso a internet: los grandes privado-comerciales del Internet móvil, las más de quinientas PyMEs y las seiscientas organizaciones sin fines de lucro, de la economía social y solidaria distribuidas en todo el territorio nacional.[62]

Desde la reinversión con fondos propios, de recursos provenientes de la economía social o de actividades comunicacionales convergentes, los prestadores sin fines de lucro contribuyen a generar conectividad en barrios populares, en ocasiones sin utilizar fondos públicos que apuntalen estos servicios.

[62] Ver análisis de prestadores de la economía social y solidaria en Rossi, D. y Oddone, M. (2021) *Evolución de las Cooperativas TIC en Argentina – Distribución territorial y servicios ofrecidos*. Informe N° 1 Cátedra Libre La conectividad como servicio esencial y garantía de derechos, Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: http://catedraconectividadunlp.com/

TIPOLOGÍAS DE OSCS. DIFERENTES FORMAS ORGANIZATIVAS CON UN MISMO OBJETIVO: CONECTIVIDAD ACCESIBLE, ASEQUIBLE Y DE CALIDAD

“La Economía Social y Solidaria (ESS) es un modo de hacer economía, organizando de manera asociada y cooperativa la producción, distribución, circulación y consumo de bienes y servicios. A diferencia de las empresas capitalistas tradicionales cuyo objetivo principal es la obtención de ganancias, las organizaciones de la ESS tienen como propósito la resolución de las necesidades de sus integrantes. Esto no significa que los ingresos monetarios no sean importantes, sino que la búsqueda de ingresos está supeditada al objetivo de mejorar las condiciones de vida de todos los que participan de la organización, sus familiares y comunidades” (Deux Marzi y Vannini; 2016).

Si las organizaciones, relaciones y prácticas de ESS están orientadas hacia una reproducción ampliada de la vida del conjunto de la sociedad -ya no a la acumulación de capital-, la persona trabajadora, sus capacidades y sus necesidades cobran mayor importancia que el mero rol como parte de un proceso económico.[63]
Más allá de la variedad de actividades y organizaciones, algunos rasgos comunes caracterizan a las instituciones de la ESS:

• son organizaciones o emprendimientos asociativos porque agrupan a trabajadoras y trabajadores que se unen para realizar actividades y alcanzar objetivos comunes;
• La asociación es voluntaria;
• Son organizaciones donde el trabajo tiene un lugar central;
• Sus integrantes tienden a mantener relaciones simétricas y no establecen diferencias entre patrones y empleados, ni entre propietarios y no propietarios;
• las organizaciones tienden a ser autogestionadas porque sus integrantes auto-organizan el trabajo, comparten responsabilidades y acuerdan algún tipo de división de tareas, construyen relaciones de cooperación;

[63] Los siguientes párrafos son adaptación sobre Deux Marzi, M.V. y Vannini, P. (2016), quienes a la vez retoman ideas de José Luis Coraggio y otros autores de Economía Social Solidaria.

• realizan actividades económicas de producción de bienes o prestación de servicios y sus destinos pueden ser tanto para el mercado, como para el uso final de la comunidad a la que pertenecen;
• la organización contempla distintos grados de participación en la división del trabajo, en la redistribución interna de excedentes, en la toma de decisiones y en la propiedad;
• sus prácticas y relaciones sociales se apoyan en valores tales como solidaridad, confianza y pluralismo, tanto internamente como también en la relación con la comunidad a la que pertenecen.

Argentina dispone de varias formas jurídicas distintas a la empresa de capital, que permiten formalizar una organización de asociación libre y voluntaria, prestadora de servicios, en este caso de servicios TIC. Entre ellas:[64]

• Cooperativas y mutuales: reguladas por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), a cargo de la promoción, el desarrollo y el control de estas entidades.
• Asociaciones civiles y fundaciones: registradas y fiscalizadas por la Inspección General de Justicia (IGJ).

Cada una de estas formas jurídicas tiene sus características particulares que, por historia organizativa o pertinencia estratégica, fue elegida para el funcionamiento, valores y objetivos sostenidos por los prestadores sin fines de lucro.
En nuestro relevamiento de experiencias de organizaciones sociales prestadoras de servicios de Internet, hemos realizado una clasificación preliminar de acuerdo a las expertices previas:

• Cooperativas con antecedentes en servicios públicos y/o eléctricos. (Ejemplos en Buenos Aires: CoopeNet Luján, Telviso de Del Viso, la Cooperativa Mariano Acosta, la Cooperativa Batán, cooperativas de localidades balnearias, etc.)

[64] Para avanzar en los rasgos distintivos, consultar estas fuentes básicas, citadas en Muñoz Cancela, Rosas y Vannini (2022):
- Paolini, N. A. y Odriozola, J.: Diferentes tipos de organizaciones ¿Por qué no todas son iguales?, http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/75731/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- INAES. Cooperativas de Trabajo: Aspectos Básicos. https://bit.ly/3ma5Dgt
- INAES. Mutuales: Aspectos Básicos. https://bit.ly/30M48wz

• Cooperativas de trabajo con antecedentes en comunicación audiovisual. (Por ejemplo: la Cooperativa Solidaridad en Formosa, la Cooperativa PPR de Mar de Ajó)
• Mutuales existentes previamente con fines audiovisuales (radio o TV por cable) o constituidas a fines de dar conectividad y capacitación profesional, se presenten o no a programas públicos de fomento. (Por ejemplo: el Polo Digital de Inclusión Social en La Matanza, la Asociación Mutual Mercantil Argentina -AMMA- en Villa María, la Asociación Mutual Carlos Mugica en Córdoba capital)
• Organizaciones sociales que tienden redes comunitarias como Asociaciones Civiles, ya sea existentes previamente con fines audiovisuales o constituidas al fin de dar conectividad y capacitación profesional. (Por ejemplo: AlterMundi y otras en Córdoba, Atalaya Sur y Soldati Conectada–El Hormiguero en Ciudad de Buenos Aires, La Poderosa en distintos barrios del país)

• Organizaciones o prestadores con función social y bajo grado de formalización en barrios populares. (Por ejemplo, la situación en Barrio Padre Mugica, en Ciudad de Buenos Aires, entre otros)

LOS “BARRIOS POPULARES” DESDE LA ESTATALIDAD

Si bien no se dispone de información oficial para cuantificar el volumen de inversión y la capilaridad y calidad de red lograda por los prestadores comerciales en los barrios populares antes y después de la pandemia, la misión de ofrecer servicio a toda la población debería haber sido un objetivo compartido por el regulador y los regulados en sus respectivas planificaciones y evaluaciones de cumplimiento de metas.

Las realidades en los barrios populares –agravadas por el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio y las disposiciones que llevaron a la virtualidad la mayoría de las relaciones educativas, laborales y sociales durante más de un año a partir de marzo de 2020-, exhiben panoramas de carencias de servicio, tanto en el acceso a conexiones fijas como en la asequibilidad de las conexiones móviles.
La dinámica del propio despliegue de un mercado históricamente desregulado y con escasos incentivos públicos para la garantía de derechos sociales conllevó a

una magra inversión privada en la garantía de servicios fijos dentro de los barrios populares. La tardía puesta en marcha del Fondo de Servicio Universal -y las sucesivas subutilizaciones del FFSU antes de la Pandemia- no contribuyeron a un eficiente fondeo de extensión de redes.

Aun así, proveedores locales de servicios de internet y TV de pago han desplegado redes y/o esquemas de distribución y/o comercialización de conexiones minoristas, aún en entornos de informalidad.

En el Registro Nacional de Barrios Populares en la Argentina (RENABAP) se habían inscripto hacia 2017 un total de 4.416 barrios donde viven más de 4 millones de personas, que representan el 10% de la población total del país. Aún a mediados de 2020, el 65% de esos barrios no contaba con acceso a internet. En abril de 2021, el Registro fue reabierto para sumar a sectores urbanos que no se habían incorporado hasta 2018. Esto permitirá ampliar la cobertura de los programas públicos de infraestructura y servicios públicos esenciales.[65]

POLÍTICAS PÚBLICAS

La discusión sobre el carácter esencial de los servicios TIC y su universalización tomó mayor protagonismo en la agenda pública a partir del aislamiento social obligatorio como medida sanitaria implementada ante la pandemia del Covid-19, coincidente con el comienzo del gobierno del presidente Alberto Fernández.
En agosto de 2020, mientras las principales telefónicas anunciaban a sus clientes un nuevo aumento para septiembre y la oposición obturaba los debates parlamentarios no presenciales, se dispuso por Decreto de Necesidad y Urgencia 690/2020 el congelamiento de precios hasta fines de ese año. También se restableció, con algunas reescrituras, las capacidades regulatorias de la Ley Argentina Digital que (el entonces presidente) Mauricio Macri había derogado, y el encuadre de servicio público en competencia para los servicios TIC,

[65] Reseña oficial del Registro RENABAP en considerandos de la Resolución 138/2021 AABE, en: https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/249472/20210914

extendiéndolo para la telefonía móvil y la TV de pago[66]. Este DNU ordena a la autoridad de aplicación establecer una prestación básica universal obligatoria que deberá ser brindada en condiciones de igualdad por todos los prestadores. La medida fue cuestionada en sede administrativa y judicial. Hasta septiembre de 2022 persisten fuertes tensiones para su limitada aplicación, debido a medidas judiciales tomadas a partir de presentaciones de las principales telefónicas comerciales y PyMEs.

El Ente Nacional de Comunicación (ENACOM), como autoridad de aplicación de la Ley 27.078 Argentina Digital, dispuso la ejecución del Fondo Fiduciario de Servicio Universal, además de articular iniciativas con la Jefatura de Gabinete de Ministros y numerosas reparticiones ministeriales. Con una prolífica elaboración de programas, especialmente a partir de 2020[67], las políticas públicas para facilitar o contribuir a la conectividad de las personas ubicadas en los deciles con menores ingresos tomaron un abanico de modalidades. Entre ellas, podemos destacar: el otorgamiento de tarjetas de prepago para servicios móviles a sectores vulnerables; la entrega de tablets o dispositivos a beneficiarios de ciertos planes sociales; programas focalizados para poblaciones en torno a servicios wi-fi en ámbitos comunitarios; fortalecimiento o expansión de redes de fibra al hogar; programas de despliegue de infraestructura para barrios populares y en zonas de menos de 5.000 habitantes específicos para redes comunitarias. Estas iniciativas se ofrecen en general a modo de planes “a demanda” y, cuando se dirigen a financiar el consumo de internet, corren el riesgo de introducir una modalidad de subsidios encubiertos a servicios de internet móvil de prestadores dominantes[68].

---

[66] La sorpresiva promulgación de este DNU generó adhesiones de sectores progresistas y asociaciones de usuarios y consumidores, así como rechazos por parte de los prestadores TIC y proveedores de internet, con distinto grado de adjetivación y argumentaciones. Principalmente, cuestionaron la clausura temporal de incrementos tarifarios y el anuncio de un nuevo equilibrio de fuerzas en la toma de decisiones sobre el sector. Renació el debate entre las implicancias de las definiciones de “servicio público”, esencialidad, universalidad y cómo lograrlos.

[67] Por razones de espacio, no se reseñan todos los programas del ENACOM y otras áreas del Estado Nacional concurrentes directa o complementariamente con las políticas de reducción de desigualdades digitales. Una reciente sistematización puede encontrarse en Maffullo y Rossi (2022).

[68] Si bien el discurso general de los prestadores de internet a nivel mundial y continental (ver, por ejemplo, Barrantes Cáceres, 2011, o GSMA, 2019) cuestiona la existencia o el funcionamiento de los Fondos de Servicio Universal en función de ciertas subejecuciones o falencias, las sugerencias de las corporaciones para su utilización apuntan a subsidiar la

Para la ejecución de proyectos de conectividad en barrios populares (así como otras líneas del FFSU), los actores PyMes, cooperativos, organizaciones sociales y comunitarias resultan clave, tanto en su capilaridad como en el conocimiento del territorio, a diferencia de la lógica de las prestadoras incumbentes, conducidas por los planes de consorcios empresariales fuertemente centralizados.
De la Dirección de Fomento y Desarrollo de ENACOM depende la Subdirección de Proyectos Especiales cuyo objetivo es la implementación de acciones territoriales y operativas que contribuyan a la federalización y universalización del acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y al fomento de los medios audiovisuales en zonas socialmente vulnerables, barrios populares, parajes rurales, zonas con condiciones desfavorables y comunidades de pueblos originarios. De ella dependen dos programas a los que nos referimos especialmente: Barrios Populares y Roberto Arias.

Específicamente, el "Programa Barrios Populares" (técnicamente: "Programa para el Desarrollo de Infraestructura para Internet destinado a Villas y Asentamientos Inscriptos en el RENABAP"), a cargo del ENACOM, tiene como fin implementar proyectos de instalación, desarrollo y mejora de las redes de infraestructura para la prestación del servicio fijo de acceso a internet de banda ancha a los habitantes de barrios y asentamientos inscriptos en el RENABAP. Implica desplegar estrategias conjuntas con soluciones de fondo para instalar, desarrollar o mejorar la conectividad en los barrios vulnerables, desplegar pisos tecnológicos adecuados y promover uniones de colaboración entre licenciatarios TIC y grupos asociativos barriales. Evidencia una intención de reposicionamiento del rol del Estado presente y una apertura en el diseño de políticas públicas con múltiples actores, en perspectiva de fortalecer una comunicación federal y democrática.

El programa fue aprobado por Resolución 726/2020 a meses de iniciada la pandemia y puesto a disposición de los prestadores TIC en septiembre de 2020. Tuvo un presupuesto inicial de 1.000 millones de pesos. El monto máximo a financiar por barrio popular comprendido en el proyecto era de $40 millones, actualizado a $60 millones en octubre de 2021. Los proyectos que involucran a más de un barrio popular tenían un monto máximo de $160 millones, actualizado

demanda, a modo de subvención a sectores de bajos ingresos para el pago de sus abonos, al estilo del Programa LifeLine norteamericano.

a $200 millones en octubre de 2021. Da la posibilidad de financiar hasta el 100% del total de las inversiones bajo la forma de Aporte No Reintegrable. La convocatoria fue abierta a licenciatarios de servicios TIC con registro de Servicio de Valor Agregado - Acceso a Internet (SVA-Acceso a Internet) y/o Servicio de Valor Agregado - Redes Comunitarias (VARC).

Los interesados, en virtud de las singularidades socio-económicas de los barrios populares, pueden proponer bonificaciones a instituciones públicas o sin fines de lucro que excedan el financiamiento preestablecido[69]. Además de las inversiones en infraestructura activa y pasiva, en equipamiento y las bonificaciones mencionadas, también se financia una Estación Tecnológica cada cinco mil habitantes, proyectándose sobre infraestructura ya existente en una organización del barrio popular.

Otra línea del ENACOM dirigida al acompañamiento de organizaciones sociales es el Programa Redes Comunitarias Roberto Arias (Resolución 799/2021). Está dirigido especialmente a licenciatarios de redes comunitarias de comunidades rurales o pueblos originarios en localidades de hasta 5.000 habitantes. Este programa, según señala la autoridad de aplicación, es “el resultado del trabajo de articulación con las redes comunitarias de Internet que funcionan en nuestro país, instituciones estatales que trabajan con comunidades rurales y de pueblos originarios y redes de medios de comunicación populares, comunitarios y autogestivos”.

Por redes comunitarias, la resolución refiere a aquellas compuestas por infraestructura gestionada por sus propios usuarios o por las entidades sin fines de lucro que los agrupen, permitiendo y promoviendo su ampliación a través de la incorporación de nuevos usuarios o conectándose con redes comunitarias vecinas (Resolución 4958/2018). El ENACOM financia el 100% de los proyectos con recursos del Fondo Fiduciario del Servicio Universal y, además de la puesta en vigencia de la obra de infraestructura necesaria, también establece la bonificación del servicio de internet durante seis meses hasta que la red esté firmemente

[69] Fuente: ENACOM: https://enacom.gob.ar/programa-barrios-populares_p4615#contenedorSite Consultado 17 agosto 2021

establecida y su sostenibilidad esté garantizada desde el aspecto económico y organizativo.

Este programa es el primero dirigido específicamente a estos actores sociales: comunidades de baja densidad poblacional, con dificultades de conectividad, pero con capacidad organizativa y una apuesta objetiva por la vida social y comunitaria comprometida con el desarrollo humano integral.

PRÁCTICAS DE GARANTÍA DE DERECHOS, EN TERRITORIOS CON DESIGUALDADES

Las estrategias que las organizaciones ponen en marcha para el tendido de redes se despliegan en múltiples dimensiones. Varían de acuerdo a las especificidades de cada tipo de organización, pero en todas las experiencias investigadas existen algunos puntos en común, especialmente en cuanto a la concepción de su propio rol y de la comunidad involucrada.

Las desigualdades conceptualizadas y cuantificadas como “brecha digital” radican en la concentración de la mayor cantidad de accesos en conglomerados urbanos de demanda solvente donde las empresas focalizan el tendido de infraestructura, sosteniéndonse desigualdad en las velocidades y tecnologías disponibles, además de las barreras para el usos y apropiación tecnológica. En los barrios populares, la brecha también se manifiesta como exclusión lisa y llana del acceso al ejercicio de derechos (“Si vivís en Belgrano sos de primera, si estás en Soldati arreglate", ilustra una de las integrantes de Soldati Conectada). Las iniciativas, proyectos, planes integrales que las organizaciones ponen en marcha para contrarrestar estas exclusiones discuten la concepción mercantil de la comunicación y del acceso TIC.

Ponen en el centro de la escena a los trabajadores y trabajadoras o a la comunidad.

Ponen en marcha espacios de capacitación profesional y comunitaria para la formación de técnicos, en principio, para el tendido de fibra óptica, y en otros

casos también para desarrollos TIC de distinto tipo desde la concepción de la alfabetización digital. Involucran a las comunidades, a los barrios populares, a través de sus referentes u organizaciones de base, en la concientización y en la construcción de condiciones para el tendido de redes y su sostenibilidad. Conciben a los usuarios y usuarias de la red como asociados (inversores, en algunos casos) en contraposición a su concepción como clientes. Apuntan a democratizan no sólo el acceso a la conectividad sino también los saberes tecnológicos, organizativos y de gestión que rompan con la estructura de proveedor-cliente. Construyen instancias en las que la posibilidad de acceder a internet derive en la apropiación de las tecnologías[70].

El tendido de redes en los barrios populares y áreas rurales exige, más allá de recursos físicos e inversiones, conocimiento del "territorio" que sólo puede construirse desde las organizaciones. Ya sea por disponer de soluciones creativas y agregar recursos del voluntariado, como por conocer el micropoder en los barrios para lograr adhesiones de referentes y confianza vecinal en el cuidado de los tendidos de cables, las organizaciones sociales resultan clave, y correlativamente cobran relevancia las políticas públicas que apalancan estas iniciativas desde la concepción del acceso a Internet como un derecho.

CONSTATACIONES DESDE LA INVESTIGACIÓN EN AVANCE

En el campo de las comunicaciones, Argentina ha sido campo fértil de experiencias de organización social, desde la telefonía y la radio y la TV, aún con históricas dificultades legales y desigualdades en la posibilidad de brindar servicios.

En el marco del proyecto de investigación en marcha sobre organizaciones que brindan conectividad a internet, hemos registrado diversas formas de despliegue de experiencias: desde antecedentes de prestación de servicios públicos y/o

[70] Susana Morales (2017:41) define la apropiación de las tecnologías como "Aquellas prácticas a través de las cuales los sujetos, como fruto de procesos de reflexividad explícitos o implícitos, emprenden una tarea de elucidación acerca de su propio vínculo con las tecnologías y lo que ellas representan en la sociedad. El uso de las tecnologías se vuelve entonces una actividad lúcida en la que los actores sociales las adoptan y adaptan, con mayores o menores niveles de creatividad y aprovechando el potencial de la interactividad que ellas posibilitan, para la concreción de proyectos de autonomía individual y colectiva."

electricidad, proyectos vinculados previamente a la comunicación social y también asociaciones civiles o mutuales que crecieron o se gestaron específicamente para brindar conectividad.

En materia de Internet fija, las telefónicas hegemónicas no han contemplado coberturas totales del territorio: intentan maximizar sus clientelas hasta donde llegan con el tendido, y reemplazan los cables de cobre por fibra óptica al hogar en etapas sin concertación con el regulador. Mientras tanto, en los suburbios de las ciudades crecen loteos, ocupaciones y algunos barrios privados: sólo estos últimos concitan la atención de los principales operadores.

De esta manera, numerosas comunidades perviven con grandes agujeros de capilaridad de la red de redes, conviviendo con soluciones parciales desde la conectividad móvil o disponiendo de revendedores informales de paquetes de algunos Megas, en una situación tapada por estadísticas oficiales y discursos generalistas.

En barrios populares y zonas rurales, existieron experiencias de Internet comunitaria previas a la política pública de fomento desplegada por el ENACOM, especialmente en Buenos Aires y la provincia de Córdoba: entre ellas identificamos, además de a las clásicas cooperativas, a las mutuales AMMA y el Polo Digital, o a las redes comunitarias AlterMundi y NonoLibre entre otras. En algunos casos, sus integrantes contribuyeron al diseño de los programas y del enfoque de la política pública. En otros casos, generaron proyectos autosustentables, atento a dificultades de diseño o reglas dispuestas para acceder a financiamiento público.

Sin adentrarnos en la cuestión regulatoria de la implementación y modificaciones del marco de las TIC a través de la Ley Argentina Digital, en cuanto al fomento de las redes generadas por organizaciones sin fines de lucro, la política estatal aparece como apalancadora de posibilidades, especialmente en el marco de la pandemia y postpandemia.

Las dificultades para adquirir equipamiento, realizar tendidos de redes por la geografía de los barrios populares, y los mínimos niveles de recupero de la inversión o de gestión de los costos de prestación y mantenimiento del servicio, podrían llevar a formas de compartición de infraestructura o alternativas de prestación aún incipientes y que pocas organizaciones llegan a explorar.

Actualmente, el abaratamiento de los materiales y la relativa facilidad de montar un cableado, lleva a ilusionarse con una capitalización y retorno de las inversiones de cableado por hogar en períodos no muy largos de tiempo. Aunque de todas formas, a la par de los relatos orgullosos de las gestiones realizadas para disponer de redes de Internet, resuena en muchos proyectos surgidos recientemente la pregunta sobre la escala posible y la sostenibilidad a mediano plazo de los esfuerzos emprendidos.

