

JICo™

II

jornadas de jóvenes  
investigadores  
en comunicación



**Publicación en Actas**

CENTRO DE INVESTIGACIONES EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN  
**HECTOR "TOTO" SCHMUCLER**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

**- Diciembre 2019 -**

# Autoridades

## UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

Rector: Dr. Hugo Oscar Juri

Vicerrector: Dr. Ramón Pedro Yanzi Ferreira

Área de Gestión de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva: Dr. Hugo Maccioni

Secretaría de Ciencia y Tecnología: Dra. Carla Giacomelli

Subsecretaría de Promoción y Desarrollo de la Investigación Científica y Tecnológica:  
Dra. Cecilia Ames

## FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Decana: Mgter. Mariela Parisi

Vice-Decana: Dra. Susana Morales

Secretaría de Ciencia y Tecnología: Dra. Fabiana Martínez

Directora del CIPECo: Dra. María Belén Espoz Dalmaso

Secretaría de Posgrado: Dr. Gustavo Urenda

Secretaría Académica: Dra. Nidia Abatedaga

Secretaría Legal y Técnica: Dr. Daniel Koci

Secretaría de Planificación y Gestión Institucional: Lic. Jorge Guevara

Secretaría de Extensión y vinculación: Lic. Pablo Natta

Secretaría de Comunicación Institucional: Lic. Maria Laura Cargnelutti

Secretaría de Producción y Transmedia: Lic. Alexis Oliva

Secretaría de Asuntos Estudiantiles: Mgter. Judith Gerbaldo

## Staff

Edición: María Belén Espoz Dalmaso y Esteban Fernández

Diseño y Programación: Esteban Fernández

Imagen de tapa: Iván Bendayán

Corrección: María Belén Angelelli, María del Carmen Cabezas,  
Luis Salcedo Okuma y Ayelén Sánchez Marengo

## Comité de Referato

Dra. Fabiana Martínez  
Dr. Gustavo Urenda  
Dra. Corina Ilardo  
Dra. Paulina Emanuelli  
Dra. Eugenia Boito

## Comisión Organizadora de las II JJICOM

María Belén Angelelli  
Guillermo Bovo  
Ma. del Carmen Cabezas  
Natalia Cañas  
Julián Castro  
Agustín Cazzolli  
Lucía Coppari

Lorena Ivón Decca  
Esteban Fernández  
Claudia Grzincich  
Laura Lesta  
Carolina Mazzetti Latini  
Luis Salcedo Okuma  
Tadeo Otaola

Marina Prieto  
Vanina Ramé  
Joaquín Eugenio Raviolo  
Ayelén Sánchez Marengo  
Paula Torres  
Natalia Vaccaro  
Milva Valor

Actas de las II Jornadas de Jóvenes Investigadores en  
Comunicación-FCC-UNC / María del Carmen Cabezas...  
[et al.] ; coordinación general de María Belén  
Dalmaso Espoz ; editado por Esteban Fernández...  
[et al.] ; ilustrado por Iván Bendayán. - 1a ed.-  
Cordoba : María Belén Espoz Dalmaso, 2019.  
Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online  
ISBN 978-987-86-3094-6

1. Ciencias de la Comunicación. I. Cabezas, María del Carmen. II. Dalmaso Espoz,  
María Belén, coord. III. Fernández, Esteban, ed. IV. Bendayán, Iván, ilus.  
CDD 302.2



Esta obra está bajo una Licencia  
Creative Commons Atribución-NoComercial-  
CompartirIgual 4.0 Internacional.



# Índice

Mesa 1: Comunicación y organizaciones: Estado, mercado y sociedad	p. 8
Mesa 2: Políticas de comunicación y cultura	p. 32
Mesa 3: Escenarios digitales: medios, prácticas, públicos e imaginarios	p. 52
Mesa 4: Subjetividades, conflictos y acción colectiva	p. 85
Mesa 5 (a): Estudios sobre medios, discursividades y prácticas periodísticas	p. 117
Mesa 5 (b): Estudios sobre medios, discursividades y prácticas periodísticas	p. 138
Mesa 5 (c): Estudios sobre medios, discursividades y prácticas periodísticas	p. 160
Mesa 6: Aportes teóricos y metodológicos al campo de la comunicación	p. 183
Mesa de presentación de trabajos finales de grado	p. 201

# Prólogo

“Mientras, triunfal, la comunicación ha ido logrando imponer su nombre a casi todo lo que el ser humano conoce y realiza en el mundo, resulta cada vez más difícil señalar un lugar preciso que dé cuenta de sus límites conceptuales. ¿De qué hablamos cuando aludimos a la comunicación? En su expansión semántica, el término parece nombrar cualquier forma de existencia material o espiritual, abstracta o concreta, sintética o natural. Es evidente el riesgo: puede cesar su función significativa. Si logra mentar todo, será inútil decir de algo que es un hecho de comunicación: diferenciar es condición de cualquier conocimiento (...).”

Héctor “Toto” Schmucler, 1999.

Las II JORNADAS DE JÓVENES INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN de la FCC-UNC se realizaron en Córdoba, los días 25 y 26 de abril del 2019. Fueron organizadas por el Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación Héctor “Toto” Schmucler (CIPeCo-FCC), y contaron con aval y financiamiento de la Secretaría de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de Córdoba.

El objetivo de las Jornadas fue consolidar un espacio de encuentro, reflexividad y construcción de conocimiento sobre la comunicación y la cultura contemporánea en Córdoba y la región, a partir del intercambio de experiencias entre investigadores en diferentes niveles de formación -en sus distintas etapas-. En esa dirección se presentan como una continuidad de las I JORNADAS realizadas en marzo del 2017 en la Facultad, y con el horizonte de consolidarse en una de las principales actividades científico-académicas del campo comunicacional en el futuro.

Con la creación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación se plantean novedosos desafíos para pensar el lugar que le otorgamos como institución a los procesos de debate y discusión científica en torno a la comunicación y sus problemáticas. Con la puesta en funcionamiento del CIPeCo-FCC, el mismo se constituye como uno de los lugares fundamentales para articular y fortalecer las prácticas investigativas de la comunidad académica en su conjunto. La realización de las Jornadas JICOM se plantearon así como estrategia oportuna para consolidar los lazos intra e inter-institucionales, potenciando la emergencia de nuevas líneas de investigación en comunicación. De allí que las Jornadas se fueron un espacio para el encuentro y debate de perspectivas teóricas y metodológicas que contribuyan a generar articulaciones entre las diferentes generaciones de investigadores de la Facultad -y de otras instituciones- y a la producción continua de conocimiento atendiendo al contexto actual del campo académico y social.

Por ello su organización implicó la participación de becarios/as, doctorandos/as de nuestra casa de estudios como motor que permita incluir desde el diseño de la propuesta, las voces de los jóvenes investigadores. En este marco, y buscando “abonar” dinámicas más horizontales y autogestivas, el Comité Organizador realizó múltiples reuniones donde se debatieron los ejes centrales que iban a conformar la propuesta final de las Jornadas y las diferentes modalidades de participación que se plantearon para arribar/acordar una propuesta, siempre perfectible. En esa dirección las II JJICOM se estructuraron en torno a diferentes modalidades de participación considerando los distintos momentos de la formación de comunicadores: 1) 5 líneas para las mesas de trabajo (Mesa 1: “Comunicación y organizaciones: Estado, mercado y sociedad”; Mesa 2: “Políticas de comunicación y cultura”; Mesa 3: “Escenarios digitales: medios, prácticas, públicos e imaginarios”; Mesa 4: “Subjetividades, conflictos y acción colectiva”; Mesa 5: “Estudios sobre medios, discursividades y prácticas periodísticas”); 2) presentación de trabajos finales de grado; 3) 3 talleres de formación. Además se realizaron “paneles”, “ferias de producciones de resultados de investigación” y una “muestra permanente en homenaje a Héctor ‘Toto’ Schmucler”.

Las jornadas finalmente contaron con 110 presentaciones a las mesas de trabajo; 24 presentaciones a la mesa de trabajos finales, 10 libros presentados en la feria de publicaciones, 3 talleres metodológicos (1. “¿Cómo definir problemas y objetivos de investigación?”; 2. “¡Publica o perece! Problematizando qué, cómo, dónde y por qué publicar en ciencias sociales”; 3. “Producción, circulación y consulta de documentación especializada”) y 2 paneles/conversatorios (“La comunicación y el periodismo como campos de investigación. Desafíos y perspectivas”; “Nuevas problemáticas del periodismo y la comunicación”) que contaron con investigadores de reconocida trayectoria.

Las presentes actas son el resultado de un trabajo de selección de los trabajos presentados de acuerdo a criterios debatidos por los coordinadores y el Consejo Académico. Además incluyen los comentarios de los coordinadores de mesas sobre las principales problemáticas planteadas en cada una de ellas, con el objeto de establecer un ‘paisaje’ de los ejes que atravesaron el intercambio durante la realización de las Jornadas.

En un contexto social en el que las prácticas científicas y académicas están en el centro del debate público-mediático, esperamos que éstas actas sean un espacio que permita nutrir discusiones potenciadoras sobre el complejo campo de la comunicación social actual. Retomando la posta que nos dejaba el “Toto” para pensar nuestro campo, estas

Jornadas fueron uno de muchos momentos en el que comunicadores y comunicadoras nos encontramos para reflexionar en qué sentido el conocimiento científico del campo comunicacional es atravesado por lo transdisciplinar pero configurando una dimensión específica de pertinencia cognoscitiva. Si la comunicación habita el “entre” (espacio también de la herejía disciplinar) reflexionar en contextos de mediatización y mercantilización socio-cultural sobre los cambios en la experiencia, las transformaciones en las dinámicas expresivas y los medios de circulación de las mismas, nos permiten acercarnos a comprender las particulares modalidades de hacer lazo social en nuestro presente.

## Mesa 1

### “Comunicación y organizaciones: Estado, mercado y sociedad”

**Coordinadores:** Natalia Vaccaro; Agustín Cazzolli

En esta mesa de trabajo se pusieron en diálogo trabajos que analizaron casos empíricos de procesos, proyectos, diagnósticos e intervenciones de comunicación que pertenecían a diferentes ámbitos organizacionales: gremiales, territoriales, ONGs, sector privado así como un caso estrategias de comunicación para campañas electorales.

El eje que estructuró las exposiciones —en términos generales—, fue el rol que tiene el diseño de estrategias de comunicación externa para las organizaciones e instituciones en su búsqueda de visibilización y disputa (desde diferentes ámbitos y con diversos objetivos) en el espacio público. En este sentido, se debatió sobre las prácticas comunicacionales tendientes a posicionar a las organizaciones como actores de peso en la disputa pública por el reconocimiento y el ejercicio de derechos, así como en la formulación e implementación de políticas públicas. A su vez, se debatió sobre la importancia de confeccionar modelos de gestión de comunicación externa acordes al modo de gestión organizacional, y se analizó, desde una perspectiva crítica, las estrategias de comunicación de las empresas privadas destinadas al posicionamiento de su marca.

Los nudos centrales en el debate, generados a partir de la puesta en común de las diferentes experiencias, fueron: el lugar que ocupa el diseño metodológico en las diferentes instancias del proceso de planificación en comunicación; las limitaciones para trascender el nivel descriptivo y profundizar la reflexión crítica sobre el rol de la dimensión comunicacional en las organizaciones e instituciones; y, la importancia de estas instancias de intercambio para la producción de conocimiento en torno a estos procesos.

## Comunicación y trabajo agrario: Los cosecheros de yerba mate

**María Josefina Pividori**

Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales — UNC

La presente investigación consiste en abordar analíticamente la vinculación entre comunicación, política y trabajo agrario, específicamente las prácticas comunicativas públicas desarrolladas por un grupo de trabajadores rurales nucleados en el Sindicato de Tareferos de Misiones (SITAJA).

El objeto de indagación serán las prácticas comunicativas llevadas a cabo por el SITAJA orientadas a su intervención en el espacio público en el marco de su configuración como actor político y gremial que disputa públicamente por el reconocimiento y el ejercicio de derechos de los trabajadores cosecheros de la yerba mate. En este sentido, buscaremos comprender dichas prácticas accediendo a los sentidos que el SITAJA le otorga a su accionar en el espacio público, a los medios de comunicación en tanto actores centrales en su configuración, a las demandas y reivindicaciones que construye como objeto de su lucha política y gremial y a los distintos actores con los cuales se relaciona.

### Objetivo General

Comprender de qué modo las prácticas comunicativas públicas desarrolladas por el SITAJA contribuyen a su conformación como un actor gremial y político que disputa públicamente por el reconocimiento y el ejercicio de derechos de los trabajadores cosecheros de la yerba mate.

### Objetivos Específicos

- Caracterizar al actor colectivo que se configura a lo largo del proceso de movilización por el reconocimiento y ejercicio de derechos de los trabajadores cosecheros de la yerba mate protagonizado por el SITAJA.
- Reconocer las prácticas comunicativas que dicho actor lleva a cabo en el marco de su conformación como un actor político litigioso y los sentidos que busca hacer públicos a través de dichas prácticas.

- Identificar cuáles son las limitaciones y potencialidades que ha tenido el SITAJA para la realización de esas prácticas en el espacio público y, por tanto, para el ejercicio del derecho a la comunicación.
- Reconstruir las concepciones sobre política, derecho, comunicación, espacio público, Estado y organización gremial que posee el SITAJA.

### Fundamentación teórica

Desde una perspectiva cultural de la comunicación, la entendemos como el conjunto de prácticas que producen significados colectivos y que, por lo tanto, tienen carácter procesual, relacional y productivo. En la medida que la comunicación es una experiencia y es vivida como tal, “representa el espacio donde cada quien pone en juego su posibilidad de constituirse con otros” (Mata, 1985, p. 1).

Es desde este enfoque de la comunicación que indagamos en torno a su articulación con la política. Tomamos la propuesta desarrollada por Caletti, quien afirma que la articulación entre comunicación y política pasa por la “restitución y discusión de la problemática del sujeto en el abordaje de los problemas sociales” (2001, p. 44), y proponemos comprender a dicho sujeto desde un enfoque de ciudadanía.

Esto implica dos cuestiones centrales. Por un lado, poner en primer plano “las dimensiones simbólicas de los procesos de formación de poder y ejercicio de la libertad y autodeterminación, lo que no puede dejar a un lado la cuestión de las mediaciones operadas por los medios en esos procesos” (Córdoba, 2013, p. 67). Y por otro lado, reconocer la centralidad que posee el espacio público para la ciudadanía, en tanto lugar y referente de la acción pública, como espacio privilegiado para alcanzar la publicidad. En este sentido, proponemos comprenderlo como el “espacio donde los habitantes se presentan, se reconocen y confrontan abiertamente por medio de la palabra o de la acción, constituyéndose a sí mismos en su relación con los otros” (Caletti, 2001, p. 47).

Analizar las prácticas desplegadas por el SITAJA en el espacio público implica reconocer las características específicas que rigen su funcionamiento. Identificamos la existencia de un régimen de visibilidad dominante cuyo funcionamiento se asienta en unas tecnologías y unas lógicas de producción y circulación que privilegian determinados modos de enunciación por sobre otros (Caletti, 2000). Al tiempo asumimos que todo ello se realiza en el contexto de unas sociedades mediatizadas, cuya característica central se define por la presencia de los medios y las tecnologías de la comunicación organizando un nuevo

modo de estructuración de las prácticas sociales (Mata, 1999). De este modo, y acorde a lo que señala Córdoba “los medios importan a la política y a la ciudadanía, entonces, no tanto por el impacto ideológico de sus mensajes, sino por su rol en la configuración de lo público y lo privado, el espacio y el tiempo, la cotidianeidad y la sensibilidad” (Córdoba, 2013, p. 67).

Es por ello que analizaremos los rasgos particulares que el proceso de mediatización asume en la escena pública contemporánea local, como una condición que habilita la comprensión del accionar de las organizaciones político-gremiales de trabajadores agrarios y del SITAJA en particular, cuyas prácticas comunicativas de carácter público asumen las lógicas y los dispositivos de enunciación propios de los medios masivos y de las nuevas tecnologías de la información.

En relación a las experiencias colectivas de los trabajadores de este sector, en nuestro país en general y en la provincia de Misiones en particular, hay escasos antecedentes de organizaciones político-gremiales de trabajadores agrarios. Podemos identificar dos entidades propiamente dichas que son FATRE (experiencia organizativa durante la década del cincuenta) y UATRE (a partir de los ochenta nuclea a los trabajadores agrarios de todas las ramas del país). Estas dos asociaciones de trabajadores son el antecedente con el que contamos como experiencia de organización, aunque, adicionalmente existen otras organizaciones más pequeñas de trabajadores agrarios. Sin embargo, nos centraremos en una en particular que nuclea exclusivamente a cosecheros de yerba mate.

## Metodología

Esta investigación se propone como un estudio de carácter exploratorio en tanto pretende indagar, desentrañar y comprender las prácticas comunicativas públicas desarrolladas por el SITAJA y cómo éstas contribuyen a su conformación como un actor gremial y político que disputa públicamente por el reconocimiento y el ejercicio de derechos de los trabajadores cosecheros de la yerba mate. Asimismo, y dado que no hemos accedido a investigaciones previas que trabajen la articulación entre comunicación y trabajo agrario en el sentido que aquí lo hemos planteado, esta investigación constituye un primer acercamiento de tipo “exploratorio” ya que nos otorga la posibilidad de “indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas o ampliar las existentes” (Hernández Sampieri, 2006, p. 115). Por el tipo de preguntas que constituyen a nuestro problema de

investigación, se desarrollará desde una perspectiva paradigmática interpretativa y un enfoque metodológico cualitativo.

### **Estudio de caso: el Sindicato de tareferos de Misiones**

La presente investigación se propone trabajar con un grupo de trabajadores rurales cosecheros de yerba mate, nucleados en el Sindicato de tareferos de Misiones, en dicha provincia. En cuanto a la delimitación del campo empírico, esta investigación se centrará principalmente en las localidades de Jardín América, Andresito y Oberá. Asimismo, el recorte temporal para nuestro objeto de estudio será desde el año 2011 hasta la actualidad. En términos de método, tomaremos la propuesta que desarrolla Robert Yin (1989), quien considera al estudio de caso como apropiado “para temas que se consideran prácticamente nuevos” (1989: p. 23). En este sentido, abordar la problemática con este método nos permitiría dar cuenta de cómo y por qué esta organización realiza sus prácticas de una manera y no de otras; focalizar en un tema determinado, en este caso, vinculado a la organización sindical de cosecheros de yerba mate y finalmente, nos permite desarrollar un primer acercamiento a un tema que no ha sido estudiado previamente.

Dentro de las perspectivas interpretativas de investigación, los estudios de caso se reconocen como estrategias adecuadas para abordar fenómenos de causalidad compleja. Es el caso de esta investigación, en la medida que pretendemos comprender la emergencia y consolidación de un actor sindical con características inherentes particulares, cuyo proceso organizativo cobró impulso en un período histórico específico, constituyéndose como un actor con presencia e incidencia en la escena política local, y desarrollando en ese marco un conjunto de prácticas comunicativas y estrategias asociadas a éstas que revisten carácter novedoso para el sector de los tareferos.

Para el enfoque cualitativo, lo que se busca es obtener datos de personas, seres vivos, comunidades, contextos o situaciones en profundidad, en las propias “formas de expresión” de cada uno de ellos. Siguiendo a Hernández Sampieri, “la recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes” (2006, p. 616). Acorde a esta formulación, utilizaremos tres técnicas de recolección de datos como guías para nuestra investigación (Yin, 1994), teniendo en cuenta que las mismas pueden variar según el contexto particular de los actores.

Dichas técnicas de recolección son: documentos, entrevistas y observación participante (Yin, 1994).

- Observación participante. Se utilizarán notas de campo producto de observaciones en las cuales la organización desarrolló prácticas comunicativas públicas como así también en espacios organizativos internos.
- Análisis documental. Se trabajará con diversas fuentes documentales como documentos de difusión pública: gacetillas de prensa y comunicados; documentos periodísticos; material fotográfico.
- Entrevistas. Se realizarán entrevistas semi-estructuradas. Podemos caracterizar a los actores según: grado de responsabilidad en la organización; el rol como delegado de base en el territorio; la edad; algún integrante que venga de otra experiencia organizativa previa y la voz de las mujeres como trabajadoras.

### Bibliografía

CALETTI, S. (2001) "Siete tesis sobre comunicación y política". En *Diálogos de la comunicación*, N° 63, Bogotá, FELAFACS. pp. 36-48.

CÓRDOBA, M.L. (2013) "Medios masivos y ciudadanía: Conceptos y prácticas para la democratización del espacio público mediatizado. El caso de la Coalición por una Radiodifusión Democrática (Argentina, 2004-2009)". Tesis Doctoral.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA LUCIO, P. (2006). *Metodología de la Investigación*, México D. F.: Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. Cuarta Edición.

MATA, M. C. (1985) "Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva". En *Módulo 2*, Curso de Especialización Educación para la comunicación. Buenos Aires: La Crujía.

YIN, R.K. (1994) "Case Study Research - Design and Methods", In: *Applied Social Research Methods* (Vol. 5, 2nded.), Newbury Park, CA: Sage.

## La R.S.E. como estrategia de imagen institucional. El caso de Telecom Argentina (2007- 2015)

María Laura González

Facultad de Ciencias de la Comunicación — SECyT-UNC

### Introducción

En nuestros días nos encontramos con un concepto que, desde hace varias décadas, viene ganando, cada vez más, mayor protagonismo en la esfera comercial y, particularmente, en el campo de las ciencias de la comunicación: la Responsabilidad Social Empresaria. Este fenómeno que comenzó mucho antes de los años '60 como conjunto de prácticas empresariales fue adquiriendo definición y forma desde el ámbito de las ciencias económicas, como forma de acompañar la evolución del sistema capitalista. Sin embargo, hoy entendemos que más que un instrumento de la economía, la R.S.E. es una herramienta de gestión de la comunicación institucional y que, por lo tanto, es indispensable comprenderla a partir de este ámbito de estudio. Por este motivo, la presente investigación (que es el resultado de un camino transitado en el marco del Doctorado en Comunicación Social) surgió como una forma de reflexionar sobre la creciente importancia que adquiere este fenómeno en los entornos públicos, privados, así como en el campo de los medios de comunicación.

### Fundamentación

La Responsabilidad Social Empresaria (R.S.E.) es un concepto que surgió en los últimos 20 años como respuesta a diferentes tensiones que se originaron entre la sociedad civil y la empresa (modelo de producción y venta de bienes y servicios). Al tratarse de una forma de dar apoyo y solución a diversos planteos que surgen desde la vida social, tales como: el cuidado del medio ambiente, la educación en zonas alejadas, el uso de las nuevas tecnologías en personas de escasos recursos, entre otros; se puede vislumbrar que entre la R.S.E. y la cultura existe una estrecha relación. Sin embargo, esta forma bien intencionada de sumar a la causa social por parte de las empresas puede ser considerada como una herramienta más de creación y promoción de imagen empresarial que busca influir en la cultura.

De esta forma, gracias a los aportes de Max Weber que nos ayudan a comprender el sistema capitalista a partir del cual tiene lugar este tipo de prácticas de acción social (1944, p. 22). A esto se suman los aportes que sobre el concepto de ideología nos brinda

Terry Eagleton (1997) y las herramientas provenientes de la Comunicación Institucional (y más específicamente de la Publicidad, las RR.PP., etc.). La R.S.E. es un fenómeno complejo que abarca diferentes aristas de la realidad social y, si bien la mirada que se ofrece desde este estudio es principalmente comunicacional, entender que su constitución no es solo comunicativa sino también económica y social nos posibilitará entender mejor su naturaleza y su necesidad de ser comunicada.

## Objetivos

General: Comprender la relación entre la Imagen Corporativa de esta empresa y la R.S.E. que realiza y cómo ambas influyen en la cultura.

Específicos:

- Estudiar la imagen corporativa y las acciones de R.S.E. de la empresa a la luz del enfoque crítico y semiótico elegido.
- Describir las principales estrategias discursivas que buscan reforzar la imagen corporativa desde las prácticas de R.S.E.

## Material y Método

Tipo de Diseño: Exploratorio. Análisis de discurso desde una perspectiva crítica.

Material de análisis: Informes de R.S.E. de la empresa Telecom Argentina en el periodo que va desde el año 2007 al 2015.

Variables en estudio: variables económicas: (Ventas), inversión social. Variables sociales: cantidad de ONGs que participan en el proceso. Variables Comunicacionales: cantidad de elementos de la comunicación institucional utilizados en los informes.

Tamaño de la muestra: se trata del análisis de 9 de los 10 informes realizados por la empresa Telecom Argentina en materia de R.S.E.

## Resultados

### ***Descripción general de la muestra***

El alcance de esta investigación tiene que ver con el análisis de la totalidad de los informes (100%) de R.S.E. realizados por la empresa Telecom Argentina. Se trata de 9

reportes que fueron presentados a lo largo de 9 años de gestión de responsabilidad social por parte de esta compañía. Los mismos fueron presentados por medio de la página web de la empresa, de manera consecutiva (uno por año).

### ***Variables económicas***

En este caso encontramos que hay una clara influencia de las Ciencias económicas en la conformación de los informes, ya que la primera parte de los mismos tienen que ver con datos cuantitativos de tipo: Ventas, Activos, Pasivos, Clientes, Inversión Social. Lo cual nos da la pauta que se trata de una acción social racional con arreglo a fines, la cual es definida por Weber como aquella que “(...) se orienta a partir de ‘expectativas de otros hombres’ las cuales toma “(...) como medios para el logro de fines propios racionalmente sopesados o perseguidos” (Weber, 1944, pp. 22-23). Hay una clara relación entre el crecimiento de las ventas y la inversión en acciones solidarias por parte de la empresa.

En esta línea también encontramos que el formato general de los reportes se asemeja al de un informe de rendición de cuentas: se muestra quien es el presidente de la empresa, cómo se conforman los comités, la dirección, como se realizan las auditorías, etc.

### ***Variables de la Comunicación Institucional***

Partiendo del objeto de estudio de este campo que es la imagen institucional encontramos un sinnúmero de herramientas que sirven para construirla y sostenerla en el tiempo.

- El concepto de imagen. Daniel Scheinsohn define a la imagen como: “(...) la representación figurada, en forma de figura visual, sonora, poética, literaria, fija, animada, material, mental, etc., de un modelo original” (2015, p. 101). De esta forma, el autor advierte que todo aquello que se parezca a lo que representa es imagen. Más específicamente, el autor va a decir que “(...) una empresa es, para quien la percibe, la imagen que de esa empresa aquella persona tiene” (2015, p. 104). Entonces, “(...) esta imagen marca en (la persona) un rastro, una huella, que a modo de estereotipo, determinará las opiniones, decisiones y, en general, cualquier acto con respecto a esa empresa” (2015, pp. 204-205). Así, el autor llega a la conclusión de que “la imagen corporativa es el resultado neto de la interacción de todas las experiencias, creencias, conocimientos, sentimientos e impresiones que la gente tiene respecto a una empresa”(2015, p. 105).
- La construcción del Sujeto-empresa en el discurso: Este segundo eje de análisis tiene que ver con cómo los informes van tomando elementos propios de las Relaciones Públicas para ser llamar la atención de sus públicos. Dos de los

elementos empleados en estos reportes son: el uso del vocero (en este caso a veces asumido por el propio presidente de la empresa y otras veces por el director de medios de la compañía) y el clipping (que se utiliza como forma de medir la presencia positiva que tiene la empresa en los diferentes medios de comunicación) (Colombo, 2004). También encontramos aquí el uso de diferentes herramientas propias de la publicidad que hacen a la constitución de la imagen institucional: principalmente el uso del logo, los valores y los avisos publicitarios que dan cuenta de la empresa como sujeto social ‘responsable’ de las prácticas que promueve. En esa línea encontramos que el concepto de ideología propuesto por Terry Eagleton nos puede ayudar a comprender mejor cómo se estructura el discurso. Al respecto, el autor la define como:

“(…) proceso de producción de significados; conjunto de ideas; ideas que legitiman un poder político dominante; ideas falsas; comunicación deformada; aquello que ayuda a la toma de posición de algo; tipos de pensamientos con interés; ilusión socialmente necesaria; unión de discurso y poder; medio por el cual se le da sentido al mundo, de forma consciente; cierre semiótico; medio en el que las personas expresan en su vida sus relaciones en una estructura social; proceso por el cual la vida social se convierte en una realidad natural” (Eagleton, 1997, p. 20).

De esta forma encontramos que todo discurso es producido desde una óptica en particular y, por ende, desde una mirada ideológica también. Pero también este concepto de lo ideológico nos permite comprender cómo ese mensaje institucional entra en el terreno de la cultura, supone una forma distinta de ver lo solidario y modifica el mapa social a partir del cual los individuos de una sociedad conciben la trama cultural.

## Conclusiones

Por lo tanto, a partir de todo lo anteriormente expresado, vemos que algo tan sensible como es el campo de lo solidario en el terreno de la cultura puede ser tergiversado/manipulado desde los intereses privados con el fin de obtener un rédito económico derivado de la cuota de imagen positiva que obtiene la empresa a partir de la realización de este tipo de prácticas sociales. La verdadera batalla tiene que ver con la posesión del concepto de solidaridad. Los elementos descritos brevemente en los apartados anteriores nos sirven para comprender cómo se va trazando una estructura de transparencia que permite a la compañía, en carácter de emisor del mensaje estratégicamente diseñado, mejorar su imagen institucional a partir de su posicionamiento como sujeto social.

## Bibliografía

COLOMBO, D (2004) *Sea su propio jefe de prensa*. Ed. Norma. Primera Edición. Bs As.

EAGLETON, T (1997) *Ideología. Una introducción*. Ed. Paidós. Barcelona.

SCHEINSOHN, D. (2015) *Comunicación estratégica. Management y fundamentos de la Imagen Corporativa*. Ed. Macchi. Bs As. Argentina.

WEBER, M. (1944) "Economía y Sociedad". En tomo I: *Teoría de la Organización social*. Fondo de la Cultura Económica. México.

## **Otra Comunicación para Otra Economía: “Propuesta de planificación colectiva de la comunicación del sector en la Argentina”**

**Lucia Ceresole y Maria O’Dwyer**

Universidad Nacional de Villa María

“Otra Comunicación para Otra Economía: Propuesta de planificación colectiva de la comunicación del sector en la Argentina” constituye un acercamiento a las organizaciones de este sector para la construcción colectiva de un modelo abierto de comunicación acorde a sus prácticas, acciones y lógicas de trabajo.

El modelo constituye una subjetividad basada en una visión más colectiva del trabajo, la economía, la comunicación y la política. El modelo implica repensar la filosofía de base de estas organizaciones para así generar una matriz más acorde a estas prácticas.

El objetivo general de la investigación es problematizar y abordar la dimensión comunicacional de la Otra Economía con la intención de describir los aportes del campo disciplinar de la comunicación en el sector. Para ello se realizó un abordaje que permitió conocer al sector en sus múltiples facetas, sus necesidades y requerimientos para responder con una propuesta que los tenga como protagonistas.

Desde la disciplina de la comunicación existe un compromiso pendiente con estas organizaciones, en particular, en el ámbito de la comunicación institucional, el marketing y la publicidad donde la Otra Economía es suprimida como un actor de peso.

Estas organizaciones no ven reflejadas sus cualidades en una forma de comunicar capaz de interpelar a la ciudadanía a partir de sus bondades. Por lo expuesto, una adecuada comunicación es un elemento central si se quiere expandir a la Otra Economía como modelo económico con base ética.

La disciplina sirve para orientar el modo en que una organización de estas características se relaciona con el entorno, como interactúa con sus públicos, cómo define su identidad y cuál es el uso y apropiación tecnológica que requiere. Además, la comunicación permite generar un vínculo con el Estado, lo que permitirá un mejor posicionamiento para poder incidir sobre las políticas públicas, los poderes políticos y económicos, y para llevar adelante las políticas de desarrollo y crecimiento que el sector propone como modelo alternativo.

## Teorías seleccionadas

La selección conceptual adoptada para la investigación está dada por el concepto de Otra Economía, planteado por José Luis Coraggio, y definido como formas de organización de la producción basadas en una racionalidad reproductiva de la vida, donde el trabajador no es el propietario de un recurso que organiza el capital sino el sujeto de la producción en pugna por su autonomía, desde el interior del sistema capitalista.

Las teorías de comunicación que enmarcan el trabajo resultan pertinentes por sus similitudes con algunas de las cualidades principales de la Otra Economía. Además, las teorías seleccionadas proponen una crítica a un modelo de comunicación que deviene de un paradigma dominante. La Comunicación para el Cambio Social y la Educomunicación de Mario Kaplún son la base del presente Trabajo Final de Grado. A través de la perspectiva de autores/as tanto europeos/as como latinoamericanos/as, se piensa a la comunicación a la luz del paradigma de la participación para la construcción de los mensajes.

Estas teorías se las complementa con postulados de la sociosemiótica que plantean a la comunicación como un hecho cultural y la revisión de teorías tradicionales en torno a la comunicación estratégica.

## Metodología

La metodología se planteó en tres momentos. El primero es un abordaje conceptual que propone reflexionar sobre los campos de la Otra Economía y la comunicación. A partir de la búsqueda de teorías, mediante el análisis bibliográfico y documental. El segundo momento, de trabajo empírico, relevó la existencia de las distintas organizaciones propias de la Otra Economía en Argentina, a partir de los actores seleccionados. En este momento, se hace un análisis de la dimensión comunicacional en el accionar de estas organizaciones.

Por otro lado, a partir de la búsqueda de información, la elaboración de planillas y las entrevistas, se reconocen categorías emergentes referidas a la comunicación en las organizaciones de la Otra Economía.

Por último, en la instancia propositiva se plantearon lineamientos generales para pensar la comunicación en el marco de la Otra Economía, mediante la elaboración de tipologías,

puntos e ítems específicos para la gestión comunicacional, traducidos en un modelo abierto de comunicación.

### **Modelo “Otra comunicación para otra economía”**

Como resultado de la investigación, se avanzó en la creación y desarrollo de una propuesta colectiva de planificación participativa de la comunicación a través de la cual la Otra Economía se vea reflejada y, de esta manera, pueda lograr una verdadera transformación en la construcción de la realidad.

El modelo propone un recorrido a realizar que comienza con un diagnóstico y de forma progresiva y conjunta aborda los diferentes aspectos de la comunicación.

Las áreas de la comunicación desarrolladas por el modelo, responden a las preguntas de: ¿Cómo nos identificamos? (abordando la identidad), ¿Qué queremos decir? (lo que aborda la planificación colectiva de la comunicación, objetivos y actores con los cuales conversar), ¿Cómo lo decimos? (uso de la educomunicación para la construcción del mensaje) y Canales y medios para potenciar la participación. Además, se destina un apartado a re pensar cómo es la relación de la Otra Economía con los medios de comunicación.

Otra Comunicación para Otra Economía tiene la potencialidad de ser aplicado y/o interpretado por cualquier integrante que participe de una organización del sector de la Otra Economía. Asimismo, el modelo pretende que los y las comunicadores/as re-piensen y discutan la comunicación que llevan adelante en estas organizaciones, con la intención de potenciar las cualidades de la Otra Economía y la responsabilidad en su visibilización.

El modelo desarrollado intenta optimizar aquellas instancias de comunicación cara a cara, a través de propuestas que permitan fortalecer la construcción del mensaje de manera colectiva. Además, la propuesta facilita una serie de pautas de trabajo que interpelen al asociado/a o integrante a participar y a comprometerse en los espacios de comunicación, ya sea interpersonal o por otros medios.

El modelo en su totalidad apunta a una comunicación proactiva para anticiparse a las necesidades de la comunidad mediante la generación de contenido y problematizando cada acción llevada a cabo. Tanto una comunicación anticipada como la problematización del mensaje constituyen puntos a trabajar planteados por los y las referentes de las organizaciones.

La concepción del mensaje es un tópico constante de incertidumbre para algunas de las organizaciones consultadas. Consideran que este debe ser transversal a la realidad con temáticas más allá de la propia actividad y con una impronta política.

Dado el sector al que pertenecen estas organizaciones, se considera que los modos de enunciación de este mensaje no escapan a las cualidades que conforman la praxis de la Otra Economía. Asimismo, el lenguaje no debe quedar exento a estas características, por ello, desde el modelo se considera que debe ser inclusivo, revalorizando lo artesanal y lo popular. Respecto a la politización del mensaje, el modelo tiene como transformación principal generar conciencia en él y la trabajador/a y/o asociado/a sobre su pertenencia a este sector.

El modelo insta a las organizaciones a escuchar a los actores con los que quieren establecer un contacto y a apelar a las experiencias comunes. El contexto de circulación de los mensajes es un eje importante para la propuesta, dado que a partir de las entrevistas se evidenció la necesidad de implementar acciones estratégicas respecto a la forma y las técnicas de comunicarlo. Asimismo, intenta colaborar en la visibilización de las prácticas asociativas de la Otra Economía, lo que implica difundir posibles modos de organización para resolver la problemática del sustento cotidiano, pero también institucionalizar las cualidades que las caracterizan.

El eje de Otra Comunicación para Otra Economía es, justamente, concientizar a los trabajadores e integrantes de esta economía sobre el lugar que ocupan y al cual pertenecen. Es decir, reconocer la existencia de formas transicionales de organizar la producción, distribución, circulación y consumo, que sean alternativas a las lógicas imperantes del capitalismo.

La propuesta complementa la premisa de pensar que la Otra Economía no es sólo un conjunto de prácticas asociativas actuales sino un paradigma alternativo al sistema capitalista y que para constituirse debe ir acompañado de la construcción de Otra política y Otra Comunicación. Otra Comunicación para Otra Economía se presenta como una propuesta de la que cada organización que compone el sector debe apropiarse para potenciar sus cualidades y así lograr aquella transformación a la que aspira.

La propuesta fue construida teniendo en cuenta la perspectiva y el aporte de los referentes de algunas organizaciones que componen el sector. Asimismo, no es un modelo acabado, sino que alienta a la suma de nuevas ideas que lo complementen y lo transformen en una herramienta cada vez más útil.

## Bibliografía

AVENDAÑO, C. (2007) *Comunicación para el desarrollo regional. Apoyo a la consolidación y crecimiento de microemprendimientos en Villa María*. Villa María: Eduvim.

CORAGGIO, J. L. (2009) “Los caminos de la economía social solidaria”, en *Iconos, Revista de Ciencias Sociales* N°33, 29-38.

CORAGGIO, J. L. (2011) *Economía Social Solidaria. El trabajo antes que el capital*. Ecuador: Abya-Yala.

ETKIN, E. (2014) *Comunicación para organizaciones sociales*. Buenos Aires: La cruzía ediciones.

KAPLÚN, M. (1998) *Una Pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.

PÉRSICO, L; GRABOIS, J. (2014). “Organización y Economía Popular. Nuestra realidad. Cuaderno de formación para trabajadores, militantes, delegados y dirigentes de organizaciones populares”. Buenos Aires: Confederación de Trabajadores de la Economía Popular.

VUOTTO, M. (2014) “La economía social y las cooperativas en la Argentina”, en *Voces en el fénix* N°38, pp. 46 -53.

## ¿Hay política sin comunicación?

**Manuel Bomheker**

Agencia BMK

### Introducción

La política se enfrenta, como todas las actividades humanas, a un cambio de paradigma que proviene de la penetración de las tecnologías de la comunicación en todos los ámbitos de su actividad. Suele decirse “no hay comunicación sin política, pero tampoco hay política sin comunicación”. Las tecnologías de la comunicación, en particular internet, y la facilidad de accesos y posibilidad de producción de contenidos están transformándonos, de consumidores pasivos a prosumidores. Como afirma Dan Gillmor: “The people at the edges of the communications and social networks can be a newsmaker’s harshest, most effective critics. But they can also be the most fervent and valuable allies, offering ideas to each other and to the newsmaker as well.” (Gilmor, 2004, p.14-15)

Esto también tiene impacto en la política, no estamos hablando de casos como los de Obama en EEUU o Macri en Argentina, sino que ese impacto se está profundizando en sujetos políticos locales, con menor capacidad de convocatoria, posicionamiento y recursos para realizar campañas. Comienzan a descubrir que es posible convertirse en sus propios promotores de discurso, en tener “medios” propios a través de las redes sociales, para poder vincularse con sus vecinos y votantes. “Once mere consumers of news, the audience is learning how to get a better, timelier report. It’s also learning how to join the process of journalism, helping to create a massive conversation and, in some cases, doing a better job than the professionals.” (Gilmor, 2004, pp. 14-15)

### Gonzalo Pedano, “el mejor concejal”

El caso a analizar es el de Gonzalo Pedano, concejal de la Ciudad de Bell Ville por el peronismo Cordobés. Un actor político que tiene por objetivo profundizar su carrera y posicionamiento.

Al momento de abordar su caso, su dependencia sobre los medios tradicionales de comunicación y el uso limitado que realizaba sobre las posibilidades de sus redes sociales se correspondía con el uso tradicional que los políticos hacen de las herramientas comunicacionales. Tomaremos como elementos de análisis el trabajo realizado con él entre junio y agosto del 2017.

El caso de Gonzalo Pedano tuvo por objetivo potenciar su trabajo político a través de una estrategia comunicacional que le permitiera integrar sus dimensiones offline y online, tomando como eje estructurante su perfil público en Facebook. Para ello se realizó un diagnóstico de sus estrategias, esquemas y contenidos producidos. Pudiendo observar potencialidades y debilidades en su perfil.

GONZALO PEDANO Nativo de Bell Ville, es Licenciado en Filosofía por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC) y Doctorado en Ciencias Antropológicas. Fue elegido concejal en 2015 por el Peronismo de Córdoba: Unión por Córdoba. Es un hombre políticamente joven, con numerosos proyectos de ley presentados ante el concejo, lo cual fundamenta una asociación de su figura con los caracteres de seriedad, compromiso y responsabilidad hacia su comunidad. Dentro del concejo, tiene buen diálogo con otros líderes opositores. Pedano se presenta también como un líder social, mediante iniciativas tales como “Bell Ville Positivo”, pensando en esta organización como una usina de ideas y de cultura, desarrollado mediante talleres abiertos al público, sobre diferentes temáticas<sup>[1]</sup>.

Se determinaron los objetivos a lograr a través de la Fan Page: diálogos con los habitantes de Bell Ville, recoger información, posicionar y construir proyectos. También debía impactar en la articulación política en el territorio, grabando videos y anunciando convocatorias a encuentros y recorridos por barrios de la ciudad.

Se trabajó para que Pedano comprendiera técnicas para generar política, encontrarse y posicionarse con sus vecinos sin necesidad de los medios tradicionales: El objetivo era empoderar comunicacionalmente a un político, sobre esto Dan Gillmor habla en relación a las posibilidades de internet:

“The Internet is the most important medium since the printing press. It subsumes all that has come before and is, in the most fundamental way, transformative. When anyone can be a writer, in the largest sense and for a global audience, many of us will be. The Net is overturning so many of the things we’ve assumed about media and business models that we can scarcely keep up with the changes” (Gillmor, 2004, p. 236-237)

El objetivo era desarrollar una estrategia comunicacional multiplataforma y multimedia, que permitiera elaborar un espacio de interacción y construcción política integrando dimensiones online y offline. Pedano incorporó encuestas (vía Google Forms), rendiciones de cuentas con videos e infografías, articulando votaciones y construcciones de proyectos que luego fueron presentados y tuvieron impacto en el concejo deliberante de la ciudad.

Durante el trabajo desarrollado con Pedano se desplegaba la campaña electoral nacional y provincial, el crecimiento de su perfil y el impacto político que tuvo<sup>[2]</sup> llevó a que el

comando central de la campaña provincial del peronismo le solicitara difundir obras y recorridos de la provincia e incluso fuera convocado a acompañar al gobernador y funcionarios provinciales en los recorridos de la campaña electoral.

Las redes sociales han penetrado profundamente la vida política contemporánea, convirtiéndose en un ágora virtual, desarrollándose como un campo fértil para la construcción política:

“Recuperamos, a partir de agora, uma discussão importante dentro deste cenário tecnológico que, sem dúvida, nos permite dimensionar a Internet como a nossa ágora virtual, um novo espaço público de engajamento cívico. (...) Ou, num extremo oposto, a campanha presidencial americana consolidou, ao menos nos Estados Unidos, a nova esfera pública, batizada por Pierre Lévy de ‘ágora virtual’” (Cleidejane, Porto, 2008)

Canales, soportes e impactos que tienen recorridos independientes entre sí, pero que se complementan para ordenar una estrategia de comunicación transmediática. El esquema propuesto por Porto Renó, me parece que es útil para analizar el caso estudiado

Para esto guión multimedia, propongo la construcción, antes de todo, de una estructura que denomino Flujograma Algorítmico Circular Rizomático (Renó, 2010). Esto flujograma consiste en construir, visualmente, los caminos y los contenidos posibles y necesarios para después salir a la producción de los contenidos. Es un guión visual que permite experimentar los distintos caminos de los contenidos y las relaciones entre ellos para después producir de forma más eficaz. (Porto Renó, 2011-2012)

## Diagnóstico

Al momento de abordar el caso del concejal Pedano, se realizó un diagnóstico basado en un esquema de tres vías: definiendo objetivos políticos y la relación con el Partido Justicialista de Córdoba. Orientar su perfil para posicionarse como candidato a intendente de la ciudad de Bell Ville por el PJ ya sea en las elecciones 2019 o 2023<sup>[3]</sup>

La estrategia de comunicación debía orientarse a fortalecer el posicionamiento de Pedano: tanto hacia adentro del partido, mostrándose proactivo, defendiendo la orgánica del mismo y a sus autoridades, promoviendo el reconocimiento de los decisores del peronismo.

Por otro lado, debía permitirle posicionarse hacia la comunidad de vecinos de Bell Ville, promoviendo su reconocimiento y habilitando canales de comunicación para la construcción política territorial.

En definitiva, las redes sociales, en particular Facebook (el paso inicial de construcción de su perfil digital), debía permitirle fortalecerse y construir políticamente más allá de los condicionamientos de la estructura partidaria; pero al mismo tiempo debía posicionarlo hacia adentro del partido. Su Fan Page iba a convertirse en una banca 2.0.

## Bibliografía

CLEIDEJANE E., M, PORTO R., D. ( 2008). "Tecnología, internet e eleições americanas: Obama no front do ciberespaço" *Razón y Palabra*, nº 63, Año 13, Julio-Agosto 2008. México.

GILLMOR, D. (2004). *We the media.Grassroots Journalism by the People, for the People* . EE.UU: O'Reilly Media.

IGARZA, R. (2010). "Nuevas Formas de Consumo Cultural: Por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias". *Comunicação, mídia e consumo*, nº 7, vol. 20. São Paulo. Pp. 60-90.

PORTO R., D. (2012). "Periodismo, redes sociales y transmediación" *Razón y Palabra*. S/D. Noviembre 2011-Enero 2012.

PORTO R., D. (S.f.). "El ADN de las Narrativas transmedia" - *Campus Virtual UNVM*.

## Notas

[1] Caracterización del perfil básico de Pedano que se utilizó para construir la estrategia comunicacional. El mismo fue presentado en un informe de diagnóstico.

[2] En este punto es importante aclarar que la inversión en patrocinio de contenido fue casi nula, reforzando la idea de la centralidad en la calidad del contenido, pero sobre todo del desarrollo de una estrategia integral de comunicación.

[3] Esta decisión se tomará en función del escenario político y los candidatos seleccionados por el comando central del PJ.

## Mesa 2

### “Políticas de comunicación y cultura”

**Coordinadores:** Luciana Coppari, Silvina Mercadal, Julián Castro.

Los trabajos presentados y los debates que se suscitaron en la mesa dan cuenta de la heterogeneidad de actores intervinientes en la formación de políticas que inciden sobre los procesos culturales y comunicacionales en la sociedad contemporánea. Ciudadanos y ciudadanas que hacen parte de la ampliación y reforma del Estado a través de diferentes prácticas y canales de participación, trabajadores y trabajadoras de medios de comunicación que se auto-organizan, medios de comunicación que construyen sentidos dominantes alrededor de temas de agenda pública, instituciones públicas que legislan e imparten saberes.

Así también, las propuestas y los intercambios permitieron indagar sobre múltiples ámbitos de ocurrencia de lo político, poniendo el foco en los contextos históricos, los procesos de construcción de hegemonía, las posibilidades y los límites para la emergencia de lo nuevo.

## **Jesús María Proyecta como espacio de participación ciudadana alternativo en el marco municipal de un Estado abierto**

**Exequiel Gastón Ducart**

Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales — UNC

La siguiente monografía se da en el marco de desarrollo de un trabajo final en la Especialización en Producción y Análisis de Información para Políticas Públicas, dictada en el Centro de Estudios Avanzados, de la Universidad Nacional de Córdoba. Este trabajo se encuentra en proceso de desarrollo, pero como autor considero que es pertinente para este encuentro de jóvenes comunicadores ya que ofrece algunos marcos metodológicos y teóricos novedosos para la currícula del próximo plan de estudios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

La problemática de este trabajo tiene sus antecedentes en el desarrollo del trabajo final de grado “Participación Ciudadana y Comunicación Gubernamental: La relación entre el Estado Municipal y Los Centros Vecinales. Caso Ciudad de Jesús María, Córdoba” (Ducart, Ferrara, 2017). Gracias a este trabajo se abrieron otros abanicos que dieron inicio a una investigación sobre un proyecto de participación ciudadana que viene desarrollándose en la ciudad de Jesús María. El mismo se llama “Jesús María Proyecta” y, según nuestro trabajo final, fue el espacio de participación más reconocido e influyente en la relación entre los centros vecinales y la gestión de gobierno.

No puedo dejar de nombrar los resultados finales que arrojó dicha investigación y que son menester mencionar para entender el objetivo de este trabajo final en desarrollo. Una agravada crisis de representación en las instituciones públicas y una mala gestión de políticas públicas a lo largo de los últimos años -a nivel general en municipios- han ido generando y vislumbrando intentos de democratizar y recuperar esos espacios de participación que habían sido destruidos. Encontramos en Jesús María intentos por recomponer esta situación, tanto desde el municipio, como desde los centros vecinales. Desde el ejecutivo municipal, uno de los más referenciados fue el Jesús María Proyecta. El cual tiene por objetivo acercar, escuchar y hacer partícipe al ciudadano en los procesos de políticas públicas.

El proyecto se viene llevando a cabo en etapas: la primera ha sido un diagnóstico a través de reuniones, talleres y foros con diversos actores de la ciudad y sobre los cuales se han ido visualizando los puntos más favorables y críticos de Jesús María. La finalidad de este

diagnóstico ha sido tratar de escuchar a la mayor cantidad de ciudadanos sobre problemáticas y transformar con ellos la idea de participación ciudadana. Según la visión de algunos ejecutivos se alcanzó a llegar a trabajar potencialmente con 22 mil habitantes (se alcanzó aproximadamente al 70% de la población). Y la etapa actual es la implementación y ejecución de algunas obras públicas surgidas en ese proceso diagnóstico.

La problemática del trabajo gira en torno al siguiente interrogante: ¿Es el Jesús María Proyecta un espacio democrático alternativo de desarrollo que incentive políticas de Estado Abierto?

El objetivo general del trabajo es el siguiente:

- Identificar los espacios de participación ciudadana desarrollados en el Jesús María Proyecta

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Interrogar las percepciones de diversos actores sociales sobre el concepto de gobierno abierto.
- Identificar qué actores sociales intervinieron en el Jesús María Proyecta.
- Identificar geográficamente la ubicación de los principales problemas desarrollados en los espacios de participación ciudadana.
- Cuantificar el porcentaje de la población que ha participado de este proyecto en relación al total de la población de la ciudad
- Analizar los procesos y acciones de comunicación pública que lleva adelante el municipio respecto al Jesús María Proyecta
- Planificar y proponer acciones comunicativas estratégicas que promuevan la participación en actividades desarrolladas por una Agencia de Innovación y Gobierno Abierto.

### Marco teórico

Los procesos de participación ciudadana en las gestiones municipales de Argentina tienen un abanico de hipótesis teóricas y fácticas de gran envergadura. La participación, como menciona Oszlak (2009), “es un proceso según el cual determinados actores de la

sociedad civil se movilizan, se “activan”, irrumpen en un escenario público e intentan influir sobre las reglas y procesos que enmarcan sus condiciones de existencia y reproducción” (p.5).

La noción de participación ciudadana desarrollada por Oszlak (2009) es analizada como “un proceso social que resulta de la acción intencionada de individuos y grupos en busca de metas específicas, en función de intereses diversos y en el contexto de tramas concretas de relaciones sociales y de poder” (p. 6.). De esta forma podemos comprender los procesos de participación ciudadana como herramientas de apropiación para la posterior toma de decisión sobre lo público. Este tipo de paradigma tiene un desafío que es impulsar la universalización de estos mecanismos con el fin de crear condiciones que permitan a los sectores vulnerables acceder a los procesos de gestión pública.

Hoy en día el adjetivo abierto se instaló en el discurso público reclamando el acceso a la información sobre los asuntos públicos como un derecho de los ciudadanos. En contraposición al término “lato sensu” que se aplica a la filosofía de gestión pública puesta en marcha por el Poder Ejecutivo de un Estado, hoy en día -según Oszlak- la expresión Estado abierto es más propia y abarcadora del lenguaje de las ciencias sociales latinoamericanas. En resumen, ya no solo el Poder Ejecutivo tiene por obligación y muestra su voluntad de hacer más transparente su gestión o promover participación ciudadana, ahora otras instituciones como el parlamento, ciudades, universidades, servicios públicos, empresas fiscales, etc están adquiriendo estos comportamientos.

Para Oszlak (2017) el pasaje de un tipo de democracia puramente representativo a una deliberativa/participativa precisa del acceso de la ciudadanía a las instancias de debate y control de la implementación de las políticas públicas. Según el autor lo que tienen de común todas las experiencias de gobierno abierto involucran procesos de obtención, procesamiento y uso de información. Estas experiencias no son casuales ya que “la asimetría de información es el factor diferencial por excelencia que impide al ciudadano no saber de qué se trata (transparencia), sino también conocer para intervenir (participación), coproducir (colaboración) o vigilar (control)” (Oszlak, 2017).

### Marco metodológico

El presente trabajo tendrá un carácter de diagnóstico y como finalidad monitorear si el Jesús María Proyecta es un espacio democrático alternativo enmarcado dentro de los paradigmas de un Estado abierto. Por un lado, una de las dimensiones de análisis del trabajo será la percepción de los actores sociales respecto a la idea de Estado abierto y,

por otro lado, cómo estas concepciones se asocian al propio proyecto municipal. Estas dimensiones nos brindaran indicadores con los cuales podremos medir y obtener índices sobre la gradualidad de los conceptos y aplicación de las políticas públicas.

El tipo de análisis del trabajo es retrospectivo, ya que intenta comprender y describir las causas y consecuencias del proyecto municipal. Se infiere que la pregunta de investigación se corresponde a un problema cuasi-estructurado, del cual hay resultados inciertos, debido a que los decisores e intervinientes de este proyecto municipal son múltiples, donde las opciones de solución a los problemas son heterogéneas, y sobre todo los valores de cada uno de los actores sociales muchas veces entran en conflicto. Para poder estructurar el problema hay que tener en cuenta los siguientes aspectos: a) análisis sobre las formas como se ha concebido históricamente el problema, factores que lo condicionan y efectos; b) análisis de los resultados de las intervenciones; c) identificación de otros problemas públicos resultados de las políticas implementadas; d) análisis de los actores involucrados, donde trataré de determinar cuáles son sus intereses, percepciones, recursos y mandatos; e) descripción del marco normativo que enmarca las intervenciones.

Este trabajo requiere en una primera etapa de un diagnóstico que reconozca las relaciones sociales existentes que se desarrollan dentro de un contexto socio-histórico determinado. Esta primera etapa permitirá reconocer y analizar las percepciones, y acciones de los actores sociales en las políticas públicas que desarrolla la municipalidad de la ciudad a través del proyecto. Por lo que decimos que el tipo de investigación a realizar tiene un carácter exploratorio y descriptivo. Es exploratorio, o de acercamiento a la realidad social, porque “permitirá recabar información para reconocer, ubicar y definir problemas; fundamentar hipótesis, recoger ideas y sugerencias” (Rojas Soriano, 1991, p. 31). Este tipo de investigación funciona para “aumentar la familiaridad del investigador con el fenómeno que desea investigar; reunir información, proporcionar un censo de problemas considerados urgentes en el campo de las ciencias sociales; aclarar conceptos” (Selltiz como se citó en Dorado *et al.*, 2009). Y también aclaramos que es descriptivo porque se “emplea para conocer cómo se manifiesta el fenómeno a estudiar, buscando caracterizarlo, e identificando sus propiedades, sus significados, sus usos, sus funciones, frecuencias, y variaciones, que -en tiempos, lugares, o grupos sociales determinados- el mismo presenta” (Landa como se citó en Dorado *et al.*, 2009).

Por otra parte, este trabajo consta en una segunda etapa de la construcción de un proyecto preliminar como recomendación y conclusión del diagnóstico.

## Resultados esperados

Lo que buscamos con este trabajo es contrastar a través de un mapa de calor los proyectos que han ido surgiendo desde los espacios de participación ciudadana y las políticas públicas ejecutadas por un lado. Por otro, la cantidad de personas intervinientes en la primera etapa del Jesús María Proyecta y, diagnosticar si realmente han sido la cantidad de alcance que afirma la municipalidad. Por último vislumbrar qué políticas públicas en comunicación se han utilizado para la difusión y concreción de este proyecto.

## Bibliografía

DORAD, C., EGIDIOS, D., EMANUELLI, P., GARCIA LUCERO, D., ORTÚZAR, I., VON SPRECHER, R., & ULLA, C. (2009) *Herramientas de Metodología para Investigar en Comunicación. Conceptos, reflexiones y ejercicios prácticos*. Córdoba: Ed. UNC.

DUCART, E. y FERRARA, B. (2017) “Participación Ciudadana y Comunicación Gubernamental: La relación entre el Estado Municipal y Los Centros Vecinales. Caso Ciudad de Jesús María, Córdoba”, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina.

OSZLAK, O. (2009) “Implementación participativa de políticas públicas: aportes a la construcción de un marco analítico”. En Belmonte, A (et. al.) (2009) *Construyendo confianza. Hacia un nuevo vínculo entre Estado y Sociedad Civil*, Volumen II, CIPPEC y Subsecretaría para la Reforma Institucional y Fortalecimiento de la Democracia, Jefatura de Gabinete de Ministros, Presidencia de la Nación, Buenos Aires.

NASER, A., RAMIREZ ALUJAS, A., Y ROSALES, D. (2017) “Desde el gobierno abierto al Estado Abierto en América Latina y el Caribe”. *Libros de la CEPAL*, N° 144 (LC.PUB.2017/9-P), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

## Comunicación y democracia: construcción deliberativa de derecho

**Daniela Cinco Chávez y Damián Fontana**

Facultad de Ciencias de la Comunicación - UNC

Uno de los desafíos a los que se enfrenta la democracia es el de la coherencia en las decisiones colectivas basadas en la agregación de preferencias individuales. Frente a esto, Jürgen Habermas sostiene que para que las normas merezcan respeto por parte de sus destinatarios éstos deben ser a su vez sus autores, de modo que cada ciudadano pueda aceptarlas racionalmente. Con esta perspectiva, el autor desarrolla el modelo de construcción democrática de doble vía de la voluntad política.

Se trata de una idea procedimental de democracia, en la que los procedimientos de formación de la opinión pública y las demandas que nacen de los mismos se institucionalizan jurídicamente a través del sistema político. El autor considera necesaria esta “vinculación retroalimentativa del sistema político con las redes (para él) periféricas que representan los espacios públicos políticos” (Habermas, 2000). Es decir, que “la democracia debe tener fuerza centrípeta de modo que los ciudadanos puedan involucrarse en la deliberación política” (Cancino Gómez, 2009, p. 169). La perspectiva deliberativa nos permite así, poner en el foco a la comunicación como una variable fundamental para pensar la democracia.

En este marco, se distingue entre un espacio público informal (el espacio libre de los flujos de comunicación en la sociedad civil -medios de comunicación masiva, escuelas y universidades, sindicatos, grupos de presión, etc.) y un espacio público formal (sistema político: órganos de gobierno y de representación política). De modo que la democracia se articula en una serie de procedimientos que vinculan a los grupos y a los diversos intereses que integran la sociedad con el ámbito de toma de decisiones políticamente vinculantes; relacionando así al espacio público informal con el espacio público formal.

Consideramos que los procesos de diálogo que tuvieron lugar para la construcción de la Ordenanza 11.942 de Plan de Metas de Gobierno de la ciudad de Córdoba, pueden ser analizados a partir de este modelo. Estos procesos deliberativos fueron impulsados, en el año 2010, por la Red de Participación Ciudadana Nuestra Córdoba, promotora del proyecto de Ordenanza, y trabajado en conjunto con el Concejo Deliberante de la ciudad, dando lugar a espacios de diálogo tanto dentro, como fuera del Concejo. Las particularidades de cada uno de estos espacios implican distintas características en la

manera en que se organizaron y desarrollaron los debates. En nuestra investigación, nos proponemos comprender en profundidad los procesos de diálogo implicados en la construcción conjunta de la Ordenanza, situándose a su vez, en relación al ideal normativo de un intercambio dialógico.

Para tal fin, definimos como objetivos específicos de este trabajo:

- Caracterizar los actores involucrados y los espacios en los cuales interactuaron.
- Identificar las particularidades que las instancias deliberativas presentaron en cada uno de estos espacios.
- Analizar las disputas por los sentidos en las distintas instancias de deliberación en torno a la institucionalización del Plan de Metas de Gobierno.

Los procesos que analizamos se desarrollaron entre los años 2010 y 2011, por lo que en un primer momento realizamos una reconstrucción de los mismos a partir de entrevistas a los actores involucrados, y el análisis de documentos (notas de las reuniones elaboradas por la Red, versión taquigráfica de la votación en el Concejo, entre otros). A continuación analizamos las valoraciones de los distintos actores involucrados a partir de un esquema conceptual adaptado de la propuesta de J. Gastil (2008) para trabajar en torno de los procesos analíticos y sociales de la deliberación.