BIBLIOGRAFÍA

- BALADRON, M., DE CHARRAS, D., RIVERO, E. Y ROSSI, D. (2021). Argentina: derecho a la conectividad, desigualdad y actores no lucrativos. En Monje, D. (coord.). *(Des)iguales y (des)conectados: políticas, actores y dilemas info-comunicacionales en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO.
- BARRANTES CACERES, R. (2011). Uso de los fondos de acceso universal de telecomunicaciones en países de América Latina y el Caribe. Documento de proyecto. Santiago de Chile: CEPAL – Unión Europea.Consejo de Derechos Humanos, Asamblea General Naciones Unidas (2016). Resolución sobre “Promoción, protección y disfrute de los Derechos Humanos en Internet”, 27 de junio.
- DEUX MARZI, M.V. y VANNINI, P. (2016) Manual de tecnologías abiertas para la gestión de organizaciones de la economía social y solidaria, GCOOP/UNGS
- GSMA (2019). ¿Qué debe incluir la política pública del próximo presidente para integrar completamente a Argentina a la economía digital? Disponible en:

https://www.gsma.com/latinamerica/wp-content/uploads/2019/09/Meet-the-Candidates-Argentina-2019.pdf

- MAFFULLO, E.; ROSSI, D. (2022). Módulo 7: Marco regulatorio y políticas públicas para el sector sin fin de lucro. Material elaborado para la Diplomatura Apropiación de Tecnologías para la Comunicación de Organizaciones Sociales; FSOC-UBA / Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (en prensa).
- MANTILLA, G. (2021). "Conectividad a Internet: ¿precio o cobertura?" DPL News newsletter digital, Ciudad de México, 8 noviembre. Disponible en https://digitalpolicylaw.com/conectividad-a-internet-precio-o-cobertura/
- MATA, M. C. (2002). Comunicación, ciudadanía y poder. Diálogos de la Comunicación, 64.
- MORALES, S. (2017). "Imaginación y 'software': Aportes para la construcción del paradigma de la apropiación". En: Cabello, R. y López, A. (eds.). Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías. Buenos Aires: Rada Tilly, Ediciones del Gato Gris, pp.39-52. https://bit.ly/3rI0Y6l
- MUÑOZ CANCELA, C.; ROSAS, G.; VANNINI, P. (2022): Módulo 4: Lógicas de organización y sostenimiento económico. Material elaborado para la Diplomatura Apropiación de Tecnologías para la Comunicación de Organizaciones Sociales; FSOC-UBA / Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (en prensa)
- NIRENBERG, O. (2006). Programación y evaluación de proyectos sociales. Aportes para la racionalidad y la transparencia. Buenos Aires: Paidós.
- PARRA, R. (2021). "América Latina tiene el segundo Internet móvil menos asequible del mundo." DPL News newsletter digital, Ciudad de México, 5 octubre. Disponible en https://digitalpolicylaw.com/america-latina-tiene-el-segundo-internet-movil-menos-asequible-del-mundo/
- ROSSI, D. (2020). "Comunicaciones imprescindibles con mercados concentrados." Agencia Paco Urondo, Buenos Aires, 24 abril. Disponible en: http://www.agenciapacourondo.com.ar/medios/comunicaciones-imprescindibles-con-mercados-concentrados

- SEGURA, M. S. (2021). No es una brecha. Desigualdades digitales y sociales en Argentina. Revista EPTICC VOL. 23, N° 2, Mayo-agosto. Disponible en: https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/download/15556/12102/

LA ETICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION COMO GARANTÍA DEL DERECHO HUMANO A LA COMUNICACION

Pablo Cristian Fanelli | Universidad Buenos Aires
pcfanelli@gmail.com

RESUMEN

Esta ponencia propone reconocer la importancia del derecho a la comunicación como un derecho humano fundamental para la construcción de una ciudadanía comunicacional. Es así que, ante la necesidad de la sociedad argentina de estar informada, entretenerse o adquirir conocimiento, resulta adecuado el ejercicio de una práctica comunicativa en los medios de comunicación desde una perspectiva de género, plural e intercultural mediante el respeto por la dignidad, honra e igualdad social que permita la plena garantía de los derechos humanos.

El primer Código de Ética realizado para la TV Pública como documento histórico nacional es uno de los pilares fundamentales para el fortalecimiento de la democratización de las comunicaciones dentro del sistema de medios audiovisuales y digitales en la región. Representa la elaboración de un código de forma colectiva con diversos referentes y profesionales idóneos de la comunicación, representantes de los trabajadores de los medios, representantes sindicales, organizaciones sociales, diversas universidades, organismos públicos y la activa participación de las audiencias de los servicios de comunicación audiovisual.

Finalmente, en concordancia con los estándares internacionales se considera primordial el derecho humano a la comunicación, donde la promoción de la ética en la práctica comunicacional proporciona el marco de protección de las audiencias y del sistema de medios de comunicación en la Argentina.

Palabras clave: Derecho a la comunicación; medios de comunicación audiovisual; código de ética

SOBRE LOS ESTÁNDARES INTERNACIONALES Y EL MARCO NORMATIVO EN MATERIA DE DERECHO A LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Los derechos humanos constituyen un conjunto de principios, normas y valores que – según establece la Declaración Universal de Derechos humanos– se trata de respetar la dignidad de los seres humanos "sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición" (Declaración Universal de Derechos Humanos, 1948, Art. 2).

Entendemos, sobre la base de la igualdad y la dignidad, que los derechos humanos son inherentes a las personas tanto individualmente como de forma colectiva. Un proceso de construcción histórica que permite dar cuenta del reconocimiento de los diversos grupos sociales como sujetos de derecho, como así también, por parte de los Estados ante la implementación de normativas legislativas y el cumplimiento adoptado sobre los principios y garantías de los tratados internacionales.

En este sentido, radica la importancia de la Declaración de Viena en la Conferencia Mundial de los Derechos Humanos (1993) al reconocer en primer lugar la concepción de los derechos humanos como "universales, indivisibles e interdependientes y están relacionados entre sí". Esta determinación es importante para que podamos reflexionar, hacer valer y respetar de forma igualitaria, justa y equitativa los derechos humanos en todo el mundo.

Asimismo, resulta indispensable contemplar los principios establecidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (1948) y según establece el Artículo 19° en relación al respeto por la libertad de opinión y de expresión de todas las personas sin condicionamientos.

> *Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. (Declaración Universal de Derechos Humanos, 1948, Art. 19)*

En el ámbito regional, implica reconocer a la Convención Americana sobre Derechos Humanos (CADH) –establecido en el Pacto de San José de Costa Rica (1969) y realizado en la Conferencia Especializada Interamericana de Derechos Humanos– que consagra el derecho de toda persona a la libertad de pensamiento y de expresión.

> *Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística o por cualquier otro procedimiento de su elección. (Convención Americana sobre Derechos Humanos, 1969, Art. 13, inciso 1)*

Por su parte, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) mediante la "Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión" permitió reconocer la importancia para el desarrollo y protección de los derechos humanos. En efecto, consagra a la libertad de expresión, según el modo y las formas de manifestarse, como "un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Es, además, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática" (CIDH, 2000, Principio 1).

En este contexto dentro del Sistema Interamericano de Protección de Derechos Humanos (SIDH), se constituye la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CorteIDH) como la máxima autoridad de aplicación e interpreta la normativa que establece la Convención Americana sobre Derechos Humanos (CADH). A consecuencia, se determina que los estándares que el tribunal establece deben

ser cumplidos por todos los Estados que adoptaron la propia Convención.

La CorteIDH mediante la Opinión Consultiva 5/85 se expresó manifestando la necesidad para que los medios de comunicación sean instrumentos en materia de libertad de expresión y difusión de la información, permitiendo el acceso de todos a los medios sin distinción alguna y en igualdad de condiciones.

- *La libertad de expresión requiere que los medios de comunicación social estén virtualmente abiertos a todos sin discriminación o más exactamente, que no haya individuos o grupos que, a priori, estén excluidos del acceso a tales medios, exige igualmente ciertas condiciones respecto de éstos, de manera que, en la práctica, sean verdaderos instrumentos de esa libertad y no vehículos para restringirla. Son los medios de comunicación social los que sirven para materializar el ejercicio de la libertad de expresión, de tal modo que sus condiciones de funcionamiento deben adecuarse a los requerimientos de esa libertad. (CorteIDH, Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985, párr. 34)*

Del mismo modo, la CorteIDH también se ha expresado sobre la función del ejercicio de los medios de comunicación, indicando que deben permitir la libertad sobre la circulación de opinión e información a favor de fomentar el pluralismo informativo basándose en el principio de equidad.

Dada la importancia de la libertad de expresión en una sociedad democrática y la elevada responsabilidad que ello entraña para quienes ejercen profesionalmente labores de comunicación social, el Estado no sólo debe minimizar las restricciones a la circulación de la información sino también equilibrar, en la mayor medida de lo posible, la participación de las distintas informaciones en el debate público, impulsando el pluralismo informativo. En consecuencia, la equidad debe regir el flujo informativo. En estos términos puede explicarse la protección de los derechos humanos de quien enfrenta el poder de los medios y el intento por asegurar condiciones estructurales que permitan la expresión equitativa de las ideas. (CorteIDH, Caso “Kimel vs.Argentina”. Sentencia del 2 de mayo de 2008, párr. 57)

La importancia de la CIDH es el pleno reconocimiento de los medios de

comunicación y el factor esencial sobre el ejercicio para la libertad expresión y en el acceso a la información. Por consiguiente, es necesario continuar reflexionando sobre la relación que existe entre el Estado, la sociedad y los medios de comunicación, ya que resulta una tarea fundamental para el sistema democrático a los fines de transmitir información, y a su vez, ofrecer contenidos de interés general para las audiencias sobre el derecho a recibir y ser informadas.

- *El rol del Estado ha dejado de limitarse a las obligaciones de abstención. Antes bien, de la lectura y análisis de los compromisos internacionales se desprende que este derecho exige a las autoridades el cumplimiento de obligaciones de prestación destinadas a garantizar pluralismo, diversidad y desconcentración frente a las tendencias o prácticas monopólicas. La protección efectiva del derecho a la información prevista por el Sistema Interamericano de Derechos Humanos apunta a construir sistemas de medios que garanticen el derecho del público a recibir la máxima diversidad posible de información a resguardo, tanto de la intervención gubernamental, como de los intereses comerciales de las empresas del sector. El control de los niveles de concentración y la legislación en contra de los monopolios y oligopolios de la información y la comunicación resulta fundamental para alcanzar esos fines. (Loreti y Lozano, 2014: 64)*

Por su parte, la Argentina incorporó a la reforma de la Constitución Nacional (1994) un conjunto de Tratados Internacionales en materia de protección y garantía de los derechos humanos. En este sentido, se estableció que las convenciones dictaminadas por los organismos supranacionales "en las condiciones de su vigencia, tienen jerarquía constitucional, no derogan artículo alguno de la primera parte de esta Constitución y deben entenderse complementarios de los derechos y garantías por ella reconocidos" (Constitución de la Nación Argentina, 1994, Art. 75, inciso 22).

- *El proceso de inserción del país en el escenario internacional de los derechos humanos favorecido por la enmienda de la Constitución no se limita al sistema judicial, sino que tiene importantes efectos sobre la acción de las demás instancias políticas del Estado. En efecto en muchos*

casos, las definiciones de políticas públicas debieron ser articuladas con la lógica y los objetivos de la política exterior, a fin de evitar que el país incurriera en responsabilidad internacional por la violación de los tratados y compromisos asumidos. Ello obligó incluso en ocasiones a una mayor articulación de las políticas nacionales con las provincias en temas de derechos humanos. (Abramovich, 2005: 87)

Esta determinación permite al Estado Nacional reconocer el derecho a la información y a la libertad de expresión que "no se suscribe solo a la libertad de difundir, sino que incluye también la libertad de recibir la información, vertiente pasiva que recogen expresamente las Declaraciones de Derechos, Convenciones Internacionales y Constituciones que han aparecido en los últimos cincuenta años" (Loreti, 2005: 22).

- La incorporación de los principales tratados de derechos humanos al régimen constitucional modificó sustancialmente el reconocimiento de derechos fundamentales en el sistema legal. Fue clave en ese sentido la jurisprudencia de la Corte que asignó a los tratados carácter operativo, permitiendo que los derechos que consagran fueran directamente exigibles ante los tribunales, aun en ausencia de leyes que los reglamentaran. También el principio de que la jurisprudencia de los órganos internacionales que aplican esos tratados, como la Corte Interamericana de Derechos Humanos, resultaba una guía importante para los tribunales nacionales al momento de su aplicación doméstica. (Abramovich, 2005: 85)

El derecho a la comunicación resulta la promoción, protección y defensa jurídica que contempla la existencia del sujeto universal como derecho a la información y la libertad de expresión. Por su parte, la definición del derecho a la libertad de expresión es el derecho fundamental que tienen las personas para manifestar sus opiniones, ideas y difundir sus pensamientos de forma libre sin recibir algún tipo de hostigamiento, censura o sanción.

- Por otra parte, el derecho a la información del sujeto universal también impone obligaciones al Estado, en orden a contribuir al pluralismo, a prevenir actitudes de censura directa o indirecta, a administrar sin controles abusivos las frecuencias radioeléctricas, etc.

> Analizando concienzudamente el concepto de libertad de prensa, vemos que tampoco contempla específicamente estas problemáticas. (Loreti, 1995: 22)

Resulta primordial entonces reconocer la libertad de expresión en las personas como ejercicio de respeto a los derechos humanos y dentro del contexto comunicacional. En este sentido, podemos identificar diversas prácticas socioculturales en el campo mediático, como implica el desarrollo de tareas inherentes a la función periodística, de investigación, producción audiovisual y generación de contenidos sobre los medios de comunicación, medios gráficos y plataformas digitales.

La libertad de expresión representa un factor individual y otro colectivo como ejes de reconocimiento para fortalecer una sociedad democrática. Según la CorteIDH, también constituye una función importante a favor del pluralismo, amplificar diversas voces y una condición esencial dentro del sistema democrático.

- La libertad de expresión es una piedra angular en la existencia misma de una sociedad democrática. Es indispensable para la formación de la opinión pública. Es también *conditio sine qua non* para que los partidos políticos, los sindicatos, las sociedades científicas y culturales, y en general, quienes deseen influir sobre la colectividad puedan desarrollarse plenamente. Es, en fin, condición para que la comunidad, a la hora de ejercer sus opciones, esté suficientemente informada. Por ende, es posible afirmar que una sociedad que no esté bien informada, no es plenamente libre. (Corte IDH, Opinión Consultiva OC-5/85, cit., párr. 70)

En palabras del sociólogo español Manuel Castells se trata de comprender la relación del vínculo estrecho entre comunicación y cultura entendiendo que “las culturas están hechas de procesos de comunicación, y todas las formas de comunicación se basan en la producción y el consumo de signos” (Castells, 1996: 448).

En este sentido, como indica la Dra. Analía Eliades (2009), la consagración de la libertad de expresión fue una lucha por ampliar y garantizar derechos tanto de

forma individual como de índole colectiva en nuestra sociedad para el fortalecimiento de la democracia dentro del sistema de medios de comunicación y la cultura.

- La libertad de expresión estaba centrada en el emisor de la información y en la facultad de difundir o dar información, así se hablaba de "publicar las ideas por la prensa", "expresarse", y fue necesario una larga lucha en el campo de los derechos humanos hasta reconocer que el derecho a la libertad de expresión, es simultáneamente un derecho humano individual y social o colectivo, y que a su vez, tiene un carácter bifronte: dar y recibir información, y por supuesto, todas las implicancias presentes en ellas: acceder a la misma, investigar, difundir, por cualquier tipo de medios, y de soportes. En fin, universalidad de mensajes y de medios. (Eliades, 2009: 9)

Comprender el derecho a la información permite determinar que engloba a otros derechos humanos e implica ser reconocido como "el derecho a existir en un mundo cada vez más interrelacionado por las comunicaciones, en el que la pelea por la visibilidad va de la mano de la lucha por la supervivencia" (Loreti y Lozano, 2014).

En relación a la práctica comunicacional, podemos identificar el derecho a comunicar del periodismo –o de quienes ejercen el rol de comunicar– a través de la función de informar, comentar u omitir opiniones en los medios de comunicación. Observando que la actividad periodística deber ser ejercida con una ética profesional y mediante una perspectiva de derechos humanos reconociendo que "todo comunicador social tiene derecho a la reserva de sus fuentes de información, apuntes y archivos personales y profesionales" (CIDH, 2000, Principio 8).

En la Argentina, el marco regulatorio de la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA, 2009) constituyó una herramienta democrática en términos de políticas nacionales de comunicación y a favor del derecho a la información y la comunicación. El objeto es "el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con

fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación" (LSCA, 2009, Art. 1).

- La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual constituye la realización de los sueños colectivos y fue la llave regional que provocó la discusión del tema en el ámbito latinoamericano. Ponderada positivamente por la Relatoría para la Libertad de Expresión de la ONU y comprometida con los postulados de los tratados de derechos humanos, se convirtió en una norma ejemplar, a tener en cuenta por sus contenidos y nacida al calor de una inédita experiencia en elaboración participativa de normas. (Eliades, 2015: 7)

La LSCA promulgó el reconocimiento de los estándares supranacionales como instrumentos jurídicos internacionales con jerarquía constitucional sobre el derecho a la comunicación y la información, adoptados tanto en el ámbito universal como también incorporado en el ámbito nacional.

Asimismo, la ley LSCA permite reconocer a los servicios de comunicación audiovisual como una actividad de interés público fundamental para el desarrollo sociocultural y que garantiza el derecho humano a expresarse y de recibir información. (Ley N° 26.522, 2009, Art. 2).

Por otro lado, la Ley N° 27.078 Argentina Digital (LAD, 2014) determinó de interés público el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, las Telecomunicaciones y sus recursos asociados con énfasis en establecer y garantizar la neutralidad de las redes. La finalidad es garantizar el derecho humano a la comunicación y las TIC, promoviendo el factor social y a favor del "desarrollo sustentable del sector, procurando la accesibilidad y asequibilidad de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el pueblo" (LAD, 2014, Art. 2).

Debido al avance de la innovación tecnológica y la profundización sobre el uso de las TIC en los últimos tiempos, el Poder Ejecutivo Nacional (PEN) mediante el Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) N° 690/2020 del día 21 de agosto de

2020, estableció a las prestaciones de internet, telefonía fija, móvil y televisión paga declarándolos de servicios públicos, esenciales y estratégicos en competencia.

- Se puso en evidencia la necesidad de entender a los servicios de comunicación audiovisual y a las telecomunicaciones como esenciales para la realización de todos los derechos humanos. No hay salud, ni educación, ni formación, ni trabajo, ni acceso a la justicia, ni ciudadanía, ni relaciones afectivas, familiares y sociales posibles sin la disponibilidad de telefonía celular o acceso a internet como pautas básicas. (Eliades, 2020)

Según expresa la Dra. Cynthia Ottaviano (2020), referente en materia de defensa de las audiencias y sobre el rol de los medios de comunicación audiovisual, resulta un cambio paradigmático fundamental entender a las TIC como un servicio público esencial para desarrollo de las comunicaciones "que implica la necesidad de garantizar "la función social y el carácter fundamental" de estos nuevos servicios como parte del derecho humano a la comunicación" (Ottaviano, 2020).

- Puede pensarse entonces que, si toda comunicación es pública, si se trata de un derechos humano, con una dimensión social y democrática ineludible, la tarea realizada por cualquier Defensoría debería inscribirse en el campo de lo público, partiendo de una nueva conceptualización enraizada en democracias vigorosas, que reconocen derechos civiles, políticos, jurisdiccionales, colectivos, de grupos históricamente vulnerados, como la libertad de opinión y reunión, el derecho al trabajo, a la educación, a la salud, al ambiente saludable, pero también el derecho a la comunicación. (Ottaviano, 2021)

Desde mi punto de vista, contribuyendo como profesional en el área de la comunicación y crítico de los medios de comunicación audiovisual, resulta necesario en el ejercicio comunicacional continuar promoviendo el respeto por los derechos humanos y desde una perspectiva de género a modo de garantizar la inclusión social. Entendiendo que, la comunicación es un derecho humano fundamental para la construcción de una ciudadanía comunicacional que

proporcione una defensa propia para la diversidad de opiniones y a favor de la libertad de expresión en la Argentina.

LA ÉTICA COMUNICACIONAL COMO PRINCIPIO RECTOR EN EL SISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En línea con los valores del sistema democrático y considerando la promoción, protección y respeto de los estándares internacionales de los derechos humanos, surgió la iniciativa para la construcción colectiva del primer "Código Ética de la Televisión Pública" promovido bajo la dirección de la Dra. Cynthia Ottaviano y acompañado por la cúpula del Directorio de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S.E.) a los 70 años de la creación de la televisión en la Argentina.

El debate libre, abierto, plural e interdisciplinario realizado durante varios meses para la construcción del histórico "Código de Ética" resultó una acción colectiva que es el punto inicial de partida y sienta las bases dentro del sistema de medios de comunicación audiovisual y digital en la Argentina. Los principios, normas y garantías éticas propuestas en el documento pretenden ser una réplica del accionar tanto de los medios públicos como para otros actores en el escenario de los servicios de comunicación audiovisual.

Por su parte, la participación de Claudia Villamayor en el documento oficial manifestó que "un modelo de código de ética va de la mano de un modelo de código de país, de sociedad y de Estado" (Ottaviano et. al, 2022: 77) y añadió que desde esta perspectiva se debe pensar en dar sentido (contenidos, significados y conceptos) a una estrategia de comunicación mediática y de comunicación pública.

- Se trata de un código de ética largamente esperado en Argentina, treinta y cinco años de democracia, treinta y cinco años de militancia, lo que Cynthia trabajó en su tesis doctoral, que es el enfoque del derecho a la comunicación, que no sea una cuestión reivindicativa, sino que se traduzca. Un código de ética debería tener como exigencia la formación de los profesionales de la comunicación.

(Ottaviano et. al, 2022: 79)

Por otro lado, Estela Díaz indicó que “los derechos humanos son el paradigma de nuestra comunicación y nuestra ética en la comunicación es fundamental. La perspectiva de género es un contenido transversal para nosotras, y cuando planteamos la transversalización, lo hacemos en dos aspectos,” (Ottaviano et. al, 2022: 132) relacionado a la división social y sexual como forma de discriminación institucional, en la organización de trabajo y, como así también, sobre el rol activo en los medios de comunicación.

La generación del Código de Ética proporciona la comprensión de la función que cumplen los medios de comunicación mediante la transmisión de contenidos audiovisuales, como así resulta reconocer la importancia en la agenda mediática de los grupos históricamente vulnerados, invisibilizados y estigmatizados para darle visibilidad, transcendencia y sentido de pertenencia.

- Priorizar la participación y pleno acceso de grupos históricamente vulnerados, oprimidos comunicacionales, como mujeres, personas con discapacidad, adultas mayores, migrantes, colectivo LGTTBIQ+, pueblos indígenas, afrodescendientes, niños, niñas, niñes y adolescentes, personas privadas de libertad y en situación de pobreza, desigualdad económica, social, educativa, sanitaria y laboral, como portadores de voz y fuentes de información y opinión. (Código de Ética de la TV Pública, 2021, Punto 2)

Asimismo, la implementación del Código de Ética en la práctica comunicacional promueve el marco de protección del sistema de medios de comunicación en la Argentina. Entendido que, dentro de las obligaciones que la administración del Estado debe asumir es “garantizar, proteger y promover el derecho a la libertad de expresión en condiciones de igualdad y sin discriminación, así como en el derecho de la sociedad a conocer todo tipo de informaciones e ideas” (CIDH 2009).

Otro de los puntos del Código de Ética que resulta en estos tiempos de innovación tecnológica, es la implementación de mecanismos de accesibilidad para las personas con discapacidades. En este aspecto, la televisión pública

argentina viene promoviendo paulatinamente la incorporación del lenguaje de señas para personas con discapacidad auditiva y además ha tomado medidas de acción para la participación activa de las personas en la programación del canal.

Del mismo modo, el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) estableció mediante la Resolución 570/2022 que las señales de noticias de televisión por cable y por satélite deben incorporar de forma obligatoria la utilización del lenguaje de señas y subtitulado oculto (*close caption*) para garantizar el acceso igualitario a la información (ENACOM, 2022).

De esta manera, se trata de reconocer el derecho a la información acorde a lo que establece el Artículo 66° de la LSCA, a fin de promover que los contenidos de los servicios de comunicación audiovisual sean accesibles para las personas con discapacidades sensoriales incorporando medios de comunicación visual adicionales.

- Los medios públicos de comunicación pueden (y deberían) desempeñar una función esencial para asegurar la pluralidad y diversidad de voces necesarias en una sociedad democrática. Su papel es fundamental a la hora de proveer contenidos no necesariamente comerciales, de alta calidad, articulados con las necesidades informativas, educativas y culturales de la población. (CIDH 2009)

Cabe señalar que, según estableció la Dra. Cynthia Ottaviano (2022), el recorrido para la realización del primer Código de Ética en la televisión pública argentina constituye una serie de lineamientos formales que considera a la actividad como un bien social y a las audiencias como sujetos de derechos.

- Cada colectivo señala su propia mirada, con sus identidades e historia, sabiendo que la puesta en papel de los compromisos será para llevarlos a la práctica, mejorar la calidad de la tarea profesional y de los medios donde se desarrollan, sin olvidar la defensa y respeto de los derechos de las audiencias, considerada como nueva ciudadanía comunicacional. (Ottaviano, 2022: 2)

En efecto, el marco de los 70 años de la Televisión Pública en el país proporcionó el impulso necesario del Directorio de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S.E.) que –dentro de sus atribuciones y obligaciones– contribuyó a "promover la aprobación de un código de ética y establecer los mecanismos de control a efectos de verificar transgresiones a sus disposiciones" (Ley N° 26.522, 2009, Art. 134).

Al mismo tiempo, el desarrollo del Código de Ética dentro del sistema de medios públicos se encuentra en concordancia con lo establecido por los lineamientos normativos de la misma LSCA, comprendiendo que se debe "promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual" (Ley N° 26.522, 2009, Art. 3).

Simultáneamente, la Relatoría sobre Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) destacó la aprobación del "Código de Ética de la Televisión Pública" indicando que promueve "buenas prácticas sobre ética y tratamiento responsable de noticias y ficción sobre grupos históricamente vulnerados, mujeres, colectivo LGTTBIQ+, migrantes, afrodescendientes, personas adultas mayores, niñez y adolescencia, sobre temáticas como violencia institucional, genocidios, consumos problemáticos, adicciones y abusos" (CIDH, 2022, Párr. 35).

Por otro lado, el relator especial José Francisco Cali Tzay de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, consideró favorable la iniciativa oficial como medida vinculada a los derechos humanos y alentó indicando que el documento histórico puede constituirse una réplica para ser adoptado en otros países (RTA, 2022).

El acto de presentación del primer Código de Ética realizado en los estudios del histórico canal de la televisión pública argentina tuvo una doble celebración: por un lado, con el objeto de contribuir a los "70 años de la creación de la Televisión Pública"; por otro lado, en conmemoración del "Día Internacional de los Derechos Humanos y de la restauración de la Democracia" (TVP, 2021).

El trabajo colectivo –manifestado ampliamente por las organizaciones, trabajadores, referentes y audiencias– que acompañaron con el apoyo al desarrollo del Código de Ética, resultó una contribución inédita a los valores democráticos y por la vía del fortalecimiento al sistema de medios públicos en la Argentina.

Asimismo, implicó desde el rol que ejercen los medios de comunicación audiovisual el reconocimiento, la participación y la importancia "de las audiencias como plenos sujetos de derecho y no como consumidores, y de la información como bien social y no como mercancía, para garantizar la búsqueda de la verdad y fomentar la construcción ciudadana" (Código de Ética de la TV Pública, 2021, Punto 1).

Según indica Washington Uranga (2013) podemos hacer referencia a una ciudadanía comunicacional que permite reconocer a la comunicación desde una doble perspectiva social, a saber: por un lado, la oferta mediática de los medios de comunicación hacia los públicos y la ciudadanía; y por otro lado, el consumo cultural, es decir, desde las audiencias y la ciudadanía hacia los medios de comunicación.

- La ciudadanía hoy supone comunicación, porque lo ciudadano se construye desde el diálogo público en el espacio público, en una interacción creativa que supone lo multi actoral y lo multi sectorial. No se puede pensar lo público sin la comunicación y los comunicadores tienen que asumir como propia la tarea de la construcción ciudadana, poniendo sobre sus espaldas el compromiso de respaldar procesos ciudadanos innovadores incluso en aquellos casos en que, por determinadas circunstancias, les corresponda liderarlos temporariamente. (Uranga, 2010: 11)

Es decir, hablamos de una ciudadanía comunicacional cuando "en el marco de los procesos políticos y culturales, permita la participación creativa y protagónica de las personas como forma de eliminar la concentración de poder de cualquier tipo para, así, construir y consolidar nuevas democracias con plena vigencia de los derechos humanos y de las condiciones de una vida digna" (Uranga, 2010).

Finalmente, en palabras de la Dra. Ottaviano, “una ciudadanía activa requiere debates públicos con múltiples perspectivas, que representen o sean representados por diferentes grupos políticos, culturales, sociales” (Ottaviano, 2021: 41). Entendiendo que, “el campo de la comunicación continúa atravesado por disputas permanentes sobre quién o quiénes construyen sentidos y qué sentidos construyen. Así, las disputas materiales, tienen su correlato en el plano simbólico, donde puede encontrarse o no un código compartido” (Ottaviano, 2021: 30).

A MODO DE REFLEXIÓN FINAL

Este trabajo realizó un recorrido teórico-empírico sobre el reconocimiento y la importancia del derecho a la comunicación que establecen los organismos supranacionales dentro del sistema de protección de los derechos humanos. En este aspecto, reconociendo la importancia que ejercen los medios de comunicación en la actualidad de la sociedad contemporánea, el interrogante se plantea a partir de cómo resultó efectuarse la construcción colectiva del primer Código de Ética realizado para la televisión pública en la Argentina.

Desde el punto de vista de una ciudadanía comunicacional, “el interés es relevar el modo en que se configuran las formas de sujetos de derecho a la comunicación a partir de una caracterización de diversas relaciones que los públicos pueden mantener con los medios” (Vernier, 2019).

La relación derechos humanos, medios y ética está estrechamente vinculado a las prácticas audiovisuales de una ciudadanía comunicacional cada vez más activa. En efecto, se trata de entender a la democracia, la ciudadanía y la comunicación como ejes importantes para el desarrollo sociocultural de las sociedades contemporáneas.

- La práctica de la comunicación requiere responsabilidad. Por parte de las y los profesionales para actuar con la veracidad, que incluye la necesidad de contextualizar, evitando dar la parte como si fuera el todo y dejando de lado los golpes de efecto producidos mediante el sensacionalismo. Para proceder atendiendo a una ética que respete a

las personas, sus culturas, sus valores. (Uranga, 2021: 3)

Teniendo en cuenta el acto ceremonial de presentación del Código de Ética, el cual tuve la gratitud de participar y la oportunidad de expresar que “es un ejemplo para la comunicación y para la construcción de una ciudadanía comunicacional dentro de los medios audiovisuales y digitales” (TVP, 2021).

Además, tuve la posibilidad de manifestar que “debemos conocer, saber y respetar cuáles son nuestros derechos y añado a partir de hoy, voy a suscribir abajo, que nadie respeta un código que no conoce” (TVP, 2021) con el propósito de seguir difundiendo los valores éticos desde los medios de comunicación audiovisual y digital.

Asimismo, tal como he manifestado en dicho evento el documento oficial es un ejemplo que debe servir como réplica para los diversos medios de comunicación audiovisual (con fines o sin fines de lucro) como una guía a seguir en el camino adecuado para el desarrollo sociocultural y a favor del sistema democrático.

Desde el aspecto de los derechos humanos, resulta un relevante documento dentro de la práctica comunicacional y donde la ética comunicacional promueve el marco de protección dentro del sistema de medios de comunicación en la Argentina. Del mismo modo, constituye una acción democrática, plural y colectiva –como ha sido por ejemplo el marco regulatorio de los servicios de comunicación audiovisual– y que actúa como referencia de las políticas nacionales de comunicación.

En definitiva, se trata de continuar así para establecer la promoción, protección y el respeto de los derechos humanos, y para que juntos podamos lograr una comunicación inclusiva, plural y diversa dentro del sistema democrático en la Argentina.

BIBLIOGRAFÍA

- Abramovich, V. (2005). *Las normas internacionales en la práctica constitucional argentina*. Revista CEJIL (Centro por la Justicia y el Derecho Internacional). Debates sobre Derechos Humanos y el Sistema Interamericano. Año I, Número I, (85-87). San José de Costa Rica.
- Castells, M. (1996). *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*. Vol.1. La Sociedad Red. Madrid: Alianza.
- Código de Ética de la TV Pública. (2021). *Televisión Pública Argentina. A 70 años de su creación*. Radio y Televisión Argentina. https://new.tvpublica.com.ar/wp content/uploads/2021/12/C%C3%B3digo-de-%C3%89tica-versi%C3%B3n final-1.pdf
- Constitución de la Nación Argentina. (1994). Argentina.
- Convención Americana sobre Derechos Humanos. (1969). *Pacto de San José de Costa Rica*. San José, Costa Rica.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2022). *Informe Anual 2021. Tendencias sobre el derecho a la libertad de expresión en el hemisferio*. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Organización de los Estados Americanos. https://www.oas.org/es/cidh/expresion/informes/IA2021ESP.pdf
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2000). *Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión*. Organización de los Estados Americanos.
- Conferencia Mundial de Derechos Humanos (1993) *Declaración y Programa de Acción de Viena*. Naciones Unidas. Viena, Austria.
- Corte Interamericana de Derechos Humanos. (1985). *La Colegiación obligatoria de Periodistas (Arts. 13 y 29 Convención Americana sobre Derechos Humanos)*. Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985. Organización de los Estados Americanos. https://www.corteidh.or.cr/docs/opiniones/seriea_05_esp.pdf
- Corte Interamericana de Derechos Humanos (2009). *Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente*. Organización de los Estados Americanos. http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/Radiodifusion%20

y% 20libertad%20de%20expresion%20FINAL%20PORTADA.pdf

- Corte Interamericana de Derechos Humanos. (2008). *Caso Kimel vs. Argentina*. Sentencia del 2 de mayo de 2008. Organización de los Estados Americanos. https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_177_esp.pdf
- Declaración Universal de Derechos Humanos. (1948). Asamblea General de las Naciones Unidas. Paris, Francia.
- Decreto 690/2020. (2020). *Argentina Digital*. Ley N° 27.078. Modificación. DECNU 2020-690-APN-PTE. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- ENACOM. (2022). Resolución N° 570/22. EX-2021-122377068-APN SDYME#ENACOM. Acta 76. Ente Nacional de Comunicaciones. https://www.enacom.gob.ar/multimedia/normativas/2022/res570.pdf
- Eliades, A. (2009). *Libertad de Expresión, derecho a la información y derecho a la comunicación: Apuntes actuales sobre sus bases constitucionales y pautas interpretativas*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata.
- Eliades, A. (comp.). (2015). *Derecho a la Comunicación y 30 años de democracia*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP)
- Eliades, A. (2020). *Octubres, la reconstrucción de una narrativa colectiva*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. https://perio.unlp.edu.ar/2020/09/26/octubres-la-reconstruccion-de-una narrativa-colectiva/
- Ley Nacional N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). (2009). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Ley Nacional N° 27.078 Argentina Digital (LAD). (2014). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Loreti, D. (1995). *El Derecho a la Información. Relación entre medios, público y* periodistas. Buenos Aires: Paidós.
- Loreti, D. (2005). *América Latina y la libertad de expresión*. Bogotá: Norma.
- 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: Siglo XXI.
- Ottaviano, C. (2020). *Para entender DNU de Fernández: ¿Qué significa servicio público en competencia?* Primera edición. El diario de Misiones.

https://www.primeraedicion.com.ar/nota/100324820/para-entender-dnu-de fernandez-que-significa-servicio-publico-en-competencia/

- Ottaviano, C. (2021a). *Derecho humano a la comunicación: Desconcentración, diversidad e inclusión. Los desafíos comunicacionales del siglo XXI, desde las perspectivas de las Defensorías de las Audiencias*. Editorial Punto de Encuentro.
- Ottaviano, C. (2021b). *Las nuevas defensorías de las audiencias de América Latina*. Brasilia: Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação.
- Ottaviano, C. (Dirección). (2022a). *Los jueves a las 10. Así se hizo el primer Código de ética de la Televisión Argentina*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes y Radio y Televisión Argentina.
- Ottaviano, C. (2022b). *Hacia el primer Código de Ética de RTA*. Radio y Televisión Argentina. https://new.tvpublica.com.ar/wp-content/uploads/2021/10/Hacia-el Primer-C%C3%B3digo-de-%C3%89tica-de-la-TV-P%C3%BAblica.docx.pdf
- RTA. (2022). *El relator de Naciones Unidas sobre los derechos de los Pueblos Indígenas participó hoy de una nueva jornada de capacitación sobre el Código de Ética*. Página web de Radio y Televisión Argentina S. E. https://www.radioytelevision.ar/codigo-de-etica-tvp/para-el-relator-de naciones-unidas-francisco-cali-tzay-el-codigo-de-etica-es-un-ejempl o-de medida-positiva/
- TVP. (2021). *Presentación del Primer Código de Ética de la Televisión Pública*. *Televisión con Códigos*. Canal YouTube de la Televisión Pública Argentina. https://youtu.be/ExUK141eaw8
- Uranga, W. (2010). *¿Existe una ciudadanía comunicacional? En el cruce de la política y la comunicación*. http://www.washingtonuranga.com.ar/images/propios/17_existe_com unicacion al.pdf
- Uranga, W. (2013). *Comunicación: En la encrucijada de la construcción ciudadana. Intersecciones en Comunicación*. (7), 11-39. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. http://www.soc.unicen.edu.ar/index.php/component/content/article?i d=1138:articulo-washington-uranga
- Uranga, W. (2021). *Comunicación, derechos y democracia*. Encuentro anual de la Red de Comunicadores del MERCOSUR. Santa Fe,

Argentina.

http://www.washingtonuranga.com.ar/images/propios/34_propios_Comunicacion_derechos_democracia_MERCOSUR_5DIC2021_Santa%20Fe.pdf

- Venier, E. (2019). *Ciudadanías comunicacionales y políticas públicas de medios audiovisuales en Argentina*. Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (RAEIC). Volumen 6 (11), 119-140. https://doi.org/10.24137/raeic.6.11.8

LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y LA PERCEPCIÓN DE LAS Y LOS DOCENTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (UNC)

Esmeralda Gaiteri | Universidad Nacional de Córdoba
esme_g196@hotmail.com

Rodrigo Bruera | Universidad Nacional de Córdoba
rodrigo.bruera@unc.edu.ar

Maria Alaniz | Universidad Nacional de Córdoba
esmeria75@hotmail.com

RESUMEN

Este trabajo presenta los resultados obtenidos acerca de la percepción de las y los docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) —sancionada en 2009— después de los años acontecidos desde aquella fecha, con los cambios y transformaciones que tanto el país como la misma ley tuvieron. Una Ley que surge en un momento de unión entre los países de Sudamérica y que, dentro del campo de la comunicación, sus gobiernos promovieron la realización de reformas en materia pública con la premisa de que la comunicación es un bien público, social y sobre todo un derecho humano (Elías, 2006). La LSCA reemplaza a la Ley 22.285 de Radiodifusión promulgada en

1980 por la última dictadura militar (Busso y Jaimes, 2011) y tiene por objeto desmonopolizar los poderes multimediáticos mediante líneas de acción de los gobiernos para disputar la concepción de que la información no es una mercancía (Natanson, 2008).

Para indagar en la percepción de las y los docentes sobre la LSCA se realizó un cuestionario semiestructurado de cuatro preguntas abiertas que referían a temas específicos de nuestro interés. Del análisis, se desprendieron tres categorías: el sentido de lo comunitario y colectivo, la defectuosidad de la ley en su aplicación, y la escasa aparición de una visión de la comunicación como un derecho humano.

Dichas categorías permitieron evidenciar que el personal docente tuvo una sensación de que hubo una gran disputa política por entender a la comunicación no como un mero quehacer individual sino colectivo, cooperativo, comunitario y al servicio de la sociedad. En tal sentido, manifestaron que la Ley proponía, además de democratizar la oferta comunicacional, un horizonte prometedor en cuanto a materia pública de la comunicación. Sin embargo, a la hora de la práctica no se pudo ver reflejado. Por ello, afirman que la sociedad no pudo apropiarse de la Ley y, en consecuencia, no fue defendida cuando intervino Mauricio Macri con los decretos 267/15, 1340/16, que favorecieron la extrema concentración de medios y la consecuente pérdida de esencia de la LSCA. Finalmente, y en relación a todo lo anterior expuesto, notamos la ausencia de una mirada de la comunicación como derecho humano, un supuesto básico que la Ley promulgaba; su no aparición en las percepciones de las y los docentes es una señal preocupante, teniendo en cuenta que la FCC es una de las facultades de comunicación más importantes del país.

Palabras clave: LSCA; docentes; FCC;

INTRODUCCIÓN

Las primeras décadas del siglo XXI se transformaron en un período de desarrollo del denominado *ciclo progresista* sudamericano (Elías, 2006). Los gobiernos encabezados por líderes populares propiciaron la rearticulación de políticas públicas en materia de comunicación bajo la premisa de entender a la comunicación como un bien público, social, y como un derecho humano. En sus

respectivas gestiones se llevaron adelante diversas estrategias estatales dirigidas al recorte de los poderes de los grupos concentrados mediante la promulgación de leyes regulatorias de contenidos, o de licencias, según cada país. Ocurrió en Venezuela primero, con la llamada Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (RESORTE) impulsada en los primeros mandatos de Hugo Chávez; luego en Ecuador, con la propuesta de Rafael Correa de una Ley Orgánica de Comunicación (LOC). Asimismo, el proceso de construcción de estas normas trajo consigo una actividad de producción y circulación de discursos sociales a favor de las regulaciones y de la necesidad urgente de la implementación de políticas públicas en materia comunicacional.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina (LSCA) desató una significativa disputa de poder gubernamental —particularmente en la figura de Cristina Fernández de Kirchner— con el grupo mediático más importante del país: Clarín. La discusión acerca del rol y la función de los medios de comunicación en los procesos políticos, sociales y económicos fue puesta en el tapete, y hubo expresiones y acciones en torno a ello procedentes de organizaciones de la sociedad civil, asociaciones de prensa, universitarias y de diversos actores sociales y culturales del plano nacional e internacional.

Por otra parte, la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) participó en el proceso de debate y construcción de ideas y significaciones desde las aulas universitarias. También realizó pronunciamientos, foros y actividades en defensa de la comunicación democrática y diversa, en clara adhesión a los lineamientos de la LSCA. Es preciso señalar que, en los años previos a su sanción, y luego también, las Facultades de Comunicación y Periodismo fueron invitadas al proceso de discusión, elaboración y conocimiento del texto final de la LSCA, así como algunos sectores académicos ligados al oficialismo de aquel entonces participaron en el proceso de reglamentación y seguimiento.

En tal sentido, y atento al curso seguido por la LSCA —aprobada en 2009, implementada en 2013 y afectada por modificaciones materializadas en los Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15 y 1340/16 en 2015-2016— surge la necesidad de preguntarse por las conceptualizaciones, significaciones y valoraciones que, en torno a la Ley y a la comunicación como derecho y su

carácter público, han construido estudiantes y docentes de 4to. y 5to. año de la Licenciatura en Comunicación Social (FCC-UNC) en el periodo 2013-2018. Para ello se ha recurrido a la realización de encuestas, cuestionarios semiestructurados y análisis de textos. En esta oportunidad, y a fines de la presente ponencia, se presentan los principales resultados obtenidos acerca de la percepción específicamente de las y los docentes de la FCC-UNC.

MARCO TEÓRICO

El proyecto sitúa su estudio en el contexto sociopolítico de la llamada *década de los progresismos sudamericanos* (2005-2015) y, en especial, de su tributo a las políticas de comunicación promovidas desde los Estados. Esta investigación está enmarcada en la Economía política de la comunicación y la cultura (EPCC), una perspectiva que reaviva el interés por los análisis tras la irrupción de las tecnologías de la información, la comunicación, el entretenimiento y las mutaciones en el trabajo periodístico. Asimismo, las formas de relación laboral que incorporan tecnologías y dispositivos de la comunicación e interacciones digitales vía redes como Internet ocupan un fuerte centro de atención en los estudios de la EPCC. A ello se le añaden las investigaciones —en el mundo y en particular en América Latina— sobre los procesos de concentración y tecnificación de las grandes empresas de comunicación e info-entretenimiento. Finalmente, otras aristas que involucran los derechos a la libertad de expresión, el respeto por la pluralidad de opiniones, la diversidad cultural y el derecho a acceder a informaciones veraces continúan siendo tópicos relevantes para los abordajes desde la EPCC. Los modos en que los grupos usufructúan su poder y cómo entablan las relaciones con los públicos, las instituciones gubernamentales o sociales y el mercado, ameritan reflexiones comprensivas acerca de las mutaciones cuali y cuantitativas que ha venido atravesando el campo socio cultural y las propias estructuras de las corporaciones de medios (Bolaño, Narváez y Lopes, 2015).