A partir de ello, identificamos que las formas en que se organizaron los espacios de diálogo favorecieron de distinta manera a la construcción de una sólida base de información acerca del tema tratado y a la consideración de distintos puntos de vista en relación al mismo. Además, destacamos la intervención de aspectos coyunturales que posibilitaron un mayor diálogo en el seno del Concejo, como lo es la ausencia de una mayoría absoluta en el mismo y la fragmentación de frentes electorales que forzaban la construcción de consensos para la toma de decisiones. Sin embargo, observamos limitaciones cuando se trata del involucramiento de la sociedad civil en los procedimientos legislativos, particularmente en la mirada restrictiva sobre la participación ciudadana que tienen los ediles. La predominancia de una concepción delegativa de la representación pone en tensión, en este caso, la construcción democrática de doble vía de la voluntad política.

El análisis de este caso no sólo pone de relieve el vínculo entre gobierno y ciudadanía para la construcción del derecho; sino que al tratarse de una iniciativa que surgió desde la sociedad civil, puede servir de ejemplo para nuevas propuestas de diálogo entre la ciudadanía y el sistema político. Finalmente, consideramos que examinando a fondo estos

procesos de diálogo podemos dar cuenta de sus potencialidades y limitaciones, y de la importancia de la deliberación para la construcción de una sociedad más democrática. Ofreciendo también un esquema conceptual que posibilite el análisis futuro de otras prácticas deliberativas.

### **Bibliografía**

CORTINA, A. (2009) "La política deliberativa de Jürgen Habermas: virtualidades y límites". *Revista de Estudios Políticos*, Núm. 144, pp. 169-193.

GASTIL, J. (2008) *Political Communication and Deliberation*. New York: Sage Publications.

HABERMAS, J. (1990) *Pensamiento Postmetafísico*. Madrid. Taurus.

HABERMAS, J. (2000) *Facticidad y Validez*. Madrid. Trotta.

## Crisis, recuperación y gestión cooperativa de medios gráficos

**Santiago Bonacci**

Facultad de Ciencias de la Comunicación — UNC

### Introducción

El cierre del periódico La Mañana de Córdoba en 2016 y la fundación posterior de La Nueva Mañana, bajo gestión cooperativa por parte de un grupo de trabajadores que quedaron sin su empleo, revive algunas de las experiencias más interesantes de los años de crisis que rondaron el 2001 en Argentina, donde miles de empresas fueron cerradas (y a menudo vaciadas) por sus propietarios y en algunos casos fueron ocupadas y recuperadas por los despedidos.

Uno de los ejemplos más cercanos para los cordobeses, en este sentido, es el de Comercio y Justicia. Este periódico (surgido en 1939) llegó a una situación de quiebra en 2001 después de atravesar los años '90 con cambios de propietarios y períodos de crisis institucional. Tras el cierre, cerca de 30 despedidos decidieron conformar una cooperativa de trabajo para poder continuar con su actividad, acrecentando paulatinamente el número de socios con el paso del tiempo, siendo cerca de 100 en la actualidad<sup>[1]</sup>. Pocos años antes de la quiebra de Comercio y Justicia comenzó a editarse La Mañana de Córdoba, en 1997, como emprendimiento privado que, nuevamente tras cambios de patronales y crisis económica e institucional, cerró en 2016 dejando como saldo 61 despedidos, 29 de los cuales firmaron el acta inicial de la cooperativa<sup>[2]</sup>.

En este sentido, la presente ponencia refleja un breve análisis comparado de estos dos medios cordobeses que por iniciativa de algunos de sus trabajadores se conformaron en cooperativa para sostener la fuente laboral en contextos de crisis socio-económica, haciendo hincapié en algunas variables contextuales, surgimiento y composición de la cooperativa, y características del proceso de trabajo, a partir del análisis detallado de diversas fuentes<sup>[3]</sup>.

### Recuperación y desarrollo de los medios gráficos

Previo las quiebras, se manifestó un factor singular en ambos casos: las entidades propietarias protagonizaron fraudes, generando crisis en las empresas, evidenciándose sobretudo a partir de incumplimientos salariales en los últimos meses antes de los cierres<sup>[4]</sup>. Con posterioridad a las quiebras, fue la necesidad de seguir manteniendo la fuente de trabajo lo que motorizó la búsqueda de alternativas colectivas, y la cooperativa apareció allí como una herramienta que podía permitirles seguir en actividad.

Tras el cierre de Comercio y Justicia como emprendimiento privado, un grupo de ex asalariados formaron la cooperativa de trabajo y se alquiló la quiebra a la justicia durante aproximadamente un año y medio. Finalmente la cooperativa compró la marca registrada, el circuito de distribución por suscripciones y algunos bienes. Fue esencial para el sostenimiento de este proyecto contar con espacio, máquinas y mobiliario, elementos que les permitió continuar con la venta del periódico. No fue el caso de La Nueva Mañana, ya que con posterioridad al cierre la patronal vació la empresa, y tuvieron que ubicarse en un nuevo espacio físico<sup>[5]</sup>. Las primeras inversiones la pudieron realizar por aportes personales (como los dispositivos tecnológicos desde donde redactar), y el dinero que recaudaron con una peña solidaria realizada en mayo de 2016. Así pudieron lanzar, en primer lugar, su portal web, y meses más tarde un semanario en papel. Además, se decidió por un nuevo nombre, con lo cual tuvieron (y tienen) que lidiar con la necesidad de imponer una nueva marca en el espacio público, mientras que Comercio y Justicia, al mantenerlo, sólo necesitó demostrar una continuidad, tanto a los lectores como a los anunciantes. Esto le facilitó el ingreso económico de los asociados en un lapso de tiempo más reducido.

Una particularidad en estos casos tiene que ver con las dificultades para reiniciar el proceso de trabajo. Recuperar las máquinas le permitió a Comercio y Justicia seguir contando con herramientas esenciales del proceso productivo, que no sólo les habilitaba la posibilidad de seguir editando autónomamente el periódico, sino que también implicó una fuente alternativa de ingresos, más allá de la suscripción y la venta publicitaria. Incluso aquí se imprimen los 4000 ejemplares semanales de La Nueva Mañana. Y es justamente el taller el que permitió buena parte del sostenimiento de Comercio y Justicia, garantizando el costo de vida de sus socios.

Cada asociado percibe como ingreso un “anticipo de retorno”, que en el caso de La Nueva Mañana no logra cubrir las necesidades económicas de los socios, lo que lleva a que la gran mayoría de ellos tenga, además, otros trabajos. Se destaca, así mismo, que buena parte de sus ingresos se obtienen del espacio publicitario (tanto en papel como en web), y en muy menor medida por la venta del semanario, cuya importancia la ubican en relación a la visibilidad del producto.

Otra característica es que en Comercio y Justicia la división del trabajo conservó las etapas del proceso productivo en iguales secciones que las que había establecidas previo al cierre. En La Nueva Mañana, si bien hay roles, la superposición de tareas conlleva a que no haya áreas de trabajo claramente delimitadas (además de que no todos mantuvieron las mismas actividades que antes). Incluso, la mayoría colabora con otras tareas,

sobretudo lo relacionado a la producción de contenidos, actualización web y gestiones administrativas.

Las instituciones constitutivas de la gestión cooperativa, Asambleas y Consejos de Administración, que en los casos de empresas recuperadas en 2001 mostraron ser espacios de interacción discursiva privilegiados para lograr consensos o establecer acuerdos (Abatedaga, 2012), en La Nueva Mañana no presentaron esa eficacia, ya que si bien las Asambleas Ordinarias anuales mostraron altos índices de participación, las reuniones de socios delatan poca concurrencia, y no hay instancias suficientes donde poder poner en común problemáticas con el conjunto de los socios. Así, las decisiones que se han ido tomando en el Consejo fueron comunicadas mediante e-mails y mensajes de WhatsApp.

En los análisis realizados aparecen indicios de verticalidad en algunos vínculos. “Si en el conjunto de socios prevalece una subjetividad colectiva que mayoritariamente ha permanecido atrapado en la dualidad capital/salario quienes entran al Consejo de Administración fácilmente asumen posiciones de “patrón” en tanto los demás trabajadores se sitúan como “empleados” (Abatedaga, 2012, p. 525). Esto pudo observarse principalmente en Comercio y Justicia, pero en el caso de La Nueva Mañana también hubo manifestaciones de este tipo, potenciado por la comunicación interna de la cooperativa (redes como principal herramienta), y la escasa participación en reuniones, además de que en buena medida se realizan tareas fuera de un espacio común y muchos de ellos cuentan con otros empleos.

## Reflexiones finales

Ambos medios mostraron dificultades en sus primeros pasos para iniciar el ciclo productivo y garantizar la rentabilidad del mismo (producto de la inexperiencia, pero también del contexto socioeconómico que atravesó el país en ambos períodos), pero en un tiempo más acotado en el caso de Comercio y Justicia, en buena medida gracias a las condiciones en que se dio la recuperación. En ambos casos se valoró la vuelta a la “ocupación”, es decir, la recuperación de la fuente laboral, facilitado por los conocimientos propios de los trabajadores que permitió iniciar, bajo circunstancias diferentes, el proceso productivo.

Las condiciones de estabilidad laboral también difieren en un caso y en otro. Subrayando el hecho de la consolidación de Comercio y Justicia, y el poco tiempo de existencia de La Nueva Mañana, este último no ha llegado a garantizar el costo de vida de los trabajadores,

generando una composición de socios que son, al mismo tiempo, asalariados, cuentapropistas o autónomos, ya que mantienen otros empleos, sumándose además la superposición de tareas en la misma cooperativa. Esto pone de relieve tanto el trabajo manual, como la conservación de la marca y la recuperación de instrumentos y espacios de trabajo, permiten acelerar el inicio del proceso de producción y genera mejores garantías de rentabilidad.

Por otro lado, presencia de nuevos socios que no fueron parte del proceso de recuperación (ni de la formación brindada a estos), sumado a la falta de participación en instancias claves de encuentro y el uso de redes como herramienta de comunicación, permitió reconocer una falta de compromiso en tanto socio-cooperativo, así como también problemas para lograr una identidad coherente con esa posición, manteniendo formas propias del trabajo asalariado.

Ambos casos ponen en evidencia las dificultades de enfrentar procesos de gestión cooperativa del trabajo en contextos donde predominan las relaciones de mercado capitalista (acentuándose en períodos de crisis). No solo es un desafío sostener los principios cooperativistas, sino también construir identidades coherentes con estas prácticas. Al mismo tiempo, se presentan como una herramienta que permite a los trabajadores asumir de manera colectiva las crisis propias del capitalismo, volver al proceso productivo y, sobretodo, la posibilidad de reconocer la soberanía sobre lo que producen.

## Bibliografía

ABATEDAGA, N. (2012) “¿Por qué la opción de apropiación colectiva? La comunicación en los medios masivos recuperados”. Trabajo de Tesis Doctoral. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. Argentina.

KLOCKER, D. (26 de septiembre 2016). La Nueva Mañana es una realidad. Ci.S.Pren. 26 de septiembre.

SCALETTA, C. (2019). “El empleo estable en peligro”, en *Le Monde Diplomatique* Argentina, N° 236, febrero de 2018.

## Notas

[1] Así lo afirman en su sitio web ([comercioyjusticia.info/](http://comercioyjusticia.info/)), donde retoman parte de su historia.

[2] Actualmente son 21 los socios cooperativos, entre los que se encuentran ex-trabajadores de La Mañana de Córdoba, y nuevos socios incorporados posteriormente.

[3] Concretamente, se analizó la Tesis Doctoral en Comunicación de Nidia Abatedaga "¿Por qué la opción de apropiación colectiva? La comunicación en los medios masivos recuperados" (2012), y el trabajo para el seminario de "Planificación y evaluación de proyectos de comunicación social" (FCC-UNC) realizado por Altamirano, Frizzo, Leonardo, Moyano y Sánchez (2018), además de entrevistas a protagonistas de los casos.

[4] En el caso de La Nueva Mañana, desde febrero a junio de 2016 que cierra La Mañana de Córdoba, mientras que en Comercio y Justicia desde agosto de 2001 hasta la quiebra, presentada días después del estallido de la crisis en diciembre de 2001.

[5] El Ci.S.Pren les permitió la utilización de parte del espacio físico donde funciona.

## **Situación laboral de los trabajadores de los medios comunitarios de la provincia**

**Carla Bilbao**

Facultad de Ciencias de la Comunicación - UNC

### **Introducción**

En Argentina, en 2009 se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522 (LSCA) que fue reformada por decreto en 2015 y 2016. La LSCA reconoce a los medios audiovisuales no lucrativos como prestadores de servicios de radiodifusión y les reserva un tercio del espectro radioeléctrico.

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

Es por eso que el objetivo de este trabajo es indagar sobre la situación laboral de los trabajadores en las radios y televisoras comunitarias de la provincia de Córdoba, dentro de los proyectos políticos-comunicacionales de estos medios y de sus condiciones de producción actuales y avanzar en el análisis de la sostenibilidad de los mismos.

Las preguntas que guían mi investigación se pueden resumir en las siguientes: ¿cómo se define a los trabajadores/voluntarios/militantes de los medios comunitarios? ¿cómo se autoreconocen? ¿consideran su actividad como un empleo, militancia o un voluntariado? ¿cuál es su situación gremial y legal? ¿cuántos trabajadores son en cada medio comunitario? ¿cómo se realiza la división del trabajo? ¿qué roles y funciones organizan la actividad en el medio? ¿cuántas horas se trabaja por día? ¿cómo son las rutinas de trabajo? ¿cómo se profesionalizan los trabajadores de medios comunitarios en Córdoba?

La importancia de este trabajo radica en aportar esos datos que aún no han sido sistematizados ni registrados por el Estado, las redes de medios del sector o la academia de la provincia y el país.

Además, el contenido de la investigación fue solicitado por el Círculo Sindical de Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN) y por algunos medios comunitarios preocupados por evaluar la situación del sector. La información que surge de este estudio constituye una herramienta de utilidad para conocer la situación del sector y para que organizaciones, instituciones estatales de comunicación puedan tomar medidas y generar políticas pertinentes. Para dar respuestas a las preguntas introductorias, desarrollaré los siguientes pasos, no necesariamente cronológicos:

- Relevamiento de dimensiones y categorías sobre la situación laboral de los trabajadores de medios comunitarios, formuladas por sindicatos de prensa y academias provinciales y nacionales.
- Relevamiento y análisis de estatutos y convenios de periodistas, elaborados por sindicatos de la prensa y la comunicación.
- Entrevistas en profundidad a los miembros de las emisoras comunitarias relevadas por el equipo de investigación “Sociedad civil, Estado y derechos y políticas de comunicación y la cultura”.
- Reconstrucción y análisis de la situación actual de la dimensión institucional respecto a la situación laboral de los trabajadores de radios y televisoras comunitarias de la provincia de Córdoba.

Finalmente, cabe mencionar que este trabajo parte y se enmarca dentro un relevamiento y la caracterización de las radios y televisoras comunitarias de la provincia de Córdoba, que estoy realizando junto a la doctora Natalia Traversaro dentro del equipo de investigación “Sociedad civil, Estado y derechos y políticas de comunicación y la cultura” dirigido por la doctora María Soledad Segura.

### **Medios comunitarios en la provincia de Córdoba**

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

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

Estos medios no poseen al lucro como orientador de sus prácticas y se presentan como propuestas antagónicas al sistema de medios formado por empresas concentradas y con fines económicos. Los medios comunitarios, por el contrario, tienen como “horizonte explícito la transformación de relaciones sociales de desigualdad (...) proponen, de alguna forma y en alguna medida, intervenir en el terreno simbólico para contribuir a la construcción de sociedades más justas.” (Segura *et al.*, 2016).

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

Actualmente, según el relevamiento que estamos realizando junto a Natalia Traversaro desde mayo de 2018, existen 28 medios comunitarios en funcionamiento en la provincia de Córdoba, distribuidos de la siguiente manera: 6 radios en Córdoba Capital y 21 radios y 1 televidora en el interior cordobés.

### **Sostenibilidad institucional**

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

En este caso, para dar respuesta a los problemas planteados, utilizaré la dimensión institucional que refiere entre otras cosas a las formas de organización, y la profesionalización de los trabajadores.

### **Fuerza laboral**

Al hablar de los trabajadores me refiero a quienes están colaborando en el funcionamiento diario del medio; aunque no posean una relación laboral legal y/o estable. Además es indispensable retomar los tres actores que se pueden contemplar dentro de este campo, propuestos por Natalia Vinelli y Mariano Suárez (2018) que son:

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

Finalmente, a partir del relevamiento realizado con Traversaro, encontramos que en general, los proyectos de comunicaciones son llevados adelante por colaboradores, voluntarios o bajo la forma de trabajo no asalariado. En el caso de cooperativas suele garantizarse un ingreso para quienes se ocupan de determinadas tareas dentro del marco de trabajo cooperativo.

## Bibliografía

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

SEGURA, M. (2014) “Derechos Laborales y Sustentabilidad”, *El Cactus* 3 (3), Universidad Nacional de Córdoba.

SEGURA M. S., HIDALGO A. L., KEJVAL L., LINARES A., LONGO V., TRAVERSARO N. y VINELLI N. (2016). “Los medios comunitarios ante las nuevas políticas de comunicación”. Ponencia presentada en el Congreso de la Red de Carreras de Comunicación REDCOM 2016.

SEGURA et al. (2017). “Regresión. Las nuevas políticas para medios comunitarios en Argentina.” *Logos*, [S.l.], v. 24, n. 1, ago. 2017. ISSN 1982-2391.

\_\_\_\_\_ (2017). “Documento de trabajo. Sostenibilidad en las radios y televisoras comunitarias, populares y/o alternativas. Dimensiones, categorías e indicadores.” elaborado por el Equipo PIO-CONICET Las radios y televisoras comunitarias desde la Ley 26522: condiciones, estrategias y desafíos.

SUÁREZ Mariano y VINELLI Natalia (2018). “La Sindicalización del trabajo autogestivo”. Ponencia presentada en las Jornadas AAL. 21 noviembre del 2018.

## Mesa 3

### “Escenarios digitales: medios, prácticas, públicos e imaginarios”

**Coordinadores:** Joaquín Raviolo, Laura Lesta, Marina Prieto, Tadeo Otaola.

El eje temático de esta mesa convocó a diversos trabajos que giraron en torno al análisis del fenómeno de las tecnologías digitales desde una perspectiva comunicacional. Así confluyeron en este espacio sistematizaciones de experiencias en organizaciones, relatos de procesos de investigación, reflexiones sobre abordajes metodológicos y discusiones teóricas.

El abordaje de la comunicación transmedia fue una temática recurrente. Desde el relato de experiencias en un museo, las posibilidades de aplicación en el campo de la Comunicación y el Turismo, reflexiones sobre algunos consumos culturales en escenarios deportivos, y aproximaciones teóricas al fenómeno de la educación transmedial, conformaron un abanico diverso desde el cual cada expositor pudo presentar sus avances de investigación en el tema y aportar a una discusión enriquecida por la heterogeneidad de las propuestas.

Una línea ligada al Periodismo también se hizo presente en trabajos que tematizaron la cuestión de las narrativas audiovisuales en los medios denominados “nativos digitales” y la de las nuevas modalidades periodísticas a través de soportes digitales.

La construcción de sentido en torno a lo digital fue otro de los ejes que vertebraron las discusiones en aquellas ponencias que trataron la inseguridad como proceso de significación social en formatos digitales, la parodia y el discurso de lo real, los imaginarios sociales sobre el estudiante digital y las construcciones discursivas de mujeres en redes sociales.

Se presentaron, también, temas referidos a las redes sociales y las nuevas formas de influencia social en el escenario geopolítico internacional, los consumos culturales en jóvenes denominados *millenials*, la comunicación de la ciencia para públicos con discapacidad visual, una aproximación al objeto técnico desde la Economía Digital,

subjetividad y tecnología en contextos embellecidos, la cuestión de la visibilización de la diversidad cultural y las configuraciones del espacio público y las poblaciones socio-segregadas en contextos digitalizados.

Una vez concluidas las exposiciones, se generó un espacio de debate y puesta en común en el que cada expositor pudo responder preguntas de sus pares. La mayoría de las interpelaciones giraron en torno a cuestiones metodológicas e incluso bibliográficas. Finalizado el espacio de debate, los participantes estuvieron de acuerdo en señalar la importancia de abordar los escenarios digitales, en sus usos y apropiaciones particulares pero también en sus características generales como parte constitutiva del escenario contemporáneo.

## Córdoba en Instagram: Experimentar la realidad transmedial

**Leonardo Corzo**

Facultad de Ciencias de la Comunicación - SECyT

La realidad es una construcción social constante (Berger y Luckmann, 2012). Las personas en interacción la configuran y reconfiguran entre conflictos y acuerdos, organizando la materia en sus diferentes niveles. Esta realidad social, entendida como una producción humana continua, se produce en la actualidad a través de procesos comunicativos transmediales (Jenkins, 2003) radicados en ambientes hipermediáticos (Scolari, 2008).

A través del análisis de las transformaciones que se estaban produciendo en la industria del entretenimiento con la consolidación de las comunicaciones digitales, Henry Jenkins popularizó el término narrativas transmedia, denominando formas de producción cultural que se aprovechan del escenario convergente y la nueva lógica participativa de las tecnologías digitales para crear relatos con múltiples puntos de acceso y diversas posibilidades de expansión con la puesta en movimiento de la creatividad de los públicos.

Las características de las narrativas transmedia descritas por Jenkins, sin embargo, no pertenecen exclusivamente al mundo del entretenimiento ni se estancan sólo en ese campo de actores sociales. El término se ha desbordado, colmándose de nuevas conexiones hasta abarcar la totalidad de la trama comunicativa. La transmedialidad es la naturaleza misma que los procesos comunicativos manifiestan al materializarse en el actual ecosistema hipermediático. Todos los sujetos habitan este ecosistema, y al aceptar se parte, habilitan en el contrato de convivencia que los procesos transmediales se conduzcan en sus mentes e interacciones. Frente a esta perspectiva transmedial, enriquecer la descripción de los procesos comunicativos hace necesarias nuevas formas de acercamiento a la realidad que requiere la observación de sus mecanismos y una nueva lectura de las prácticas, desde la textura palpable de los surcos y recovecos en la configuración de la interfaz social.

Según Scolari "Las interfaces nos rodean. Siempre estuvieron ahí, desde mucho antes de la invasión de las pantallas interactivas" (2018, p. 48). Sacando el término de sus connotaciones digitales más inmediatas, una apreciación extendida del mismo nos permite definir las interfaces como espacios de interacción, comprendiendo que un espacio es cualquier materialización socialmente objetivada, que en su capacidad

extensiva, sostiene un campo de posibilidades de relación entre las personas y el mundo que las rodea.

Las interfaces se habitan, se habilitan, se experimentan y se co-construyen. Habitar una interfaz implica que nos volvemos parte de ella y que ella se vuelve parte de nosotros, y para que eso pase es necesario estar de acuerdo con el contrato de interacción. Esto implica reconocer que determinados dispositivos y mecanismos permiten experiencias y formas específicas de extensión de los sujetos, con lo que estos deberán conducirse siguiendo una lógica determinada en orden a la ejecución de sus propósitos e intereses en la interfaz.

La plataforma que se explora como terreno de análisis en este escrito es Instagram. Esta red social supone en su contrato que los usuarios que creen una cuenta en la plataforma podrán subir, compartir, editar y visionar fotografías y videos desde sus dispositivos móviles. Una vez publicadas las imágenes en la plataforma, estas pueden ser etiquetadas a través de hashtags y geolocalizadas, mientras que el resto de los integrantes de la comunidad pueden reaccionar a ellas poniendo “me gusta”, comentándolas o compartiéndolas.

Autores como Fontcuberta han señalado la transformación que la fotografía ha experimentado como práctica cultural, pasando de ser un recurso para la recreación de la memoria, a ser parte de la constelación de elementos comunicativos disponibles del ser humano. “En estas fotos la voluntad lúdica y autoexploratoria prevalece sobre la memoria... Las fotos ya no recogen recuerdos para guardar sino mensajes para enviar e intercambiar: se convierten en puros gestos de comunicación...” (2011, s/n). La posibilidad de capturar imágenes en cualquier lugar y momento a través de los dispositivos móviles y el surgimiento de redes sociales masivas centradas en la fotografía social compartida, ha cambiado no sólo la práctica fotografía, sino la forma de experimentar el tiempo, el espacio y las relaciones entre las personas.

En una ciudad, por su parte, se mezclan las representaciones colectivas con las identidades individuales dando forma a los acuerdos y desacuerdos continuos que sostienen la vida en las sociedades. Para Martijn de Waal, la estructuración de esta expresión física puede ser un proceso entendido también como interfaz, en tanto que “...la dinámica de la vida urbana siempre consiste en una acumulación de todo tipo de procesos de intercambio... se centra en sintonizar la identidad individual con la colectiva, en unir el presente con el pasado y en armonizar las preocupaciones y los intereses de diferentes tipos de poblaciones urbanas” (2015, p. 24).

Instagram y la ciudad son entonces interfaces en interacción compuestas por innumerables percepciones humanas que, como parte de un proceso continuo de reproducción transmedial de la realidad, requieren la aceptación de un contrato de intercambio para el desarrollo normal de la convivencia y la experiencia de diferentes mecanismos, dispositivos, necesidades e intereses.

### **Córdoba interfaz. Una propuesta metodológica**

Con el objetivo de explorar y describir las modalidades de representación de una ciudad en Instagram y la forma en que los usuarios construyen esas representaciones, la investigación se enfocó en un grupo de fotografías etiquetadas con el hashtag #cordobaargentina. Se recolectaron las imágenes que la plataforma, en su versión para computadora, mostraba en la pestaña de fotografías destacadas para ese hashtag todos los días del mes de enero del 2019.

El corpus quedó conformado por 121 fotografías recolectadas únicamente de perfiles públicos. El mismo se fue depurando, organizando y clasificando en base a diferentes categorías que tenían como objetivo desentrañar patrones, relaciones y recurrencias al interior del conjunto de imágenes.

### **Córdoba Interfaz. Avances y resultados**

El análisis realizado hasta el momento sobre las fotografías recogidas sirve para dimensionar el alcance de la estructura de movilización social a través de lo que la interfaz manifiesta de forma directa en datos numéricos. El promedio de fotografías subidas a la plataforma con el hashtag #cordobaargentina durante el mes analizado fue de 184.024 fotografía. Este dato necesita de otras referencias para poder ubicarse por lo que se pone en consideración el promedio de fotografías con la etiqueta #buenosaires, que fue de 12,031,638 publicaciones, y la etiqueta #argentina con 26,398,641.

Dentro de los perfiles enunciadores se trató mayormente de cuentas particulares. Sólo un 1,65% de publicaciones provino de medios de comunicación y un 4.95% de cuentas oficiales de un organismo gubernamental. Por su parte, sólo un 4,13% de las imágenes tenían fines explícitamente comerciales.

Sobre la presencia de personas identificables en las fotografías, llamadas imágenes humanizadas, se recogió una presencia numérica de poco más de la mitad del total, alcanzando un 52,89%. Del total de fotografías humanizadas un 12,5% eran selfies, es

decir, autorretratos de una persona o grupo de personas tomadas por el individuo o uno de los individuos integrante del grupo representado.

En cuanto a las distinciones de género en el total de fotografías humanizadas individuales, un 50% de las mismas correspondieron a mujeres, 30,95% eran hombres y en un 19,05% de las publicaciones el género del individuo no era identificable.

Considerando una distinción entre paisajes naturales y escenarios urbanos, el análisis expresa un 56,58% de escenarios naturales y un 43,42% de escenarios urbanos. Dentro de las imágenes en la categoría de escenarios urbanos, un 57,57% del total mostraba algún referente urbano claramente identificable, entendiendo por este, un lugar, sitio o configuración arquitectónica, es decir, una interfaz particular, que es tenida como referente en la comunidad por valores históricos, culturales o estéticos. La lista de referentes urbanos de la ciudad de Córdoba se compone, en orden de frecuencia de aparición, de la siguiente manera:

1. Catedral de Córdoba 26,31%
2. Rueda Eiffel 21,05%
3. Cañada 15,78
4. Paseo del Buen Pastor 10,52%
5. Iglesia de Los Capuchinos 10,52%

Dentro de los paisajes naturales propios de las fotografías tomadas por fuera de la capital predomina la presencia de localidades de las sierras de Córdoba, con representaciones de un conjunto específico de recursos naturales compuesto por ríos, saltos de agua, lagos, árboles y montañas y la frecuente intervención del cielo, componiendo tonalidades grupales principalmente en variaciones de verdes, marrones y celestes.

Es interesante destacar según estos resultados, la operación de invisibilización que ciertas zonas de la ciudad y la provincia sufren, frente a la abrumadora presencia de referentes y lugares considerados estéticamente valiosos o “instagrameables”, perpetuando representaciones ideales sobre lo que vale la pena ver, visitar o experimentar en Córdoba.

## Bibliografía

BERGER, T. y LUCKMAN, P. (2015). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

DE WAAL, M. (2015). "El futuro de la ciudad: ¿Una ciudad inteligente o una ciudad social?" *Arte y políticas de identidad*, 12 (1), pp. 11-30.

FONTCUBERTA, J. (2011, noviembre 5). "Por un manifiesto postfotográfico". En: *La vanguardia/ Cultura*.

SCOLARI, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

\_\_\_\_\_ (2018). *Las leyes de la interfaz*. Barcelona: Gedisa.

## La visibilización de la diversidad cultural en la radio

**Agustina Giraudo**

Facultad de Ciencias de la Comunicación -UNC

### Introducción

Esta ponencia desarrolla los aspectos principales de un trabajo que se propone articular la extensión, la investigación y la docencia. Se trata de un proyecto que busca promover y fortalecer espacios comunicacionales interculturales que reconozcan la diversidad cultural de Córdoba y que promuevan la participación de la ciudadanía y la defensa de los DDHH.

Se trata de la producción y realización de Batido Cultural, un programa radial que nació en el año 2016 con una emisión semanal por Radio Revés FM 88.7, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC. La propuesta tiene por objetivo consolidar un espacio de comunicación radiofónico que reconozca y visibilice la diversidad cultural en la ciudad de Córdoba, promoviendo el intercambio de saberes entre diferentes actores sociales. Este programa incluye la presentación de diferentes experiencias y trayectorias sociales de organizaciones y sujetos migrantes, de pueblos originarios y de afrodescendientes, quienes llevan a cabo distintas prácticas culturales y configuran nuevos espacios de ciudadanía con diversos sectores de la comunidad cordobesa.

Este proyecto cuenta con el apoyo de una Beca de Extensión SEU desde 2017 y articula con el proyecto de investigación (Consolidar 2018-2021) “Los nuevos escenarios del periodismo: convergencia, disrupciones, reconfiguraciones y desafíos” y del Programa de extensión desde las Cátedras FCC “Extender las aulas. Innovaciones pedagógicas en tareas de articulación interdisciplinaria y vinculación extensionista en el campo de la comunicación”. En esta vinculación de saberes y de prácticas, el proyecto fortalece su trabajo de visibilizar la problemática de la diversidad cultural y contribuir con acciones relacionadas al reconocimiento de los derechos de los colectivos abordados desde un medio universitario.