Históricamente, los medios de comunicación han estado en manos de burguesías u oligarquías emergentes de los distintos países, pero, en los últimos 40 años, las empresas periodísticas se han convertido en conglomerados transnacionales. En el proceso de conformación de los sistemas mediáticos, algunas familias ligadas a

burguesías incipientes lideraron los principales medios tradicionales (Mastrini y Becerra, 2017). Al mismo tiempo, se fueron conformando medios estatales que se pusieron a disposición de los respectivos gobiernos y que fueron utilizados principalmente para difundir sus políticas y discursos (Mastrini, 2016).

En la actualidad, la región cuenta con un sistema de medios en el que convergen información y comunicación, a partir de una serie de fusiones y adquisiciones de grupos editoriales por parte de operadores de telecomunicaciones y audiovisuales. Estos dos últimos se han convertido en las actividades con mayor rendimiento económico. La inserción de las telecomunicaciones en los medios ha profundizado la concentración y ha llevado a una configuración oligopólica con pocos conglomerados con proyección regional. De esta manera, la lógica acumulativa de los principales grupos se basa más que nada en el ejercicio de posiciones dominantes en diferentes mercados y no tanto en el poder de concentrar un mercado de medios específico como la televisión, la radio o la prensa (Mastrini y Becerra, 2017).

A partir de esta referencia teórico-conceptual y de los principales conceptos acerca de la LSCA hemos construido distintas categorías teóricas que luego resultaron claves para el análisis de los datos e informaciones provistas por los actores consultados. A continuación presentamos cada una, junto a una breve descripción:

- *Comunicación como derecho humano*: entendemos al derecho a la comunicación como un derecho que engloba y supera derechos como la libertad de imprenta, la libertad de expresión, derecho a la información, libre acceso a la información pública, libertad de antena, derecho a la intimidad y a la preservación de datos personales, acceso a nuevas tecnologías, gobernanza democrática y multisectorial de Internet.

- *Concentración de medios en Argentina*: se trata de procesos de fusión, adquisición y alianzas de grupos de medios de comunicación (gráficos, radiofónicos, audiovisuales, digitales y de telecomunicaciones) en Argentina. En el sector de medios de comunicación, Clarín es quien registra competencia en la mayor parte de las industrias en las que opera.

- *Convergencia*: entendida como la capacidad de homogeneización de los soportes, productos, lógicas de emisión y consumo de las industrias info-comunicacionales, tanto físicas como digitales.

- *Políticas estatales de comunicación*: nos referimos a las políticas de comunicación en las que el Estado garantiza la prestación de los servicios y fija las condiciones para que estos se desarrollen, pudiendo delegar la prestación en privados.

- *Participación social en el proceso de debate e implementación de la LSCA*: refiere al proceso de construcción de ideas, consensos y fuerza social/política para la elaboración y acompañamiento de la LSCA, con participación de actores políticos, sindicales, culturales, organizaciones de la sociedad civil, en especial los Foros promovidos por Facultades de Comunicación y Periodismo y la Coalición por una Comunicación Democrática.

- *Batalla cultural*: entendida como la disputa en términos simbólicos de las discursividades y de las significaciones de la LSCA ante los grupos sociales, focalizada en la ley con el objetivo de reafirmar derechos culturales a favor de una democratización de las comunicaciones, y en tensión con los grupos de medios concentrados hegemónicos y situados.

METODOLOGÍA

Para poder aproximarnos a las percepciones, significaciones y valoraciones de los docentes se construyó un cuestionario semiestructurado de 4 preguntas abiertas para la realización de entrevistas que nos permitieran conocer las experiencias en relación a los debates, la participación y las proyecciones en torno a la LSCA. En total fueron 14 docentes escogidos por su cargo como docentes titulares y/o adjuntos de cátedras de las principales materias de las orientaciones de la Licenciatura, poniendo atención a *Producción Radiofónica* y *Producción Audiovisual* y, en menor medida, a *Producción Gráfica* e *Investigación y Planeamiento*. Es preciso señalar que algunos docentes tienen la singularidad de haber sido ex funcionarios/as de la institución o sindicalistas de prensa en el

momento de discusión e implementación de la Ley mientras ejercían, a su vez, la docencia en la facultad.

ANÁLISIS Y RESULTADOS

Para ordenar las ideas de las respuestas obtenidas tuvimos en cuenta las recurrencias y regularidades discursivas de las y los docentes. De allí, se desprendieron tres categorías:

EL SENTIDO DE LO COMUNITARIO Y COLECTIVO

Se trata de uno de los puntos claves y esenciales de la Ley. Esta categoría surge entre las y los entrevistados por la mención de dos sentidos en disputa: uno individualista y otro colectivista, ya que se trae a colación una concepción sobre cómo hacer comunicación y quiénes la ejercen. En este aspecto, aparece la noción de trabajo colectivo articulada con un sentido comunitario y de aporte a la sociedad, entendiendo la importancia del cooperativismo como forma de organización social y política del quehacer en comunicación y medios.

Notamos, también, una doble cuestión colectiva: en primer lugar, lo que aludíamos recién acerca del quehacer particular que hace a la comunicación y la práctica periodista y, en segundo lugar, el colectivo entendido como el conjunto de la sociedad y su espíritu democrático de acción para modificar la realidad. Respecto a ésto último, las y los docentes recuerdan el momento de la sanción de la LSCA como un proceso que fue llevado a cabo de forma colectiva. En este sentido, manifiestan que era la única manera posible de que la Ley se impulse y apruebe.

Otro punto importante que resaltan las y los docentes es el de las dificultades a la hora de la práctica periodística bajo esta mirada comunicacional desde lo colectivo y cooperativo. Entre ellas se destaca la falta de financiamiento y las casi nulas políticas de asociativismo entre medios y cooperativas. Esto provocó que no pudiesen sostenerse en el tiempo y, por ende, tendieron a desaparecer o diluirse. Se advierte aquí la idea de que primó la reacción individual y quedó de lado la

fuerza colectiva que podría haberse generado, triunfando así una noción de sujeto neoliberal que sólo busca salvarse a sí mismo.

Por otro lado, cabe destacar que la noción de trabajo comunitario en la comunicación aparece casi siempre ligada a las licencias del 33% correspondiente a los medios sin fines de lucro. Existe una idea entre las y los docentes de que este tipo de medios son exclusivamente de tipo cooperativo, cuando en realidad la LSCA hace referencia a emisoras comunitarias y las entiende como actores privados que tienen un objetivo social y son administradas por organizaciones sociales diversas sin fines de lucro. Se trata de medios independientes y no gubernamentales.[71]

Finalmente, reconocen que las discusiones en torno a la elaboración de la Ley fueron verdaderamente democráticas, y puestas en contraposición con la Ley 22.285 de Radiodifusión, heredada de la dictadura militar (1976-1983), sin ningún tipo de discusión colectiva sino más bien a imagen y semejanza de un gobierno de facto que desplegó una serie de reglamentaciones jurídicas para validar su propio accionar antidemocrático. Tras casi 30 años de vigencia de una Ley no democrática, era importante un consenso, según manifiestan las y los docentes. Si bien era difícil lograrlo en nuestro país, para estos actores la LSCA logró acuerdos con la mayoría de los sectores sociales involucrados.

LA DEFECTUOSIDAD DE LA LEY EN SU APLICACIÓN

Esta segunda categoría tiene que ver con las limitaciones de la efectiva aplicación de la LSCA. Se pudieron ordenar en cinco aspectos: el primero, la dificultad —por parte del gobierno en general y del organismo de aplicación como la AFSCA en particular— de hacer valer aquellos artículos que ponían en jaque la concentración de medios; el segundo, la disputa intensa entre el Gobierno nacional y el Grupo Clarín, que alcanzó tanto revuelo mediático que no permitió profundizar otras cuestiones más específicas; el tercero, la imposibilidad de erradicar una visión hegemónica sobre la comunicación, lo que no permitió que los actores sociales se empoderen y apropien de la Ley para hacerla indiscutible en la sociedad; el cuarto, la afectación a múltiples intereses políticos y económicos dominantes que, en palabras de un entrevistado, parecía ser “un tanto inocente

[71] Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, Art. 4

pretender que las comunicaciones funcionen escindidas de un marco del mercado" (Entrevista Nro. 5); el quinto, la complejidad de incorporar temáticas y actores diversos y discutir sobre el consumo audiovisual de la audiencia.

Las y los docentes evidenciaron una sensación de que, al no lograrse implementar algunos artículos que limitaban la concentración de la propiedad de medios, no se pudo llevar a cabo una expansión real de los medios alternativos o comunitarios que pudieran disputar sentidos en la agenda mediática. Es decir, se menciona como ejemplo que la división de licencias totales del espectro radioeléctrico en tres partes iguales no tuvo posibilidades de que verdaderamente se lleve adelante. En este sentido, el Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA) que preveía la financiación de medios alternativos, a partir de la redistribución de recursos provenientes de multas y gravámenes a medios audiovisuales, resultó insuficiente y nunca logró poner en valor ni mucho menos hacer que los medios del tercer sector logren sustentabilidad.

También, manifestaron que los tiempos fueron muy lentos, y sobre todo el plazo desmedido que tomó la Corte Suprema de Justicia para declarar constitucionales los artículos que el Grupo Clarín había impugnado. Esto repercutió, según las personas entrevistadas, en que no se implementara de manera efectiva la Ley.

LA ESCASA APARICIÓN DE UNA VISIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMO DERECHO HUMANO

Esta categoría tiene que ver ya no con algo que dicen las y los docentes sino, por el contrario, con algo que *no* dicen. Nos resulta llamativo que no aparezca en las entrevistas la idea de la comunicación como derecho humano. Un concepto central de la LSCA y que, de hecho, fue tomado como consigna principal en los procesos de debate, ya que propone pensar una comunicación al servicio de la sociedad y de interés público, promoviendo el desarrollo de la actividad mediática audiovisual, pero con la intención de salvaguardar el derecho humano a la información y a la libertad de expresión.

Lo que sí señalan las y los docentes es que la comunicación es una herramienta con potencial transformador y que deben existir comunicadores activos que

disputen el sentido hegemónico. En este marco, se hace evidente la noción de *batalla cultural* y la importancia que tiene la Ley en cuanto a su búsqueda de alterar los órdenes dominantes.

Por otra parte, cabe subrayar que aparece en menor medida el concepto de la comunicación como mercancía, una idea que la Ley busca poner en tensión. Incluso, de las personas entrevistadas, solo una mencionó que el Estado tiene la obligación de garantizar el derecho humano de la comunicación y acompañar con otras políticas públicas que garanticen este derecho.

A MODO DE CIERRE

Las y los docentes de la FCC, como miembros de una comunidad académica, no estuvieron exentos de las discusiones, debates y luchas por la implementación de una nueva regulación sobre el sistema mediático audiovisual. Los ecos de la disputa en la agenda mediática se vieron reflejados en la institución y no pasaron inadvertidos. A partir de la realización de diversas charlas, actividades y espacios de discusión, el estamento docente se encargó, con mayor o menor participación individual de cada docente, de propiciar el debate dentro y fuera de las aulas.

Luego de la realización de las entrevistas, la sensación que se evidencia en el equipo docente es la de una oportunidad perdida. Es decir, buceando en las declaraciones de las y los entrevistados, advertimos un posicionamiento definitivamente favorable a la sanción de una ley que intente poner freno a los monopolios de los grandes conglomerados mediáticos, que propicie el desarrollo de medios alternativos y comunitarios y, por ende, que favorezca la pluralidad de voces. Sin embargo, analizando cómo se llevó a cabo el proceso mediante el cual el gobierno libró una batalla encarnizada contra el Grupo Clarín, las demoras de la justicia para establecer la constitucionalidad o inconstitucionalidad de la LSCA y, luego, la pérdida mediante decretos presidenciales de sus principales aspectos en relación al límite de licencias, la lectura de las y los docentes es que se perdió una enorme oportunidad de implementar una ley que había sido consensuada por amplios sectores de la sociedad civil. Ya sea por ineficacia o inacción del Estado, la percepción de los entrevistados es que se podrían haber llevado adelante muchas más acciones tendientes al sostenimiento de la ley.

Finalmente, cabe señalar que las y los docentes involucrados en partidos políticos, movimientos y/u organizaciones sociales tienen conocimientos más precisos sobre la LSCA. Esta diferencia significativa respecto al resto, marca una percepción de la Ley como un derecho comunicacional que construye sentidos desde los medios, siendo éste el promotor de los intereses de una sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Becerra, M. y Mastrini, G. (2016). La concentración infocomunicacional en América Latina 2000-2015: nuevos medios y tecnologías, menos actores. Universidad Nacional de Quilmes.
- Bolaño, C., Narváez, A. y Lopes, R. (2015). Economía Política de la Información, de la Comunicación y de la Cultura. En: C. Bolaño, D. Crovi, y G. Cimadevilla (Eds.), La contribución de América Latina al campo de la comunicación: Historia, enfoques teóricos, metodológicos y tendencias de la investigación (498-523). Prometeo Libros.
- Bolaño, C., Narváez, A. y Lopes, R. (2019). Apuntes sobre la economía política de la información, la comunicación y la cultura latinoamericana. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 141, 215-234. https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/issue/view/177
- Elias, A. (Comp.) (2006). Los gobiernos progresistas en debate. Argentina, Brasil, Chile, Venezuela y Uruguay. CLACSO.
- García Delgado, D. (2015). El modelo de desarrollo con inclusión y su inserción en la multipolaridad. Revista de Ciencias Sociales. Segunda Época, 28, 159-177. http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/59383b55256ce.pdf
- García Linera, Á. (2017). Límites y contradicciones de una década virtuosa continental. En: G. Szalkowicz y P. Solana (comps.), América Latina. Huellas y retos del ciclo progresista (53-58). Sudestada.
- Hall, S. (2017). Estudios culturales 1983. Una historia teorética. Paidós.
- Hall, S. y Mellino, M. (2011). La cultura y el poder. Conversaciones sobre los cultural studies. Amorrortu.
- Mastrini, G. (2016). Medios públicos y derecho a la comunicación. Ediciones Herramienta.

- Mastrini, G. y Becerra, M. (eds.) (2017). Medios en Guerra. Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación, 2003-2016. Biblos.
- Muyo Bussac, P. (7 de enero de 2017). ¿Qué es el Estado? Reseña del libro The State: past, present, future. Viento Sur. https://vientosur.info/que-es-el-estado/
- Natanson, J. (2008). La Nueva Izquierda. Triunfos y derrotas de los gobiernos de Argentina, Brasil, Bolivia, Venezuela, Chile, Uruguay y Ecuador. Sudamericana.
- Rodríguez Garavito, C., Barret, P. y Chavez, D. (Comps.) (2008). La nueva izquierda en América Latina. Su trayectoria y perspectivas. Grupo Norma.

Svampa, M. (2015). América Latina: De nuevas izquierdas a populismos de alta intensidad. Memoria. Revista de Crítica Militante, 256, 32-37. http://hdl.handle.net/11336/71227

EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DE LOS MEDIOS DIGITALES DE CHUBUT DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS PROVINCIALES Y MUNICIPALES IMPLEMENTADAS PARA ENFRENTAR LA CRISIS ECONÓMICA DESATADA POR LA PANDEMIA DE CORONAVIRUS EN EL AÑO 2020. DISPUTAS Y CONTROVERSIAS

Gustavo López | Universidad Nacional Patagonia San Juan Bosco
galolopez@gmail.com

Marcelo Maestre | Universidad Nacional de San Luis
marcelodanilomaestre@gmail.com

RESUMEN

En el presente informe se analiza el tratamiento noticioso realizado en tres portales digitales, sobre las políticas públicas instrumentadas por el gobierno de la provincia del Chubut y por los gobiernos locales de Comodoro Rivadavia y Rada Tilly, con el objetivo de enfrentar los efectos socioeconómicos adversos que provocó la pandemia durante el año 2020.

El trabajo en cuestión indaga específicamente el tratamiento informativo en relación a los efectos, causas, controversias y disputas que se vieron reflejadas en

los medios de comunicación El patagónico, ADN Sur y El Chubut, sobre la asistencia pública implementada por el gobierno provincial y los municipios mencionados, con el fin de sostener la supervivencia de los Hogares y Unidades Económicas, en las circunstancias críticas desatadas por la pandemia del Covid-19.

Los portales seleccionados como material de investigación poseen una importante cantidad de usuarios y de lecturas, según se desprende de un estudio de consumos del año 2020.

Con apoyo metodológico de los lineamientos establecidos por la teoría fundamentada, se construye el corpus y se realiza el análisis de contenido. Como punto de partida, para analizar los datos se crearon categorías conceptuales iniciales, y se relevó el sentido que adquirieron esas categorías. De esta manera se establecieron algunas conclusiones sobre las posiciones de los medios sobre la temática abordada.

El análisis determina sentidos sobre las posiciones a favor, en contra y coincidentes de las políticas implementadas, expone las fuentes de información utilizadas y releva los tópicos de las noticias, las redes institucionales, profesionales, laborales y de actores políticos, entre otras variables.

Cabe agregar, que la ponencia aquí propuesta tomará además como eje de análisis los resultados de la investigación llevada a cabo en Comodoro Rivadavia en el marco del proyecto PISAC Covid-19, permitiendo generar nuevas líneas de indagación desde los equipos de investigadores e investigadoras de distintas universidades nacionales del país.

Tres palabras clave: cobertura periodística digital - pandemia - políticas públicas

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo propone indagar acerca de la cobertura de los medios de comunicación en relación al impacto socioeconómico que produjo la pandemia de COVID-19 en la provincia del Chubut y en Comodoro Rivadavia.

En este sentido, tanto el gobierno provincial como el municipal, adoptaron medidas para sostener económicamente a las distintas poblaciones y a las unidades productivas.

La ponencia aquí propuesta se enmarca en lo investigado en el proyecto PISAC Covid-19 realizado en Comodoro Rivadavia, y genera una nueva línea de indagación, vinculada con el tratamiento de la información periodística.

En ese contexto, el análisis se ocupará de describir las coberturas periodísticas realizadas por El Patagónico, ADN Sur, ambos de Comodoro Rivadavia y El Chubut, que se edita en Trelew.

Se captó la diversidad de productos discursivos a propósito de dos acontecimientos, en relación a las normativas aplicadas por el gobierno provincial en la temática del Turismo y a nivel municipal, con los créditos a las pequeñas y medianas empresas.

El análisis de la postura periodística, la entendemos como lo que dice el medio sobre el tema, también la jerarquización que le otorga al tema dentro de su pauta informativa, lo que pretende decir y lo que omite; y se evalúa la actitud expuesta en la nota (a favor o en contra) ya que puede incorporar ribetes propagandísticos, basarse solo en fuentes oficiales y consecuentemente replicar las gacetillas de prensa gubernamental. Todo este ejercicio en el marco de la decisión que toma el medio o el periodista a la hora de cubrir y publicar o no un hecho noticiable.

Estas apreciaciones iniciales permitirán reconstruir sentidos para describir cuáles son las posturas periodísticas (PP) en relación a los dos temas seleccionados.

Para ello, el análisis se realiza por medio de la metodología establecida por la Teoría Fundamentada, que permite analizar el contenido de las notas y construir categorías cuyas significaciones permitan comprender sus sentidos. Esta idea resulta elemental para comprender la dimensión pública de los discursos aparecidos en los medios escritos en torno a determinados acontecimientos.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

El marco teórico se constituye desde dos lineamientos, en primer lugar la construcción de la noticia, entendiendo este concepto "desde el encuentro de palabras, de formulaciones y de decires que circulan a propósito de esos acontecimientos, y más allá, contribuyen ellos mismos a construir vínculos entre asuntos sociales y tejer hilos inter discursivos entre los decires de las diferentes comunidades interesadas por esos acontecimientos" (Moirand,2018).

En segundo lugar, desde el análisis de las prácticas periodísticas, surge el concepto de las "Posturas Periodísticas". Este concepto se trabaja en esta producción, destacando los recursos y la habilidad de los medios y los periodistas en presentar en sus "discursos", sus puntos de vista, reflexiones y opiniones.

En las definiciones de los temas políticos que quedan plasmadas en las noticias se pueden observar huellas de disputas de poder que exceden a esos textos y que remiten a un proceso que atraviesa la elaboración de las noticias, los textos noticiosos, su recepción y la cultura, donde existe un repertorio compartido de patrones de cognición, percepción e interpretación que permite el diálogo entre esas instancias. (Aruguete & Koziner, 2014).

Por otro lado, no se agota la idea de pensar en un periodismo cuyo tratamiento de la información sea de contenido propio, intentando que en su orientación argumentativa cumpla criterios de noticiabilidad y supuesta originalidad.

Asimismo, ocurre, como señala Denis Mc Quail (1998) en "La Libertad de los Medios – Su entorno organizativo" que: "la información en la sociedad no es sino un flujo descendente por el cual los medios transmiten al público en gran medida lo que los responsables, es decir, los funcionarios o sus voceros, deciden informar".

En el curso de investigaciones previas en el artículo "la construcción de la información periodística sobre la COVID-19 en la prensa local argentina" (Sánchez, 2020) se analizan los modos en qué la problemática se construye en los medios de comunicación argentinos desde tres eventos claves. Presenta un análisis cuantitativo centrado en el abordaje de los principales encuadres que organizan la información. Estas categorías trabajadas son "omnipresencia", "transmisión y riesgo" "desastre económico" y "vigilancia y control".

El estudio de estos encuadres concluye en constituir marcos interpretativos del tipo de información que recibe la sociedad de Bahía Blanca de la realidad social, que tienen impacto en el debate público y en las respuestas que ofrece el sistema político a la problemática.

Señala además que se registró un escaso tratamiento de noticias destinadas a comunicar las acciones políticas puestas en marcha o planificadas por los gobiernos local, provincial y nacional. En este sentido, en el análisis de las notas de nuestro trabajo, observamos que si bien existen publicaciones en los medios, dando cobertura a los acontecimientos seleccionados, la mayoría son refritos o copias de las notas originales de la prensa oficial.

En ese sentido, Zunino (2020) también realiza un estudio sobre el tratamiento informativo de la pandemia en los principales medios del país, a partir del análisis de la relevancia del problema en las agendas y de la valoración de la autoridad gubernamental como figura central del manejo. Entre otras cuestiones relativas a la tematización de la pandemia, indagó sobre la frecuencia de cobertura y la relevancia. El autor además, analiza el "tono valorativo" del PEN-Covid19, en los diarios Infobae, Clarìn, La Nación y Página 12, en función de la variable temporal.

El tono valorativo de los discursos presenta las categorías, indefinido, positivo y negativo. Zunino, explica que " la valoración mediática positiva del gobierno nacional dominó solamente durante las tres primeras semanas de confinamiento. En la semana cuatro, se registró el primer pico del periodo de valoración negativa sobre el Poder Ejecutivo Nacional.