En esta propuesta nos vinculamos con diferentes colectivos, fortaleciendo articulaciones en los diferentes territorios. A partir de estos procesos ya sedimentados, el proyecto actualmente pretende co-producir y difundir contenidos en formato radiofónico, realizados por/con los integrantes de estos colectivos. Estos contenidos son producto de una serie de talleres y encuentros en los que se realiza un intercambio recíproco de

conocimientos con los actores y que dan como resultado producciones realizadas a través de la construcción colectiva.

### Fundamentación teórica

El proyecto se desarrolla en el marco de una perspectiva interseccional y que promueve la integralidad de las funciones universitarias y la articulación entre actividades extensionistas, de grado e investigación (Zapata Galindo, Cuenca y Puga, 2014).

En primer lugar tomamos al concepto de comunicación como práctica de intervención comunicativa, es decir, un proceso de construcción participativa donde los diferentes actores del proyecto interactúan insertos en un determinado contexto y en donde además, la comunicación social se concibe como una herramienta de intervención y de transformación. Para ello, tomamos como referencia el desarrollo teórico de Roberto Von Sprecher (2010) para comprender la potencialidad de la dimensión comunicativa en la planificación de las estrategias de intervención. El autor plantea el lugar que la comunicación ocupa, como una herramienta de poder para las luchas sociales o como un instrumento de cambio, en la generación de espacios contra las distintas formas de dominación. Sin dudas, la comunicación contribuye al conocimiento, pero también es menester saber que el conocimiento como actividad humana no transforma la realidad. Por ello, resulta necesario referirse a un enfoque teórico- metodológico que permita reconocer una problemática, conjugar saberes y planificar estrategias de abordaje.

Para comprender el fenómeno de la comunicación en las relaciones humanas es necesario adentrarse en la conceptualización de otro término íntimamente ligado a ella, la cultura. Para ello, se optó por las aproximaciones a la noción de cultura que sostiene el sociólogo Mario Margulis (2009), concibiendo la cultura en el plano de la significación: las significaciones compartidas y el caudal simbólico que se manifiestan en los mensajes y en la acción y por medio de los cuales los miembros de un grupo social piensan y se representan a sí mismos, su contexto social y el mundo que los rodea. La comunicación y la cultura son términos vinculados inevitablemente. Tal como sostiene el sociólogo Enrique Bustamante (2006), no hay cultura socialmente existente que no tenga, unido a ella, un plan de difusión y, por tanto, una comunicación constante ante determinados sectores sociales, por pequeños que estos sean. Así, también es difícil pensar una comunicación que no tenga aspectos creativos y transmita valores de cultura, identidad.

Otro concepto que es transversal al proyecto, es el de derechos humanos. Es por esto que se tendrán en cuenta las reflexiones de Boaventura de Sousa Santos (2010), quien

concibe a los DDHH universales desde un punto de vista de localismos globalizados, siendo éstos reconceptualizados como interculturales. La efectivización de los derechos de los de los colectivos abordados, puede ser concebida dentro un terreno de disputa que implica a dos actores: el Estado y la sociedad civil. Así lo expone Boaventura de Sousa Santos (2002), quien plantea que mientras que los DDHH de primera generación fueron diseñados como una lucha de la sociedad civil contra el Estado, considerado como el único violador de los DDHH, los DDHH de la segunda y tercera generación recurren al Estado como el garante de los DDHH.

### **Estrategia metodológica**

La investigación acción participativa es un proceso de identificación de problemas, recolección sistemática de datos e información, reflexiones sobre las experiencias obtenidas, análisis de los datos recolectados, diagnóstico de la situación bajo estudio, diseño de acciones concretas para los programas de intervención social, evaluación de actividades y tareas de dicha intervención y, en caso de ser necesario, la redefinición de las estrategias, teniendo siempre como protagonistas a los propios destinatarios de la investigación intervención. Se rescata la potencialidad de los actores intervinientes como promotores de su propia realidad. Al respecto, retomamos a Delgado y Rist (2016) y Vizer (2006), quienes hacen referencia a estos aspectos al plantear la escisión entre el saber y la acción desde el punto de vista comunicativo y social. Los autores afirman que se basa en el análisis y comprensión de las prácticas sociales y, por otro lado, en la introducción de cambios dentro de las mismas para producir un mejoramiento. Es decir, en principio hay una actividad de autorreflexión, sostiene Vizer (2006), para luego motivar la acción. En este sentido, cabe resaltar que los términos acción, práctica social e intervención son conceptos que le dan sustento a la metodología como punto de partida para la comprensión de la propia realidad y la intervención como motor de cambio a través de la acción. Podemos destacar como importante que para pasar por un verdadero proceso de transformación es necesaria la auto- reflexión, es decir, el conocimiento y la concientización de los actores involucrados en la realidad que se pretende cambiar. Entonces, la acción se plantea desde varios puntos de vista. Por un lado, la acción entendida por los propios actores; en segundo lugar, las consecuencias de la acción, y por último el contexto en que se realiza.

## Avances logrados

Batido Cultural ha emitido 83 programas y en este tiempo se ha consolidado como referente en difusión de la temática. Semana a semana se difunden actividades que organizan los distintos colectivos con los que se trabaja. Además, se presentan al aire entrevistas a personas de los colectivos abordados, como relatores de sus historias y vivencias. Desde la creación del programa se asistió a diversos eventos culturales organizados por los colectivos abordados. En los mismos se establecieron nuevos contactos y lazos para reforzar vínculos y fomentar el intercambio de conocimientos y experiencias con los actores y promotores de los diferentes espacios.

Se realizaron además charlas/talleres en el Nivel Medio y Superior, que abordaron el tratamiento de la temática desde una perspectiva de derechos. Se proyecta seguir realizando estas instancias de difusión para contribuir a derribar estereotipos relacionados éstos colectivos, promoviendo la inclusión social e interculturalidad.

El programa de Extensión desde las Cátedras, con el que se vincula este proyecto, tiene un anclaje aúlico en la participación de los estudiantes de la cátedra de Producción Radiofónica. En este sentido, se realizarán diversas estrategias participativas que involucren y generen el intercambio de saberes entre los docentes, estudiantes e integrantes de colectivos abordados. Por otra parte, el Proyecto de Investigación nos permite profundizar en conceptos sobre el ecosistema comunicativo que da marco al desarrollo de nuestro trabajo.

## Bibliografía

DE SOUSA SANTOS, B. (2010). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Extensión Universitaria y Editorial Trilce. Montevideo.

DE SOUSA SANTOS, B. (2002). "Hacia una concepción multicultural de los derechos humanos". *El otro derecho*, n° 28. ILSA, Bogotá, Colombia.

DELGADO, F. y RIST, S (eds.) (2016). *Ciencias, diálogo de saberes y transdisciplinariedad. Aportes teórico metodológicos para la sustentabilidad alimentaria y del desarrollo*. La Paz : Plural editores.

MARGULIS, M. (2009). *Sociología de la cultura*. Buenos Aires: Biblos.

VIZER, E. (2006). *La Trama (In)Visible de la Vida Social. Comunicación, Sentido y Realidad*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

VON SPRECHER, R., BOITO, M. E. (2010). *Comunicación y Trabajo Social*. Córdoba: Editorial Brujas.

ZAPATA GALINDO, M., CUENCA, A., PUGA, I. (2014). "Guía desde un Enfoque Interseccional Metodología para el Diseño y Aplicación de Indicadores de Inclusión Social y Equidad en Instituciones de Educación Superior de América Latina". Alemania.

## **Sintaxis Tecnogenética del Capital: una aproximación al objeto técnico en la Economía Digital**

**Tadeo Otaola**

Facultad de Ciencias de la Comunicación — UNC

### **Presentación**

La presente ponencia tiene como principal objetivo la presentación de un diagnóstico general de la experiencia de investigación que vengo desarrollando en la Maestría en Tecnología Políticas y Cultura (CEA-UNC). El título de la ponencia refiere a los sistemas conceptuales y textos específicos que intentó poner en diálogo a la manera de fuerzas vectoriales que al cruzarse producen una fuerza resultante que a su vez delimita un campo, una perspectiva, el recorte de un objeto sobre un fondo heterogéneo, diverso y sobre todo hiperpresente en la vida cotidiana: el mundo de las tecnologías digitales, de las tecnologías de la información, de las máquinas de procesamiento de datos, más específicamente el de los desarrollos tecnológicos en el sector de la llamada economía digital.

### **El diagnóstico Srnicek**

Publicado en el año 2016, el libro “Capitalismo de Plataformas” del canadiense Nick Srnicek constituye hoy una pieza clave para comprender el devenir del capitalismo durante la segunda mitad del siglo XX y el comienzo el siglo XXI. La tesis principal de Srnicek, es que luego de las crisis de sobreproducción, la prolongada caída de la manufactura a nivel mundial y la crisis del Estado de Bienestar durante la década del setenta “el capitalismo se volcó hacia los datos como modo de mantener el crecimiento económico de cara al inerte sector de la producción.” (Srnicek, 2016, p. 13)

A comienzos del siglo XXI, sobre la base de los profundos cambios generados por el desarrollo de las tecnologías digitales, los datos se han vuelto cada vez más centrales para el devenir del Capital; el par datos-tecnologías digitales marcan el compás de un nuevo régimen de acumulación en donde Srnicek encuentra continuidades y rupturas. En este contexto es que surge un nuevo modelo de negocios, cuya principal característica no es otra que su capacidad —montada sobre la infraestructura digital— para extraer, controlar y analizar una inmensa cantidad de datos, constituyéndose en un aspecto clave del ascenso de grandes compañías monopólicas. Este modelo es el de la “Plataforma” y Srnicek las ubica, primero, en una historia económica más amplia (sobre todo como

respuesta del capital a las sucesivas crisis de las décadas del 70, 90 y 2008), para luego “entenderlas como medios para generar rentabilidad y delinear algunas de las tendencias que producen como resultado.” (Srnicek, 2016, p. 12) Así el autor delimita un campo de estudio, el de la “Economía Digital” entendida como todos aquellos negocios que dependen cada vez más de las tecnologías de la información, datos e internet para sus modelos de negocios, entre los ejemplos más conocidos: Google, Amazon, Microsoft, IBM, GE, Uber, etc.

Lo interesante de la obra de Srnicek, para los objetivos de este trabajo, es que realiza un diagnóstico económico general de corte marxista donde los desarrollos tecnológicos aparecen tensionados por los parámetros generales de la sociedad capitalista, es decir la competencia intercapitalista y la búsqueda de ganancia. Así el autor abre un abanico de posibilidades de análisis, entre los que intenta situarse la presente indagación.

### **Sintaxis tecnogenética del Capital**

Los desarrollos tecnológicos resultan, hoy en día, y desde un “inicio” un elemento insoslayable para pensar el devenir del Capital como modo de producción en constante proceso de transformación. El capitalismo se constituyó a partir de una dependencia generalizada al mercado –producir por y para el mercado—, de este modo generalizó el imperativo sistémico de reducir los costos de producción con relación a los precios; aquí la tecnología jugó y juega un rol fundamental en tanto factor clave de la producción. Así lo expresaba Marx en el Capítulo X del Capital: “Para aumentar la fuerza productiva del trabajo, abatir el valor de la fuerza de trabajo por medio del aumento de la fuerza productiva del trabajo y abreviar así la parte de la jornada laboral necesaria para la reproducción de dicho valor, el capital tiene que revolucionar las condiciones técnicas y sociales del proceso de trabajo, y por la tanto el modo de producción mismo” (Marx, 2013, pp. 382-383). Eso que Marx analizó en pleno desarrollo del Capitalismo de la Gran Industria, es hoy un elemento constitutivo del Capital, es decir la revolución de las condiciones técnicas del proceso de trabajo (léase robotización y algoritmización del proceso de trabajo) y del entero modo de producción. El cambio tecnológico constante es una de las fuentes principales del inmenso dinamismo histórico del capital, una sus principales demandas.

El boom tecnológico de finales del siglo XX y principios del XXI se constituyó en la base histórica que preparó el terreno para la economía digital. El nacimiento y la consiguiente mercantilización de Internet, los montos siderales que las empresas invirtieron para

modernizar su infraestructura computacional, la instalación de millones de kilómetros de fibra óptica y cables submarinos, los avances en desarrollo de software y diseño de red, en fin las inversiones en tecnologías de la información (Srnicek, 2016) dieron un nuevo impulso hacia la reestructuración del Capital, montado ahora sobre la economía digital como sector transversal de la economía mundial.

En este sentido, y como expuse en párrafos anteriores, nos encontramos ante una nueva forma de acumulación capitalista donde las nuevas tecnologías, sobre toda la infraestructura digital de registro, transmisión, almacenamiento, organización y análisis de datos, juegan un rol clave en las nuevas formas de autovalorización del capital. Es allí donde considero debe dirigirse un esfuerzo analítico, es decir a las particularidades de la génesis tecnológica de los nuevos modos de producir. A esta perspectiva, a falta de una mejor nombre, y tomando diversos aportes sobre la temática, la denomino Sintaxis Tecnogenética del Capital. En esta dirección cabría primero la siguiente pregunta: ¿Por qué una sintaxis? La perspectiva sintáctica responde, siguiendo al investigador Darío Sandrone, primero a una distinción, distinción de los abordajes del objeto técnico tanto de las perspectivas semánticas como de las pragmáticas; las primeras enfocadas en nociones de diseño y autoría individual y las segundas en sus contextos comunicacionales de uso. Así la perspectiva sintáctica busca pensar la tecnogénesis incorporando a la reflexión sobre los objetos técnicos "(...) un enfoque centrado en las estructuras sintácticas, y en su capacidad generadora de nuevas estructuras, sin que ello signifique excluir los desarrollos intencionalistas de corte semántico" (Sandrone, 2016, p. 221). Este enfoque busca desprenderse de las visiones antropogenéticas clásicas sobre el objeto técnico y tiene precedentes en pensadores del siglo XIX y XX, aquí encontramos a Karl Marx (principalmente en el Capítulo XIII: Maquinaria y Gran Industria), Robert Willis, Franz Reuleaux y Jacques Lafitte hasta llegar a su principal exponente el filósofo francés Gilbert Simondon (1924-1989) sobre todo en su texto "El modo de existencia de los objetos técnicos" (Sandrone, 2016).

La pregunta que constituye el enfoque sintáctico del objeto técnico puede ser elaborada del siguiente modo: ¿Cómo se relacionan entre sí los objetos técnicos con independencia de las significaciones atribuidas en procesos comunicacionales y los usos que de ellos se hacen en contextos específicos? La pregunta busca establecer un campo, un recorte: la construcción de taxonomías y jerarquías específicas en los esquemas de funcionamiento artificial y su devenir histórico, es decir, otra vez pensando con Simondon, su proceso de concretización, "el orden y las asociaciones de los elementos técnicos, los cuales son los signos más elementales a partir de los que se configuran objetos técnicos estables con

un esquema de funcionamiento coherente que le permite subsistir sin autodestruirse” (Sandrone, 2016, p. 229).

Ahora bien, si lo que se intenta es pensar desde una perspectiva sintáctica el devenir tecnológico de las máquinas de información no puede dejarse de lado que hoy éstas constituyen uno de los principales órganos productivos del capitalismo del siglo XXI y son un elemento estructural de los modelos de acumulación de Google, Facebook, Apple, Microsoft, Siemens sólo por nombrar algunas. En el libro que sirve de marco para éste trabajo, Srnicek da algunas pistas acerca de dónde posar la vista sobre las tendencias del futuro desplazamiento de las Plataformas y sus desarrollos de infraestructura tecnológica. Es esto lo que hace de la perspectiva sintáctica un abordaje que no debe ser dejado sólo en manos de ingenieros y otros portadores del “saber técnico”, sino de quienes quieran encarar un estudio crítico de la tecnología atravesada por la forma Capital.

## Conclusión

Las precisiones del abordaje metodológico de ésta perspectiva todavía constituyen una problemática dentro del proceso investigativo, a su vez resulta necesario también un mayor desarrollo de algunos conceptos que considero clave; partiendo por el de concretización y siguiendo por la nociones de signo técnico, maquina de información, jerarquía técnica, autómata, definir mejor el vínculo de la tríada tecnología-trabajo-producción y otros aspectos vinculados a las discusiones sobre los conceptos de computación, programa e interfaz y sobre todo la aparente paradoja de la materialidad de lo digital.

## Bibliografía

MARX, K. (2013) *El Capital: Tomo I*, Vol. 1 y 2. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

SANDRONE, D. (2016) “La especificidad del objeto industrial y la ontología de los objetos técnicos: acerca de los enfoques semánticos y sintácticos de la tecnología”, *Quadranti-Rivista Internazionale de Filosofia Contemporánea*.

SIMONDON, G. (2008) *El modo de existencia de los objeto técnico*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

SRNICEK, N. (2018) *Capitalismo de Plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra Editores.



## **Mediatización y turistificación: producción y consumo socio-cultural y comunicacional en plataformas digitales**

**Esteban Fernández**

CIECS-CONICET y FCS- UNC

Facultad de Ciencias de la Comunicación

### **Introducción**

“El pasaje de la huella analógica a la manipulación informatizada induce la pérdida de visibilidad y de fricción sensible con las cosas, para introducir juegos de interferencia imperceptibles y automatizados” (Sadin, 2017: p. 41)

El presente nos muestra un panorama donde Internet y los dispositivos móviles han logrado una masificación en cuanto a la cantidad de usuarios, la oferta de utilidades y aplicaciones -entre ellas las redes sociales-, y sobre todo, en su relación con el uso cotidiano. Este tandem va adquiriendo nuevas y más potentes capacidades: aumento en la velocidad de procesamiento de información, personalización, automatización y realización de funciones predictivas (Srnicek, 2018). A su vez, éstas se nutren de una acumulación permanente de datos, provenientes del uso que los usuarios hacen de los diferentes dispositivos, creando una dinámica de producción -permanente y a gran escala-, que luego vuelve en forma de información procesada como sugerencias, resultados de búsqueda, y filtros de información.

Es aquí donde nos proponemos realizar un cruce entre tecnología, subjetividad y el análisis de los procesos de turistificación y gentrificación. En la relación entre estos ejes analizamos la manera en que las perspectivas empresariales formulan al sujeto consumidor-productor (que constituye un problema en términos de biopolítica -Foucault, 2007-), y cómo éste interactúa con los avances de las plataformas digitales en contextos de mercantilización de las experiencias como formas de percibir-sentir-habitar. Ésta relación entre el dispositivo informático y el mundo físico (sensible) es la que nos interesa indagar, más específicamente, en contextos donde los procesos de turistificación y gentrificación van cobrando cada vez más importancia en el desarrollo urbano.

### **Movilidad, personalización e inicios de una nueva corporalidad**

Un primer abordaje necesario, es el de comprender la tecnología y las maneras en que ésta constituye una mediación social. Los dispositivos que hoy vemos, si bien novedosos, son producto de un proceso histórico y social (aunque estemos casi permanentemente

ante un boom del discurso de la “novedad”), además de constituirse en el medio ambiente del hombre, como plantea Jaques Ellul (1977) ya que “...no vive en contacto con las realidades de la tierra y del agua, sino con aquellos instrumentos y objetos que conforman la totalidad de su entorno” (Ellul en Sadin, 2017, p. 43). En un breve recorrido histórico apuntado a comprender el dispositivo móvil, vemos que sus antecedentes incluyen, por ejemplo, el surgimiento de las radios Spica en la década de 1950 como instancia de paso de un consumo familiar a un consumo individual y móvil de la radio. O el nacimiento del walkman en 1979 por la empresa Sony, que le confiere al tandem anterior la capacidad de personalizar el contenido escuchado, pero sobre todo porque contribuyó a la emergencia de lo que Sadin (2017) llama una nueva corporalidad<sup>11</sup>. Luego el *diskman* con la utilización del CD incorpora el uso de información digitalizada, y el iPod de la marca Apple -ya en Abril del 2001- que introdujo la posibilidad de utilizar más capacidad de almacenamiento y en un tamaño considerablemente inferior.

En los años previos al nacimiento de los teléfonos inteligentes, veíamos sagas como por ejemplo Star Wars (George Lucas, 1977) que desarrollaban un modelo de ficción que se mantendría por décadas, donde imperaba la fantasía de la humanización de las máquinas: como horizonte de la tecnología, y como parte de una informática moderna -que aspiraba a reproducir de la mejor manera posible el funcionamiento del cerebro humano -. Pero en los últimos años, la idea viró hacia un perfeccionamiento constante enfocado en el tratamiento informático automatizado “...en la forma de ‘agentes incorpóreas’ capaces de husmear en las redes, de recolectar y analizar todos los datos pertinentes, de cartografiar una infinidad de situaciones globales o locales, y de proponer o proyectar en ‘tiempo real’ soluciones tranquilizadoras o ventajosas” (Sadin, 2017: p. 21). Es la era de los algoritmos, el big data, el data mining, el machine learning, el Internet de las Cosas (IoT),<sup>12</sup> que funcionan en sintonía con la intensificación cada vez mayor de la potencia de los dispositivos móviles como instancias de producción de información en manos de millones de usuarios en el mundo entero y en tiempo real. En palabras de Srnicek, “...el capitalismo avanzado se centra en la extracción y uso de un tipo particular de materia prima: los datos” (2018: p. 41).

El smartphone es para éste proyecto un objeto paradigmático como mediación tecnológica en la cotidianeidad de los sujetos. Como dispositivo, reviste gran parte de su interés, en tanto capaz de sintetizar e integrar los diferentes avances técnicos, y operar como una herramienta en la intersección subjetividad/cuerpo/espacio.

## El consumidor como instancia de producción de datos: encuadre socio-ideológico

En éste trabajo nos interesa detenernos a pensar la subjetividad en relación a una dinámica que es atravesada por ciertas instancias enunciativas que debemos advertir: los discursos del marketing, y de muchos desarrollos tecnológicos, buscan dar entidad al sujeto como productor de contenido. Así éste “debe” constituirse en un doble juego en el que participa, produce, visibiliza y se escenifica, dando lugar a un proceso de construcción de su subjetividad atravesada por el consumo, que se presenta a la vez, como dinámica de producción. La categoría de prosumidor (Tofler, 1980), como encuadre socio-ideológico (Espoz, 2014) de múltiples prácticas en los escenarios digitales contemporáneos, es central en la nueva arquitectura del espacio público que es lo digital (Caletti, 2000); un sistema con gran dependencia en el insumo de datos generados - directa o indirectamente- a través de la acción del “usuario”. Es en la noción de prosumidor donde se produce una transformación en las concepciones de espacialidad y temporalidad; en particular aquellas que anclaban los procesos de producción y consumo, entendidos como dinámicas sociales estructurales desde la revolución industrial a esta parte.

El avance, por un lado, de la tecnología orientada a estos dispositivos capaces de producir información, y por el otro, del hábito cada vez mayormente extendido de mostrarlo todo (Han, 2014), da como resultado un proceso de interés central en éste trabajo. La producción de nuevos mapas cognitivos y nuevas formas de estar-habitar el espacio-tiempo -el barrio, la ciudad, las calles- que se materializan en instancias de consumo: un dispositivo (Agamben, 2014) que produce información que actuaría como mediación en nuevas instancias de producción-consumo-. Esto da lugar a mapas de valores (sobre belleza, seguridad, autenticidad) que son susceptibles de regular nuestra percepción del espacio y nuestro comportamiento. Esta condición aparece, a priori, como una opción de que cualquiera puede ser productor de un contenido, y genera una especie de “libertad absoluta” para la expresión desde el punto de vista individual. Pero se trata, en definitiva, de un sistema prefigurado de características y formas de valoración que dan cuenta, a su vez, de aquello que socialmente aparece como deseable (o su contrario).

## Sujeto, tecnología y dinámicas espaciales en contextos de consumo-mercantilización

El fenómeno planteado entre la dotación de una entidad de consumidor-productor, la potencia creciente de los smartphones y el espacio físico, indica un tipo de experiencia cuyos efectos en la configuración de subjetividades (individuales, colectivas), que aún necesitamos interrogar. El problema planteado va en dos direcciones posibles: por un lado, el status que adquieren los dispositivos, sus algoritmos, y las maneras en que pueden producir nuevas informaciones en formas de sugerencias, filtros personalizados,<sup>[3]</sup> y en consecuencia determinar el ordenamiento de resultados de búsqueda -Google, Google Maps-, o hasta el alcance de contenidos en redes sociales; y por el otro, la forma en que el dispositivo puede incidir -o no- en el espacio-tiempo que habitamos. El entramado entre el espacio físico y las experiencias, entendido en contexto de sociedades espectaculares (Debord, 1991), se presenta también como una “revolución” de las formas de ser y hacer, de percibir y sentir. Esto, desde una perspectiva materialista (Eagleton, 2006), remite al cuerpo y a lo que se percibe a través de él, y como campo de las sensaciones (de su organización, su regulación, su control), establece lo imaginable e in-imaginable, lo deseable/indeseable de una sociedad y tiempo histórico determinado.

Entonces, en las prácticas de consumo se da un vínculo entre el sujeto y el territorio, que encuentra en lo digital una forma creciente de producción de contenidos, y que establece un sistema de valoración social (Bajtín y Medvédev, 1993; Espoz y Vaccaro, 2017) sobre dichas prácticas. El consumo opera como parte del dispositivo para mostrarlo todo (Han, 2014), y se inscribe como práctica constitutiva de la presentación del sujeto en la vida cotidiana (Goffman, 2001). El lugar del cuerpo en estas prácticas se vuelve central, ya que, como expresa Sibilía “...alejados de la lógica mecánica e insertos en el nuevo régimen digital, los cuerpos contemporáneos se presentan como sistemas de procesamiento de datos, códigos, perfiles cifrados, bancos de información” (2006, p. 14).

Por su parte, los procesos de patrimonialización (Boito y Espoz, 2014; Espoz, 2016) y turistificación de los últimos años, que tienen una incidencia central en las dinámicas socio-urbanas, estructuran una compleja trama de lugares y sentidos, que tienen el disfrute como eje de la experiencia o interacción. El turismo, como proceso económico, genera un tipo de urbanización que tiende al embellecimiento estratégico de las ciudades (Espoz, 2016) y promueve nuevas modalidades de interacción entre los cuerpos. Los procesos de mediatización (García Canclini, 1997; Martín-Barbero, 1991; 1999) y de

mercantilización de las experiencias, ocurren en escenarios de reproducción de modelos culturales globalizados que re-convierten lo histórico, el pasado, en mercancía patrimonial. Las plataformas digitales, a su vez, median la instalación de una nueva arquitectura del espacio público (Caletti, 2000), es decir, del territorio que se configura como lo común e intersecta formas de producción y consumo estructuradas en prácticas sociales (virtuales y físicas).

Indagar los escenarios comunicacionales digitales, apunta a comprender las actuales dinámicas de la interacción entre agentes sociales, pero sobre todo, para dar cuenta de las dinámicas, lógicas y prácticas de producción/consumo sociocultural que configuran un sistema de valor (Bajtín y Medvédev, 1993) en torno aquello que se construye como “lo común” en nuestra sociedad. ¿Qué implican, en éstos contextos, las formas de mediación digital? ¿Cuál es la forma en que éstas plataformas se nutren de ésta producción de datos en gran escala? ¿Cómo vuelve dicha información al usuario? ¿Qué efectos tiene éste fenómeno digital sobre nuestra relación con los cuerpos y el espacio? Estos son algunos de los interrogantes que consideramos en ésta investigación.

## Bibliografía

AGAMBEN, G. (2014). *¿Qué es un dispositivo? seguido de El amigo y de La Iglesia y el Reino*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

AUGE, M. (2000). *Los No Lugares. Espacios del Anonimato*. Barcelona: Gedisa.

BOITO, E. y ESPOZ, E. (2014). *Urbanismo Estratégico y Separación Clasista. Instantáneas de una ciudad en conflicto*. Rosario: Ed. Puño y Letra.

CALETTI, S. (2000). “Quién dijo República. Notas para un análisis de la escena pública contemporánea”. *Versión*, México D.F., N° 10, p. 41-59, 2000.

DEBORD, G. (1991) *La sociedad del Espectáculo*. Bs. As: Pretextos.

EAGLETON, T. (2006). *La Estética como Ideología*. Madrid: Ed. Trotta S.A.

ESPOZ, M. (ed.) (2017). *Sentires (in)visibles. La construcción de entornos en espacios socio-segregados*. CABA: Ed. Teseo/Teseopress y CONICET.

\_\_\_\_\_ (2013). *Los ‘pobres diablos’ de la ciudad colonial... Imágenes y vivencias de jóvenes en contextos de socio-segregación*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora.

ESPOZ, M. (2016) "Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural". *Revista CHASQUI* nº 133. Sección Informes. CIESPAL, Ecuador, pp. 317-334.

FOUCAULT, M. (2007). *Nacimiento de la Biopolítica*. Curso en el Collège de France. (1978-1979). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

GARCÍA CANCLINI, N. (1997). "Culturas Híbridas y estrategias comunicacionales" en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. 3, año 5. Mexico: Universidad de Colima. Págs. 109-128.

GOFFMAN, E. (2001). *La Presentación de la persona en la vida cotidiana*, Bs. As.: Amorrourtu.

HAN, B. (2014). *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder Editorial S.A.

MARTÍN-BARBERO, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y Hegemonía*. México: GG.

PARISIER, E. (2017). *El filtro burbuja: cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Buenos Aires: Taurus.

SADIN, E. (2017). *La humanidad aumentada: la administración digital del mundo*. Buenos Aires: Caja Negra.

SIBILIA, P. (2006) *El Hombre Post-orgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Madrid: Fondo de la Cultura Económica de España.

SRNICEK, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.

TOFLER, A. (1980). *La tercera ola*. Madrid: Plaza y Janes.

## Notas

[1] El autor propone que ésta se daba en la posibilidad de elección de la música a escuchar (que no sucedía con las radios Spica), junto con la escucha individual de los cassettes y sin la necesidad de estar conectados a ningún aparato 'fijo'. Siguiendo a Gilbert Simondon, propone que ésta conjunción entre movilidad y personalización daría como resultado "el incremento de autonomía o del 'campo personal de acción'" (1997, p. 49-50).

[2] Byung-Chul Han analiza cómo el big data permite hacer incluso pronóstico sobre el comportamiento humano -al acumular y analizar información con el objeto de crear patrones de acciones que se traducen en

pautas de comportamiento- que implica la generación de formas de positividad de las cosas que las vuelve cuantificables, mensurables, por ende, controlables (2014).

[3] Eli Parisier advierte sobre el “filtro burbuja” (2017), en la manera en que éste nos expone a estar atrapados un bucle que puede generar versiones cada vez más estáticas y limitadas de nosotros mismos; y agrega, que esto puede amplificar nuestro deseo por todo lo que nos es familiar, y como contrapartida, alejarnos cada vez más de lo desconocido.

## Gobierno abierto y poblaciones sociosegregadas: configuración del espacio público en la ciudad Córdoba

**Agustín Cazzoli**

Facultad de Ciencias de la Comunicación -SECyT UNC

### Introducción

Partimos de reconocer que estamos en Sociedades de la Información (Castells, 1999) en que la esfera de lo social se caracteriza por la falta de distancia espacial a causa de la mediación digital de las relaciones. Los procesos de digitalización actúan como arquitectos del nuevo espacio público, definido por la exposición de la intimidad y de la esfera privada (Caletti, 2000; Sibilia, 2008) y que junto a la medialización (Han, 2014) opera ideológicamente destruyendo las distancias espaciales y físicas. Este proceso acontece en la ciudad de Córdoba en un fuerte contexto de sociosegregación (Boito y Espoz, 2012; 2013; 2014; Espoz, 2013; 2017; Molinatti, 2013; Falú, 1997; García Marengo, 2006; 2011). La implementación de Gobierno Abierto (desde ahora GA) como política de Estado implica reconocer un cambio en las orientaciones de la comunicación/discursividad política que requieren ser indagadas y caracterizadas, ya que implican la incorporación de múltiples voces. Políticos, periodistas especializados y profesionales del marketing, a través de diferentes plataformas digitales y piezas publicitarias, configuran un discurso dominante (Angenot, 1989) en torno a la comunicación política performando un tipo de ciudadanía: la digital. Nos planteamos comprender cómo operan las prácticas comunicacionales mediadas por las NTICs, en la conformación del nuevo espacio público dentro de contextos de sociosegregación en la capital cordobesa, y cómo se expresan las nuevas formas de interpelación y participación política en escenarios políticos y comunicacionales cada vez más digitalizados.

La creación de la Alianza para el Gobierno Abierto (APA o OGP, por sus siglas en inglés) surge en el 2011 a partir de una iniciativa multilateral de distintos países planteada en la Asamblea General de la ONU, en la cual se aprobó la Declaración para un Gobierno

Abierto. Conceptualmente, el gobierno abierto es una forma de desarrollar políticas públicas, que busca la apertura de distintos ámbitos de la administración. El objetivo es “facilitar el acceso a la información, incentivar la participación ciudadana e intensificar el sistema de rendición de cuentas” (Elena y Ruibal, 2015: 6). Cabe destacar que el término no es nuevo, surge en Gran Bretaña a finales de los 70 y se orientaba principalmente a

reducir el “oscurantismo” de la burocracia estatal a los ojos de la ciudadanía (Oszlak, 2014; Calderón y Lorenzo, 2010). EL GA se presenta en este caso como una “nueva forma de administración” que rompe con estructuras y mecanismos decisorios anteriores que, por muy distintas razones, pocos estarían dispuestos a modificar (Oszlak, 2013). En el contexto de las democracias de baja intensidad (Borón, 2006) el GA tiene la pretensión de incentivar la participación ciudadana en los procesos decisorios del Estado. En este sentido, el enfoque está puesto en promocionar la injerencia de la “ciudadanía” en los asuntos públicos procurando acentuar los aspectos deliberativos y de participación propios de las democracias (Alujas y Naser, 2014). Se establece de este modo una nueva relación entre Estado y Ciudadanía: la centralidad del ciudadano en el desarrollo de las políticas públicas indicando como valores intrínsecos la “transparencia”, “participación ciudadana”, “rendición de cuentas”, e “innovación tecnológica”. Estos aparecen como los pilares fundamentales bajo los que se plantea el nuevo paradigma de relación entre los gobernantes, las administraciones y la sociedad (Ramírez Alujas, Álvaro, 2011)

### **Gobierno Abierto, Espacio Público e Ideología**

Los ciudadanos de la capital cordobesa, tienen acceso a las distintas propuestas de GA que han desarrollado los gobiernos nacional, provincial y municipal. El municipio cuenta desde el año 2016 con un portal de Gobierno Abierto, en tanto que la provincia nuclea su dispositivo en el “Ciudadano Digital- CIDI” (2014), ambas propuestas tienen como objetivos la participación ciudadana, la transparencia de las cuentas públicas y la modernización de la burocracia del Estado. De este modo, nos proponemos postular a los GA como ideología (Delgado, 2007), en tanto que no es solo una herramienta gubernamental en particular, sino que, en su fundamentación teórico-política, implica un corrimiento que va de la democracia representativa a un modelo de democracia conversacional y abierta (Calderón, 2012). Y, por el otro, como un dispositivo (Foucault, 2012, 1984; Agamben, 1977) dado que implica una novedosa forma de configurar las prácticas de participación ciudadana. Esto nos indica que, para dar cuenta de la complejidad del fenómeno, debemos analizarlo no sólo desde los instrumentos/plataformas tecnológicas mediante los que se ejecuta, sino también desde la performatividad que insta a constituir el espacio público de la ciudad de Córdoba desde un dispositivo que articula lo territorial con lo mediático, dando forma a una espacialidad (de lo público) característica de nuestro presente.

En cuanto al Espacio Público, Richard Sennett (1974) señala el deterioro de lo público a partir del advenimiento del capitalismo, perdiendo su fuerza vinculante, relevancia social

y culminando en la época contemporánea con su decadencia: “la ciudad ha servido como foco para la vida social activa, para el conflicto y el juego de intereses, para la experiencia de la posibilidad humana, durante la mayor parte de la historia del hombre civilizado.

Pero precisamente esa posibilidad civilizada se encuentra hoy adormecida” (p. 416). Pensamos el espacio público como categoría político-ideológica (Delgado, 2007): como enmascaramiento o fetichización de las relaciones sociales reales y que presenta la voluntad que toda ideología comparte de existir como objeto. Dice Delgado que es al espacio público al que urge “verse ratificado como lugar, sitio, comarca, zona (...), en que sus contenidos abstractos abandonen la superestructura en que estaban instalados y bajen literalmente a la tierra, se hagan, por así decirlo, 'carne entre nosotros'” (2007: p. 6). Desde esta visión, comprendemos que la conflictividad es constitutiva del espacio público, en tanto que la ciudad -como espacio- no es solamente representación sino escenario del cambio político (Borja, 2000). Las complejidades que aborda esta conceptualización nos resulta apropiada, porque permiten comprender el fenómeno en el contexto de sociosegregación puesto que, dicho proceso, re-configura las dinámicas territoriales afectando directamente las formas de ciudad y por ende, de participación ciudadana (directa o indirectamente).

### **Ciudadanía Digital en la Córdoba socio-segregada**

Si bien los procesos de socio-segregación se han dado a lo largo de la historia (Sennett, 2007) como parte de las dinámicas de dominación espacial (Harvey, 2001; Sacucci, 2017; Lefebvre, 1969), es en las últimas décadas, al menos en la capital cordobesa -pero no sólo en ella-, que los mismos se sostienen a partir de la implementación de políticas públicas de hábitat social. En Córdoba, el programa ‘Mi casa, Mi vida’ implicó una “distribución clasista del espacio” (Boito y Espoz, 2014; Scarponetti y Ciuffolini, 2011; Peralta Liborio, 2014) donde más de 60 mil pobres fueron desplazados a las periferias, modificando la escala y las dinámicas de interacción entre territorios y participación pública. La generación de “Ciudades Barrio” como nueva condición socio-habitacional (Espoz, 2013) de la población cordobesa nos señala la reconfiguración de las dinámicas de participación en la escena público-territorial en la capital constituyendo ‘entornos protegidos’ (Boito, 2013; Espoz, 2013; Espoz, 2017) que propician formas de ‘aislamiento’ -en la ciudad barrio y también en los ‘countries’ (Svampa, 2006)-. Por todo ello, reconocer las transformaciones en relación al cuerpo/tecnología y Estado/ciudadanía propiciadas por distintas políticas tecnológicas y habitacionales estatales, son fundamentales para comprender el modo en que se refundan modos de control y se propicia el borramiento

público de los conflictos sociales que emergen en contextos sociosegregados por clases. La coacción de la imagen (Han, 2013) emerge como mediación política que, de la mano del ideograma de transparencia (Vargas Díaz, 2010: p. 179) constituyen un horizonte político-ideológico transclasista en el que se articulan los dispositivos tecnológicos y discursivos del Estado (Quevedo, 2017) que requieren ser indagados.

Está articulada relación entre desarrollo urbano y espacio público señala la importancia clave que este último ha adquirido en la discursividad política contemporánea en nuestra ciudad: si el resultado de las intervenciones urbanísticas aparece como el encuadre socio-ideológico (Espoz, 2013) fundamental de las prácticas de comunicación gubernamentales es por el “doble vínculo” (Bateson, 1985) entre ciudadanía y ciudad que se viene consolidando como estructura de consenso social. Por ello es que referir al espacio-territorio no solo atañe al “orden de las piedras” (Sennett, 1997) sino también a los esquemas de inteligibilidad de la ciudad que se van configurando en una temporalidad determinada que se condensa en estructuras de la experiencia, entendidas como “construcciones que permiten dar cuenta de las formas de regulación social de aquello que afecta y los modos de afectación en el espacio/tiempo de la experiencia viviente” (Boito, 2010; Williams, 2001).

Por ello, partimos desde una visión de la Comunicación y la Política, como instancias inherentes a los actores en los procesos de organizacionales tanto territoriales como tecnológicos. Pensar la comunicación como el primigenio núcleo relacional alrededor del cual se forman estructuras sociales (Pasquali, 2007), nos ubica críticamente frente a la visión técnica y mercantilizada de la “Comunicación Política”, que concibe que toda política pública es susceptible de transformarse en un hecho comunicable (Riorda, 2011) tan divulgada por consultores, gurús y los propios gobiernos que diseñan y ejecutan las dispositivos publicitarios y tecnológicos del GA. Interpretar las prácticas comunicacionales desde esa perspectiva teórica implica no reducirla a la “producción, transmisión y recepción de formas simbólicas que compromete la materialidad del proceso” (Thompson 1998;36) y no visualizar estas relaciones como constitutivas de las estructuras sociales (Giddens, 1991). Nos interesa ver entonces, cómo se configura el espacio público, en sociedades espectaculares (Debord, 1995), y cómo opera la mediatización de las interacciones sociales en el marco de las ciudades en tanto espacio dinámico de interacción constituido al ritmo de las relaciones sociales dominantes que involucra una forma de producción espacial particular (Lefebvre, 2013). Entender de qué manera la dialéctica entre espacios sociales segregados por clases y espacios digitales integrados transclasistamente conforman un ‘espacio público’ característico de la capital

cordobesa, nos permite no solo identificar los alcances y límites de las modalidades de participación ciudadana (física, digital) y de las estrategias gubernamentales implementadas en los dispositivos de GA, sino también horizontes de acción política y organizativa de los pobladores de las ciudades-barrio.

## Bibliografía

AGAMBEN, G. (2015) *¿Qué es un dispositivo? seguido de El amigo y de La Iglesia y el Reino*, España: Anagrama.

ANGENOT, M. (1989); "El discurso social: problemática de conjunto", en *Un état du discours social*, Montreal.

BATESON, G. (1985) *Pasos hacia una ecología de la mente*, Ediciones Carlos Lohlé.

BOITO, M. E Y ESPOZ, M. B (comps.) (2014) *Urbanismo Estratégico y Separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto*, Rosario: Puño y Letra, Editorialismo de base.

BOITO, M.E; ESPOZ, M.B Y MICHELAZZO, C. (2013) "Una relectura de la noción de espectáculo a propósito de las experiencias en los entornos tecnológicos" en *Sociedad y Discurso*, N°27, Dinamarca.

BORJA, J. (2011) "Espacio público y derecho a la ciudad". *Revista Viento Sur* nº 116. Mayo. España. Pp. 39-49.

BORJA J. Y MUXÍ, Z. (2003) *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona: Ed. Electa.

BORON, A. (2006) "Crisis de las democracias y movimientos sociales en América Latina: notas para una discusión", en OSAL, *Observatorio Social de América Latina*, año VII, no. 20. CLACSO.

CALETTI, S. (2000). "Quién dijo República. Notas para un análisis de la escena pública contemporánea" en COMAROFF, John L. & COMAROFF Jean. (2011) *Etnicidad* S. A. Buenos Aires, Madrid: Katz. . Versión, México D.F., N° 10, p. 41-59

CALDERÓN, C. (2012), "Por qué un gobierno abierto", en CONCHA, G y NASER, A. (eds.) *El desafío hacia el gobierno abierto en la hora de la igualdad*. Chile, NU, CEPAL.

CALDERON, C; LORENZO, S. (Coords.) (2010). *Open Government: Gobierno Abierto*. Jaén: Algón.

- CASTELLS, M. (1999) *La era de la Información*. 3 tomos. México: Siglo XXI.
- CRUZ-RUBIO, C. (2014) “¿Qué es (y que no es) gobierno abierto? Una discusión conceptual”, *Eunomía Revista en Cultura de la Legalidad*, no 8, marzo. Pp. 37-53.
- DEBORD, G. (1995) *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca.
- DE SOUSA SANTOS, B. (comp.) (2002) *Democratizar a democracia. Os caminhos da democracia participativa*, Río de Janeiro: Civilização Brasileira.
- DELGADO, M,y MALET D. (2007) “El Espacio Público como Ideología”, en *Jornadas Marx siglo XXI*, Universidad de la Rioja, Logroño. España.
- ELENA, S. y RUIVAL, A. (noviembre de 2015) “Caso de Estudio Sobre Gobierno Abierto en la Provincia de Córdoba”. Documento de Trabajo N° 140. Buenos Aires: CIPPEC.
- FALÚ, A. (1997) “Ciudadanía y espacio público: un análisis desde el género”, en *Pobreza Urbana y Perfeccionamiento*. Buenos Aires: .pp. 54-61.
- FOUCAULT, M. (2012) “Poder y saber”, en CASTRO, E. *El poder, una bestia magnífica. Sobre el poder, la prisión y la vida*. Argentina: Siglo XXI Editores. pp. 67-86.
- FERRY J.M. (1992) “La Comunicación Política. Construcción de un modelo”, en FERRY et al. *El Nuevo Espacio Público*. Barcelona: Gedisa.
- GIDDENS, A. (1991) *Modernidad e identidad del yo*. Londres: Polity Press.
- GUBER, R. (2001) *La etnografía. Método, campo y reflexividad*, Buenos Aires: Editorial Norma
- HAN, B. C (2013) *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder.
- \_\_\_\_\_ (2014) *En el Enjambre*, Barcelona: Herder.
- HARVEY, David (2004) *El nuevo imperialismo*. Madrid: Ediciones Akal.
- LEFEBVRE, Henri. (2013). *La producción del espacio*, Madrid: Editorial Capitán Swing
- \_\_\_\_\_ (1969). *El derecho a la Ciudad*. Barcelona: Ed. Península.
- SANCHEZ MARENGO, C. a (Comp.) (2006) *La periferia de Córdoba: cuestiones sobre hábitat urbano*. Córdoba: Ed. Departamento de publicaciones de la FAUD UNC.

MOLINATTI, F. (2013) "Segregación residencial socioeconómica en la ciudad de Córdoba (Argentina): Tendencias y patrones espaciales", en *Revista INVI*, 28(79), 61-94.

NASER, A. y ALUJAS RAMIREZ, A. (2014) "Plan de gobierno abierto: una hoja de ruta para los gobiernos", *Documento de CEPAL, series Manuales*. Santiago de Chile.

OSZLACK, O. (2013) "Gobierno abierto: hacia un nuevo paradigma de gestión pública". Colección de documentos de trabajo sobre e-Gobierno. Red GEALC. OEA

PASQUALI, A. (2007) *Comprender la comunicación*. Barcelona: Gedisa

SACUCCI, E. (2017) "Análisis del Programa Mi casa, Mi vida en Córdoba y Sao Paulo, en *Territorios 37 / Bogotá*. Pp. 157-177.

SIBILIA, Paula (2008) *La Intimidación como Espectáculo*. Buenos Aires: FCE.

SVAMPA, M. (2005) *La brecha urbana. Countries y Barrios Privados*. Buenos Aires: Ed. Capital Intelectual.

THOMPSON, J. B. (1993) *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

WILLIAMS, R. (2001) *Cultura y Sociedad. 1780 - 1950. De Coleridge a Orwell*, Buenos Aires: Nueva Visión.

ŽIŽEK, S. (2003) *Ideología: un mapa de la cuestión*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

### Otras fuentes consultadas

Alianza para el gobierno abierto: <https://www.opengovpartnership.org/>

CEPAL(2016): -Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), *Notas de Población*, N° 102, (LC/G.2673-P), Santiago de Chile.

CIPPEC: Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento: Ciudadano Digital de la provincia de Córdoba (CIDI): <https://cidi.cba.gov.ar/Cuenta/Login>

Dirección General de Estadísticas y Censos de la Provincia de Córdoba.

Encuesta Nacional de Consumos Culturales-Ministerio de Cultura de la Nación Argentina (INDEC) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos- Gobierno de la Nación Argentina

Ministerio de Modernización de la Nación Argentina:

<https://www.argentina.gob.ar/modernizacion>. Sitio de Gobierno Abierto de la

Municipalidad de la Ciudad de Córdoba:

<https://gobiernoabierto.cordoba.gob.ar/data/datos-abiertos>

(UCA) Observatorio de la Deuda Social Argentina- UCA

## Mesa 4

### “Subjetividades, conflictos y acción colectiva”

**Coordinadores:** Ayelén Sánchez Marengo, María Belén Angelelli, Lorena Decca, Paula Torres.

La mesa se organizó en tres momentos o bloques pensados como una secuencia entre investigaciones que abordaban temáticas o perspectivas de trabajo vinculadas entre sí. En el primero de esos bloques, se presentaron análisis relacionados al campo de la economía y la educación popular, así también como al de la agricultura familiar y los conflictos generados a partir de la utilización de agroquímicos. Estos abordajes proponían distintas indagaciones -sociodiscursivas, genealógicas, etc.- respecto de la construcción identitaria de movimientos socioterritoriales y ambientales a partir de prácticas y narrativas colectivas. Un segundo momento, como continuación del anterior, agrupó trabajos etnográficos y de análisis discursivo relacionados con la construcción de sentido y participación en movimientos socioterritoriales, en estrecha vinculación con distintos agentes del Estado. Esto supuso preguntarse por las formas organizativas y de acción colectiva al interior de distintos movimientos y organizaciones, y la construcción identitaria en redes fuertemente anclada en lo territorial y lo colectivo. Por último, las investigaciones desarrolladas en el tercer bloque presentaron indagaciones vinculadas a la expresividad y la dimensión sensible de las prácticas, así como a los mecanismos de regulación como formas de obturación de lo conflictual. En este sentido, entendemos que lo ideológico se materializa en las formas y el contenido de qué es lo que se asume como conflictivo; en las posiciones posibles/deseables de los sujetos en un momento dado y en cómo las prácticas van organizando saberes, subjetividades e identidades colectivas.

Mirar las prácticas, abordando el conflicto como síntoma, implica visualizar las posibilidades y límites de la acción colectiva así como las formas de regulación que desde el Estado/mercado van delineando territorialidades y acciones posibles. Al mismo tiempo implica -tal como se puso en evidencia en estos trabajos-, reconocer que mediante dichas prácticas los sujetos construyen sentidos que en algunos casos disputan los hegemónicos; tejen lazos intersubjetivos; (re)crean herramientas de protesta; dinamizan procesos identitarios en torno a las organizaciones; interviniendo así activamente en las relaciones

de antagonismo. En esta línea, las investigaciones aquí nucleadas supusieron mirar las prácticas colectivas para tensar la construcción ideológica de sentido en relación a las formas de ser y de estar que se instauran al interior de los movimientos sociales.

## **Pedagogía del trabajo: tramas identitarias desde la Agricultura Familiar**

**María de los Ángeles Ordoñez**

Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales — UNC

### **Presentación y enfoque metodológico**

Expondremos avances de la tesis de maestría “Aportes a una pedagogía del trabajo: prácticas pedagógicas y construcción de identidades en “emergentes laborales” de Córdoba”. Nos preguntamos allí qué prácticas pedagógicas pueden reconocerse en “emergentes laborales” y cuáles son las identidades que se construyen al interior de los mismos. Nuestro referente empírico es la organización de pequeños productores “Nuestras Granjas Unidas” (NGU en adelante).

Nuestros objetivos generales son identificar y comprender en profundidad, las implicancias y potencial multiplicador de las prácticas pedagógicas al interior de la organización; reconocer y analizar la construcción de identidades laborales novedosas que realizan sus miembros, pudiendo prefigurar un tipo de trabajador diferente de los clásicos. Comentaremos aquí avances en torno este último, referiremos al análisis de las narrativas identitarias de la organización a partir de sus relatos.

Hipotetizamos que en “emergentes laborales” como NGU, se llevarían adelante prácticas pedagógicas a partir del propio proceso de trabajo y organización del mismo. A su vez, presumimos que estos aprendizajes contribuirían al desarrollo de construcciones identitarias no siempre consistentes con las formas clásicas de ser trabajador asalariado, desocupado o cuentapropista. Finalmente, creemos que las prácticas pedagógicas que se desarrollan al interior de NGU tendrían un potencial multiplicador.

El enfoque metodológico es socio-antropológico, poniendo el acento en la “perspectiva del actor” (Guber; 2004). La tarea etnográfica demanda un diálogo activo entre categorías locales y perspectivas teóricas apuntando a la construcción de conocimientos sin reproducir el sentido común de la comunidad ni de la academia. El trabajo de campo implicó una “estancia relativamente prolongada” (Rockwell, 2009, p. 184) y la complementación estrategias metodológicas desde una perspectiva cualitativa: método biográfico (Sautu, 1999), observación participante (Guber, 2004); análisis de documentos<sup>[1]</sup>, producciones comunicacionales y redes sociales<sup>[2]</sup>.

Dentro del método biográfico, desarrollamos “relatos de vida”, en tanto “narraciones biográficas acotadas al objeto de estudio del investigador” (Kornblit, 2007). A su vez, con Gergen, planteamos una analogía entre los relatos de los entrevistados y la narración literaria o la de contadores de historias que transmitían oralmente la herencia cultural; por lo que consideramos criterios que el autor indica como centrales en la “construcción de una narración inteligible de la cultura contemporánea” (2007).

### **Narrativas identitarias**

Con Hall (2003) diremos que la identificación es un proceso contextualizado, en constante construcción mediante la relación con los otros que, generalmente, contiene elementos contradictorios. Las identidades “son un punto de encuentro entre los discursos y prácticas que intentan “interpelarnos”, hablarnos y ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares, (...) procesos que producen subjetividades, que nos construyen como sujetos susceptibles de “decirse” ” (Hall y Du Gay, 2003, p. 20). Asociamos estos procesos a experiencias laborales, en tanto procesos pedagógicos: “produciendo su existencia las personas se educan, entonces, comprender la dimensión educativa de la vida productiva es fundamental para comprender más profundamente el proceso de formación humana” (Caldart, 2012, p. 88). Parafraseando a Guelman (2009), afirmamos que, no sin contradicciones, las prácticas cotidianas y colectivas que se realizan para la producción y organización laboral son fundantes de nuevos saberes, subjetividades e identidades colectivas. Aquí, el aprendizaje se comprende formando parte del proceso de auto y hetero identificaciones, que facilitarían la constitución de identidades laborales novedosas.

Recuperamos la noción de “narrativas identitarias”, comprendiendo que la propia identidad adopta la forma narrativa de historias, mediante las cuales se expresan las experiencias mediadas por las interpretaciones de quienes las vivenciaron. La autonarración integra las explicaciones de los sujetos sobre las relaciones entre eventos “relevantes para el yo a través del tiempo”; este no es un proceso individual, sino que implican “formas sociales de brindar explicaciones o discursos públicos” (Gergen, 2007, p. 157). Inclusive, el relato a modo de historias abre la posibilidad de vincular las experiencias colectivas organizadas temporalmente, lo que le otorga cierto orden y relación con el contexto socio-histórico.

Las auto-narraciones se constituyen en modos de lograr una presencia identitaria en el espacio público, elaborada con la expectativa de obtener un reconocimiento positivo

dentro de la sociedad, mediaciones a través de los cuales se podrían consolidar identidades deseadas por los grupos (Gergen, 2007, p. 162). Si además consideramos la distinción entre la “exterioridad” e “interioridad” que Deleuze retoma de Foucault, las organizaciones constituyen una subjetividad colectiva desde un movimiento del afuera, un pliegue que es constitutivo del adentro, un plegamiento del afuera (2015, p. 24).

### Tramas identitarias de NGU

Ayudándonos de la metáfora de red, desarrollaremos tres nodos que conformarían las tramas identitarias de NGU. Nos explayaremos sobre el Nosotros, quedando pendiente la caracterización de los Otros y el análisis sobre los pliegues entre adentro y afuera.

NGU es una organización de pequeños productores formada por 12 familias que viven y trabajan en la zona rural “Pampa de Pocho” (Traslasierra - Córdoba). Posee un proceso organizativo de 8 años, sus integrantes viven de su fuerza de trabajo en su propio predio y, en algunos casos complementan sus ingresos con trabajo asalariado para terceros (con condiciones precarias de contratación).

No se autodenominan como “Emergentes Laborales” (Abatedaga, 2016), pero ésta categoría, junto a la de Economía Social y Solidaria (Coraggio, 2011), brinda un marco analítico para referirnos a un sector de la economía que involucra diferentes formas de autogestión colectiva del trabajo - formales o no -, no lucrativas, de subsistencia; que potencialmente pueden protagonizar prácticas laborales y políticas e identificaciones colectivas distintas a las conocidas asalariadas, cuentapropistas o desocupadas. Podemos referirnos a “la gestión de los trabajadores sobre una unidad empresarial prescindiendo de capitalistas y gerentes y desarrollando su propia organización del trabajo, bajo formas no jerárquicas” (Ruggeri, 2009), donde sus trabajadores definen colectivamente el rumbo del emprendimiento común.

NGU no es una cooperativa formal, funciona como un “grupo de trabajo comunitario”<sup>[3]</sup>. En las jornadas de trabajo comunitario se realizan diferentes tareas de acuerdo a las necesidades de cada familia, donde cada miembro aporta trabajo no remunerado con dinero ni en especies. El trabajo comunitario es uno de los nodos centrales, NGU lo define como el “motor de funcionamiento” de la misma mediante el cual resisten “el avance del individualismo, el egoísmo y la deshumanización que quiere imponer el dinero sobre la vida digna”<sup>[4]</sup>. En los relatos hay una fuerte convicción sobre la idea de que el hacer afianza al grupo, el trabajo es planteado como instancia de “encuentro e intercambio”<sup>[5]</sup> e implica una noción del trabajo comunitaria, no alienada, donde existe una idea sobre

“lo común” y el trabajo es asociado a “valores como el compañerismo, la solidaridad, la amistad, el respeto, la humildad y la igualdad”<sup>[6]</sup>. Formar parte de la organización requiere un modo de comprender el trabajo de este modo, marcando un límite entre el adentro y el afuera.

El carácter familiar y el medio rural son otros nodos identitarios dentro del mapa narrativo, se autodefinen como “un grupo de familias que vivimos y trabajamos en nuestros campos”<sup>[7]</sup>. Por su lógica de producción, podemos ubicarlos dentro de la “Agricultura Familiar, caracterizada por una organización social del trabajo anclado predominantemente en vínculos de parentesco más que en relaciones salariales (Arach Et. Al. 2010 en Maggi, 2015, p. 7). Los ingresos se obtienen por la venta de la directa en ferias, consumidores o comercios de la zona; en ocasiones, se realizan trueques; la apropiación del ingreso es familiar y se consume lo que se produce, elementos centrales de la Agricultura Familiar y la Economía Social.

Lo comunitario y colectivo es un tercer nodo. NGU no posee un organigrama definido y se autodefine como un espacio donde “no hay jefes”<sup>[8]</sup>, sin embargo, sus integrantes cumplen roles diferentes. Cada temática implica distintas formas e intensidades en los debates y contrastes de opiniones, las resoluciones se toman por consenso, intentando contemplar las posturas y construir acuerdos. Durante estas instancias se involucran saberes relacionados con un saber organizar colectivamente, pudiendo reconocer, aceptar y sintetizar diferentes posturas para decidir sobre el emprendimiento común. Reconocemos puntos finales con valor (Gergen, 2007, p. 159) posibilitados por la participación en NGU vinculados a objetivos alcanzados y horizontes futuros o expectativas. La organización permite encontrar soluciones a problemáticas y necesidades urgentes de las familias que no podrían afrontarse de forma individual. Comprendemos esta afirmación como un aprendizaje en sí mismo a partir de la pedagogía de la experiencia organizativa que permite identificar que es posible obtener mejoras en las condiciones materiales a partir de la acción colectiva. Lejos de una concepción utilitarista de la organización, se trata de la construcción de una cultura organizativa que rompe con el individualismo, asumiendo que una voz colectiva y organizada es más potente que una solitaria.

### A modo de cierre

A diferencia de Fraser (2008), reconocemos que en las tramas identitarias de organizaciones como NGU el discurso de la justicia social no está fragmentado, sino que

se articulan estrategias de disputa política por la redistribución de lo común, tanto de recursos como de reconocimiento. Profundizamos este análisis y consideramos a NGU como “movimiento socioterritorial” (Mançano Fernandes, 2005), entendiendo que sus acciones dan cuenta de una defensa de aquellas relaciones sociales, espacios y elementos de la naturaleza que conforman la Pampa de Pocho como territorio.

Retomando nuestra hipótesis de trabajo, comprendemos que las tramas identitarias construidas en NGU permiten caracterizar formas de ser trabajador que ponen en cuestión elementos que claves de la identidad asalariada, cuentapropista o desocupada. Cuestiona, la relación asalariada sobreponiendo el trabajo como intercambio para la ayuda mutua. Otro elemento cuestionador, es la organización comunitaria y no jerárquica, así como lo colectivo por sobre lo individual.

## Bibliografía

ABATEDAGA, N. (2012). *¿Por qué la opción de apropiación colectiva? La Comunicación en los medios masivos recuperados*. Tesis Doctoral. Sin publicar.

ABATEDAGA, N. & ORDÓÑEZ, M. (2016). “Trabajo e identificaciones colectivas en los bordes de organizaciones autogestionadas. Estrategias de reconocimiento en el espacio público”. I Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de Villa María.

\_\_\_\_\_ (2017a). “Contraesfera pública y emergentes laborales: autonarraciones desde la Teoría Crítica. I Jornadas de Estudios sobre el Trabajo en Córdoba (pre-ASET). Universidad Nacional de Córdoba.

\_\_\_\_\_ (2017b). “Praxis comunicativa de los bordes de las organizaciones” Ponencia presentada en el Ateneo: “Estudios del mundo del trabajo y de gestión cultural”. Organizado por el Programa de Investigación denominado “Dilemáticos vínculos en el mundo del trabajo y la cultura: resistencias y potencias de la (auto) gestión en ámbitos laborales y político - culturales” realizado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Nacional de Córdoba.

\_\_\_\_\_ (2017c). “Praxis comunicativa y narrativas identitarias de los emergentes laborales en el espacio público”. XXXI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología: Las encrucijadas abiertas de América Latina. La sociología en tiempos de cambio. Universidad de la República del Uruguay. Montevideo, Uruguay.

CALDART, R. S. (2012). *Pedagogia do Movimento Sem Terra*. 4 ed. San Pablo. Expresión Popular.

FRASER, N. (1999) "Pensando de nuevo la esfera pública. Una contribución a la crítica de las democracias existentes" en *Rev. Ecuador Debate* N° 46. Abril 1999. P. 139/174.

FRASER, N. (2006) *¿Redistribución o Reconocimiento? Un debate Político-filosófico*. Ediciones Morata, Madrid - España.

\_\_\_\_\_ (2009). "La justicia social en la era de la política de identidad: redistribución, reconocimiento y participación". *Revista de Trabajo*, Año 4, Número 6, Agosto -Diciembre.

GEERTZ, C. (1987). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

GERGEN K. & MCNAMEE S. (1992). *Therapy as Social Construction*. California: EE.UU: New Sage Publications Inc.