Los acontecimientos que describe sobre las implicaciones sociales, económicas y políticas en las que se desarrollan los criterios para informar, están significativamente asociados a las relaciones de poder y control. Debemos tener en cuenta sobre las habilidades de las que señalamos arriba, los criterios de noticiabilidad, las formas de inclusión y exclusión, qué dicen y qué quieren decir; a quién toman como fuente y a quién descartan, qué destacan y qué no y qué juicios pueden hacer dentro del discurso.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En un contexto tan particular e inesperado como el de una pandemia, son muchas las situaciones que se pueden presentar sobre todo a nivel laboral. La incertidumbre que se manifiesta por el desconocimiento acerca de la letalidad del virus, la salud de los que nos rodean, las limitaciones y alcances de medidas de aislamiento, las decisiones empresariales sobre la continuidad laboral, posibles ajustes o "recortes", la limitación de recursos y nuevos condicionamientos con los que se puede llevar adelante la tarea diaria, la ausencia de rutinas bien diagramadas y de horarios estipulados, pueden llevar al colapso a cualquier sistema organizacional.

En este caso, nos referimos puntualmente al sector periodístico que brinda cobertura de noticias mediante plataformas web. Tres de los portales informativos más consultados de la provincia de Chubut (ADN, El Patagónico y El Chubut), se enfrentaron como tantos otros medios a esta situación engorrosa y seguramente gran parte de ellos debieron replantearse metodologías de trabajo y readecuaciones hasta en sus líneas editoriales y decisiones respecto a la publicación de gacetillas gubernamentales o a la cobertura total, parcial o básica de noticias en torno a las políticas públicas que se implementaron en ese momento para paliar la dura crisis que provocó la pandemia.

En el caso del gobierno Chubutense, se intentó como estrategia comunicacional demostrar que la gestión se veía preocupada, entre otras cosas, por asistir a las empresas turísticas de la región; uno de los primeros sectores que se vio perjudicado por las restricciones establecidas.

Por otro lado, el Municipio de Comodoro Rivadavia (segunda ciudad en importancia en la Provincia del Chubut) se preocupó por comunicar efectivamente la asistencia económica que brindó la gestión actual a aquellas pymes que se veían imposibilitadas de continuar sosteniendo su actividad en esa localidad.

Resta, para una continuidad investigativa, incorporar la cobertura periodística de una política pública de Rada Tilly, que por cuestiones operativas, en este artículo no se presenta.

En este trabajo intentaremos develar cuál fue la respuesta por parte de los medios mencionados en la cobertura periodística que se brindó desde la prensa no gubernamental específicamente en estas aristas.

Basado en lo anterior, se formularon las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuán importante fue la reelaboración de las gacetillas enviadas por parte de los equipos periodísticos institucionales? ¿Se buscó información para corroborar si el beneficio llegó en tiempo y forma a los sectores realmente necesitados? ¿Hubo críticas negativas a las políticas públicas implementadas en los rubros anteriormente descritos?.

Fue nuestra primera apreciación, que las líneas editoriales de los tres medios analizados optaron por publicar la información gubernamental que les llegaba a la redacción. Cabe señalar que algunas publicaciones de los Boletines Oficiales sobre Políticas Públicas, no tuvieron cobertura periodística.

En este sentido, quizás condicionado o no por la situación sanitaria y sus consecuencias, llevó a que gran parte de lo que se publicaba en los portales no contase con disidencias por parte de quienes no estaban de acuerdo sobre las políticas públicas implementadas para paliar la pandemia, al menos en esta provincia patagónica.

Como podemos apreciar, en el cuadernillo PISAC nodo Comodoro Rivadavia, se argumenta sobre lo detectado en relación de las coberturas periodísticas de los portales digitales,

> No se detectaron controversias en la prensa sobre las políticas públicas adoptadas. Más bien se advierte una mayor visibilización dada a partir de la recurrencia de publicaciones sobre una medida de política municipal, generando el efecto o la representación de mayor vigencia o alcance de la medida del que se pudo observar desde la matriz de políticas construida a tal fin. (Cuadernillo de Síntesis del Nodo Comodoro Rivadavia- Chubut, 2022)

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo del presente trabajo es lograr un primer acercamiento investigativo para interpretar los sentidos de los discursos periodísticos en relación a las políticas públicas desarrolladas en épocas de pandemia Covid-19, que mantuvieron los tres portales digitales de la Provincia del Chubut, desde el 20 de marzo de 2020 al 31 de diciembre de 2020.

METODOLOGÍA Y PROCEDIMIENTOS

La metodología de la Teoría Fundamentada ha sido útil en este trabajo, para identificar las situaciones que se evidencian en las coberturas periodísticas. Por medio de sus procedimientos, es posible conectar la teoría con la práctica. Para la Teoría Fundamentada, explicar es dar cuenta de un proceso social y sus métodos permiten interpretar la acción social y reconstruirla.

Para el análisis de los discursos mediáticos se generaron categorías con las que se permiten entender las posturas periodísticas de los medios digitales,

Para ello se creó una base de datos en la que se cargaron y procesaron los datos. La base estaba compuesta por una serie de variables de tipo cuantitativas y cualitativas.

Se registraron un total de 17 notas sobre la “Ley de emergencia Turística” y 16 notas sobre “El financiamiento a las Pymes”.

La variables que componen la base de datos fueron las siguientes: nota N°, Medio, fecha, Título, Tema, Actor Principal, Actor/es secundarios/ Fuentes de datos/ Opiniones a favor, Opiniones en contra, Acciones Solicitadas, Acciones ejecutadas, Controversias, Postura Periodística. Link

RESULTADOS

En el marco de la investigación realizada en el proyecto PISAC Nodo Comodoro Rivadavia- Chubut, el denominado objetivo 2 tuvo como eje central la identificación de las principales políticas públicas adoptadas para sostener materialmente a las unidades domésticas y productivas.

En el trabajo metodológico realizado, se definió un recorte que incluyó tanto documentos públicos producidos por los Estados (Boletines Oficiales y Digestos) a nivel de los aglomerados y en paralelo se rastrearon las notas producidas por la prensa disponibles en la web. Esta selección significó el análisis de dos medios periodísticos locales: ADN Sur y El Patagónico, que dan cuenta de la dinámica informativa provincial y del aglomerado Comodoro Rivadavia- Rada Tilly. Se manejó el supuesto que estos medios representaban posicionamientos divergentes con respecto a las coberturas de los acontecimientos políticos.

Cabe destacar que si bien se utilizaron fuentes de información periodística el objetivo del PISAC fue el de identificar las principales políticas adoptadas por los gobiernos subnacionales, sus dinámicas, las relaciones de alineamiento o no de la/s política/s municipal/es frente a la política provincial general, el detalle de conflictos y situaciones específicas.

En la investigación citada, se relevaron 24 políticas públicas, 12 corresponden al estado provincial, 7 al municipio de Comodoro Rivadavia y 5 al municipio de Rada Tilly[72].

Para el presente trabajo se seleccionaron dos de esas políticas públicas, la primera de orden provincial, de suma importancia para dar respuesta a uno de los sectores más castigados por la pandemia; y la segunda de ámbito municipal, que benefició a una serie de empresas y pymes de Comodoro Rivadavia, que también fueron perjudicadas por la crítica situación económica.

Cabe aclarar que el sentido de esta propuesta se centra en analizar los discursos mediáticos de El Patagónico, ADN sur y se tomó la decisión de incorporar además un tercer medio que es el Diario El Chubut. La elección obedece principalmente a sus índices de audiencia y como señalábamos, a líneas editoriales disidentes.

Para llevar a cabo el análisis, se registró desde el primer día la mediatización de los hechos.

Una vez identificadas las noticias (unidades de análisis) que conformaron el corpus, se encuadraron los fragmentos y segmentos que responden al objetivo y

[72] Se sugiere ampliar la lectura de los resultados en Cuadernillo PISAC, 2022. https://drive.google.com/file/d/1Td4yniJNGzkLLD5tP8Lb5pcKx1zi4jUX/view?usp=sharing

al problema de investigación, con el fin de completar las categorías determinadas y mediante los procedimientos de la TF, se construyó un marco conceptual para el estudio de las coberturas periodísticas, sobre las temáticas antes expuestas.

Posteriormente se generaron una serie de categorías desde el análisis de las codificaciones abiertas las cuáles fueron: “decires”, “priorización de datos” “regularidades” “actores principales” “actores secundarios” “Fuentes de datos” “opiniones a favor”, “opiniones en contra”, “acciones solicitadas” “acciones ejecutadas”, “controversias”.

El proceso de codificación se desarrolló interpretando los trayectos discursivos de los acontecimientos y se llegó a la saturación de las categorías. Se determinó que el trabajo de investigación indagaría en seis categorías relevantes cuyas intersecciones se identifican en el discurso periodístico.

A continuación, a través de la codificación axial fue posible establecer relaciones para interpretar la postura Periodística sobre los temas analizados.

Las categorías elaboradas fueron: “argumentos de autoridad” “proteccionismo”, “representatividad social”, “acuerdos y cooperación”, “exigencias del Estado” y “riesgos”. Posteriormente las desarrollaremos con ejemplos que se observaron en los decires de la prensa.

En primer lugar, presentamos el análisis de la “Emergencia turística de la provincia del Chubut”.

Las primeras noticias sobre el tema de la Emergencia Turística surgieron en el mes de julio. En ese momento temporal, todos los medios publicaron sobre la intención política de la promulgación de un decreto.

Para agosto de ese año, la Legislatura Provincial aprobó la Ley de Emergencia del Sector Turístico (Ley XXXIII-44), con vigencia hasta el 31 de diciembre. Estableció la implementación de incentivos, medidas y programas que promovieron el turismo de cercanía, interno entre ciudades y formulación de corredores seguros entre provincias. Las áreas destinatarias fueron principalmente los sectores de Riesgo Alto que incluye empresas hoteleras, gastronómicas y otras tantas actividades del sector mencionado.

Y en la última sesión del año, la legislatura dictaminó que la Emergencia Turística en Chubut continuaría hasta el 30 de junio de 2021.

En este sentido, un primer acercamiento con la intención de explicar qué sucedió con el tratamiento mediático sobre el acontecimiento, sugiere que existe un patrón relacionado con una posición parcial sobre los argumentos oficiales, legitimando las opiniones de los funcionarios políticos como "argumentos de autoridad".

Es constante la marca discursiva que muestra a un gobierno que intenta atenuar el efecto causado por la pandemia en relación al sector. Estos hilos discursivos, tienen como premisa presentar al Estado autodeterminándose como "comprometido con la causa" promoviendo nociones de "representatividad social". Los actores enunciados también cuentan con designaciones calificativas como la valoración de los acontecimientos, que son constantemente positivos y optimistas. Como señalamos anteriormente, estos "modos especiales" demuestran el compromiso del Estado, o de uno de los representantes de este, como legitimación de todos.

Las nociones de "proteccionismo", también están vinculadas a una sociedad que está siendo cuidada "bajo el ala del Estado". El Estado, garantiza la libre circulación con fines turísticos, observándose un "sentido social" en el discurso mediático. En otras palabras, se muestra una extrema sensibilidad del gobierno, cumpliendo con las responsabilidades de los poderes Ejecutivo y Legislativo.

Estas ideas proponen por un lado "tranquilizar a la población", "darle una solución para apaciguar los efectos de la crisis", "devolver la confianza", a los comerciantes y a los operadores turísticos. La idea es señalar constantemente que conocen a los destinatarios, a los afectados, a los posibles beneficiarios y se trabaja con ellos. También reconocen los efectos de la crisis, las soluciones financieras. Además, demuestran conocimientos que se vinculan con la salud y la seguridad.

La categoría "acuerdos" está relacionada con la postura gubernamental de trabajar en una mesa abierta, trabajar con todos los sectores políticos y económicos. Llegar a acuerdos que permitieron declarar, en primera instancia el decreto y en segunda instancia la Ley. Este hecho de trabajar en coordinación se remarca constantemente.

La categoría “Exigencias” aparece como denominador común en muchas de las notas. Para cumplir con los protocolos se exige una serie de “pedidos y recomendaciones” que permiten llevar a cabo los lineamientos de la regulación estatal. Si no se cumplen las exigencias no se beneficiará al sector.

En las notas prima un principio vinculado con la categoría “riesgo”, que se deriva de la designación de “emergencia” en el título de la Ley, que contiene una calificadora carga emocional. También desde las voces oficiales se usan metáforas para referirse a la situación señalando “riesgos, cautela, dificultad, perjudicial…

> En cuanto al anuncio de la posible habilitación del turismo interno en la Comarca de los Andes y Península Valdés, el ministro (Nestor García) aclaró que quiere ser “cauteloso y dar pasos firmes porque en Turismo es difícil avanzar, pero más difícil retroceder”. “No podemos cometer errores porque cualquier incidente menor puede ser muy perjudicial. Tenemos en dos comarcas ser una provincia segura y es un valor que turísticamente para los próximos meses, cuando se empiece a reactivar el turismo, va a tener un peso muy importante”, consideró. **[Cuerpo de Texto]**
>
> https://www.adnsur.com.ar/sociedad/aprobaron-la-ley-de-emergencia-turistica-en-chubut--de-que-se-trata_a5f2d1add0349de020c219146

Continuando con el análisis se presentan los resultados de la política a nivel municipal de “otorgamiento de una línea de financiamiento para pymes y empresas locales”.

En el 2020 el municipio local anunció una serie de líneas de crédito para las empresas locales, para mantener el nivel de empleo en la ciudad y el movimiento económico.

En esta misma línea, surgen como marcas discursivas términos que incluso son similares con el análisis de la política pública provincial analizada párrafos atrás.

Un dato no menor, es que en la gran mayoría de las notas periodísticas construidas por los medios toman declaraciones textuales de los funcionarios municipales para fortalecer los argumentos de estas piezas gráficas legitimando su autoridad como palabra autorizada para exponer sobre el tema.

La primera categoría desagregada es la de “argumentos de autoridad”, en ella encontramos una serie de legitimaciones sobre el rol que cumple el Estado para dar respuesta a la situación empresarial. Desde el gobierno se plantea garantizar la continuidad laboral y productiva “somos un Estado que está presente”, “Tenemos la obligación de acompañar a las empresas”,

La representatividad social se puede observar en base a los argumentos de plantear una “línea de crédito histórica”, “las Pymes no pueden esperar mucho” o “nos ponemos a la vanguardia de una realidad que nos toca vivir”.

Los medios resaltan que el Municipio ha hecho claros esfuerzos para proteger a los sectores más perjudicados y en particular al sector productivo. Resulta importante para el oficialismo de la ciudad demostrar que se han dado apoyo y respuestas casi inmediatas a las exigencias que un sector que requiere de créditos para sostener su actividad empresarial y de emprendedurismo y mantener las fuentes laborales en este complejo contexto donde los riesgos e incertidumbres son diversas.

En este sentido, en las notas analizadas se observa precisión en las soluciones propuestas, y de sobremanera se remarcan las nociones de “acompañamiento, sostenimiento, eficiencia del organismo estatal''.

- ***AYUDA ECONÓMICA***

  Créditos para los sectores más golpeados por la pandemia en Comodoro: quiénes podrán acceder a la nueva etapa

  En el mes de abril el Municipio de Comodoro Rivadavia lanzó una histórica línea de créditos destinada a las pequeñas y medianas empresas golpeadas por la crisis sanitaria del COVID19. En ese marco, la Agencia Comodoro Conocimiento funcionó como órgano de aplicación facilitando las herramientas para solicitar el

crédito de manera virtual, como así también del estudio técnico, evaluación y seguimiento de cada caso.
Esta nueva etapa está destinada especialmente al sector gastronómico, hotelero, operadores turísticos, eventos, gimnasios, institutos de enseñanza, jardines y guarderías de Comodoro Rivadavia con una cantidad de empleados que varían de 16 a 30. Los mismos podrán acceder a montos desde $600.000 a $1.000.000 elevando los meses de gracia plena de 3 a 12. “Hicimos un gran esfuerzo durante todo el año para amortiguar las consecuencias económicas de la pandemia y acompañar a los sectores más golpeados. No se cuántos municipios pueden brindar estas posibilidades a distintos sectores para que puedan sostener sus comercios y mantener los puestos laborales, sumado a la cantidad de aportes en subsidios y en compra de equipamiento e insumos en materia sanitaria y social”, expresó el intendente Luque.
https://www.adnsur.com.ar/sociedad/creditos-para-los-sectores-mas-golpeados-por-la-pandemia-en-comodoro--quienes-podran-acceder-a-la-nueva-etapa-_a5fb6bf6ab5902133c1fe179b - *19 de noviembre de 2020*

Estas huellas discursivas emergentes del caso anteriormente citado, intentan dejar en claro que el gobierno municipal en esta segunda etapa de la política pública de otorgamiento de créditos también está interesado en auxiliar al sector turístico en consonancia con lo que ya venía haciendo el gobierno provincial.

De todas maneras, es muy utilizado en las notas el vocablo “ayuda” incluso desde el título de la nota, lo que demuestra que quizás no existe una imparcialidad periodística por lo menos en este caso.

- **El municipio ayudó a mantener 400 trabajos [Titulo]**

  Desde la Municipalidad continúa vigente la posibilidad de solicitar créditos a tasa blanda para comercios de hasta 15 empleados, línea a la cual ya accedieron casi 150 comercios y se permitió mantener 400 puestos

laborales. **[Bajada]**
https://www.elpatagonico.com/el-municipio-ayudo-mantener-400-trabajos-n5112380

En este sentido, el intendente advirtió que “sabemos que no es un salvataje si esta pandemia mundial no termina, pero creo que mostrar un Estado presente genera la confianza que necesitan para aguantar estos tiempos de crisis y con ello mantener las fuentes laborales. Solo con la primera etapa de estos créditos fueron 400 empleados los que mantuvieron su fuente de ingresos”. **[Cuerpo de Texto]**
https://www.elpatagonico.com/el-municipio-ayudo-mantener-400-trabajos-n5112380

Por otro lado, las únicas exigencias que se observan en los discursos, tienen que ver con los pasos a seguir con sugerencias para la inscripción. En los tres medios, se observa una guía para que los interesados apliquen en el formulario.

- Para su comodidad, le solicitamos que antes de comenzar el trámite, puedan contar con una cuenta de gmail activa, tener en formato PDF la documentación solicitada según corresponda y leer los Términos y Condiciones. Por consultas e informes comunicarse vía e-mail a: herramientaspymes@conocimiento.gob.ar [**Cuerpo de Texto]** https://www.elpatagonico.com/estan-abiertas-las-inscripciones-pymes-acceder-creditos-municipales-n5101722

Como señalamos anteriormente, en las notas se refleja constantemente la opinión del Intendente municipal, de funcionarios de alto rango. En algunas notas detectamos frases cargadas de emotividad como por ejemplo recurren a términos como “esperanza”, “vamos a poder hacer frente a esta situación”, “mucha alegría” o “el Estado genera confianza”.

En una de las notas fue citado el presidente de la Cámara de Comercio, un comerciante gastronómico y uno de entretenimientos. Discursos que enfatizan el agradecimiento, la “unidad y el acompañamiento”, reivindicando las soluciones otorgadas.

Por otro lado, en la categoría “acuerdos”, basada en encontrar cooperaciones o colaboraciones desde otros sectores políticos o empresariales, podemos señalar que se hace referencia al trabajo en bloque con concejales oficialistas. Aunque se pone de manifiesto el sentido multisectorial y amplio de la política municipal y el trabajo permanente con los referentes de los sectores empresariales.

Sobre el análisis de la categoría “riesgo” podemos señalar que en los decires priman los calificativos vinculados con las” crisis del sector”, “sufriendo las consecuencias de esta emergencia sanitaria”, “a fin de paliar esta situación por el ASPO” y “estamos en una situación de alerta y preocupación e incertidumbre, no sabemos cuando todo vuelve a la normalidad”.

Por último, cabe mencionar que gran cantidad de notas contienen datos estadísticos sobre los aportes del poder ejecutivo para solventar las líneas de crédito, como también se publican datos sobre el mantenimiento de puestos de trabajo.

Para cerrar este análisis preliminar, podemos afirmar que tanto en las publicaciones sobre la ley de emergencia Turística y la de los créditos a Pymes, observamos que en las notas periodísticas se han incorporado frases textuales que han resignificado constantemente el estado crítico de la situación social.

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Durante el año 2020 las políticas públicas impulsadas por el gobierno del Chubut y por el municipio de Comodoro Rivadavia, fueron paliativos importantes para la supervivencia de los sectores del Turismo y de las pequeñas y medianas empresas.

Partiendo de la concepción “veroniana” de que es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social y que el análisis discursivo semiológico es fundamental para comprender y deconstruir la matriz sociológica de una comunidad, es que entendemos que aquello que producen y reproducen los medios tiene real impacto en la sociedad, en sus decisiones y formas de ver e interpretar el mundo.

Por ello, la postura periodística adoptada y que a nuestro entender quedó excepcional y parcialmente aislada de la tradicional línea editorial que maneja cada uno de los medios seleccionados, no se condice con el habitual accionar de estos medios en contextos no pandémicos.

Múltiples factores pueden haber entrado en juego al momento de decidir cómo y qué contenido publicar y cuál no en ese primer año de pandemia que tomamos taxativamente como recorte temporal para el análisis. Nos preguntamos si ¿hubo un rol crítico del periodismo hacia las instituciones gubernamentales? ¿Cuáles fueron las fuentes de información utilizadas?

Las empresas periodísticas en cuestión (ADN Sur, El Patagónico y El Chubut), en estos dos ejemplos trabajados, tuvieron una postura a favor de las políticas públicas.

Observamos que muchas de las publicaciones se diagramaron en base a la información que se les suministraba desde la prensa oficial del gobierno del Chubut y desde el Municipio de Comodoro Rivadavia y detectamos que, en las notas expuestas, existió una homogeneidad de opiniones de los funcionarios políticos.

Aparecieron algunos adjetivos calificativos acerca de los beneficiarios de las políticas públicas. Se han detectado escasas notas con opiniones de los afectados, reacciones y participaciones.

A nuestro entender, pasado ese primer año de pandemia surgieron diversas situaciones inoportunas en el campo político que escapan a este análisis y que llevaron a las empresas periodísticas a retomar su espíritu crítico. También el horizonte de certidumbres que se avizoraba una vez transcurrido el primer año de pandemia y que trajo consigo una nueva “normalidad” quizás les permitió a estos equipos periodísticos empezar a ampliar nuevamente las producciones de sentido.

BIBLIOGRAFÍA

- Aruguete, N. (2015), *El poder de la agenda: política, medios y público*, Biblos, Buenos Aires, (Cuadernos de comunicación).
- Aruguete, N. & Koziner, N. (2014). *La cobertura mediática del "7D" en la prensa argentina. Aplicación de encuadres noticiosos genéricos a los principales diarios nacionales*. Disertaciones. Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social, 7(1), 129-165. Retrieved from https://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/3842.
- Martini, S. (2017). *Últimas noticias. Construyendo la actualidad en el siglo XXI*. En S. Martini & M. Pereyra (Eds.). La noticia hoy. Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología (pp. 1–28). Buenos Aires: IMAGO MUNDI.
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Madrid: Amorrortu Editores.
- Moirand, S. (2018). *Los discursos de la prensa diaria: Observar, analizar, comprender*; coordinación general de Ana Soledad Montero. -1ra ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Sánchez, R. (2021). *La construcción de la información periodística sobre la COVID-19 en la prensa local argentina*. RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, 8 (15), 429-451. https://doi.org/10.24137/raeic.8.15.19

- Vidoz, S. y otros. *Proyecto PISAC Covid- 19: el sostén público a la supervivencia de los hogares y unidades económicas en la urgencia. Iniciativas, mediaciones y alcances de la asistencia en perspectiva comparada. (2022).* Cuadernillo de Síntesis del Nodo Comodoro Rivadavia • Rada Tilly, Provincia de Chubut . Disponible en: https://drive.google.com/file/d/1Td4yniJNGzkLLD5tP8Lb5pcKx1zi4jUX/view?usp=sharing
- Verón, E. (1983) *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa.
- Zunino, E. (2019). *¿Quién define la agenda? Las fuentes de información en la prensa digital argentina*. Comunicación Y Sociedad, pp. 1-23. https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7394

- Zunino, E. y Arcangeletti C. (2020)*La cobertura mediática de la COVID-19 en la Argentina: un estudio sobre el tratamiento informativo de la pandemia en los principales medios online del país*. Dossier: “Pandemia y sociedad. Claves, efectos y desafíos”. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/347984889

MESA 20:

FORMACIÓN DOCENTE EN COMUNICACIÓN

Coordinador/a de mesa:
Barreras, Luis; Castro, Mariana;
Pascual Miriam

EXPERIENCIA LIMITAR: EL *YO* DEL AUXILIAR ESTUDIANTE

Lucas Christin | Universidad Nacional de Moreno
christinlucas7@gmail.com

Marcela Alejandra Pereyra | Universidad Nacional de Moreno
mpereyra@unm.edu.ar

RESUMEN

Reflexionar acerca de la figura de un auxiliar estudiante, y más aún en el contexto de estudios universitarios relacionados a la Ciencia de la Comunicación, invita a elaborar diversas conjeturas: ¿Cuál es el proceso de formación de unx auxiliar estudiante dentro del aula universitaria? ¿De qué manera interacciona esta figura con los agentes estudiante y docente? ¿Cuáles serán los traductores que permitan semiotizar aquello que resulte desconocido o extraño, por ejemplo, en términos de corrección, orientación en la resolución de actividades, preparación de una clase o la misma condición afectiva que en tanto estudiante constituye la identidad cómplice y compañera entre pares? ¿Acaso, el tránsito de estudiante a auxiliar estudiante implica exiliarse de los códigos de camaradería entre compañerxs para convertirse en otra cosa? Freire (1993) destaca que la educación es una práctica reveladora que implica situarnos junto a otrxs que no llegan solxs ni desprovistxs de sus raíces, con el cuerpo vacío y seco. En efecto, en tanto "auxiliar estudiante" serán diversas las tramas discursivas que lo constituyan, así como lo advierte Freire, puesto que andamos "con el cuerpo mojado de nuestra historia, de nuestra cultura".

Asimismo, el espacio que ocupe este agente será, en principio, todo un oficio,

transitorio aunque transformador. Siempre que lo ocupe, será un proceso constante de afiliación; según Coulon (1999) “aprender el oficio significa que es necesario ŧransformarse śino uno es eliminado o se auto-elimina ya que se queda extranjero de ese nuevo mundo”, es decir, de un proceso por el cual un individuo adquiere un “status social nuevo”; los roles adquiridos en esta etapa formativa serán, de forma ideal, un nexo estable que acompañe mutuamente a las dos figuras clásicas del aula: docente - estudiante. El caso concreto que permite desandar de qué forma se profundiza este acompañamiento nos conduce, por un lado, a revisar el umbral que conlleva la transformación de estudiante a auxiliar estudiante (y posteriormente a docente), y por el otro, a reflexionar acerca de las tensiones y fronteras alosemióticas (Lotman, 1996) puestas en juego en el hábitus educativo (Bourdieu, 1990). Esto, a su vez, otorga en la figura del auxiliar un valor expirencial que tiene razón de ser en la constitución de un sujeto comprometido con la realidad áulica, y la herramienta de transformación que allí se configura.

Palabras claves: filiación – valor expirencial – umbral

INTRODUCCIÓN:

Abordar las dinámicas de los procesos de enseñanza aprendizaje en el aula universitaria nos conduce a identificar lxs diferentes agentes que intervienen en ese proceso: tendríamos que hablar de lxs estudiantes, el o la docente, el aula, la asignatura que sostiene el contenido curricular, y en el caso que lo hubiera, la o el auxiliar estudiante. Desde luego, también deberíamos situarnos en el marco de un territorio institucional que nos contiene, describe y define, así como también la carrera que enmarca a la asignatura. Puntualmente, en este trabajo nos proponemos compartir la experiencia de quien comparte conmigo el espíritu de este escrito: Lucas. Lucas es estudiante de 4to. año de la carrera de Lic. en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Moreno y al mismo tiempo que desde el Dpto. de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad nos acercaban a lxs docentes la primera circular del XXIV Congreso de REDCOM, concluía su primera experiencia como auxiliar estudiante del Taller de Expresión Oral y Escrita II, cohorte marzo - julio 2022. En este sentido, consideramos sustancial insistir sobre el valor expirencial del caso a compartir debido a que nos permitirá:

- avivar el espíritu de estudiantes que deseen o se interesen en incursionar en la práctica formativa de una/un docente universitario
- indagar y reflexionar sobre la formación, el alcance e implicancias del proceso de alfabetización académica del estudiante en una nueva corporeidad que tensiona entre el estudiante que es y el auxiliar estudiante que se propone ser
- promover el valor expirencial del caso a otrxs auxiliares estudiantes que estén interesadxs en conocer otros casos similares que sean orientativos y/o representativos de prácticas discursivas diversas y ancladas en territorios de trabajo específicos
- compartir el valor expirencial del caso a lxs docentes universitarios para, de manera colectiva y colaborativa, reflexionar sobre el alcance e impacto -en tanto docentes- en la formación identitaria del auxiliar estudiante, tarea no menor puesto que nos implica en su (y nuestra) constitución discursiva. Sostenemos esta idea puesto que partimos de la concepción de que el discurso es una forma de acción, una actividad humana controlada, intencional y con un propósito. Cabe preguntarnos desde nuestro escenario docente: ¿Cuáles fueron, son o serán los propósitos que nos pueden o pudieron convocar para participar del proceso constitutivo e identitario de auxiliar estudiante? Resulta pués, una interacción de alcance pedagógica enmarcada en un contexto social y cultural determinado.

LA ESCENA ENUNCIATIVA DE LXS AGENTES PARTÍCIPES DEL PROCESO DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

EL AULA UNIVERSITARIA COMO TERRITORIO DE ACCIÓN

Cuando pensamos en el espacio del aula universitaria cabe preguntarnos: ¿qué definimos como “aula”? Nos parece fundamental pensar este término como un espacio de constante transmisión, divulgación, construcción y producción de conocimiento. Nos interesa, en tanto transmisión, como el lugar donde ocurre el acto más esencial del ser-docente: dar cuenta de un conocimiento en términos de transmisión y construcción discursiva. No obstante, jamás podríamos reducir

la docencia a tan solo ese pasaje. La divulgación es estructural en la comunidad académica; y, en tanto docentes que pertenecemos a dicha comunidad, es nuestro trabajo intervenir la introducción y el entrelazamiento de una pluralidad de voces, trabajos y teorías que amplíen el campo de estudio propuesto. Esta idea se profundiza si la conjugamos con el área de la Comunicación Social; un área interdisciplinar y en ebullición que, hoy más que nunca, necesita nutrirse de otras áreas mediante el trabajo divulgativo a realizarse, entre otros lugares, en el aula. La construcción del conocimiento es, quizás, el punto más complejo de este proceso. La relación de los diferentes sujetos o agentes partícipes de la semiósfera aúlica promoverá la edificación de un fin común: esto es, la **construcción dialógica** del conocimiento (Lotman, 1996); se tratará de un complejo proceso de intercambio y análisis de los marcos teóricos que circulan en la comunidad discursiva del aula. Esto involucra necesariamente a los diversos agentes presentes en este espacio (docentes, estudiantes y auxiliar estudiante), en una relación caracterizada por una participación activa, heterogénea y plural de voces y posiciones que permitirán hacer efectiva dicha construcción. En lo que respecta a la producción, esta idea nos remite más a los roles de cada agente que conforman el espacio del aula, ya que invita al cuerpo de estudiantes a producir su propio conocimiento. La guía del equipo docente y el nexo que aquí establece el auxiliar como puente entre el docente y lxs estudiantes, son fundamentales para llevar a cabo esta producción con la pertinencia necesaria.

GENERACIONES HACIENDO TERRITORIO UNIVERSITARIO

En el desarrollo del primer cuatrimestre del año 2022 del Taller de Expresión Oral y Escrita 2, y en el marco de la didáctica de ponencias, una de las estudiantes utilizó la libreta doctoral de su abuela con el propósito de ejemplificar el rol de la mujer en el ámbito universitario en el contexto del siglo XX. Este caso fue el único que demostró antecedentes, en la familia de una estudiante, de un tránsito académico concreto. Y esto es una constante en las universidades presentes en el conurbano bonaerense puesto que muchxs de lxs estudiantes son “primera generación” .

¿Qué implica la presencia de este tipo de universidades, como la Universidad

Nacional de Moreno, en territorios “de borde”? En primer lugar, esto implica pensar y reflexionar sobre el significado de la educación pública superior en la formación sociocultural y las trayectorias formativas y ocupacionales. Tal como lo señala la UNM en su documento de creación, “la creación de Universidades en sus distritos de borde, donde predominan relativamente los bajos ingresos, los empleos menos calificados y diversas barreras de acceso a la educación superior, expresan como pocas veces, la voluntad colectiva de asegurar la igualdad de oportunidades y una redistribución de los recursos con fines de utilidad social”. La institución que nos enmarca, define y describe, se pronuncia en su estatuto de creación como la Universidad que no sólo debe producir profesionales y patentes, sino que debe contribuir, desde su especificidad y su historia institucional, a la creación de aquellos lazos e identidades que permitan recrear el tejido social de la Nación para su propio desarrollo como colectivo social.

A partir de los testimonios de lxs estudiantes del taller pudimos advertir que ser “primera generación” de estudiantes universitarios en las familias implica que, por primera vez en la historia de cada familia, una persona puede tener acceso al ámbito académico. No puede sino ser fundamental esta cuestión para todo nuestro campo de estudios: la relación entre la clase trabajadora y el terreno académico no hace sino estrecharse profundamente. Esto puede, muy probablemente, influir de forma directa en unos de los tópicos más importantes de la historia de los estudios científicos y académicos: la relación entre ciencia y sociedad. Una de las incógnitas claves, entonces, es repensar este tema desde nuestro contexto espacio - temporal: ¿cómo influye la inminente inclusión masiva de la clase trabajadora al circuito académico, en el contexto de la serie de universidades creadas en territorio del Conurbano bonaerense?

Nosotros fomentamos firmemente esta inclusión, tenemos la convicción de pensar y trabajar en el impulso de estos espacios. Una universidad pública e inclusiva, en el contexto de un territorio histórico de lucha de la clase trabajadora, es cuanto menos un ambiente donde se generan constantemente reflexiones acerca de nuestro espacio de trabajo. En términos de Pierre Bourdieu: ¿qué caracterizan a los agentes presentes en el campo universitario? ¿Cuáles son sus construcciones históricas, sociales, económicas y culturales? O mejor dicho, ¿cómo está conformado su ***hábitus***? Y ante lo que planteamos previamente: si es

efectiva la influencia de este actor social, de forma masiva, a los objetivos del campo académico, ¿qué tipos de intereses entran en tensión?

El aula como territorio es, quizás, la consecuencia de todos estos interrogantes en su conjunto. Al proponer esta visión del aula como "construcción" del conocimiento, y con intenciones de hacer hincapié en esta visión, debemos pensar en el aula como primer territorio donde estos intereses entran en juego. La historia, los antecedentes de los agentes que integran el aula (mencionados previamente) es, como pudimos ver, una historia que va de la mano con la de las clases trabajadoras. La visión de estos actores sobre el mundo y los intereses que debe tener el campo académico tienen que ver necesariamente con estas historias que nos constituyen. No obstante, el rasgo histórico no es el único que influye de forma directa en la reflexión sobre el espacio áulico. Las implicancias de la vida trabajadora tiene relación directa con la organización académica de todos los actores mencionados. En este punto, es imperioso reponer la expresión **"método de concienciación"** (Freire, 1972) debido a que nadie cobra conciencia de una situación, de las discursividades de un espacio en un tiempo determinado, en este caso, el aula, separadamente de los demás. Situarnos implica dar cuenta de una conciencia que se constituye como conciencia del mundo. Porque, ya lo dice Freire: "si cada conciencia tuviera su mundo, las conciencias se ubicarían en mundos separados y diferentes, cuál nómadas incomunicables". Si nuestro rol en el aula se condujera desde la vertiente "nómades incomunicables", nuestras conciencias se encontrarían en el vacío de sí mismas, alejadas de la conciencia del mundo; en este caso, la conciencia del mundo aula sostenido en el proceso de enseñanza - aprendizaje. En calidad de docente y auxiliar estudiante, esto nos permitirá estar abiertxs, tener apertura hacia el otrx, nuestrx estudiante. "La intersubjetividad de las conciencias - dice Freire- es la progresiva concienciación. La conciencia no es aislamiento. El aislamiento no personaliza porque no socializa. Mientras la conciencia es más intersubjetiva, más densidad subjetiva gana el sujeto" (Freire, 1972).

EL AQUÍ Y AHORA DEL AUXILIAR ESTUDIANTE

Describir al auxiliar estudiante en términos de su rol en el aula taller implica, por un lado, asumir su rol como un interfaz, como un componente de las

modalidades de interacción social que entabla con lxs estudiantes y la docente en el aula. En ese proceso de interacción, el auxiliar estudiante dialoga y batalla con sus propias representaciones de estudiante y auxiliar estudiante que, a veces entre cuerdas, se verá en la encrucijada de analizar, estudiar y definir su actitud como futuro evaluador -en tanto se inicia en el constructo docente-de un diagnóstico, un trabajo práctico, un proyecto final, un parcial o siendo la voz que devuelve claridad (y serenidad) a lxs estudiantes que le consultan animosos y desprovistos de cualquier solemnidad debido a que, de ese lado, del lado de la figura de auxiliar, encuentran empatía y confianza. Ésto último no es menor puesto que en su rol de auxiliar, el estudiante arbitra su poder, el poder que le da constituirse como andamiaje entre la docente y lxs estudiantes; entre lxs estudiantes y él y él consigo mismo. En esta línea, ese andamiaje se establecerá en términos de un tipo de contrato (Verón, 1985) que podrá ser simétrico o asimétrico. Si bien Verón propone la figura de **contrato de lectura** para analizar la relación entre un soporte y su lectura, consideramos pertinente recuperar esa figura puesto que en la escenografía del aula, el aula en tanto soporte y territorio de discursividades diversas, el auxiliar docente se configura discursivamente y es leído, comprendido y representado desde una perspectiva situada en clave cognitiva, metacognitiva, geográfica e histórica (Portilla, 2019). Verón advierte que las relaciones de poder simétricas se entienden como relaciones cómplices auspiciadas por el uso de marcadores pronominales como “nosotros” o el uso del voseo, mientras que las relaciones asimétricas asumen la fuerza de relaciones basadas en un contrato de “objetividad” o pedagógico. Respecto a las relaciones sostenidas en el marco de la “objetividad”, quien se construya como enunciador/ra evitará pronunciarse en primera personal del singular o plural, buscará despersonalizarse o adosarle a su enunciado una “pretensión de objetividad” a partir del uso del prefijo “se” o el uso de la no persona (3eras. personas, del singular como plural). En tanto, la fuerza pedagógica, si bien entabla una interacción asimétrica con el o la enunciataria -en este caso, lxs estudiantes-, se caracteriza por nombrar a su destinatario e incluirse en su enunciado. No pretende borrar sus huellas de su escena enunciativa, más bien, se propone como portador/ra de un saber dispuesto a explicarlo, compartirlo. Este abordaje de la noción de poder que proponemos al recuperar (y revisionar) a Verón nos permite establecer un diálogo entre el contrato pedagógico que el auxiliar estudiante entabló con lxs estudiantes en el aula taller y la noción de

afiliación. Sostenemos entonces que el **anclaje de referencia** (Maingueneau, 2001) se gestó en clave de interacción por contrato pedagógico y afiliación discursiva entre el auxiliar estudiante y lxs estudiantes así como con la docente. Estas dos variables oficiaron de **traductores discursivos** (Lotman 1996) en el auxiliar estudiante; esto es: el ingreso a un nuevo territorio, a una nueva conciencia discursiva, como lo es el aula universitaria, implica desarrollar habilidades que potencien la distinción entre los distintos espacios semióticos que batallan en un mismo universo social y que se diferencian del espacio del que proviene el auxiliar estudiante en su condición de estudiante. El nuevo y diverso espacio semiótico de poder (los roles estudiantes/docente; el reconocimiento de la figura docente como responsable enunciativa del discurso del saber en clave de transmisión y construcción; el reconocimiento de la figura de lxs estudiantes como responsables enunciativos de un nuevo decir crítico y reflexivo; el aula como escenario enunciativo que signa roles y espacialidades -las del pizarrón las del escritorio- la de los pupitres-) será el que deberá semiotizar ahora el auxiliar estudiante.

EL PROCESO DE AFILIACIÓN COMO TRADUCTOR DISCURSIVO

¿De qué se trata ser auxiliar estudiante? ¿Por qué unx, desde ese lugar, se dice que "auxilia"? ¿Qué implica cumplir los roles del estudiante y del auxiliar estudiante al mismo tiempo? ¿Cuáles son los límites? ¿Dónde finaliza un rol y comienza el otro?

El trabajo del auxiliar estudiante es, primeramente, un trabajo de transición. Es necesario comprender esto como un "proceso", ya que se trata de un periodo de constante aprendizaje para el auxiliar. O bien, de **"afiliación"**. Coulon (1999) describió este concepto como "el *proceso* por el cual un individuo adquiere un status social nuevo". Si bien el autor ha trabajado esta figura desde el proceso de transformación que debe atravesar una persona para ser estudiante universitario, este concepto no hace sino ilustrar de forma pertinente el proceso en el cual se encuentra anclado el auxiliar estudiante.

7

Nuestro caso ha transitado un proceso particular, en el cual debió adaptar

todas sus facultades académicas en pos del objetivo: poner en práctica el ejercicio de la docencia. Al haberse desempeñado en ámbitos educativos únicamente en el rol del estudiante, el ejercicio del auxiliar estudiante implicó en este caso una ruptura con la conciencia del mundo al que estaba familiarizado. Y esto significó la adquisición de nuevas representaciones sociales vinculadas a nuevos estamentos de interacción entre el yo estudiante y el yo auxiliar; la adquisición de nuevas representaciones comprensivas. Esto es clave puesto que la cognición es también una dimensión social que se adquiere, utiliza y modifica en la **interacción verbal** y en otras formas de interacción; las suscitadas en el aula taller, por ejemplo. (van Dijk, 2000). En nuestro caso, el auxiliar debió profundizar en este nuevo conjunto de cosmovisiones: el aula taller demandó una constante ejercitación en lxs estudiantes, quienes acudían al auxiliar con el objetivo de despejar sus dudas. El auxiliar debió recurrir a la reformulación del conocimiento (ya adquirido en su etapa de estudiante), en función de las demandas realizadas por lxs estudiantes. Ese diálogo interno se transformó en algo permanente: los paradigmas del estudiante y de la práctica docente, dentro del mismo sujeto, tienen un intercambio (tan abstracto como constante) de información; intercambio que favoreció a las ya mencionadas representaciones comprensivas. La dualidad enseñanza-aprendizaje que lleva implícita la práctica docente se torna mucho más visible en este *proceso embrionario*, plasmado en la actividad del auxiliar.

EL PROCESO DE AFILIACIÓN ENTRE AUXILIAR ESTUDIANTE Y EL/LA DOCENTE DEL AULA TALLER

La llegada de Lucas al aula comenzó antes; comenzó siendo estudiante del taller de Expresión oral y escrita 2 durante el segundo cuatrimestre del 2021 (cohorte agosto-diciembre). Entonces, y apenas iniciadas las clases, Lucas hacía escuchar su deseo de llegar “algún día” a “enseñar” en la universidad. Se interiorizó sobre los requisitos para sumarse a la asignatura como auxiliar estudiante. Cumplimentó las condiciones luego de su cursada y finalmente, a mediados de febrero 2022, preparábamos el cronograma de trabajo mientras advertía que la variable tiempo era crucial para anticipar o postergar tal o cual actividad. Traía consigo las memorias discursivas de su recorrido como estudiante y así, se

habilitaba para compartirlo. Iniciamos lo que Coulon define como una **“etnografía de terreno”**. Teníamos conversados y expuesto por escrito nuestros propósitos y objetivos de trabajo: consensuamos en la importancia de participar en la organización, discusión e intercambio y posterior seguimiento de cronograma; en participar de las reuniones de equipo docente para la definición de contenidos y atención a las condiciones de evaluación; relevamiento de temas o cuestiones que lxs estudiantes le compartan para mantener una interlocución dinámica e intervincular entre la cátedra, lxs docentes y lxs estudiantes. En función al seguimiento del cronograma, marcar temas que exijan otros tiempos de explicación en función a lo registrado en clase por parte de lxs estudiantes; Atención y recupero de temas desarrollados durante cada una de las clases con la finalidad de realizar una lectura y análisis integrador de los mismos. Proponer discusiones y apertura del debate, en términos tanto virtuales como presenciales, que giren en torno a los contenidos propuestos por la cátedra, en conjunto con la dinámica de cada clase. A partir de la identificación y posterior relevamiento de situaciones de diversa índole sucedidas en el aula, realizar una efectiva situación de la interlocución entre lxs docentes, el auxiliar estudiante y lxs estudiantes así como también la preparación y posterior exposición de un tema de cronograma y que llevará adelante un registro de su actividad en el aula con el propósito de documentarlo, sistematizar y elaborarlo para una futura publicación.