GERGEN, K. (2007). *Construccionismo Social, aportes para el debate y la práctica*. (Ángela María Estrada Mesa y Silvia Diazgranados Ferrans, traductoras). Bogotá: Ediciones Uniandes.

GUBER, R. (1991). *El salvaje metropolitano*. Buenos Aires: Legasa.

GUELMAN, A. (2009). "Pedagogía y Movimientos sociales: Lo pedagógico y lo político en sus propuestas educativas". Jornadas de debate y producción "La mirada pedagógica para el siglo XXI: teorías, temas y prácticas en cuestión". Maestría en Educación: Pedagogías Críticas y Problemáticas Socioeducativas. (enlace)

GUELMAN, A Y E. LEVY. (2007) "Educación, trabajo y trabajadores. La vigencia de las Teorías del Capital Humano y nuevas experiencias contra hegemónicas". Noveno Congreso Nacional de Estudios del Trabajo. ASET. Buenos Aires. 8 al 10 de agosto de 2007. CD. ISBN: 978-987-98870-3-5.

HALL, S. (2000). *Identidade Cultural en la pos-modernidade*. 4 ed. Ed. DP&A. Rio de Janeiro.

\_\_\_\_\_ (2003) "¿Quién necesita "identidad"? En HALL, Stuart y DU GAY, Paul (Comp.); *Cuestiones de identidad cultural*. Bs As: Ed. Amorrortu.

KORNBLIT, A. L. (2007). *Metodologías cualitativas en ciencias sociales*. Buenos Aires: Editorial Biblos. Pp. 9- 33.

MAGGI C. (2015). El proceso de transición hacia la agroecología con los agricultores familiares de la pampa de Pocho, Córdoba, Argentina. Universidade Federal de Juiz de Fora - Escola Nacional Florestan Fernandes. Curso de Especialização em Estudos Latino Americanos IV Turma Soledad Barret.

RIGAL, L. (2011). "Gramsci, Freire y la educación popular: a propósito de los nuevos movimientos sociales"; en AAVV: *Gramsci y la educación: pedagogía de la praxis y políticas culturales en América Latina*. Buenos Aires: Novedades Educativas.

ROCKWELL, E. (2009) *La experiencia etnográfica. Historia y cultura en los procesos educativos*. Buenos Aires. Editorial Paidós.

RUGGERI, A. (2009). *Las Empresas Recuperadas. Autogestión obrera en Argentina y América Latina*. Buenos Aires: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

STAKE, R.E. (1998). *Investigación con Estudio de Casos*. Madrid, España. Ediciones Morata.

## Notas

[1] Cartilla de presentación de NGU. 2015. Soporte impreso, conformado por cuatro carillas que contienen el logotipo, presentación, objetivos y actividades de NGU.

[2] Video disponible en: [https://www.facebook.com/pg/Nuestras.Granjas.Unidas/videos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Nuestras.Granjas.Unidas/videos/?ref=page_internal), filmado durante "pasantías" de estudiantes de la Universidad Nacional de Córdoba. El realizador es un comunicador externo.

[3] Cartilla NGU

[4] Ídem

[5] Notas de campo (2016)

[6] Cartilla NGU

[7] Cartilla NGU

[8] Diario de campo: observación de presentación en una reunión con el técnico territorial de la SAF (2017)

## **Controversias socio-técnicas por la utilización de agroquímicos en la Ciudad de Marcos Juárez, Provincia de Córdoba. Análisis del caso Proyecto Jardín de Gente (2014)**

**Daiana Geremía**

Universidad Nacional de Villa María

### **Fundamentación**

Actualmente en América Latina nos encontramos inmersos en un paradigma neoextractivo (Gudynas, 2015), sustentado en la explotación intensiva de los recursos naturales. Este modelo ha significado una reprimarización de las economías nacionales.

Esta dinámica se vio acelerada también por el impacto de las economías emergentes en el mundo, particularmente China, país que se va imponiendo como socio desigual de intercambio para Argentina y América Latina.

En nuestro país, hemos sido testigos de la consolidación del modelo de agronegocios o agribusiness, el cual es un nuevo paradigma productivo que va acompañado de la incorporación de la biotecnología, el paquete tecnológico, la desregulación de Estado y la consolidación del nuevo empresario innovador (Gras y Hernández, 2009; 2013).

Este nuevo modelo de agronegocios es entendido como un rasgo de ultramodernidad, que nos posiciona competitivamente con los países del primer mundo. Acompañando la recuperación de la ilusión de “granero del mundo”.

Con la introducción del paquete tecnológico, las firmas y empresas transnacionales adquirieron la capacidad de intervenir en las funciones productivas, así como la capacidad de orientar el consumo de las tecnologías agropecuarias. Estas últimas se apoyan en la biotecnología y las tecnologías de la información y comunicación. Por ende, para la utilización de estas nuevas formas de producción y nuevas tecnologías se pasa a requerir un nuevo tipo de conocimiento que no se adquiere con la práctica o el “saber hacer”, sino más bien un tipo de conocimiento experto que solo se logra por medio de la formación.

El nuevo empresario ya no tiene interés de formar parte de la clase terrateniente, sino formar parte, gracias a la posibilidad de la movilidad, de la dinámica del capitalismo cognitivo o sociedad del conocimiento. Es una nueva economía basada en este saber experto, donde los capitales fluyen a través de redes a la cual él integra, cada vez más complejas y transaccionales.

## **Controversias socio-técnicas por el impacto en la salud del nuevo paquete tecnológico: caso de Proyecto Jardín de Gente en Marcos Juárez**

Como bien hemos introducido, el modelo de agronegocio se encuentra sustentado en la fiabilidad del conocimiento científico, acompañado por el entramado de la institucionalidad estatal. Sin embargo, las primeras denuncias públicas sobre las consecuencias que este modelo genera en las poblaciones locales han sido manifiestas pocos años después de la aprobación del cultivo transgénico en el país.

Numerosas han sido las organizaciones que surgieron para poder denunciar las consecuencias de este modelo de agricultura moderna. Estas han realizado estudios de carácter científico que cuestionan directamente los pilares del modelo biotecnológico y el paquete productivo.

Es por ello que en estos casos podemos evidenciar las controversias socio-técnicas (Skill y Grimberg, 2013). Ya que se discuten tramas de argumentos científicos y no científicos que se contraponen, como el caso de los estudios realizados por las organizaciones denunciantes como el Paren de Fumigar o el científico de Conicet Andrés Carrasco, y el informe de la comisión nacional de investigación sobre agroquímicos y el impacto en la salud por otro, comisión dependiente del Estado Nacional.

En las controversias sobre agroquímicos podemos encontrar dos posturas. La postura pragmática, en donde se agrupan los argumentos utilizados por corporaciones, asociaciones privadas y organismos públicos, y una segunda postura precautoria, en donde se expresan argumentos de expertos junto con distintas organizaciones sociales.

En la presente ponencia, analizaremos la denuncia de las fumigaciones en la ciudad de Marcos Juárez, ubicada en el este de la Provincia de Córdoba. Esta zona se caracteriza por ser el corazón sojero, en donde los vecinos vienen denunciando desde hace unos 15 años aproximadamente las consecuencias de las fumigaciones.

Tras varios intentos, se conformó en el año 2014 un colectivo de vecinos, Proyecto Jardín de Gente (Pjdg), y han logrado la sanción de una ordenanza municipal ese mismo año que establece algunos límites a las fumigaciones. Sin embargo al día de la fecha es una ordenanza que no se ha respetado.

Es por ello que buscaremos analizar y problematizar la construcción de discursividades de ambos actores dentro de la controversia, que nos permita comprender las lógicas del modelo de agronegocio en su inscripción territorial-local.

Para esto haremos una búsqueda exploratoria en medios de comunicación local, provincial y nacional, la consulta y profundización de la lectura teórica, y la realización de entrevistas semi-estructurada con referentes claves de PjDG desde las cuales analizaremos el conflicto y reconstruiremos las discursividades de los actores en disputa.

### Primeros resultados

Actualmente nos encontramos en la etapa de análisis de los datos, difusión de los primeros resultados y cierre de conclusiones de la investigación. En donde hemos podido comprobar la relación estrecha de Marcos Juárez con el agro, ya que la percepción social dominante es la de “nosotros vivimos del campo”. De esta manera, según cuentan los entrevistados claves, se justificaban estas prácticas que ponen en riesgo la salud de toda la población.

Sobre esta realidad es donde los vecinos de PjDG han denunciado públicamente las consecuencias de este modelo, el cual ya había sido evaluado en diversas investigaciones científicas, pero no habían alterado la práctica local. Es por ello que han realizado actividades de epidemiología comunitaria, charlas informativas, intervenciones públicas, generación de redes con otras experiencias o actores claves de la problemática a nivel provincial para lograr la sanción de la ordenanza.

En Marcos Juárez, la distinción entre campo- productor rural y Municipio se ubica en un espacio de grises. Ya que son los ellos quienes ocupan lugares públicos como concejales, así como el mismo intendente de la ciudad. Esto es lo que nos da la pauta de como se ha gestionado y (no) implementado la ordenanza sancionada en el año 2014.

Para la presentación de la ponencia buscaremos ahondar y presentar los primeros resultados del proceso de investigación en Marcos Juárez a partir de la construcción de la controversia socio- técnica y compartir las primeras líneas de la conclusión.

### Bibliografía

GUDYNAS, E. (2015). *Extractivismos. Ecología, economía y política de un modo de entender el desarrollo y la naturaleza*, Cochabamba: CEDIB.

GRAS C. y HERNÁNDEZ V. (2009). *La Argentina Rural. De la agricultura familiar a los agronegocios* Buenos Aires: Biblos.

\_\_\_\_\_ (2013). *El agro como negocio: producción, sociedad y territorios en la globalización*, Buenos Aires: Biblos.

SKILL K. y GRINBERG E. (2013). "Controversias sociotécnicas en torno a las fumigaciones con glifosato en Argentina. Una mirada desde la construcción social del riesgo" en *Cartografías del conflicto ambiental en Argentina*, Buenos Aires: Merlinsky G.

## Juventud y breakdance: experiencias de apropiación del espacio público en San Luis

Martín Zuleta

Universidad Nacional de San Luis

### Presentación de la problemática

En el marco de las actuales dinámicas urbanas en San Luis -marcadas por tendencias de densificación poblacional, fragmentación social y privatización espacial- (Seveso, 2015), observamos que la expresividad corporal implica, desde la música y el baile encarnadas en el Hip-Hop, la posibilidad de irrupción de los jóvenes en la escena pública. Los sectores subalternos que no concuerdan con las dinámicas de mercantilización espacial tienden a ser expulsados y sometidos a una regulación activa; lugares limpios, bellos y seguros están diseñados para una lógica de consumo sesgado en la que prepondera el perfil comercial y turístico (Alicio & Zgaib, 2014). En este marco, lo llamativo para nuestro actual problema de investigación son aquellas prácticas juveniles, como las del grupo de Hip-Hop Neutro Crew, que discrepan con este orden dominante. El tiempo vivido en el breakdance, que lleva hasta la apropiación del espacio público, no sólo permite a los jóvenes la canalización de sensaciones y emociones, sino también la reconstrucción de sus tramas vinculares como parte de un espacio social construido y compartido colectivamente (Lindon, 2010).

Los resultados presentados a continuación derivan de nuestro Trabajo Final de Grado (2016-2018), ya concluido, dentro del trayecto de formación de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de San Luis. Aquí sólo presentamos algunos lineamientos generales referentes a las relaciones entre los escenarios urbanos y la expresividad desde el baile, con particular atención en las dinámicas y experiencias del grupo de breakdance Neutro Crew. La estrategia metodológica, de corte cualitativa, articuló tres técnicas generales para la investigación: la reconstrucción documental, la observación no participante y la entrevista semi-estructurada. Como parte de este entramado, la noción de comunicación permitió abordar al objeto de estudio como experiencia organizada “desde” el baile, involucrando niveles y procesos como dimensiones analíticas de análisis.

## Ciudad, espacio, expresividad: producción activa desde el breakdance

Hacia el oeste industrial de la ciudad se ubica el Barrio La Merced, en el que habitan algunos de los miembros del grupo de breakdance Neutro Crew. El barrio se caracteriza por un perfil de clase medio-baja en el que conviven diferentes residentes; algunos se diferencian por su generación y otros por su procedencia, condensando un crisol de experiencias culturales, sociales y deportivas. Las condiciones en la que viven están atravesadas por dinámicas y procesos complejos en los que la pobreza y la marginación marcan y dan sentido a sus prácticas, a los usos del espacio y a sus relaciones.

Las instituciones que afectan la vida cotidiana de los jóvenes (en particular la familia, el Estado y el mercado) permiten captar los límites de contención y acompañamiento en escenarios socio-segregados, en los que se ven limitadas las posibilidades de hacer, estar y ser. En estos contextos el Estado interpela bajo el manto del asistencialismo y actúa bajo la figura de cuerpos de seguridad, mientras la familia muchas veces no logra garantizar la contención. Entretanto, el mercado se hace presente a través del consumo, pero igualmente excluye, reproduciendo sistemáticas condiciones de pobreza desde el desempleo. En esta dirección, los procesos de marginalidad, constituidos en la convergencia entre Estado y mercado, configuran un tejido social fragmentado.

Contrastando con este escenario, algunas prácticas individuales y colectivas posibilitan a los jóvenes “salir” de los barrios y buscar nuevos espacios para experimentar con y desde el cuerpo. De hecho, el punto de gestación del grupo Neutro Crew fue un conjunto de amigos con intereses comunes, que en un viejo garaje encontraron por primera vez un lugar que los contuviera, en el que los gustos y preferencias no se vieran limitados. Algunos de los integrantes empezaron a realizar grafitis y a escribir letras de rap; otros ejecutaban breakdance. Sin embargo, ni la ciudad, ni los barrios, y tampoco las instituciones, estaban preparadas para contener aquello que el grupo emprendió marginalmente. De acuerdo con Germán, el hip-hop en San Luis nació a partir de experiencias de grupalidad, que en principio nuclearon a los jóvenes pero a su vez sedimentaron la necesidad de “salir” del barrio y encontrar un mejor lugar para la práctica.

Por esta razón, las experiencias que comenzaron en zonas periféricas fueron desplazándose hacia el centro, permitiendo no sólo la identificación de un lugar de contención para el grupo, sino también “un punto de encuentro” para quienes practicaban alguna rama del hip-hop. Con el paso del tiempo, esto demarcó un lugar de reclutamiento,

ya que el centro de la ciudad encierra una dinámica particular de visibilización que permite –en contraste con el escenario de los barrios- ser vistos y hacerse conocer; en definitiva, una “apertura” para la incursión de nuevos jóvenes en la práctica.

De este modo, si los espacios públicos son la porción terrenal que es negada a los jóvenes de las clases subalternas -que sólo pueden transitar la ciudad bajo ciertos parámetros de aceptabilidad social-, la dinámica del grupo Neutro Crew evidencia otras formas de andar, vestirse y hacer como signo de irrupción (Páez, 2015). El centro constituye un punto estratégico en el que la política pública opera de manera potencial para la concreción de sus objetivos, pero también es un sitio de referencia en el que los cuerpos transitan y se encuentran; en el que se tensionan las formas de ocupación a través del uso de quienes provienen “desde fuera”.

Las prácticas en estos espacios pueden implicar quiebres y rupturas desde diversas formas, a partir de las cuales los sujetos excluidos apelan a lo posible y lo deseable para sí (Scribano, 2012). En esta dirección, los jóvenes con los que hemos trabajado retratan (artísticamente) sus cuerpos en estos lugares; generan tensiones con otros grupos, se convierten en objeto de miradas y recrean sus posibilidades de hacer y estar. Las sensibilidades (Pedraza, 2010) que operan en ellos y las experiencias (Williams, 1977) que se originan a partir de estos procesos son diferentes a los que prevalecen en los barrios. Cuando el movimiento desde la periferia hacia el centro se vuelve posible, cuando el encuentro con “otros” sucede, el espacio se siente de manera particular. En las interacciones, los sujetos significan el espacio, lo reconfiguran y trazan otros recorridos y sensibilidades desde su condición de clase; dan forma a sus andares e interacciones generando “puntos de encuentro”.

En particular, la persistencia del b-boy y la b-girl posibilita, a través de la práctica, el desarrollo de una destreza capaz de crear y expresar sensibilidades. En nuestro fenómeno de investigación el breakdance revela procesos de canalización y emergencia de emociones construidas a partir de un tipo de arte expresivo que se materializa durante las apropiaciones fugaces del espacio, pero también más allá de él. La idea de “canalización” refiere aquí a las maneras en las que, mediante conductos como el cuerpo/el baile/la música, los jóvenes logran direccionar y regularizar los caudales y flujos de sus experiencias. Como complemento, esto también remite a procesos de emergencia emocional; el término “emerger” proviene del latín *emergeré* y refiere a la forma en la que un líquido sale a la superficie. Canalizar y emerger constituyen dos rasgos específicos de las experiencias “en” y “desde” el baile. Podríamos decir entonces que, a partir del breakdance, pueden brotar emociones desde “adentro”, mientras se canalizan

sensibilidades que fluyen intrincadamente como performatividad de la expresividad en la práctica.

De este modo, existe una estrecha relación entre energías-emociones y la cotidianidad de las experiencias de los jóvenes que suelen repercutir directamente en su forma de vivir y en la intensidad de sentir la ciudad. En la práctica del baile, el cuerpo canaliza y direcciona lo que siente mediante el uso de energías físicas, mentales y emocionales. Pero a su vez, a partir de lo que se viene exponiendo, podemos evidenciar ciertos pliegues que desbordan y resisten al orden hegemónico urbano, particularmente desde la expresión artística que se concreta en relaciones de grupalidad y solidaridad.

## Conclusiones

Las tendencias de estructuración de las ciudades configuran las experiencias de los sujetos, sus modos de vivir y sentir, en el marco de pares categóricos dominantes que designan lo bueno/lo malo, lo bello/lo feo, lo deseable/lo indeseable. Como parte de la lógica mercantil, comercial y turística, el capitalismo construye imágenes mediante las cuales señala lo susceptible de ser visto o, en su antagonismo, de ser ocultado (Michelazzo, 2014). El centro de la ciudad de San Luis es así un lugar especial de atención para todos, pero llegar hasta él (y disfrutar de él) depende de capacidades diferenciales según clases.

En contraste con lo anterior, a partir del recorrido expuesto hasta aquí, podemos dar cuenta de un conjunto de prácticas que posibilitan a los jóvenes la utilización consciente de energías con fines recreativos, a partir de las cuales el espacio, las interacciones y las dinámicas cotidianas se redefinen (Lefebvre, 1968). Estas se tensionan con el orden hegemónico que opera sobre las modalidades del ser, estar y hacer en la ciudad. Frente a un panorama de expulsión, los jóvenes irrumpen en el espacio público no sólo para expresar lo que les disgusta, sino también para construir un nuevo tipo de sensibilidad que sedimenta la construcción de un espacio social desde el breakdance y orienta la construcción de nuevas formas de socialidad.

## Bibliografía

ALICIO, S. & ZGAIB I. (2014). “¡Esos cuerpos de la sospecha! Experiencias y sensibilidades de clase en el espacio del Buen Pastor”. En: Boito, E. & Espoz, M. (Comp.) *Urbanismo Estratégico y Separación Clasista*. Rosario: Puño y Letra Editorialismo de base.

LEFEBVRE, H. (1968). *El derecho a la ciudad*. España: Ediciones Península.

LINDÓN, A. (2003). "La miseria y la riqueza de la vida cotidiana en la ciudad: el pensamiento de Lefebvre". En: *Revista Litorales*, Año 2, N°3. México.

PÁEZ, F. (2015). "Estar-juntos en espacios-tiempos al margen: prácticas intersticiales y sensibilidades grupales disruptivas de la lógica mercantil-espectacular". Córdoba: CEA.

PEDRAZA, Z. (2010). "Perspectivas de los estudios del cuerpo en América Latina". En: SCRIBANO, A. & LISDERO, P. (Comp.) *Sensibilidades en Juego: miradas múltiples desde los estudios sociales de los cuerpos y las emociones*. Córdoba: CEA-CONICET.

MICHELAZZO, C. (2014). "Imágenes y relatos del espacio. Circulación restringida en la experiencia urbana de jóvenes de sectores subalternos de Córdoba". En: BOITO, E. & ESPOZ, M. (Comp.); *Urbanismo Estratégico y Separación Clasista*. Rosario: Puño y Letra Editorialismo de base.

SCRIBANO, A. (2012). "La fiesta como práctica intersticial: Huellas teóricas". En: *La fiesta y la vida: Estudios desde una sociología de las prácticas intersticiales*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS.

SEVESO, E. (2015). *Sensibilidad y Pobreza. Acerca de las clases medias, las políticas de asistencia y seguridad (San Luis 2004-2010)*. Rosario: Puño y Letra Editorialismo de base.

WILLIAMS, R. (1977). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones Península.

## Estética y política en la marcha del orgullo en San Juan

**Daniel Osvaldo Gimeno**

Universidad Nacional de San Juan

### Introducción

Como doctorando de la carrera de Doctorado en Comunicación Social, de la FCC de la Universidad Nacional de Córdoba, he finalizado la escritura de mi tesis doctoral y estoy a la espera de su evaluación por parte del jurado. En esta mesa de trabajo me gustaría compartir algunas reflexiones trabajadas en el Seminario de “Ideología y prácticas sociales en conflicto” -dictado por la doctora María Eugenia Boito- a partir de las nociones centrales de “conflicto” y “sensibilidad”, las cuales representaron en su momento un valioso aporte teórico-metodológico para pensar mi caso en estudio: la marcha del orgullo gay en la provincia de San Juan.

En el trabajo final de este Seminario me propuse repensar el problema de la ideología a través de un ejercicio de lectura, en clave tensional entre “estética” y “política”, de los recursos expresivos de una experiencia concreta de protesta social en el espacio público, como momento de visibilidad de un conflicto. El interrogante que atravesó este ejercicio fue: ¿de qué modo se ve materializada la ideología en estas prácticas comunicativas (sociales) que expresan el conflicto en cuestión?

La Glorieta - Espacio LGBTIQ (a partir de ahora LG) es el colectivo social que nuclea a gran parte de los miembros de las minorías sexuales de la provincia de San Juan. A través de la marcha del orgullo gay, LG construye una identidad como comunidad emergente desde donde disputa poder. En nuestra tesis doctoral nos proponemos comprender los modos en que este colectivo se constituye como sujeto político.

### Fundamentación teórica y estrategia metodológica

Para Žižek (2008, p. 10), la ideología “parecería surgir justamente cuando intentamos evitarla, mientras que no aparece cuando es claramente esperable”. A nuestro entender, Žižek intenta decir que la “ideología” está en todos lados, operando constantemente aunque no la veamos (o aunque no la esperemos). El principal rasgo que caracteriza el carácter “ideológico”, según este autor, es que remite a prácticas y tiene que ver con las maneras en que se organizan ciertas prácticas en formaciones sociales específicas.

Es en esas prácticas donde opera la “matriz” ideológica que describe Žižek, “generando” y “regulando” la relación entre lo que vemos y lo que no vemos, entre lo imaginable y lo que no podemos imaginar, así como los cambios que puedan producirse en esa relación. Se trata de una modalidad de regulación que opera sobre el cuerpo y sobre la percepción de los actores (Boito, 2013, p. 47).

Con este fundamento teórico, nos proponemos hacer el siguiente ejercicio metodológico sugerido por Boito (2013, p. 48): cambiar la disposición de nuestro cuerpo y hacer un doble movimiento: correr la mirada habitual para “mirar al sesgo” lo evidente, establecer preguntas sobre lo visible para hacer audible aquellos “guiones sociales enmudecidos” que regulan los modos de afectación social (en el registro de la palabra).

### **“¡Sea mercancía...!”, la regulación de las sensaciones**

Como describe Scribano (2007), la estructura de acumulación del capital en la actualidad conlleva formas de explotación y de dominación que se dan a través de un proceso de expansión imperial, caracterizado: como un aparato extractivo de aire, agua, tierra y energía y como una máquina militar represiva. A los fines de nuestro trabajo, nos interesó destacar que ese proceso de expansión imperial se sostiene y se reproduce por la producción y el manejo de *dispositivos de regulación de las sensaciones y mecanismos de soportabilidad social* (p. 123). Según este autor, en la fase actual del capitalismo el manejo de estos dispositivos y mecanismos es indispensable para regular las expectativas y evitar el conflicto social.

### **“¡Hagan chocar esos fragmentos...!”, la politicidad de los recursos expresivos.**

En el marco de sus reflexiones político-estéticas, Boito (2007) ha indagado una dimensión particular que se actualiza en las acciones colectivas cuando devienen formas de protesta social; justamente, esta autora ha mirado esa dimensión que remite a los recursos expresivos que se exponen en los momentos de visibilidad de un conflicto.

En su análisis, la dimensión referida no es puramente formal, superficial o epidérmica. Por el contrario, es una perspectiva que indaga cómo los recursos expresivos actúan en la regulación de las sensaciones que nos atraviesan cuando observamos o participamos en las manifestaciones de protesta social. Con este propósito, Boito plantea la activación de la politicidad de las formas de expresión en el marco de la clásica antinomia benjaminiana: estetización de lo político-politización de lo estético (p. 146). Recuperar la

mirada de Walter Benjamín, a través de las reflexiones elaboradas por Boito, nos ayudó en el ejercicio de lectura propuesto en este trabajo.

Tomamos, con intención metodológica, una posible definición de la “estetización de lo político” como “reducción de lo político a la expresión espectacular de cierta demanda” (Boito, 2009, p. 156). En esta definición la “estetización” refiere a una exhibición que supone una disposición de complacencia contemplativa por parte del receptor (p. 159). Pero hay algo más. El riesgo de esta estetización de lo político en la acción se potencia a partir de un tipo de sensibilidad prevalente en la sociedad capitalista, en la cual se ha regulado una organización sinestésica que puede caracterizarse como “anestésica” (Boito, 2009, pp. 161-162).

Las principales preguntas que nos hicimos a través del análisis fueron: ¿desde dónde interpelan los recursos estéticos y expresivos? y ¿a quién/es interpelan, en el sentido de para quién/es se escenifica esta protesta? Como elemento recurrente, en cada una de las marchas pudimos identificar que se actualizaba un reclamo específico en referencia directa al Estado, que se materializaba en el pedido de la aprobación de leyes específicas. En el trabajo fuimos capaces de “leer” los siguientes recursos: símbolos, carteles, cánticos, recorridos, colores, música y cuerpos en escena. Del mismo modo, hicimos un relevamiento de los textos publicados por los pocos medios de comunicación que cubrieron las marchas. Para mostrar de algún modo los efectos políticos que ha tenido la marcha (2016), citamos la expresión con que un medio digital local enunció la protesta: “La Glorieta LGBT y las distintas agrupaciones que participaron de la marcha le pusieron todo el color. Lejos de la violencia, el reclamo se convirtió en festiva.”<sup>[1]</sup>

## Reflexiones finales

De acuerdo con los elementos analizados, el efecto (¿político?) de las marchas del orgullo gay en San Juan puede advertirse en el registro de las palabras, a través del discurso mediático: “Lejos de la violencia, el reclamo se convirtió en festival”. Sin dudas, esta parece ser una frase que sentencia definitivamente la obturación de lo político.

El ejercicio de lectura de las marchas nos lleva a indagar si éstas son capaces o no de definir o transformar las condiciones políticas del orden social, a través del modo en que el conflicto es mostrado en la escena pública.

Con el presente trabajo, nos es posible enriquecer nuestra mirada al considerar que, en la fase actual del capitalismo, la sensibilidad de quienes participan y observan las

marchas permanece “regulada”. Hay dispositivos y mecanismos que, además, regulan las expectativas e intentan evitar el conflicto social.

Es así como, antes de mirar los recursos expresivos actualizados en las marchas, debemos comprender que los agentes sociales no pueden verse a sí mismos (ni ver a los demás) ni tampoco son capaces de mostrar/se en la escena pública libremente, de acuerdo con sus decisiones estratégicas (racionales). Debemos considerar que sus sentidos, percepciones, sensaciones y sentimientos están organizados de un determinado modo; un modo que responde a los intereses del capital: ¡sea mercancía!

Desde esta perspectiva, el trabajo realizado nos anima a decir que esta protesta se acerca más al fenómeno del espectáculo mientras se aleja de su carácter político constituyente. Este último se diluye en la lógica del reconocimiento y la ampliación de derechos, lugar donde se define hegemónicamente el conflicto.

Se interpela a la sociedad desde los estereotipos construidos y esperables (y “soportables” socialmente) para cada contexto: más conservadores en el circuito mediático y algo más provocativos en la calle. Y desde símbolos universales que dicen nada de la comunidad LGBTIQ local.

Los testimonios citados nos han permitido ver las contradicciones internas que los agentes tienen en el momento de la acción. Sus sensibilidades están reguladas. Y en el plano de la expresividad, esas contradicciones se resuelven una vez más de acuerdo con los estereotipos esperables. La música disco, las luces, la multiplicidad de colores, las risas y los gritos completan la escenografía propia de una fiesta. Esa misma fiesta de la que habla el discurso mediático.

Podemos ver que lo político se ha potenciado en la acción sólo a partir de un tipo de sensibilidad. La marcha del orgullo es (casi) una “mercancía”. Será necesario, desde esa “estetización”/fiesta, activar alguna politicidad que interpele tanto a la sociedad como al Estado desde otros lugares, desde otras sensibilidades: “... ¡hagan chocar esos fragmentos!”.-

## Bibliografía

BOITO, M. E. (2007). “La dimensión política de la expresividad social. Primeras reflexiones sobre los recursos expresivos en acciones de protesta”. En A. SCRIBANO. (Comp.), *Mapeando interiores. Cuerpo, conflicto y sensaciones*. Córdoba: Jorge Sarmiento Editor. pp.145-171.

BOITO, M. E. (2013). *Ideología y prácticas sociales en conflicto. Una introducción*. Córdoba: CIECS/CONICET/UNC.

EAGLETON, T. (2006). *La estética como ideología*. Madrid: Editorial Trotta.

SCHUSTER, Federico L. (2005). "Las protestas sociales y el estudio de la acción colectiva". En F. Schuster *et. al* (Comp.), *Tomar la palabra: estudios sobre protesta social y acción colectiva en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires: Prometeo Libros. Pp. 43-83.

SCRIBANO, A. (2007). "La sociedad hecha callo: conflictividad, dolor social y regulación de las sensaciones". En A. SCRIBANO. (Comp.), *Mapeando interiores. Cuerpo, conflicto y sensaciones*. Córdoba: Jorge Sarmiento Editor. Pp. 119-143.

SCRIBANO, A. (2009). A modo de epílogo ¿Por qué una mirada sociológica de los cuerpos y las emociones? En C. FIGARI & A. SCRIBANO. (Comp.), *Cuerpo(s), Subjetividad (es) y Conflicto(s). Hacia una sociología de los cuerpos y las emociones desde Latinoamérica*. Buenos Aires: CLACSO / Ciccus. Pp. 141-151.

ŽIŽEK, S. (2008). "El espectro de la ideología". En S. ŽIŽEK. (Comp.) *Ideología. Un mapa de la cuestión*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, segunda edición. pp. 7-42.