La etnografía de terreno que llevamos adelante claramente sería determinada por la dinámica y los tiempos de trabajo en el aula modalidad presencial como virtual. Si bien, los propósitos estaban determinados, la perspectiva de aula en tanto territorio y la trazabilidad de los lazos y vínculos entre los agentes intervinientes en el hacer del aula taller desde el enfoque discursivo, serían decisivos para constituirnos dinámicos, plásticos y creativos como *pareja pedagógica* de trabajo. A tal efecto, advertimos que en tanto docentes implicados en la formación del auxiliar estudiante, aparece una nueva función: la del tutor/ra. Este nuevo rol hizo que las **acentualidades valorativas** (Voloshinov, 2009) propias de las ejercitadas como docentes, debían ahora resignificarse. El o la docente en su rol de tutor/ra será traductor/ra de todo aquello alosemiótico que puede resultar vital para la conformación identitaria del auxiliar estudiante. Lo que para el auxiliar estudiante resulte incomprensible, incierto, extraño o desconocido del territorio aúlico, el o la docente en su carácter de tutor/ra arbitrará para traducir,

acercar y serenar. Es decir, el/la docente en su rol de tutor/ra se asumirá como signo en relación a todos los efectos que produzca, esto es, aquellas reacciones, actos y signos nuevos que genera en un entorno social como lo es el aula universitaria y ahora, en estrecho vínculo con el auxiliar estudiante. La llegada del nuevo signo "auxiliar estudiante" en el aula implicará que se relacione con él y lo comprenda; en otras palabras, y recuperando la voz de Voloshinov, la comprensión responde al signo mediante otros signos. "Esta cadena de la creatividad ideológica y de la comprensión, que conduce de un signo al otro y después a un nuevo signo, es unificada y continua: de un eslabón sígnico, y por tanto, material, pasamos ininterrumpidamente a otro eslabón también sígnico. El signo sólo puede surgir en un territorio interindividual", advierte el autor. El proceso vincular entre docente y auxiliar estudiante demandará que ambos se organicen socialmente, que ahora sí, representen un colectivo. Si lo logran, surgirá entre ambxs un **medio sígnico** -semiótico-. (Voloshinov, 2009)

Ese medio sígnico resultante de la relación tutor/ra- auxiliar estudiante deberá leerse como una relación acentuada socialmente puesto que para habite en el aula taller, para que forme parte de ese horizonte social que significa el aula taller, es necesario que esté relacionado con el torrente sociocultural y territorial de los agentes que forman parte de la dinámica enseñanza-aprendizaje. Esto es clave, puesto que -y haciéndonos eco de Voloshinov.-¨sólo aquello que posea un valor social puede entrar en el mundo de la ideología, constituirse y consolidarse en él. y lograr así un reconocimiento social¨. En este caso, el reconocimiento del auxiliar estudiante en tanto sujeto empoderado en el aula-taller.

LA EVALUACIÓN

Consideramos que, en el proceso de pasaje que atraviesa un auxiliar estudiante en el camino a la docencia, uno de los ejes claves a desarrollar es el del proceso evaluativo. En esta línea, partimos de la concepción de la evaluación como un acto ¨humanizante y emancipador¨ (Freire, 2001), esto es: la evaluación como una reflexión situada, transformadora, orientada a comprender habilidades, capacidades y fortalezas de lxs estudiantes así como también, a advertir los obstáculos y limitaciones que no colaboran u obturan los propósitos de evaluación. A partir de lo que señalamos como premisa guía en torno a la

evaluación, en nuestro caso de análisis compartido, la instancia de evaluación expuso al auxiliar estudiante a un *compromiso situacional*. Es decir, el auxiliar debió resignificar (en términos tanto cognitivos como discursivos) los parámetros de evaluación establecidos previamente por la cátedra y, en función a ese proceso de resignificación, batallar con lo que le representaba ensayarse en el rol de evaluador: "¿qué sucede conmigo que, al momento de pensarme en una instancia de evaluación, un malestar me atraviesa? ¿acaso es la acción propia -la de evaluar- la que promueve este malestar en mí?" En tanto sujeto atravesado intersubjetivamente: ¨¿acaso debiera desprenderme de mi subjetividad para definirme objetivamente en términos de evaluador?". Consideramos que la propia situación de evaluación promueve -y exige- un sujeto evaluador en interfaz dialógica a los conocimientos expuestos por el estudiante en su instancia de evaluación; en ese sentido, el carácter dialógico del proceso de evaluación resultará andamiaje puesto que partimos de la premisa de que el conocimiento no es neutral (Elseggood, 2014); que siempre se parte de una posición tomada. La construcción de conocimiento no puede disociarse, jamás, de una visión del mundo, de la sociedad y de la historia. Pensar que la instancia de evaluación supone a un evaluador/ra escindido de su subjetividad es errónea así como creer que el conocimiento sea neutral. De esta forma, nos es pertinente contemplar este camino desde dos visiones analíticas diferentes que, no obstante, tienen mucha proximidad entre sí: la evaluación en relación a los géneros discursivos utilizados como objeto de propuestas evaluativas, y la evaluación como proceso. Estos parámetros permitirán al auxiliar estudiante construirse como futuro evaluador atravesado por una subjetividad delimitada y controlada epistémicamente.

SOBRE LOS GÉNEROS DISCURSIVOS DE EVALUACIÓN EN EL AULA-TALLER

La instancia de la evaluación implica plantear una serie de interrogantes que exige situarnos en términos de géneros discursivos. Bajtin (1997) define a los **géneros discursivos** como "enunciados relativamente estables" asociados a esferas de la praxis social y compuestos por una dimensión temática, una estilística y una estructural o relativa a la composición escrita u oral.

Hablar de la corrección de un trabajo de diagnóstico o hablar de la corrección de un examen parcial integrador, no es hablar del mismo parámetro evaluativo. La cursada definida en un cuatrimestre debe ser vista como un proceso "de constante tránsito", en el cual los diferentes trabajos propuestos a lo largo de la misma tendrán nuevos criterios para evaluar a los estudiantes. En el espacio del Taller de Expresión Oral y Escrita II, la diversidad de la propuesta de la asignatura en clave de los diversos géneros evaluativos, hizo que el auxiliar estudiante debiera establecer diversas perspectivas. Se evaluó, en este caso, con la modalidad de un trabajo de diagnóstico inicial, tres trabajos prácticos grupales, un examen parcial integrador y la realización de un trabajo integrador final (cabe resaltar que el trabajo práctico nº3 implicó la trasposición escrita del trabajo práctico nº2 a la oralidad, mediante el género de ponencia). El trabajo integrador final se desarrolló bajo la modalidad de debate entre lxs estudiantes; quienes decidieron los ejes sobre los cuales tomar una posición definida, llevaron adelante la preparación previa del plan textual argumentativo y, por último, realizaron el debate.

Este repaso sobre la modalidad de trabajo de la asignatura es fundamental para lograr entender la diversidad de formas de ejercitarse en el taller, en las que lxs estudiantes tuvieron que adecuarse y transformar sus métodos cognitivos de producción (manteniendo el eje de oscilación entre la oralidad y la escritura, en constante transposición de contenidos). El auxiliar estudiante no quedó ajeno a todo esto; más bien todo lo contrario, ya que esta modalidad oscilante exige un criterio de evaluación situado. En efecto, el auxiliar estudiante quedará inmerso en un *proceso* de aprendizaje puesto que tendrá que ejercitar las herramientas que permitan desentrañar los caminos que llevan a una evaluación precisa. En esta instancia, es fundamental el acompañamiento del equipo docente: no se tratará de una tutela rígida que empuje al auxiliar a reproducir formas de evaluar que no sean las propias, sino de un acompañamiento y guía de lxs docentes de la asignatura orientada a ayudar al auxiliar a encontrarse con una versión situada y revisada de lo que implica un proceso de evaluación.

EL CAMINO DE LA EVALUACIÓN EN CLAVE DE PROCESO

En la dinámica del espacio del Taller de Expresión Oral y Escrita II, el trabajo realizado en términos evaluativos se enfoca en un proceso constante de revisión. Los trabajos prácticos y las actividades realizadas por lxs estudiantes son la estructura principal del proceso en el cual lxs estudiantes adquieren las herramientas necesarias para desplegar habilidades de producción y reformulación de diversos géneros académicos y didácticos. La idea de "reformulación" es clave en torno a la modalidad de trabajo; la asignatura parte de la idea de "texto incompleto" como forma de producción inacabada, es decir, que siempre tiene la posibilidad de volver a recuperarse. Sin embargo, esto no debe relacionarse con una reflexión acerca de lo que está "bien" o "mal" dentro de la producción de lxs estudiantes. Uno de los objetivos actitudinales que describe el programa de la asignatura es el de "promover el interés por la lectura y la escritura de diversos géneros, en especial, de aquellos requeridos en el ámbito universitario y reconocer sus características específicas". Para esto, es necesario ese ejercicio constante de producción por parte del estudiante, y de revisión por parte del docente en compañía del auxiliar.

Así entonces, y asimilando la figura propuesta anteriormente, se dispone una representación tanto del estudiante como del auxiliar también como "inacabados". Es este ejercicio de constancia e intenso trabajo en conjunto el que entrena al auxiliar estudiante en los términos de la fluidez del ritmo áulico universitario.

ALGUNAS APROXIMACIONES DE CIERRE

En el presente trabajo, nos proponíamos desarrollar un análisis respecto de la figura del auxiliar estudiante. No sólo aproximar ciertos lineamientos sobre su rol en el aula, sino también de qué manera conjugarse en relación con las otras figuras áulicas relevantes en el ámbito académico. Al inicio del trabajo, nos preguntamos acerca del "exilio" que debía realizar este auxiliar respecto de la figura del estudiante que ejerce en forma simultánea. En ese sentido, comprendimos que ser estudiante y, a la vez, ser auxiliar estudiante, son tránsitos

de proceso y no de exilio. Las barreras de ubicuidad, relación e incluso de responsabilidad son necesariamente difusas. Son difusas en tanto se transforman y resignifican (con las visiones críticas pertinentes) todos los roles que componen el aula universitaria. La figura del "estudiante" trasciende al estudiante: el aprendizaje es intrínseco al aula, y todxs somos interpeladxs por aquello que allí se suscita constantemente. Proponemos la figura de un o una docente virtuosa, en tanto su posición admita necesariamente una cuota, un resto, del estudiante que habitara alguna vez, que opere como nexo en ese complejo proceso de formación universitaria para el estudiante, y de formación pedagógica para el auxiliar estudiante. Sostenemos que en este proceso dialéctico entre docente -estudiante- auxiliar estudiante- todxs aprendemos, todxs ganamos.

Nos proponíamos en nuestra “etnografía de territorio”: Que el auxiliar lograra posicionarse críticamente en el umbral pasaje que implica el pasaje de estudiante a auxiliar docente. Que el auxiliar se habilite como auxiliar estudiante en términos de proceso y en diálogo a la dinámica enseñanza-aprendizaje. Que el auxiliar adquiera competencias y habilidades de ubicuidad que implica el mismo proceso de andamiaje entre él, en tanto estudiante, y él, en tanto auxiliar docente. Que el auxiliar comprenda el alcance del valor expirencial de constituirse como auxiliar docente. Esto significó trabajar dialógicamente en la transición de los espacios alosemióticos -del que provenía el auxiliar estudiante en su estatuto de estudiante- a semióticos, esto es, su inserción al aula taller. Para esta transición, la modalidad dialógica de trabajo fue garante de intercambio y enriquecimiento recíproco de quienes participamos del proceso de enseñanza aprendizaje. Mediados por la palabra, en tanto que la palabra, en palabras de Freire, es esencialmente diálogo, se consustancia el trabajo emergente de la dinámica tutor/ra-auxiliar estudiante en el aula universitaria. Ese vínculo consustancial auspiciado dialógicamente es el medio más puro y genuino de lo que Voloshinov declara como comunicación social en el marco de un colectivo organizado. En nuestro caso, ese colectivo organizado (docente-auxiliar estudiante - estudiante) es embrionado en el aula universitaria y con-versado en un contexto cognitivo, geográfico e histórico determinado. A partir de todo este recorrido, nos urge remarcar que el auspicio de traductores tales como el proceso de afiliación, el contrato pedagógico y el o la docente en su carácter de tutor/ra, han sido claves para abonar el territorio aula- taller desde una perspectiva situada.

Participar del proceso de formación del auxiliar estudiante, implica ser partícipes de la creación de un entorno simbólico que a su vez nos permite pensar nuestra praxis docente desde su diversidad y complejidad. Sin duda, ser agentes partícipes de la constitución identitaria del auxiliar estudiante es un desafío puesto que nos toca acompañarlxs a encontrar su camino, a encontrar "dónde viven consigo mismo" en el entorno simbólico que representa el aula universitaria.

BIBLIOGRAFÍA

- Bajtin, M. (1997). “El problema de los géneros discursivos”. En *La estética de la creación verbal.* México: Siglo XXI
- Bazerman, Charles (2019). Conferencia magistral titulada "Escribir sobre lo leído para promover el pensamiento situado" en el marco de las Segundas Jornadas Escribir en las Disciplinas realizada en la Universidad Pedagógica Nacional –Miércoles 11 de septiembre 2019-
- Bitonte, Ma. Elena y Lo Coco, Mauro (2013). *Recorridos y Actividades para la práctica de la lectura y escritura en la educación superior.* Moreno: UNM Ediciones
- Bourdieu, Pierre (1990). "Algunas propiedades de los campos", "El mercado lingüístico". En Sociología y Cultura. México: Grijalbo
- Coulón, A. La afiliación universitaria: el oficio del estudiante. Material de lectura presentado en el Primer Foro de Inclusión, Retención y Participación Estudiantil organizado por la Red Bien del CIN. Paraná, 7 y 8 de mayo de 2015
- Elsegood, Liliana (2014). Universidad, territorio y transformación social: reflexiones en torno a procesos de aprendizaje en movimiento, Avellaneda: UNDAV Ediciones Colección Aprendizaje en Movimiento. ISBN 978-987-29292-3-
- Estatuto de la creación de la Universidad Nacional de Moreno. Disponible en http://www.unm.edu.ar/files/La-creacion-de-la-UNM-y-su-organizacin.pdf
- Freire, P. (1972). *Pedagogía del oprimido*. Buenos Aires: Siglo XXI 14 _____ (2001). *Pedagogía de la indignación*. Madrid: Morata
- Lotman, Iuri (1996). *Acerca de la semiósfera*, Cap. I. Madrid: Ediciones

Cátedra
- Miangueneau, D (2001). ¿“Situación de enunciación” o“situación de comunicación”? ISSN 1666-3519 Copyright© 2001 Año 3 Número 5
- Portilla Faicán, G. (2019). "Una educación para todas y todos como Derecho Humano fundamental para la efectividad de los demás derechos". En: Loys G., Derechos Humanos, Buen Vivir y Educación, UNSE.
- van Dij, T. (2000). *El discurso como interacción social*. Vol.2. Barcelona: Gedisa
- Verón, E. (1985). El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en “Les Medias: Experiences, recherches actuelles, aplications”, IREP, París
- Voloshinov, V. (2009). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Cap. 1 y II. Buenos Aires: Godot. Disponible en https://www.dropbox.com/s/khqfccfea76dv27/voloshino preview.pdf?dl=0

JORNADAS DE FORMACIÓN DOCENTE Y COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN: SOBRE EL REGISTRO MEMORIA Y SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Silvia Noemi Sanguino | Universidad Nacional de La Plata
silvianoemisanguino@gmail.com

RESUMEN

En el siguiente trabajo se compartirá la experiencia realizada los días 1 y 2 de octubre del 2021, con motivo del desarrollo de las "Jornadas de Formación Docente y Comunicación y Educación". Dicha propuesta venía pensándose desde fines del 2019, pero es durante los encuentros virtuales – tras el decreto presidencial 297/2020 - sostenidos por el equipo organizador donde la experiencia fue tomando forma.

A través de la plataforma zoom se propició el armado y diseño del espacio de las Jornadas, cuyos principales protagonistas han sido los miembros de la Red de Investigación Participativa Aplicada a la Renovación Curricular (IPARC), como el equipo del proyecto de Investigación "Impronta de comunicación en los diseños curriculares de formación docente 2007" en conjunto con el Profesorado en Comunicación Social, la Maestría en Comunicación y Educación, la Maestría en Comunicación, Educación y Cultura y la Especialización en Prácticas, Medios y Ámbitos Educativos Comunicacionales de la FPyCS de la UNLP, todos ellos protagonistas de esta experiencia, que buscó de modo permanente dar lugar a la construcción colectiva, con una mirada critico reflexiva, abierta, aspirando a potencializar los saberes y co-construir saberes propios con relación al proyecto de investigación en

curso.

Una de las primeras cuestiones que quedó clara desde el primer momento, ha sido la importancia de registrar, construir memoria sobre esta experiencia. Porque al hacerlo se reconstruye un saber pedagógico "una forma de saber cuya construcción, circulación y apropiación por parte de los docentes y de los educadores en general tendrá consecuencias diversas sobre las modalidades más o menos democráticas que adopten las escuelas u otras instituciones educativas para formar a sus alumnos y alumnas" (Suárez, D.; 2011)

Entendemos por sistematización, coincidiendo con, Oscar Jara Holliday[73]"...no sólo a datos e informaciones, sino a experiencias; por eso no hablamos sólo de "sistematización", a secas, sino de "sistematización de experiencias".

Teniendo en claro entonces, que dicha sistematización de experiencia es más que sistematizar datos o informaciones, y entendiendo que éstos contribuyen a contextualizar y configurar la propuesta llevada a cabo es que vamos a dar cuenta de algunos datos que resultaron significativos y relevantes convencidos que esto aporta a repensar las prácticas docentes y la formación docente.

Palabras claves: saber pedagógico – sistematización de la experiencia – prácticas y formación docente

BUSCANDO MODOS DE ORGANIZARNOS, REENCONTRARNOS Y REPENSARNOS EN PANDEMIA

Uno de los grandes desafíos que el equipo de trabajo enfrentó fue pensar y considerar el modo en qué documentaría esta experiencia, dado que el contexto en el que se desarrolló ha sido inédito y excepcional.

Vale recordar que, si bien, la propuesta viene pensándose desde fines del 2019,

[73] Educador Popular y Sociólogo. Director General del Centro de Estudios y Publicaciones Alforja y coordinador del Programa Latinoamericano de Apoyo a la Sistematización del CEAAL.

es durante los espacios virtuales donde la experiencia fue tomando forma. Después del decreto presidencial con motivo de la pandemia mundial 297/2020, el equipo de trabajo decidió desarrollar encuentros virtuales a través de la plataforma zoom de este modo se propició el espacio de encuentro para definir la organización del equipo, el armado y diseño del espacio de las Jornadas.

Es menester destacar los esfuerzos tanto de la Red de Investigación Participativa Aplicada a la Renovación Curricular (IPARC), como del equipo del proyecto de Investigación "Impronta de comunicación en los diseños curriculares de formación docente 2007" en conjunto con el Profesorado en Comunicación Social, la Maestría en Comunicación y Educación, la Maestría en Comunicación, Educación y Cultura y la Especialización en Prácticas, Medios y Ámbitos Educativos Comunicacionales de la FPyCS de la UNLP, todos ellos protagonistas de esta experiencia, que busco de modo permanente dar lugar a la construcción colectiva, con una mirada crítico reflexiva, abierta, aspirando a potencializar los saberes y co-construir saberes propios con relación al proyecto de investigación en curso.

Una de las primeras cuestiones que quedó clara desde el primer momento, ha sido la importancia de registrar, construir memoria sobre esta experiencia. Porque al hacerlo se reconstruye un saber pedagógico "un saber irreductible, específico, acerca de la enseñanza y el aprendizaje y, en particular, acerca de las posibilidades que tienen los enseñantes y los alumnos, en tanto sujetos pedagógicos, para enseñar y para aprender en contextos particulares y en ámbitos institucionales concretos, surcados por presiones y límites de diverso tipo (sociales, políticos, económicos, culturales), como lo son las escuelas o la instituciones formadoras de docentes. Un saber que muchas veces los docentes reciben y otras tantas producen o recrean, y que habla sobre los sujetos de la educación y acerca de sus diferentes y desiguales condiciones y oportunidades (intelectuales, técnicas, políticas) para encarnar experiencias pedagógicas que, por algún motivo, resulten significativas y dignas de ser comunicadas a otros y aptas para engrosar y cualificar la memoria pedagógica de la escuela. Me estoy refiriendo, entonces, a una forma de saber cuya construcción, circulación y apropiación por parte de los docentes y de los educadores en general tendrá consecuencias diversas sobre las

modalidades más o menos democráticas que adopten las escuelas u otras instituciones educativas para formar a sus alumnos y alumnas (CONTRERAS, 1997). (Suarez, D.; 2011)

Por tal motivo se decidió contar con espacios/responsables que recojan, almacenen y archiven la memoria, registro (documentos; grabaciones; escritos varios) de las Jornadas – las cuales se realizaron durante dos días (viernes y sábado respectivamente) en el mes de octubre del 2021.

En este sentido, vale decir, que debemos considerar distintos momentos para producir estos registros en pos de una futura sistematización integral de la experiencia, identificamos dos -al menos- en esta primera etapa de trabajo.

LA SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA COMO UNA ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA CONSTRUIR SABERES

La sistematización de experiencias nace a principios de la década de los 80, en contexto de crisis socioeconómica, en la mayoría de los países de América Latina. Se trata de una de las líneas de Educación Popular con más perspectivas de futuro. Ella permitió, superar algunas debilidades o limitaciones que se habían hecho patentes a raíz de la tecnificación y la cooptación de los procesos de educación popular, pues los educadores populares perseguían objetivos cada vez más instrumentales y, por lo tanto, iban abandonando la pretensión de construir subjetividades políticas emancipadoras. Por otra parte, se abandonaba también el objetivo de construir un proceso de investigación coherente a partir de procesos de enseñanza - aprendizaje. En cambio, las sistematizaciones permitían a diferentes colectivos acumular e intercambiar sus experiencias de intervención y/o de acción. La propuesta de las sistematizaciones permitió generar procesos de investigación, es decir, mirar al interior de las prácticas para constituir un campo teórico-práctico con cierto rigor, que pueda dialogar con conocimientos constituidos desde otras instancias (Planells Verger Antoni, 2002)

Concordando con María Rosa Cifuentes Gil[74] la sistematización de la experiencia *"trata de valorar procesos reconstructivos y propositivos"*[75] para para construir conocimientos colectivos que nos posibiliten aprender de la experiencia.

Por su parte, Oscar Jara Holliday[76] nos permite reflexionar sobre este concepto observando que "...Nosotros, desde la educación popular y los proyectos sociales, utilizamos el mismo término, pero lo aplicamos no sólo a datos e informaciones, sino a experiencias; por eso no hablamos sólo de "sistematización", a secas, sino de "sistematización de experiencias".