## Notas

[1] Mirá las fotos de la VII Marcha por el Orgullo LGBT (2016, 26 de noviembre). Diario Huarpe. Recuperado de: <http://www.diariohuarpe.com/actualidad/locales/mira-las-fotos-de-la-vii-marcha-por-el-orgullo-lgbt/>

## **Modos *deseables* de habitar la ciudad: los procesos de construcción de sentido de los ‘desarrollistas urbanos’ en la capital cordobesa (2003-2017)**

**Natalia Vaccaro**

CIECS-CONICET y FCS-UNC

Facultad de Ciencias de la Comunicación

### **Introducción**

Entendemos al espacio urbano como producto de la sociedad, resultado de determinadas relaciones de producción y de acumulación de un proceso histórico que se materializa en una particular forma espacio-territorial (Lefebvre, 1969). La ciudad, tal como hoy la experimentamos, ha variado tanto en sus contenidos como en su forma ya que la reestructuración del capital introdujo cambios profundos no sólo en su organización sino también, en los modos de distribución, habitabilidad y encuentro de sus pobladores. En este marco comprendemos al urbanismo como una herramienta destinada al tratamiento del suelo que conviene a estos modos de acumulación. Siguiendo a Debord (1995), dicho instrumento es una técnica de separación: aísla los cuerpos en los diferentes espacios construidos en la ciudad; y, al mismo tiempo, los reintegra en los flujos de circulación preestablecidos con el fin de cubrir las necesidades predeterminadas de la producción y el consumo. El Estado posee un rol fundamental en estos procesos, los apoya y promueve a partir de su rol legal y el monopolio de la violencia. Esta tendencia que reconocemos como urbanismo estratégico (Boito y Espoz, 2014) evidencia las relaciones que se establecen entre el Estado y el Mercado con el objeto de transformar la ciudad con el fin de permitir la realización del capital financiero y una consecuente profundización de la mercantilización del espacio.

La ciudad de Córdoba no es ajena a estos procesos, las políticas de hábitat social<sup>[1]</sup> implementadas desde el 2003 por el Estado Provincial reordenaron la matriz urbana enviando a los pobres a las periferia, posibilitando que las zonas “recuperadas” quedaran a merced de la capacidad de inversión de capital de diferentes agentes privados, tanto para la generación de otras condiciones habitacionales como de intervenciones vinculadas al embellecimiento de la ciudad. De esta manera, se generaron ofertas habitacionales diferenciales por clase (countries, barrios cerrados, barrios para estudiantes, barrios ciudad, villas de emergencia, etc.), se distribuyeron y organizaron los espacios de consumo y disfrute, estableciendo también, particulares modalidades de desplazamiento/circulación y permanencia en el espacio público.

La investigación que aquí presentamos pretende observar algunas transformaciones de las dinámicas de configuración territorial de la capital cordobesa que impactan directamente en la construcción del “valor inmobiliario” como modalidad expresiva de particulares condiciones de habitabilidad. Para ello nos concentramos en la emergencia del grupo autodenominado “Desarrollistas Urbanos” (DU); y, nos preguntamos por las modalidades actuales de generación de valor del suelo y de condiciones de hábitat novedosas<sup>[2]</sup> desde una mirada que interseca la economía política del espacio, los estudios de marketing y comunicación a partir de un abordaje sociosemiótico (Bajtín, 1998; Angenot, 2010; Verón, 2004; Espoz, 2013). Nos interesa, específicamente, indagar sobre cuál es la injerencia de los procesos de construcción de sentido de los Desarrollistas Urbanos en la configuración de valores en torno los modos deseables de habitabilidad en la ciudad de Córdoba en el período 2003-2017.

### La ciudad desde una mirada sociosemiótica

Proponemos para esta investigación un abordaje sociosemiótico asentado, principalmente, en la propuesta teórica del Círculo Bajtiniano. Esta corriente de estudio asume una perspectiva que reconoce la existencia del conflicto en las formaciones sociales y, por tanto, de relaciones de desigualdad expresadas en diferentes ámbitos de la vida social; de esta manera, se proponen comprender las modalidades en las que las fuerzas sociales libran sus batallas de sentido (Espoz, 2013).

Así retomaremos la dimensión expresiva, significativa, de los procesos estudiados, sin por eso obturar la complejidad que estos presentan. Valentín Voloshinov (2009), uno de los referentes del Círculo, señala que la palabra es el indicador más sensible de las transformaciones sociales, dado su carácter de omnipresencia social, es el medio capaz de registrar las transiciones, los cambios imperceptibles y fugaces de dichas transformaciones.

La selección de la perspectiva bajtiniana para esta investigación se apoya en esta premisa, elegir el estudio de los signos (materiales e ideológicos) para intentar comprender el proceso y los modos en que aparecen y se expresan las formas actuales de generación de valor del suelo y las condiciones de hábitat.

Nos interesa explorar los procesos de construcción de sentido para poder comprender de qué manera operan esas diversas prácticas significativas de los DU en la generación del valor (económico e ideológico -Silva, 1977) del suelo configurando particulares modos de habitar la ciudad. Entendemos que el “valor” está anclado en un contexto socio-histórico

y depende de las relaciones materiales que se dan en él (Voloshinov, 2009). De esta manera todo enunciado es un acto histórico y socialmente significativo y por tanto la elección del contenido, de la forma y el vínculo entre ambos estaría atravesado por una orientación evaluante en el medio ideológico (Bajtín y Medvedev, 1993). Así es que se vuelve necesario conocer qué elementos del discurso social hegemónico (lo decible y lo deseable) (Angenot, 2010) sobre los modos de habitar, disfrutar y transitar la ciudad son utilizados por los DU para valorizar ciertos espacios de la ciudad y configurar sensibilidades tendientes al consumo de sus productos habitacionales.

### **Desarrollistas urbanos y dispositivo publicitario**

Nos interesa, específicamente, el discurso publicitario ya que entendemos que ocupa un rol fundamental en la producción de plusvalía ideológica (Silva, 1977). El discurso publicitario, no se sostiene en ninguna „moral“ porque no la necesita; es un discurso para ser creído, aun sabiendo que no se le puede creer, de allí su carácter ideológico fundamental (Fabri, 1990). Retomaremos aquí el desarrollo que hacen Boito, Espoz Michelazzo (2015) sobre este discurso, para quienes la publicidad tendría un estatuto que trasciende la cuestión de las formas discursivas; se inscribe como mapa que traza percepciones, sensaciones y emociones de las corporalidades (reales e imaginarias) y subjetividades posibles de ser experienciables (deseadas/aceptadas) en nuestras sociedades. Esto implicaría pensarlo, y aquí retomamos los aportes de Agamben, como una política “...cuyo fin es gestionar, gobernar, controlar y orientar en un sentido que se pretende útil los comportamientos, los gestos y los pensamientos de los hombres” (2015, p.17). Estos aspectos son rescatados, también por Agamben, en el concepto de dispositivo:

“(...) un conjunto absolutamente heterogéneo que implica discursos, instituciones, estructuras arquitectónicas, decisiones regulativas, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales y filantrópicas, en breve: tanto lo dicho como lo no-dicho, estos son los elementos del dispositivo. El dispositivo es la red que se establece entre estos elementos...” ( p. 7).

Entonces, nuestra reflexión sobre la publicidad implica, no sólo analizarla desde una mirada basada en los estudios del marketing, es decir, como una estrategia discursiva de seducción, o como discursos dirigidos a la creación de mercados monopolizados que den ganancias extraordinarias; sino como parte de una política de regulación de la sensibilidad. Así los sentidos producidos por los DU son materializados en el dispositivo

publicitario que entendemos es una mediaciones a partir de las cual se configura el “valor inmobiliario” como expresión de modos deseables de habitabilidad.

El estudio será desarrollado a partir del análisis de tres procesos desplegados por los DU en la capital cordobesa que serán observados a partir de tres casos: “gentrificación” (Smith, 2012; Proença Leite, 2007; Bidaseca et al., 2011), “patrimonialización” (Peixoto, 2013); y “vuelta al entorno natural” (Svampa, 2005). Desde nuestra perspectiva estos tres procesos emergen en la discursividad social como diferenciales a la vez que complementarios y configuran una trama socio-espacial particular que también, construye sentidos que perfilan valores ideológicos a partir de los que, no sólo se genera plusvalor económico sino también modos deseables de habitar la ciudad. Por eso es que creemos fundamental comprender qué valores son puestos en juego en las construcciones de sentido de los DU y cómo operan en las modalidades de habitabilidad ofrecidas, así como su vinculación con determinadas formas de subjetividad.

## Bibliografía

AGAMBEM, G. (2015). *¿Qué es un dispositivo? seguido de El amigo y de La Iglesia y el Reino*. Anagrama. España.

ANGENOT, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Siglo XXI, Buenos Aires.

BAJTÍN, M. (1998). *Estética de la creación verbal*. Siglo Veintiuno editores. Traducción de Tatiana Bubnova.

BAJTÍN, M. y MEDVÉDEV, P. (1993). “La Evaluación Social, su papel, el enunciado concreto y la construcción poética” en *Criterios*. La Habana-México D.F. pp.9-18

BOITO, M. E y ESPOZ, M. B (Comps.) (2014). *Urbanismo Estratégico y Separación clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto*; Rosario: Puño y Letra, Editorialismo de base.

BOITO, M.E; ESPOZ, M.B y MICHELAZZO, C. (2015). “Una relectura de la noción de espectáculo a propósito de las experiencias en los entornos tecnológicos” en *Sociedad y Discurso*. N°27.

DEBORD, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca.

ESPOZ (2013). *Los pobres diablos en la ciudad colonial. Imágenes y vivencias de jóvenes en contextos de socio-segregación*. Buenos Aires, Argentina: Estudios Sociológicos Editora.

LEFEBVRE, H. (1969). *El derecho a la Ciudad*. Barcelona: Ed. Península.

LEITE, R. P. (2007). *Contra-usos da cidade: Lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea*. Campinas. Editora Unicamp/Ed.UFS [2ª Ed.]. São Cristóvão.

PEIXOTO, P. (2013). "A cidade performativa na era da economia das experiências", in Fortuna, C. et al (orgs.), *Cidade e Espetáculo - A cena teatral luso-brasileira contemporânea*. São Paulo: EDUC, 141-151.

SILVA, L. (1977). *La Plusvalía Ideológica*. Caracas: Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela (3º edición).

SMITH, N. (2012). *La nueva frontera urbana. Ciudad revanchista y gentrificación*. Madrid: Traficantes de Sueños.

SVAMPA, M. (2005). *La brecha urbana. Countries y Barrios Privados*. Ed. Capital Intelectual. Buenos Aires.

VOLOSHINOV, V. (2009). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Ediciones Godot: Buenos Aires, Argentina.

## Notas

[1] La principal acción en este sentido fue el Programa de Hábitat Social denominado Mi casa Mi vida, impulsado por el gobierno provincial a partir del año 2004 y financiado por el Banco Iberoamericano de Desarrollo. Se basó en la relocalización de asentamientos que se encontraban cercanos al centro de la ciudad, a los barrios construidos para esas familias en la periferia, denominados ciudades-barrio: 1) Ciudad Evita (574 viviendas), 2) Ciudad de Mis Sueños (565 viviendas), 3) 29 de mayo- Ciudad de los cuartetos (480), 4) Ciudad de los niños(412), 5) Ciudad Obispo Angelelli (359 viviendas), 6) Ciudad Ampliación Ferreyra (460), 7) Ciudad Juan Pablo II (359), 8) Ciudad Villa Retiro (264); 9) Ciudad Parque las Rosas (312), 10) Ciudad Ampliación Cabildo (570), 11) Bº Renacimiento (223), 12) Bº San Lucas (230), 13) Ciudad de mi esperanza (380), 14) Ciudad Villa Bustos (197), 15) Ciudad Sol Naciente (638).

[2] Aquí hacemos referencia a los diferentes estilos habitacionales que los emprendimientos inmobiliarios de los DU ofrecen: edificios en altura con amenities (piscina, gimnasio, circuito de tv cerrado, etc.), casonas, loteos, countries, housing, casas, etc.

## Mesa 5 (a)

### “Estudios sobre medios, discursividades y prácticas periodísticas”

**Coordinadores:** María Belén Angelelli, Esteban Fernández

La mesa 5 “A”, subdivisión del grupo de ponencias bajo la temática de “Estudios sobre medios, discursividades y prácticas periodísticas”, puso en diálogo y discusión una serie de trabajos que proponen una mirada crítica de construcciones discursivas actuales, y tensionaron el lugar de los medios como condensadores de sentido.

Uno de los principales ejes de la mesa se situó, por un lado, en relación a la construcción discursiva en torno al género como problemática central y actual, indagando sobre los sentidos que circulan en torno a la mujer. Y por el otro, también siguiendo reflexiones en torno al género, se expuso sobre las nuevas masculinidades que aparecen representadas en los medios masivos de comunicación.

Otra continuidad que emergió en diferentes trabajos presentados fue en la línea del análisis del discurso político. Se debatió, por un lado, sobre cómo los discursos conservadores, y del neoliberalismo, aparecen en los discursos políticos actuales y, por el otro, la manera en que éstos aparecen en discursos políticos vinculados al sector de la educación, y en particular, la educación pública.

Finalmente, la pregunta por el “Otro”, fue clave en tanto permitió complejizar el diálogo y reflexiones en torno a las construcciones del miedo, que terminan afectando los modos en que nos relacionamos.

## **Precariedad y marginalidad neoliberal: La comunicación política en la alianza Cambiemos**

**Baal Delupi**

Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales - UNC

### **Resumen**

El discurso neoliberal actual se diferencia del de otras épocas anteriores, configurando un orden del discurso en torno al miedo, a lo precario, a la inseguridad y a lo marginal. Una estética de guerra permite ver el entramado de enunciados y enunciadores legitimados dentro del gobierno de Cambiemos, en la República Argentina, un amplio adversario discursivo se configura como ese “otro enemigo”.

En este trabajo nos proponemos reflexionar, sobre los discursos del presidente argentino Mauricio Macri, la Ministra de seguridad Patricia Bullrich y la Gobernadora de Buenos Aires María Eugenia Vidal, enmarcados en la comunicación política de la alianza Cambiemos, y la manera en que estos discursos se dirigen –y configuran– a los sujetos marginales que se constituyen en este nuevo neoliberalismo reinante. Nos interesa articular herramientas del análisis político del discurso (Laclau, 1987) y la comunicación política (Gosselin, 1998) para, por un lado, analizar la hegemonía discursiva que se configura en este estado del discurso social y, por el otro, ver los procesos de interpelación subjetivante (Althusser, 1980).

Pensar la comunicación política hoy es una tarea desafiante dado que estamos inmersos en un contexto donde el entramado retórico del discurso político ocupa un espacio esencial y donde los medios de comunicación juegan un papel fundamental: la relación entre éstos y los actores sociales han modificado la forma de hacer política (Escudero, 2002); es por ello que creemos indispensable pensar el discurso político dentro de las nuevas lógicas mediáticas globalizadas y, con ellos, internet y las redes sociales. Podemos considerar, entonces, que el papel que cumplen los medios de comunicación en el escenario político –y a la inversa–, constituyen nuevos efectos de los discursos políticos que deben situarse en los tiempos televisivos, radiofónicos, etc. Hoy, la relevancia de la “gestión de la fachada”, la forma en que los candidatos se “muestran” (en sentido amplio) también será clave para analizar ese vínculo entre discurso político e imagen de sí que se pretende proyectar.

Más allá de este nuevo escenario de cambios, los estudios sobre la discursividad política de Pêcheux, Charaudeau, Maingueneau, Verón, y las relecturas contemporáneas de Alejandra Vitale, Fabiana Martínez, Ana Montero, Mariano Dagatti, etc. son insoslayables para entender cómo se configura el discurso político. En este sentido, la comunicación y el discurso político han sido y continúan siendo un campo de estudio relevante para la sociología política y el análisis del discurso.

Por lo dicho hasta aquí es que nos interesa reflexionar sobre la comunicación política de Cambiemos. Su irrupción en la escena pública modificó la forma de hacer política en la Argentina, en sintonía con un siglo XXI que trajo aparejadas formas nuevas de comunicar. El triunfo de Cambiemos hizo que se configurarían nuevos horizontes de inteligibilidad que permitieron que ciertas cosas pudieran ser dichas en ese momento. La reconfiguración de tópicos significativas hizo que fuera posible constituir, sujetos marginales particulares, que se diferencian con la etapa kirchnerista.

Creemos pertinente, para este trabajo, recurrir a la categoría ‘hegemonía’ de Ernesto Laclau para articularla con los ‘tipos de acciones’ de André Gosselin, en lo que refiere a los estudios sobre la comunicación política. Entendemos que estas herramientas resultan valiosas para reconocer qué sujetos marginales se configuran en la discursividad de la alianza Cambiemos. ¿Cuáles son las formas en que lleva a cabo la comunicación de su partido y sus medidas? ¿Qué cosas se dicen? ¿Cuáles se silencian? ¿A quién se dirigen? ¿Quién es el adversario político? Son algunas de las preguntas que inauguramos con este trabajo.

### **Marginalidad y precariedad**

Consideramos que los conceptos de precariedad y marginalidad, nos pueden permitir comprender los sujetos que se construyen en el neoliberalismo reinante. Partimos de los planteos de Judith Butler respecto de las dos formas posibles de entender la precariedad: por un lado, la compartida por todos, y por el otro, la que es utilizada para configurar la desigualdad y exclusión. Comprendemos la marginalidad<sup>[1]</sup>, a partir de la segunda definición, como el conjunto de aquellas figuras sometidas a una precariedad entendida como “una condición inducida de inequidad y miseria” (Butler y Athanasiou, 2017, p. 37).

Entendemos que en este contexto neoliberal hay un “otro enemigo” abarcativo que deja a ciertos los sujetos en los bordes. Podemos pensar que en la etapa política anterior al gobierno de Cambiemos, se configuró un contradestinatario en relación a los grupos de poder concentrados, y a un porcentaje de la población que no estaba dispuesta a

acompañar ciertas medidas de tipo nacionalistas, entre otros. En los inicios de Cambiemos, sin embargo, el adversario discursivo apunta, como veremos, a varios sectores que se constituyen entre: los que delinquen (sin preguntarse por una falla estructural que permite esas condiciones, ergo “roba el que quiere”), los que apoyan al gobierno anterior, los que quieren “ser como Venezuela”, los que no están dispuestos a acompañar el cambio. Sin embargo, con el correr del tiempo, Cambiemos amplió ese “nosotros vs ellos” a sectores con los que había ‘conciliado’ durante las elecciones: maestros, piqueteros, sindicalistas, mapuches, es decir, cualquiera que se le opusiera. Ahora bien, ¿cómo es tratado ese “otro”? La hipótesis que manejamos advierte que ese otro encierra una marginalidad en tanto precariedad permanente, dejando afuera del “juego” a todo aquel que se manifieste en contra. Es decir, ya no hay un “adversario político tradicional”, sino una exclusión de los sujetos marginados a partir de una interpelación subjetivante. Son “ellos” los que quedan afuera del juego, los que, como veremos en el discurso de Macri, “se les acabó la fiesta”.

Consideramos que el discurso social construye ese sujeto-norma a partir del cual se evalúan a otros; en este sentido, lo marginal y ese “otro” se constituye como un efecto de sentido de los juegos de poder hegemónicos que posicionan al sujeto en los márgenes, apartando y excluyendo, pero también incluyendo en tanto control sobre lo decible y lo pensable. Es, entonces, una exclusión inclusiva, un dispositivo por equivalencia: el neoliberalismo expresa un presupuesto de “todos podemos acceder a cualquier cosa” ficticio, atravesado por una desigualdad estructural. Aquí aparece el ethos meritocrático como pieza clave.

Como plantean Laclau y Mouffe (1987) toda configuración social es una configuración significativa. Por esto es que entendemos como crucial pensar la comunicación política en términos discursivos. Cada objeto, en términos laclausianos, está vinculado con otros objetos no solo por su referencia material, sino a partir de una construcción social, es el tejido de relaciones, lo que Laclau y Mouffe llaman “discurso”. Entender el sistema de relaciones en torno a la marginalidad nos permite ver qué sujetos se constituyen al interior de esas relaciones.

El sujeto desde esta perspectiva, no es más origen de sentido -como fue y es pensado por algunos teóricos-, sino, más bien, aparece ocupando lugares o posiciones subjetivas en la estructura discursiva. Laclau lo piensa en términos de dispersión.

## Referencias bibliográficas

ALTHUSSER, L. (1988). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado. Freud y Lacan*. Buenos Aires: Nueva Visión.

BUTLER, J. y ATHANASIOU, A. (2017). *Desposesión: lo performativo en lo político*. Traducción de Fernando Bogado. Buenos Aires: eterna cadencia.

CANEL, M. J. (2008 [1999]). *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. Madrid: Tecnos.

ESCUADERO, L. (2002) "La comunicación política, transformaciones del espacio público". *DeSigniS* n°2 *La comunicación política, transformaciones del espacio público*. pp. 09-12.

GOSELIN, A. (1998). "La comunicación política. Cartografía de un campo de investigación y de actividades". En J. Mouchon, A. Gosselin y G. Gauthier (Coord.). *Comunicación y política* (pp. 9-28). Barcelona: Gedisa.

LACLAU, E., y Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista*. Madrid: Siglo XXI. -- (1996). ¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política? En E. Laclau, *Emancipación y diferencia*. Buenos Aires: Ariel.

VOMMARO, G. (2017). *La larga marcha de cambiemos. La construcción silenciosa de un proyecto de poder*. Buenos Aires: Siglo XXI.

## Notas

[1] Este tema es trabajado en nuestro equipo de investigación "En los márgenes: sujetos, discursos y políticas de vida en la contemporaneidad" del programa Discurso Social: lo visible y lo enunciable del CEA-FCS-UNC.

## **Análisis sociosemiótico de las construcciones de sentido de mujer en los discursos de diputadas cordobesas en torno a la ley IVE: análisis de caso de Gabriela Estévez, Olga Rista, Leonor Martínez Villada y Nicolás Massot.**

**Eugenia Del Barco, Dolores Grenade, Ailén Vicentín**

Facultad de Ciencias de la Comunicación — UNC

### **Introducción**

Desde los inicios, las mujeres nos vimos inmersas en un sistema patriarcal y heteronormativo que regula nuestro accionar. La jerarquía de los géneros, es decir la dominación masculina en el ámbito público y privado ha provocado a lo largo del tiempo la instauración ‘natural’ de relaciones de poder. En el siguiente trabajo de investigación abordaremos un estudio descriptivo, cualitativo y documental en el cual analizaremos las construcciones de sentido de mujer presentes en los discursos de las diputadas cordobesas en el debate por la aprobación del proyecto de ley IVE en 2018.

Entendemos el concepto de mujer como una categoría dentro de una estructura de género. Si bien desde una óptica amplia la identidad de “mujer” -entre otras- se relaciona con una autopercepción de las personas y una imagen de sí (las cuales toman entidad bajo un lenguaje que clasifica, y que tiene origen y uso dentro de un sistema cultural específico), desde la mirada patriarcal, el género es binario: marca una posición, establece jerarquías y roles basados en una estructura de poder del masculino / blanco / letrado / heterosexual / propietario sobre un Otro, subrogado, marginal, que es todo lo que no coincide con aquél. ‘Mujer’, puede ser entendida también bajo el modelo levi-straussiano, en parte como significante habitual de la posición femenina y a su vez como objeto de significación, mientras que ‘lo masculino’ actúa como sujeto de habla que participa del ámbito público en los “trueques de signos y objetos” (Segato, 2003, p. 64). Si nos preguntamos sobre la existencia de una relación entre la matriz heterosexual del Estado patriarcal, la producción capitalista y la construcción de la mujer “madre”, Federici (2010) responde que la reproducción de las fuerzas productivas necesarias para el funcionamiento del sistema capitalista es visto como una “vocación natural” (2010, p. 112) de las mujeres: en este sistema la única producción que tiene valor es la funcional al mercado. Es así como el sistema heteronormativo produce y reproduce -al igual que el capitalismo- la idea de una mujer destinada a la procreación y reproducción. Esta construcción social imaginaria (Castoriadis, 1989) en torno al rol maternal como algo natural, supone como consecuencia un conjunto de significaciones negativas respecto a

la idea de interrumpir voluntariamente un embarazo. Es entonces, posible afirmar que interrumpir un embarazo sería para el capitalismo y sus instituciones tan grave como romper la cadena de producción “en la medida en que las mujeres han sido las productoras y reproductoras de la mercancía capitalista más esencial: la fuerza de trabajo” (Federici, 2010, p. 16).

### **Sobre nuestro trabajo final: planteamiento del problema**

Problema de investigación: indagar los sentidos de mujer que subyacen en los discursos de las diputadas al debatir sobre el proyecto de ley IVE, en el contexto político-social de Argentina, atravesado por la irrupción del feminismo en la escena mediática y social.

En primer lugar, con la intención de abordar nuestro eje ‘construcciones de sentido de mujer’, nos posicionamos desde la mirada y teoría de género de Rita Segato (2003; 2016) y desde el aporte de Silvia Federici (2010) para definir patriarcado, género, reproducción/maternidad y Estado patriarcal. En relación al rol del Estado patriarcal y su intención de administrar la vida y los cuerpos, utilizamos el concepto de biopolítica negativa propuesto por Roberto Espósito (2005,2006) y acuñado por Andrea Carolina Flores (2011). En consiguiente, definimos construcciones de sentidos sociales, discurso social y hegemonía discursiva, para lo que retomamos a Marc Angenot (1998; 2010) y su teoría del discurso social. Vinculamos este eje con el abordaje institucional de Marc y Picard (1984), imaginarios sociales de Cornelius Castoriadis (1975) y la teoría de los campos sociales de Pierre Bourdieu (en Bein y Sztrum, 1985). Además, con la intención de delimitar y teorizar sobre las condiciones socio productivas de generación de los discursos, recuperamos la perspectiva de Patrick Charaudeau (1992; 2000; 2009). Dentro del eje institución, definimos Poder Legislativo y retomamos los conceptos de Bajtín (1999), Raiter (2009), Marafioti (2007) y Maingueneau (2002) para caracterizar el discurso político, público y parlamentario correspondiente a esta institución. Las ponencias realizadas en la Cámara Baja sobre el proyecto de Ley IVE fueron transmitidas en vivo, en tanto a la caracterización del discurso, le sumamos la categoría de ‘mediatizado’ desde la teoría de Bitonte y Dumm (2007).

Para dar cuenta de las construcciones de sentidos sobre ‘mujer’ en los discursos utilizamos como metodología el análisis retórico y adoptamos la noción de Análisis del Discurso propuesta por Elvira Narvaja de Arnoux (2015) definida como una práctica interpretativa e interdisciplinaria “que busca relacionar los materiales semióticos con saberes referidos al campo en que han sido producidos” (2015, p. 2). Específicamente,

nos proponemos describir las condiciones de producción de los discursos, en relación al contexto institucional y al sujeto discursivo; y a partir de esto analizar los ethos de quienes hablan para evidenciar desde qué lugar se legitiman; el pathos para evidenciar las estrategias basadas en lo emocional; por último dar cuenta de la forma en que se estructuran los argumentos de quienes hablan, para finalmente reconocer las construcciones de sentido de mujer.

### Primeras observaciones de análisis

Realizamos un recorrido analítico con la intención de presentar las matrices discursivas de los partidos políticos a los cuales pertenecen las diputadas. El primer discurso que analizamos fue el de Gabriela Estévez quien se pronunció a favor del proyecto de ley IVE y quien a simple vista se definía como feminista. Resultó muy interesante este proceso debido a que nosotras en un primer análisis y acercamiento no pudimos analizar críticamente su discurso. Sin embargo, en un segundo análisis observamos que la construcción patriarcal y heteronormada también se encontraba presente en su enunciado. La diputada abre su discurso citando a Evita y de esta forma pudimos darnos cuenta que está inserta en una matriz con valores peronistas como la justicia social y una concepción de mundo.

En su discurso existen dos tipos de mujeres complementarias: por un lado la idea de una 'mujer empoderada' representada por la propia diputada, que es consciente de la existencia de una estructura patriarcal que oprime a las mujeres por su condición de género, que cuenta con información proveniente de la medicina occidental sobre las prácticas seguras en relación a métodos anticonceptivos y abortivos. Por el otro, una 'mujer víctima', que carece de las mismas posibilidades que la primera por varios motivos: su pertenencia socio-económica, su falta de acceso a la información y sus escasas posibilidades a decidir un plan de vida: cómo y cuándo maternar. Estos dos sujetos sociales se complementan en quien asiste y quien es asistido, en quien ayuda y quien necesita ser ayudado, en quien aboga por los derechos de los demás, y quien necesita de la voz de otros (les representantes) que se los hagan cumplir.

### Conclusiones

Concluimos que si bien está a favor del proyecto de ley IVE no aporta novedades a los sentidos en torno al aborto. Ella lo define como traumático, reproduciendo de esta manera

las concepciones conservadoras y la discursividad de quienes se pronuncian a favor alegando que esta práctica produce consecuencias irreversibles en las mujeres.

En el análisis llevado a cabo en dos de los cuatro discursos, evidenciamos que si bien todos los presentes estaban allí para discutir sobre el mismo proyecto, existen diversos ejes a partir de los cuales cada expositor ha hecho hincapié: salud pública, vida/muerte del feto/embrión/niño no nacido (sic)/etc., índice de mortalidad materna, rol del Estado, autonomía de la mujer, entre otros. Observamos que las posturas a favor y en contra, compartían un eje común de construcciones de sentido de mujer basadas en el sistema heteronormativo, que normalizan la concepción de la mujer-madre, naturalizan la crianza y el cuidado.

Si bien aún estamos trabajando sobre los discursos, creemos que la parte enriquecedora de este trabajo final de grado es intentar dilucidar las posibles relaciones entre el sistema patriarcal, las instituciones de corte tradicional y la administración de la vida y los cuerpos de las mujeres por parte de la burocracia estatal.

## Bibliografía

ANGENOT, M., (1998). *Interdiscursividades: de hegemonías y disidencias*, Córdoba, Argentina: Editorial Universidad Nacional de Córdoba.

\_\_\_\_\_ (2010). *El discurso social. Los límites de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI editores.

AMOSSY, R., (2000). *Por una retórica del dissensus: las funciones de la polémica*. En A. S. Montero (Ed.) *El análisis del discurso polémico. Disputas, querellas y controversias*. Buenos Aires: Promoteo.

ARNOUX, E., (2015). "La actualización del mensaje en la predicación cristiana: desplazamientos del discurso religioso al discurso político". Memorias del I Coloquio Internacional de Análisis de Discursos Contemporáneos: Desafíos y Perspectivas, Doctorado en Lenguaje y Cultura de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

CASTORIADIS, C., (1975). *La institución imaginaria de la sociedad II*. Buenos Aires: Tusquets.

CHARAUDEAU, P., (2009). *La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político. Haciendo discurso*. Homenaje a Adriana Bolívar, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela.

FEDERICI, S. (2010). *Calibán y la Bruja. Mujeres, cuerpo y acumulación originaria*. Madrid, España: Traficante de sueños.

FLORES, A. Carolina (2011). "Biopolítica y aborto. sobre lo que conserva el "niño por nacer"". En *Revista del CEHIM*. Nº 7.

FOUCAULT, M (2005). *Historia de la sexualidad. Volumen I: La voluntad de saber*. Buenos Aires: Editorial, Siglo XXI.