Pero, ¿qué queremos decir por "experiencias"? Las experiencias son procesos socio históricos dinámicos y complejos, individuales y colectivos que son vividas por personas concretas. No son simplemente hechos o acontecimientos puntuales, ni meramente datos. Las experiencias, son esencialmente procesos vitales que están en permanente movimiento y combinan un conjunto de *dimensiones objetivas y subjetivas de la realidad histórico-social..."* (Jara Holliday, O.; 2009)

Lo que buscamos a partir de la sistematización de las experiencias es compartir lo aprendido y extraer sus enseñanzas.

---

[74] Es colombiana, licenciada en Ciencias Sociales, licenciada en Educación Familiar y Social, trabajadora social, magister en Educación Comunitaria. Se desempeñó como docente de la Universidad Cooperativa de Colombia y la Fundación Universitaria Monserrate. Actualmente, es docente y directora de investigaciones en la Universidad Pedagógica Nacional, la Universidad Javeriana y la Universidad de la Salle. Es socia de Crecimiento Organizacional Ltda., empresa de investigación, capacitación y consultoría. Ha realizado numerosas investigaciones y publicado diversos escritos sobre sus especialidades.

[75] https://www.youtube.com/watch?v=7Mt_ZthD5s0

[76] Educador Popular y Sociólogo. Director General del Centro de Estudios y Publicaciones Alforja y coordinador del Programa Latinoamericano de Apoyo a la Sistematización del CEAAL.

DOS MOMENTOS CLAVES PARA LA DOCUMENTACIÓN DE LA EXPERIENCIA:

Considerando que la sistematización de las experiencias trasciende la mera recopilación datos o informaciones, y entendiendo que éstos contribuyen a contextualizar y configurar dicha práctica, es que, a continuación, se dará cuenta de algunos datos que resultaron significativos y relevantes.

La primera tanda de información que se presentará se vincula al primer momento, de carácter más organizativo, el cual permitió: la definición del comité organizador; la definición del equipo de relatoras y el diseño de un instrumento para la inscripción a las jornadas.

El segundo momento, por su parte, estuvo más centrado en la puesta en marcha de las jornadas, y la definición de su registro, memoria. En este punto nos centraremos más adelante, especificando el modo de abordaje, sus consideraciones y lo que esta propuesta ha propiciado como experiencia para las docentes en formación.

SOBRE EL PRIMER MOMENTO: ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO Y DISEÑO DE INSTRUMENTO PARA INSCRIPCIÓN A LAS JORNADAS

El equipo partió de un trabajo orientado al registro y ordenamiento para la organización general de las jornadas, valiéndose del diseño y armado de documentos Excel, y papers que den cuenta de la estructura general de la propuesta (proyecto).

Por otra parte, se diseñó un formulario Google para la inscripción a dichas jornadas, teniendo en cuenta que éstas se desarrollarían desde la virtualidad. En dicho formulario las y los participantes podrían adjuntar un breve resumen del trabajo a presentar bajo distintas modalidades de participación y ejes temáticos.

Dicho dispositivo permitió conocer datos personales, su implicación

profesional, así como también, explorar brevemente sobre su acompañamiento durante el proceso de implementación curricular del 2006; dar cuenta desde cuando participa de las propuestas TAIN y si se desempeñan como docentes del campo de la práctica de la formación docente. Estos últimos datos más orientados a la investigación en curso.

Con este dispositivo resultaron inscriptos 95 participantes (vale aclarar aquí que durante las jornadas participaron 145 ponentes, sucede que en algunos casos al tratarse de producciones colectivas se prestó a confusión la inscripción de cada integrante, pues se habilitó un máximo de 5 (cinco) integrantes por trabajo. A lo largo de la propuesta se pudo acceder a los datos de la mayoría de las y los participantes).

De los participantes: 51,6% han sido docentes, mientras que 18,9% han sido estudiantes. La cantidad total de ponentes ha sido de 50, 5%.

Respecto a la institución de pertenencia: vale destacar que un 36, 8% correspondían a universidad, mientras que un 75,8% provenían de Institutos Superior de Formación Docente.

De las universidades participantes se referencian a la FPyCS de la UNLP; UTN-FRA Facultad Regional Avellaneda y la Universidad Nacional de Salta.

Respecto de los ISFD se mencionan:

1. ISFD N°1 “Abuelas de Plaza de Mayo” Avellaneda;
2. ISFDYT N°2 Azul;
3. ISFD N° 6 Chivilcoy;
4. ISFDyT N° 9 La Plata;
5. ISFD N° 17 La Plata;
6. ISFDyT N° 20 Junín;
7. ISFDyT N° 18 Banfield;
8. ISFD N° 22 “Dr. Adolfo Alsina” Olavarría;
9. ISFDyT N° 24 “Dr. Bernardo Houssay” Bernal;

10.ISFD N° 35 “Profesor Vicente D'Abramo” Monte Grande;

11.ISFDyT N° 39 de Vicente López;

12.ISFD N° 41 Adrogué;

13.ISFDyT N°46 “2 de abril de 1982” Ramos Mejía;

14.ISFD N°50 Berazategui;

15.ISFDyT N° 68 “Adolfo Gonzales Chaves”;

16.ISFDyT N° 81 “Jorge Huergo” Miramar;

17.ISFD N° 95 La Plata;

18.ISFD N° 97 “Almafuerte”;

19.ISFDyT N°123 "Enrique Udaondo" Arrecife

20.IFDCROCA General Roca, Rio Negro;

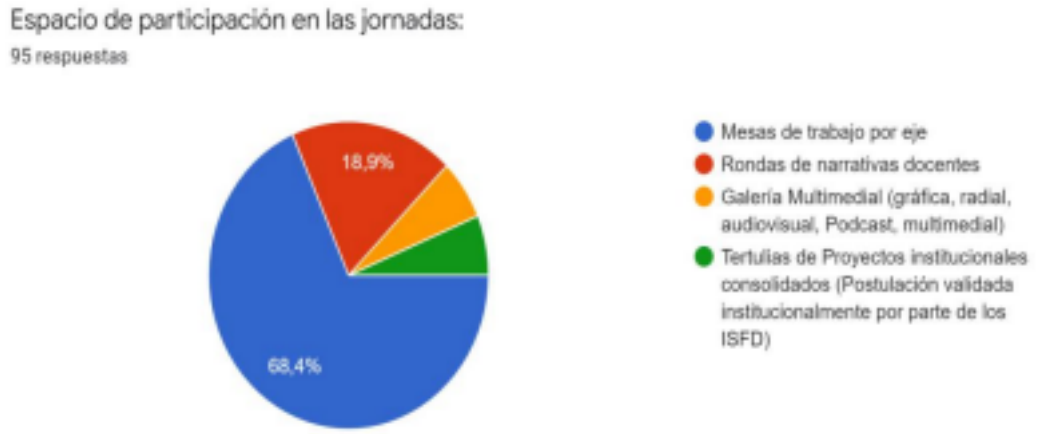
21.ISP “Joaquín V. González” CABA;

22.Tramo de Formación Docente Nivel Medio y Superior UTN

Por su parte, de los ejes temáticos, en el que más interés de participación -previo a su desarrollo- se mostró, fue el eje 4 Mediatización y tecnicidad: experiencias de la continuidad pedagógica en la pandemia. Desafíos, dificultades, retos y aprendizajes frente a la educación no presencial

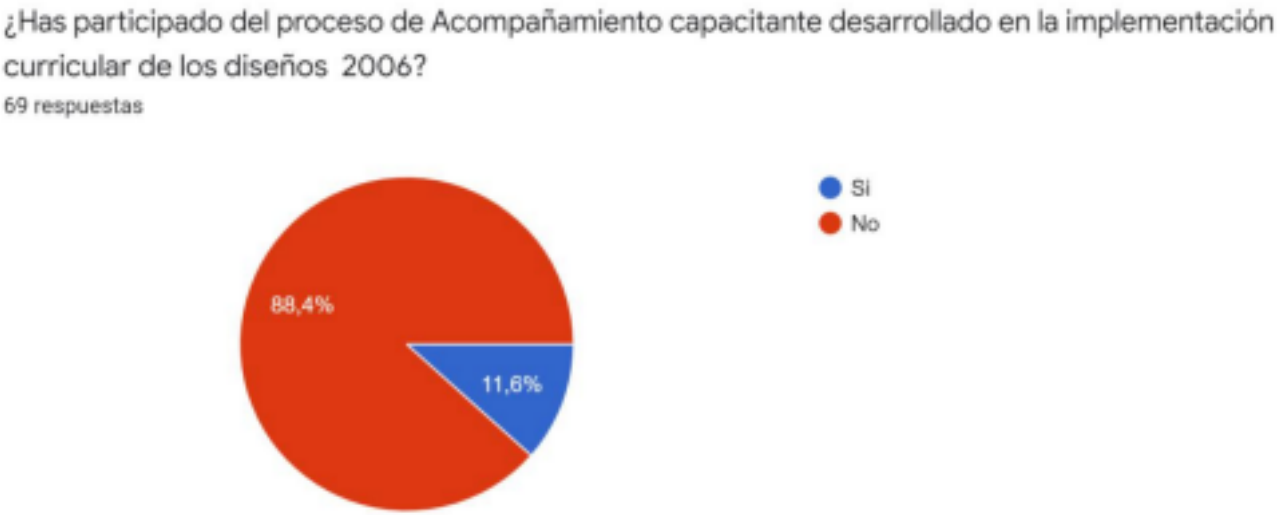
Mientras que, respecto a los espacios de participación el más elegido resultó ser las

mesas de trabajo por eje:



8

Con respecto a la pregunta sobre la participación en la implementación curricular del diseño en 2006 sólo un 11,6% responde afirmativamente.



Con relación a la pregunta ¿Desde qué año participas en la experiencia TAIN? Hay respuestas diferenciadas. Algunos no recuerdan. Mientras que los que responden que sí, referencian a los años 2008; 2010; 2012; 2015; 2018; 2021. Hay una minoría que sostiene que no tienen TAIN en el Instituto.

Por último, respecto al campo de la práctica, un 52, 2% responde que SI se desempeña como docente en ese ámbito.

9

El comité organizador de las jornadas se constituyó tanto de miembros del grupo de investigación y diversas cátedras de la FPyCS, como de directores y docentes, de diversos Institutos de Formación Docente de la Provincia de Buenos Aires, vinculados con la Red IPARC. Una vez definido se organizaron y repartieron tareas y responsabilidades.

El total del Comité Organizador estuvo conformado por de 31 (treinta y un) personas. 2 (dos) referentes en la coordinación general; 2 (dos) referentes como coordinadoras del equipo de relatoras; 12 (doce) coordinadores por eje temático y/u espacio de participación; 12 (doce) moderadores por eje temático y/u espacio de participación; 1 (una) responsable equipo técnico RedIPARC (transmisiones YouTube y galería multimedial) y 2 (dos) referentes de ISFD de la Provincia de Buenos Aires.

Asimismo, se acordó contar con un equipo de relatoras quienes garantizaron el registro por escrito de los ejes y espacios de participación. Se contó con un total de 25 (veinticinco) relatoras (contando entre ellas a las dos coordinadoras):

- 15 (quince) docente en formación pertenecientes al ISFD N° 167 de Tres Arroyos;
- 1 (una) docente del ámbito de la práctica del ISFD N° 167 de Tres Arroyos;
- 2 (dos) profesoras del ISFD N° 39 de Vicente López;
- 1 (una) profesora del ISFD N° 22 “Dr. Adolfo Alsina” de

Olavarría;

- 1 (una) docente del Conservatorio de Música de Olavarría;
- 1 (una) estudiante del profesorado en comunicación social de la FPyCS de la UNLP;
- 4 (cuatro) docentes de la FPyCS de la UNLP;

Los institutos superiores de formación docente que han participado de la organización de esta experiencia de las jornadas han sido los siguientes:

- ISFD N° 1 "Abuelas de Plaza de Mayo" de Avellaneda
- UTNFacultad Regional Avellaneda
- ISFDyT N° 18 de Banfield
- ISFD N° 22 “Dr. Adolfo Alsina” de Olavarría
- ISFDyT N° 39 de Vicente López
- ISFD N°104 de Quilmes
- ISFDyT N° 123 "Enrique Udaondo" de Arrecifes

En las jornadas se han presentado un total de 55 trabajos. Resultando por ejes temáticos y modalidad de participación lo siguiente:

- 11 trabajos correspondiente al EJE 1: Desafíos del campo de la práctica en la formación docente. Releer la escuela para reescribirla. Instituciones co formadoras.
- 5 trabajos correspondientes al EJE 2: Formación docente en espacios socio-comunitarios: El reconocimiento de prácticas formativas en la “ciudad educadora”. Lo educativo en espacios sociales y comunitarios.
- 4 trabajo correspondientes al EJE 3: Experiencias acerca del TAIN. Los emergentes de la práctica como articuladores de la formación docente. El trabajo colaborativo e interdisciplinario en la formación.
- 15 trabajos correspondientes al EJE 4: Mediatización y tecnicidad: experiencias de la continuidad pedagógica en la pandemia. Desafíos, dificultades, retos y aprendizajes frente a la educación no presencial.

- 11 trabajos correspondientes a Narrativas de Experiencias Docentes
- 2 trabajos correspondientes a Tertulias de Proyectos Institucionales
- 7 trabajos correspondientes a Galería Multimedial

SOBRE EL SEGUNDO MOMENTO: GESTIÓN Y DEFINICIÓN DE LOS ESPACIOS DE TRABAJO Y REGISTRO, MEMORIA DE LAS JORNADAS

En marcha con la propuesta cada coordinador de EJE junto a los moderadores trabajó en la definición de presentación del espacio y lectura de los trabajos presentados, para compartir junto a sus pares algunas preguntas, reflexiones y/u planteos. La idea desde el inicio fue procurar no repetir los formatos ya preexistentes a la hora de la presentación de los papers en la academia. En este sentido, se acordó adoptar la modalidad de trabajo que la Red IPARC adopta para propiciar la circulación de la palabra, el diálogo abierto y reflexivo, considerando los trabajos presentados como "lentes" desde donde mirar para problematizar, en este sentido fue importante también compartir dichas producciones entre las y los participantes de la mesa de trabajo para que con la lectura previa se pueda focalizar en intercambio de ideas.

Al mismo tiempo, el equipo de relatoras diseñó y armó la propuesta de registro y memoria de los distintos espacios que se desarrollaron en las Jornadas. Considerando que la experiencia se llevaría adelante de manera virtual, previendo los tiempos acotados y que debería de optimizarse la documentación de dicho espacio, es que se decidió trabajar en la definición de ciertos criterios a considerar para la memoria de las mismas. De este modo se volcaría la data en un formulario de “Google form”. Este permitió, a la vez que, ordenar la información, - al decir de Elsie Rockwell - documentarla. Este registro se compartió, a todo el equipo organizador, pero sobre todo a los coordinadores y moderadores de los distintos espacios de trabajo, quienes compartirían a modo de punteo los diálogos, interrogantes, en suma, lo predominante de los intercambios durante el encuentro, en el plenario final en dichas jornadas. Por lo tanto, esta memoria sería un insumo esencial para dar cuenta de la interacción y discusiones de las jornadas.

CRITERIOS PARA LA MEMORIA DE LAS JORNADAS DE FORMACIÓN DOCENTE Y COM/EDU

Espacio de participación

Eje temático

- **Desafíos del campo de la práctica en la formación docente.** Releer la escuela para reescribirla. Instituciones co-formadoras.
- **Formación docente en espacios socio-comunitarios.** El reconocimiento de prácticas formativas en la "ciudad educadora". Lo educativo en espacios sociales y comunitarios.
- **Experiencias acerca del TAIN.** Los emergentes de la práctica como articuladores de la formación docente. El trabajo colaborativo e interdisciplinario en la formación.
- **Mediatización y tecnicidad: experiencias de la continuidad pedagógica en la pandemia.** Desafíos, dificultades, retos y aprendizajes frente a la educación no presencial.

2. Formato

- Mesa de trabajo
- Tertulias de proyectos de investigación
- Rondas de narrativas docentes
- Conversatorio eje 3
- Panel Formación Docente en la provincia de Buenos Aires
- Plenario de Cierre

3. Categorías/ nociones o conceptos circulantes en el espacio

¿Cuáles han sido las categorías centrales aportadas por los expositores, coordinadores, participantes del espacio?

4**. Núcleos de discusión o debate:**

¿Sobre qué cuestiones se debatió en el espacio?

¿Cuáles fueron los puntos de encuentro y discusión si es posible identificarlos?

5. Desafíos/ lo pendiente

ideas a futuro presentes en el intercambio, debate.

¿Qué es lo que falta? ¿Qué es lo pendiente?

¿Cuáles son las proyecciones con relación a la formación docente, sus prácticas y su rol como trabajadores de la cultura?

6. Figura del Docente

¿Cómo se referencia la figura del docente en los intercambios? ¿Cómo han vivenciado la práctica en contexto de pandemia y en la semi presencialidad? ¿Qué han podido reflexionar respecto a su tarea como docentes? ¿Cómo impacta la práctica docente en la construcción de sujetos críticos reflexivos? ¿Cómo impacta la práctica en una educación emancipadora? (de qué modo, qué estrategias utilizan, etc.)

7. La presencia de la mediatización tecnológica en la práctica docente

¿Cómo evalúan la presencia de la tecnología en la enseñanza-aprendizaje? (Si es que aparecen referidas en los diálogos e intercambios) ¿Qué aprendizajes ha dejado este tiempo (contexto) excepcional? ¿A través de las pantallas pudimos sostener la continuidad pedagógica apropiándose de contenidos? ¿Cómo imaginamos que se pueda sostener desde la presencialidad? Si las tecnologías vienen para quedarse ¿Cómo imaginamos la inclusión/apropiación de las misma a futuro? ¿Cómo la proyectamos?

8. Observaciones

Particularidades, especificaciones del espacio de intercambio y/u otros comentarios que consideren relevantes

Por su parte, se contó con una responsable multimedia quien ha posibilitado el registro de algunas instancias claves de las jornadas a través del canal de YouTube de la Red IPARC y diseño la galería multimedia.

ALGUNAS REFLEXIONES FINALES

Actualmente el equipo de trabajo se encuentra analizando y generando instancias de encuentros pos jornadas en las que se pretende no sólo compartir la información, sino sopesar lo que ha significado esta experiencia buscando provocar el pensamiento, la acción y la reflexión de las y los docentes formados y en formación a la luz de la amalgama densa, compleja, y extraordinaria que tuvo lugar en las jornadas que ha puesto en valor la necesariedad de instancias de encuentro, sobre todo en el contexto de pandemia mundial, donde todavía transitábamos como ciudadanos y ciudadanas enormes incertidumbres y vislumbrábamos inmensos desafíos.

Al decir de Cintia Rogosvsky, profesora y amiga del entrañable Jorge Huergo, en su artículo periodístico para la revista Question lo recuerda afirmando "*...propiciaba las conversaciones y los intercambios de palabras con los más diversos interlocutores: alumnos, colegas, jefes, amigos. Daba mucha importancia al diálogo. Valoraba, como estudioso y como educador, la potencia simbólica de la diferencia (Marramao, 2013: 32), para construir una sociedad más inclusiva y democrática. Le gustaba escuchar como le gustaba hablar, y en ese aspecto, era alguien muy desprejuiciado. En las conversaciones, en particular en su sentido del humor que también asoma en algunos textos, aunque con discreción, se podrán encontrar más adelante otras claves del pensamiento de Huergo, que quizá se relacionen con una actitud de rebeldía frente al poder, de cuestionamiento de lo ya dado, tal vez deudor de su temprana formación en ámbitos en los que circulaba la militancia y el discurso de los sacerdotes tercermundistas y sus años en Neuquén, con las comunidades mapuches; y su formación original en el campo de la filosofía. Dejo esa cuestión planteada, en la esperanza de que alguien la retome*". (Rogosvsky, C.; 2014)

En lo compartido durante el 1 y 2 de octubre del 2021 en las Jornadas de Formación Docente y Comunicación y educación, la impronta del campo de comunicación y educación y la mirada atenta, reflexiva y crítica de uno de los fundadores del campo se hicieron presentes de algún modo, a partir de las múltiples intervenciones, dando lugar también a aquellas cuestiones planteadas por Jorge.

BIBLIOGRAFÍA

- Fernández, M.B. Artiguenave, D. "Experiencias de inserción profesional de profesores en comunicación social en las instituciones educativas". I Encuentro Internacional de Educación, FCH-UNICEN. Núcleo de Estudios Educacionales y Sociales. UNICPBA Tandil, 29,30 y 31 de octubre de 2014.
- Jara Holliday, Oscar; La sistematización de experiencias y las corrientes innovadoras del pensamiento latinoamericano - una aproximación histórica. 2009. Caracas. http://www.planificacionparticipativa.upv.es/wordpress/wp content/uploads/2011/06/La-sistematizacion-de-experiencias-y-las-corrientes innovadoras-del-pensamiento-latinoamericano-una-aproximacion-historica.pdf
- Planells I Verger Antoni. *Sistematización de experiencias en américa latina una propuesta para el análisis y la recreación de la acción colectiva desde los movimientos sociales.* Este trabajo se enmarca dentro del proyecto Globalización y desigualdades en América Latina: formación, contenidos e impactos de las políticas educativas y de lucha contra la pobreza en Argentina, Brasil y Chile, financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología y el FEDER (proyectos I+D) con referencia SEC2002-02480. https://cepalforja.org/sistem/documentos/sistemat_verger.pdf
- Rockwell, E. "La experiencia etnográfica. Historia y cultura en los procesos educativos". Ed. Paidós, Bs. As, 2009.
- Rockwell, E. Repensando la institución escolar: una lectura de Gramsci. En Vivir entre escuelas: Relatos y presencias. Antología esencial. Compilado por Nicolás Arata; Juan Carlos Escalante; Ana Padawer. 1era edición. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Clacso, 2018. Pág. 489 http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20180223024326/Antologia_Elsie_Rockw ell.pdf
- Rogosvsky, Cintia. Revista Question. Incidentes II: Las cuestiones y preguntas de Jorge Huergo. educación y vida según Jorge Huergo: primer aprés coup. Vol. 1, No 42, abril-junio 2014.
- Sistematización de experiencias. Apuesta estratégica para construir conocimientos en Trabajo Social. https://www.youtube.com/watch?v=7Mt_ZthD5s0
- Suárez, D. “Relatos de experiencia, saber pedagógico y reconstrucción de la memoria escolar.” En Alliud, A., Suárez, D. El saber de la experiencia. Narrativa, investigación y Formación docente, Clacso. EFFL, Bs As, 2011