MARAFIOTI, R. (2007). *Parlamentos. Teoría de la argumentación y debate parlamentario*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

RAITER, A. (2009). "Hablo y entiendan. Creencias, presuposición e interdiscurso en los actos de Cristina Fernández de Kirchner". En *Oralia: Análisis del discurso oral*, No 12, pp. 73-96.

SEGATO, R. (2003). *Las Estructuras Elementales de la Violencia. Ensayos sobre género entre la antropología, el psicoanálisis y los Derechos Humanos*. Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina: Prometeo

\_\_\_\_\_ (2017). *La guerra contra las mujeres* (1ª edición). Madrid: Tinta Limón - Traficantes de sueños.

## **Paternidades en telenovelas argentinas: Estudio latinoamericano de televisión y construcción de subjetividades**

**Francisco Muñoz**

Facultad de Ciencias de la Comunicación — UNC

Para el presente trabajo se tendrá en cuenta como concepto sustantivo a desarrollar la paternidad y sus representaciones audiovisuales, en torno a las prácticas de cuidado y crianza, expuestos en los productos mediáticos de telenovelas argentinas. La importancia del mismo radica en hacer un acercamiento a la construcción de vivencias de la masculinidad dentro de programas emitidos en el canal Telefé. Podemos argumentar al respecto que la institución del 'ser varón', como tal, se encuentra en constante transformación y reflexión (Olavarría, 2003), por lo tanto, es sustantivo poder ver cómo en los medios masivos de comunicación se reflejan estos cambios. Entendemos que los receptores, como quienes se encargan de la producción del material audiovisual, están insertos en entramados sociales de múltiples y variables en cuanto a clase, género, etarios; entre otros, que generan repercusiones en mayor o menor medida en los comportamientos y actitudes del cotidiano y sobretodo en programas de televisión.

### **Trayectoria en la reducción del objeto de estudio**

La elección del tema de investigación tiene varios momentos hasta su última definición. Por lo tanto, abordaremos este proceso desde el principio: En primera instancia, el interés estaba depositado en el estudio de las nuevas masculinidades en entornos virtuales, específicamente de aplicaciones como Instagram y Facebook. A lo largo del proceso de trabajo final, siempre se mantuvo la afinidad con la masculinidad en sí, como temática nodal. Sin embargo, la utilización de aplicaciones sociales no permitía la reducción del objeto de estudio ni tampoco la posibilidad de encontrarnos con el sujeto de una forma directa o semejante. Los entornos virtuales entendidos como uno de los espacios de exposición y vínculos permiten dar con una forma de prácticas, que a la hora de estudiarlos, en la inmensa cantidad de usuarios de estas redes sociales no nos daba la eventualidad de poder dar con los 'nuevos' hombres. De este modo, una posible solución estaba en cambiar el enfoque del dónde queríamos dar con estas masculinidades y sus comportamientos.

A partir de los estudios por parte del proyecto 'Habitar, comer y jugar: experiencias de género y clase en la ciudad de Córdoba' (SECyT - UNC)<sup>[1]</sup>, las posibilidades epistemológicas del proyecto de investigación permitieron cambiar de perspectiva y establecer una reducción del objeto de estudio en cuestión. Ya que tanto las nuevas masculinidades como las redes sociales eran demasiado amplias para encontrar datos tan específicos. En este sentido, el enfoque cambió cuando apareció el concepto 'comensalidad' desde la nutrición y que opera desde las prácticas alrededor de la mesa entendiendo cómo nos sensibilizamos y afectamos a través de los sabores, experiencias y prácticas del comer. Por lo tanto, ¿Dónde se encuentran los padres en este proceso? ¿En las prácticas de crianza y de cuidado, cómo son los comportamientos de los padres con sus hijos? ¿Encontramos presencias o ausencias en la crianza de los hijos?

Por lo tanto, el interés de poder estudiar las masculinidades pudo encontrar un nuevo punto de vista más cercano a ser viable de ser analizado. Las paternidades, como tales, se aparecen/ausentan en todos los órdenes en las prácticas de crianza. Sin embargo, podemos hablar, también de afectividades, y cómo las masculinidades se manifiestan en la vida cotidiana con sus hijos. Nos proponemos encontrar en telenovelas argentinas una aproximación a la comprensión de cómo se han construido paternidades en las pantallas. Pensamos los productos televisivos como lugares de definición y construcción de sujetos y prácticas que pueden o no tener reflejos de situaciones de época. Para eso, los productos seleccionados son tiras televisivas diarias que han sido exitosas durante sus emisiones y, han permanecido al aire con grandes audiencias.

### **Estudios actuales de paternidad en América Latina**

Como ya advertimos a partir del nuevo milenio, las masculinidades manifiestan una crisis y se muestran en constante revisión y transformación (Olavarría, 2003). Las figuras instituidas en torno a la masculinidad, a partir de la sociedad industrial, y representadas en la división sexual del trabajo comienza a ser problematizada en las últimas décadas y se revisan formas de ser varón como 'proveedor', 'jefe de hogar' y figura de poder económico. El movimiento feminista en la actualidad y la independencia del colectivo de mujeres a partir de la avanzada en visibilidad y derechos adquiridos, también, allanan un camino donde las formas hegemónicas instituidas empiezan a ser criticadas. En este sentido, los estudios de paternidad desarrollados en los últimos años ponen de manifiesto cómo se encuentran estos varones frente a las tareas de cuidado, crianza y afectividades en relación a sus hijas e hijos. Como, además, se aprecia una transformación de las familias en nuevas redes y conformaciones no necesariamente ligadas a la forma

tradicional o tipo. El involucramiento de los estados en materia de la participación en políticas de salud destaca en casos como Chile o Brasil (Aguayo, 2016) y demuestran la importancia del proceso de revisión en las formas de ser varón. A partir de esta argumentación, nos compete preguntarnos ¿Cómo estas manifestaciones sociales se ven reflejadas en discursos audiovisuales masivos? ¿Son los varones padres representados en la ficción de formas diferentes a lo largo del tiempo? ¿Qué participación y presencias se pueden observar en los momentos de cuidado y crianza? El trabajo se propone abrir un horizonte de preguntas que nos sirvan a modo introductorio para poder entender las masculinidades paternas en la actualidad.

### ¿Por qué el uso de telenovelas argentinas?

La búsqueda en productos audiovisuales nacionales, en este caso ‘Grande Pá!’ (1991) y ‘100 días para enamorarse’ (2018) del canal Telefé, nos permiten revisar los constructos discursivos de las telenovelas, a lo largo de estas tres últimas décadas, a través de las formas de paternidad expuestas en pantalla. Consideramos a la televisión y la ficción como un medio de representación de nuestros comportamientos y realidades. A veces, erradas o estigmatizadas, pero modos de apropiación del mundo en el que vivimos al fin. Por lo tanto, una mirada a las formas de varón-padre en novelas semanales dan la posibilidad de mirar(nos), y, a la vez, rever(nos). En un momento, donde las masculinidades son examinadas; estudiarlas y comprenderlas cómo se visibilizan y construyen esos varones en medios masivos nos darán un inicio para encontrar un estado de situación.

### Bibliografía

AGUAYO, F., BARKER, G. y EKIMELMAN, E. (2016). “Paternidad y Cuidado en América Latina: Ausencias, Presencias y Transformaciones”, en *Masculinities and Social Change*, 5 (2), pp. 98-106.

OLAVARRÍA, J. (2003) “Los estudios sobre masculinidades en América Latina. Un punto de vista”. En *Anuario Social y Político de América Latina y el Caribe* Nro. 6, Flacso /Unesco / Nueva Sociedad, Caracas, pp. 91-98

## Notas

[1] El presente proyecto viene desarrollando, desde el año 2015, el estudio en una matriz interpretativa de abordaje interdisciplinario desde la comunicación, las ciencias de la nutrición y la antropología social. Tiene por análisis la conflictividad en relación al espacio, circulación y acceso a la alimentación a partir de algunas vivencias cotidianas de niños y niñas y sus grupos familiares a partir de las modalidades de comensalidad de niños/as a partir de políticas de alimentación impulsadas por el gobierno de la Provincia de Córdoba (Paicor) donde podemos observar y comprender disímiles experiencias alrededor de las prácticas de crianza.

## **Emergencias discursivas en los primeros años de la Alianza**

### **Cambiamos: Universidad Pública y Conectar Igualdad.**

**Débora Fernández y Victoria Maldonado**

Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales — UNC

#### **Resumen**

Este trabajo busca dar cuenta del recorrido realizado mediante un proyecto de investigación colectivo dirigido por la Dra. Eva Da Porta titulado Configuraciones discursivas en torno al Derecho a la Educación. Tensiones y disputas mediáticas en la Argentina contemporánea (2016-2018). El mismo se propuso analizar el discurso educativo mediatizado durante el primer año y medio de gobierno de la Alianza Cambiamos. Cabe mencionar que lo expuesto aquí si bien es parte de un trabajo colectivo, intentamos dar cuenta de nuestro recorrido en la investigación.

Nos propusimos analizar los procesos de mediatización social y la centralidad de los medios y tecnologías de la comunicación como "condición de posibilidad y existencia" de la discursividad social (Da Porta y Cianci, 2016). Es decir, identificar qué se dice en los medios, quien lo dice y como lo dice. Esto, en un intento de reconocer actores y enunciadores involucrados en lo que denominamos contextos de emergencia, disputas, tensiones y conflictividades en relación al derecho a la educación. Nuestro trabajo implicó un análisis de corpus de noticias, programas y publicaciones en redes sociales, desde la perspectiva del análisis discursivo, donde también se recuperaron elementos de la teoría de agenda setting y la teoría de Frame

Entendemos que lo social se construye discursivamente así como los discursos son productos de lo social, de ahí que recuperamos el concepto de discurso social de Marc Angenot, (1989, p. 13), así como su noción de hegemonía. Recuperamos también la noción de configuración discursiva (Mercedes Ruiz Muñoz, 2012) en tanto nos ayuda a identificar las tramas discursivas que se construyen en torno a los nodos temáticos, entendiendo a ésta como "un conjunto de elementos que van tomando diversas posiciones resultado de una práctica articuladora. Cada uno de esos elementos da sentido al punto nodal, según el modo en que cada actor signifique ese elemento" (Ruiz Muñoz, 2012, p.54). Así, las configuraciones discursivas no son finitas y por ello es un desafío identificar aquellos elementos que las componen para dar cuenta de cómo se construye la hegemonía discursiva en este caso y cuáles son aquellos discursos que ingresan al

espacio público mediatizado para afirmarla, tensionarla o contradecirla. Finalmente, entendemos estas configuraciones como una compleja red dialógica, en el que sentido en que lo hace Mijaíl Bajtín: “en la realidad, todo enunciado, aparte de su objeto, siempre contesta (en un sentido amplio) de una u otra manera a los enunciados ajenos que le preceden. (...) La actitud hacia el discurso ajeno difiere por principio de la actitud hacia el objeto, pero siempre aparece acompañando a este último. (...) el enunciado es un eslabón en la cadena de la comunicación discursiva y no puede ser separado de los eslabones anteriores que lo determinan por dentro y por fuera generando en él reacciones de respuesta y ecos dialógicos” (Bajtín, 1982)

En términos metodológicos, estructuramos un seguimiento de las noticias vinculadas a la educación más relevantes del período en cuestión y las denominamos “emergencias discursivas”. Así, reconstruimos una agenda temática identificando las siguientes emergencias discursivas: disputas en torno a la meritocracia y el emprendedorismo, la continuidad de programas socioeducativos, el reclamo docente y la realización de paritarias, los modelos en pugna sobre la educación universitaria y la evaluación y calidad educativa. En esta oportunidad nos detendremos solamente en los ejes sobre programas socioeducativos (específicamente el Programa Conectar Igualdad) y las disputas en torno a la universidad pública.

### **Los relatores de la embestida privatista a 100 años de la Reforma Universitaria**

En este caso identificamos aquellas articulaciones de sentido en torno a la temática universidad. Para ello, definimos el corpus con algunas notas y editoriales de los diarios La Nación, Clarín y Página 12, que discute con las primeras. El análisis reconoce una serie de pares dicotómicos que son presentados por los medios como antinomias y que dan cuenta de la lectura que hacen del modelo educativo universitario. Así, podemos identificar algunas como gratuidad y arancelamiento, igualdad y justicia, conflictividad política y compromiso docente, inversión y gasto, inclusión y eficacia, ideología y calidad. Sin embargo, para el análisis recuperamos aquella de gratuidad y arancelamiento debido a su complejidad y entendiendo que articula al resto de los pares identificados. En primer lugar cabe mencionar que en la mayoría de los casos las notas no se construyen a partir de un acontecimiento o hecho particular, sino desde editoriales del diario La Nación y Clarín. Se instalan y vuelven la temática universidad noticiable, por lo que entendemos estas decisiones en la línea de construir un camino, una antesala para la toma de decisiones con políticas públicas restrictivas en el campo de la universidad y educación pública. Entendemos que existe un contrato de lectura (Verón, 1985) que conforma

condiciones de aceptabilidad del discurso por parte del destinatario. Así, se establece un clima de complicidad inicial donde el lector de Página 12 acepta (y comparte con el enunciador) que el arancelamiento no implica un aumento de la igualdad. Del mismo modo que el lector del diario La Nación acepta dudar -junto con el enunciador del medio- sospechando que al finalizar la lectura de la nota, llegará a la conclusión que la gratuidad universitaria no es sinónimo de igualdad y que no vale la pena ir a la universidad dada su poca incidencia en el mundo del empleo. Damos cuenta en el análisis de una serie de significantes que se presentan como antagónicos a la gratuidad, tales como el arancelamiento, la igualdad, la búsqueda de empleo, el acceso a la universidad, entre otras. Antinomias que no son tales, sino que se construyen linealmente en el discurso como opositoras y excluyentes. Estos son algunos elementos que reconocemos en el análisis y que permiten concluir que desde los diarios de mayor tirada del país se cuestionan, no por haber acontecimientos sino por su línea editorial, elementos constitutivos de la universidad pública. Pilares fundamentales como lo es la gratuidad, por ejemplo, a través de la descalificación de lo público, su ineficacia, baja calidad, la poca tasa de egreso en relación a universidades privadas, entre otros elementos. Así, se insinúa copiar el modelo de universidad privada a partir de argumentos que lo valoran por considerar su administración eficiente, sus planes de estudio actualizados, sus docentes dóciles, sus carreras cortas, el porcentaje de egreso alto y la funcionalidad de los egresados para los empleadores (Clarín, 07/07/2016).

### **De la continuación declarada a la silenciosa desarticulación**

#### ***Noticias y Publicaciones sobre el Conectar Igualdad en el inicio del gobierno de Cambiemos: Caso Programa Conectar Igualdad***

El Programa Conectar Igualdad, entre muchos otros, son los que el gobierno de Cambiemos había prometido dar continuidad en su gestión. Una de las particularidades que hemos observado, análisis mediante, es la ausencia de anuncios por parte del gobierno de turno, en medios hegemónicos en relación al PCI. El gobierno se ve obligado a responder sin tomar la iniciativa discursiva. Tal es el caso de una situación emergente que detectamos mediante la denuncia de quien fuera el Coordinador del PCI, Javier Castrillo, de los despidos que se estaban produciendo en el Programa.

Se construye un fuerte desprestigio por parte del gobierno hacia los programas, trabajadores y políticas públicas llevadas a cabo durante la gestión del gobierno anterior. Y frente a ello, surgen discursos disidentes. En este grupo encontramos mayormente

noticias de Página 12 y algunos medios más pequeños en la órbita nacional y de Cba24n en el territorio provincial, así como publicaciones realizadas en redes sociales de los trabajadores del PCI que reclaman la continuidad de dicho programa y las garantías de sus condiciones laborales.

Mediante estas diversas perspectivas pudimos visibilizar en los medios de comunicación dos posturas totalmente antagónicas: una matriz privatizadora sobre la educación, por parte de los medios de corte dominante y hegemónico; y una matriz ideológica que tensiona con la anterior, y construye discursivamente a la educación como un derecho y responsabilidad del Estado.

### Referencias bibliográficas

ANGENOT, M. (2010). *El discurso social*. Buenos Aires: Edit. Siglo XXI.

BAJTÍN, M. (1982). "El problema de los géneros discursivos", en Bajtín, M. *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI. Pp. 248-293.

DA PORTA, E. y CIANCI, M. (2016). "Mediatización de los procesos de Privatización de -y en- la educación en América Latina y el Caribe: un estudio de los discursos mediáticos". *Revista Educ. Soc.* Nro. 134, Campinas, San Pablo. Pp. 35-54.

RUIZ MUÑOZ, M. M. (2012). "Derecho a la educación. política y configuración discursiva". *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. 17, núm. 52, enero-marzo, 2012, pp. 39-64. Distrito Federal, México.

VERÓN, E. (1971). "Ideología y semantización de la violencia política", VERÓN, E. y otros. *Lenguaje y comunicación social*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión. Pp. 133-191.

## Mesa 5 (b)

### “Estudios sobre medios, discursividades y prácticas periodísticas”

**Coordinadores:** Milva Natali Valor y Luis Salcedo Okuma

La Mesa 5B de las Jornadas de jóvenes investigadores en Comunicación, denominada “Estudios sobre medios, discursividades y prácticas periodísticas” contó con 11 expositores.

La temática predominante en la mesa fue el análisis de la materialidad discursiva en producciones mediáticas y de actores gubernamentales y la relación de los problemas planteados con las subjetividades y comunidades.

Los principales ejes que se desarrollaron en la mesa fueron:

- Análisis discursivo de producciones mediáticas, donde se plantearon distintos enfoques metodológicos como el Análisis Crítico del Discurso y el análisis sociosemiótico.
- Análisis sociosemiótico de discursos institucionales, en el cual se desarrollaron dos temáticas: una que trabajó los discursos del gobierno de Córdoba en torno a la noción de hábitat; y otra centrada en la violencia institucional en la cual coincidieron dos autores en el estudio del tratamiento mediático del caso Chocobar.
- Estudio de medios, tecnologías mediáticas, prácticas periodísticas y sus condiciones materiales e históricas de reproducción

Las propuestas y los diálogos posteriores a las exposiciones permitieron el abordaje de distintas problemáticas sobre producciones mediáticas en vinculación con sus condiciones materiales y políticas públicas que habilitan nuevas preguntas para el estudio de lo social desde su dimensión expresiva.

## **Conflicto, agenda mediática y baja de imputabilidad: el caso de “El Polaquito”**

**Paula Kassis**

Facultad de Psicología — UNC

**Judith Yurman**

Facultad de Ciencias Humanas — UNRC

### **Introducción**

Durante el año 2017, en distintas portadas de diarios nacionales, resonó la fotografía de un púber de doce años a partir de una entrevista realizada por Rolando Barbano, periodista que en ese momento realizaba informes para el programa “Periodismo Para Todos” (PPT), conducido por Jorge Lanata, en el canal “El trece”, que trasmite desde Capital Federal a todo el país. En uno de estos informes, se desarrolla un hecho delictivo sucedido en un jardín Maternal de Villa Caraza, en el partido de Lanús, conurbano bonaerense. Dicho acto delictivo tiene como principal sospechoso al “Polaquito”, apodo que se le asigna a un púber de doce años, quien presumiblemente habría participado o protagonizado el robo. Es necesario destacar -como parte importante del contexto de producción- que el tópico de la discusión, era la baja de edad de imputabilidad de los/as menores.

El objetivo de este escrito es dar cuenta de las construcciones de sentido que realizan el programa PPT a cargo del conductor Jorge Lanata, como también la resonancia de la noticia en la versión digital del diario Clarín. Para ello resulta pertinente retomar una categoría de análisis que designa un tipo de violencia específica denominada “abuso mediático” (Cilimbini, Remondino y Petit, 2018). Esta forma de violencia se produce, especialmente a partir de los discursos que difunden los medios de comunicación de manera reiterada, cuando los tratamientos de determinadas noticias recurren a la utilización de la estigmatización, la negativización de ciertas poblaciones, pueden tener el efecto de arrasar los sentidos de pertenencia de los sujetos a sus círculos sociales más cercanos. Además, podría incidir de manera conflictiva en la construcción a una determinada comunidad, en sus relaciones y lazos sociales y, finalmente, en sus individualidades.

Nuestra pregunta se centraría en cómo el «abuso mediático» opera en el discurso periodístico proponiendo significaciones negativas sobre los distintos actores sociales y

poblaciones, a partir de la reiteración de las noticias, instalando agendas y segmentando discursos. Estas significaciones, a fin de cuenta, actúan intentando sedimentar conceptos sobre algún aspecto, rasgo o característica, normalizando ciertas categorías de las personas y de las poblaciones.

Recurriendo a la desvalorización, a la negativización, y/o alternización y subalterización<sup>[1]</sup> mediante distintas operaciones discursivas que, junto al efecto de reiteración más o menos regular de la noticia, termina poniendo a circular sentidos recurrentes sobre poblaciones/sujetos deseables y poblaciones/sujetos indeseables

Para visibilizar el lugar central que poseen los medios de comunicación en la construcción de imágenes y en la instalación de temas, es que analizamos el tratamiento periodístico de este caso, que posteriormente quedó instalado en el debate público. A partir de esta visibilización, podemos inferir que los relatos mediáticos interfieren no solamente como un poder normalizador de las poblaciones sino también como referente de las individualidades, de las prácticas y de espacios de socialización.

### **Marco General de la Problemática**

Partimos del supuesto que la sociedad en general se encuentra inserta de un proceso de semiosis social (Verón, 1987), en donde los medios masivos de comunicación, ponen a circular ciertos sentidos hegemónicos con los que la población debe “lidiar”.

Resulta importante considerar que el programa “Periodismo Para Todos” (PPT), conducido por Jorge Lanata, durante su transmisión ha alcanzado y mantenido altos puntos de rating en todas sus emisiones. PPT salió al aire por primera vez el 15 de abril de 2012 por el canal “El Trece”, obteniendo muchas temporadas posteriores debido a los grandes puntajes de rating. La última temporada (sexta) se emitió desde el mes de julio al mes de noviembre del año 2017. Además, a partir de los premios recibidos (ha ganado más de 15 premios Martín Fierro y 10 premios Tato) ha adquirido cierta legitimidad en el ámbito televisivo. Es posible afirmar entonces, que PPT fue uno de los programas más vistos de la televisión argentina durante los años que se transmitió y tiene, por ende, un rol protagónico en la construcción de imágenes y en la capacidad para “fijar agenda” (McCombs y Shaw, 1972) sobre los temas importantes que hacen a la actualidad noticiosa.

La emisión del programa PPT del día 16 de julio de 2017- y su posterior amplificación a través de las portadas de distintos diarios nacionales en versión digital como también de

la plataforma online Youtube, pone de manifiesto lo antes descrito: la capacidad de los medios, no solo de instalar temas sino también, de crear significaciones sobre determinadas poblaciones.

Desde el inicio del informe, El Polaquito es caracterizado como una amenaza: el relato es construido desde la desvalorización y la negativización del niño acompañada por la construcción audiovisual apoyada en zócalos que condensan ideas: “La banda de ‘El Polaquito’: un nene de 12 años que aterroriza al barrio”. Las operaciones de espectacularización y magnificación se amplían para abarcar a distintas relaciones dentro del barrio, donde el tratamiento periodístico, se aísla y desliga del tejido social a los causantes del daño, concretizándolo en un juego de oposiciones entre los distintos miembros de la comunidad.

La cobertura realizada por el diario Clarín en su versión digital también promueve este tratamiento de la noticia, alentando a la sedimentación de nociones, rasgos o categorías de determinadas poblaciones. Algunos de los títulos que utilizaba la versión online de Clarín fueron: “El Polaquito: la historia estremecedora de un nene de 12 años que dice que mato y robo” (16/07/2017), “‘Peti’ y ‘Turrón’ los ídolos del ‘El Polaquito’, el chico de 12 años que confiesa robos y crímenes” (17/07/2017), “Por el efecto Polaquito, el gobierno aplaza la Ley para bajar la imputabilidad” (20/07/2017), entre otros.

El tratamiento de esta noticia a partir de las distintas operaciones antes mencionadas, posibilita el tratamiento de la baja de edad de imputabilidad a través del juego de oposiciones. De esta manera, esta narrativa facilita que las audiencias localicen el mal en otra persona (mecanismos de proyección) posicionando a un adolescente de doce años como un adulto delincuente, despojándolo de su pubertad y potenciando el debate en el espacio público sobre la baja de edad de imputabilidad de los menores.

### Marco referencial

A partir de distintas estrategias y operaciones discursivas utilizadas la emisión del programa PPT analizado, el púber pasa a convertirse en un adulto delincuente y el informe será leído en esa clave; a partir de una identidad asignada previamente y desde la cual “El Polaquito” brinda su testimonio auto incriminatorio (Tabachnik, 1997). Esta identidad asignada previamente, es la de un púber adultizado referente de una “cultura chorra”, el cual será el tópico que los periodistas del programa van a anunciar al universo cultural del cual forma parte el joven. Está construcción de la vida del púber instala el eje de discusión en el programa: “¿qué se hace con un pibe como El Polaquito ahora? pregunta

Lanata. Este interrogante interpela no solo a los panelistas sino también a la audiencia. Los miembros del programa, agregan a la pregunta del conductor: “ese pibe a los 12 años está suelto porque la ley dice que no puede ir preso”. Estas afirmaciones posibilitan que, a partir del discurso mediático, se sedimenten sentidos propios de conflictividades en la vida social, como es, en este caso, la discusión de la baja en la edad de imputabilidad.

Tal como explica Saintout (2012), los medios construyen un relato acerca de los jóvenes de los sectores populares como aquellos que nada tienen que perder y por lo tanto son incontrolablemente peligrosos. Su peligrosidad les quita infancia, les quita juventud. No son niños, sino delincuentes. Así, se hace evidente como la construcción de los mensajes que los medios emiten sobre determinados sectores poblacionales, buscan por medio de la repetición y redundancia, amplificar rasgos negativos y estereotipados.

En una serie de operaciones discursivas, eslabonan: El Polaquito está arruinado, no puede ser rescatado y, por lo tanto, debería ser extirpado del espacio público. El debate sobre la baja de edad de imputabilidad, gana espacio en la discusión pública.

### Interrogantes a seguir investigando

Queda abierto el interrogante sobre la incidencia de los discursos de los MMC no solamente como reproductores de las violencias que denuncian, sino que, en su accionar, también generan violencias por medio de la victimización, la subalternización, la invisibilización, estigmatización y el refuerzo de estereotipos preexistentes.

Las evidencias recolectadas a través del análisis de textos anuncian el supuesto compartido de que el discurso mediático ejerce su poder de agencia sobre poblaciones y sujetos, sobre las políticas públicas que habilita y sobre la *doxa* social que ponen a andar. Se expresa la preocupación común por el poder de los discursos mediáticos en la configuración subjetividades y de los lazos sociales como así también en la observación de cómo ciertas gramáticas comunes se enuncian con una asociación naturalizada entre violencia y pobreza, o entre pobreza y delito.

Se sostiene que este tipo de abuso opera a través del discurso informativo de los medios de comunicación con un poder epistémico para hacer conocer poblaciones por características con valoraciones negativas. Al hacerlo, podrían contribuir a crear barreras simbólicas entre poblaciones, sectores sociales y sujetos en el seno de los discursos sociales. Ese poder de nombrar y clasificar dificultaría la posibilidad de lazo social en los sujetos y grupos poblacionales objetos de abuso, creando o aumentando malestares

preexistentes, vulnerando sentidos de pertenencia, violentando vínculos, etc. Operaría entonces no solamente con potestad normativadora de las poblaciones, sino también como regulador de subjetividades, de prácticas, espacios de hábitat y circulación, entre otros.

## Bibliografía

CILIMBINI, A., REMONDINO, G., PETIT, C. (2018). *Abuso mediático: los rostros de las violencias en los medios y producción de subjetividades*. Córdoba, Argentina: Ed. Brujas.

CILIMBINI, A. (2009). *La agenda de los medios de comunicación y la construcción de ciudadanía” en Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones*. Córdoba: Ed. Brujas.

MC COMBS, M. y SHAW, D (1972). “The Agenda-Setting function of mass media” en *Public Opinion Quarterly*, Volume 36, Issue 2, Pp. 176-187.

SAINTOUT, F. (2012). “Medios y juventud” *Cuadernos del Inadi* N°6. Disponible en: <http://cuadernos.inadi.gob.ar/numero-06/medios-y-juventud/>

TABACHNIK, S. (1997). *Voces sin nombre*. Dirección Córdoba: General de Publicaciones, UNC.

VERÓN, E. (1987). *La Semiosis Social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Ed. Gedisa.

## Notas

[1] Al referir a estas formas “negativizantes” de sujetos y poblaciones adscribimos a las epistemologías críticas que acusan el hecho de concebirlos dentro de las epistemes del “otro” o de cualquier “subcategorización”. En este escrito referimos a las subalteridades dentro de la propuesta teórica del concepto de “abuso mediático” (Cilimbini, Remondino y Petit, 2018). En el caso de análisis, las consideramos metodológicamente dentro de un corpus discursivo concreto en el que se analizan las operaciones discursivas que determinan las relaciones de “otredad” en relación a sujetos o poblaciones deseados.

## **Construir para deconstruir. Aproximaciones a la invención del concepto de hábitat.**

**María Inés Sesma**

CIECS, CONICET y FCS -UNC

Facultad de Ciencias de la Comunicación -UNC.

### **Introducción**

El artículo propone analizar desde una mirada crítica la manera en la que ha sido construida discursivamente la noción de hábitat. Tomando como punto de partida las definiciones esbozadas por los Organismos Internacionales de Desarrollo sobre este concepto, se mostrará cómo esta construcción ha impactado en las políticas públicas de hábitat. Para ello, nos serviremos de dos perspectivas teóricas. La perspectiva decolonial nos dará claves para mirar el concepto de hábitat configurado en íntima relación con la noción de desarrollo, atendiendo a una lógica de dominación propia del sistema moderno/colonial. Por su parte, el análisis de discurso desde la perspectiva de Michel Foucault, nos permitirá distinguir cuáles son las relaciones de poder y saber que reproducen nociones como discurso de verdad (Foucault, 2008). Ambas, constituyen el marco teórico metodológico a partir del cual se analiza el caso específico del Plan de Sustitución de Viviendas y Erradicación del Mal de Chagas promovido por el Gobierno de la Provincia de Córdoba.

### **La invención del hábitat**

Según la perspectiva decolonial, modernidad y colonialidad son procesos mutuamente constitutivos, es decir, son “dos caras de una misma moneda” (Grosfoguel, 2007, p. 27). Para imponerse, la modernidad europea definió a todo lo que no se correspondía con sus principios fundamentales como lo no-moderno, inventando así su exterioridad constitutiva: sin aquello definido como *no-moderno* no podría existir lo *moderno*.

Escobar propone pensar al proyecto del desarrollo “como una mutación específica de la modernidad” (Escobar, 2007, p. 32). Luego de la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos logró consolidar una posición de fortaleza en el escenario global. Desde esa posición hegemónica comenzó a crear las condiciones de posibilidad tendientes a instituir a nivel mundial el proyecto del desarrollo, cuya promesa era que “el sueño americano de paz y abundancia podría extenderse a todos los pueblos del planeta” (Escobar, 2007, p. 19).

Los discursos que ubicaban al desarrollo como único camino posible, se constituyeron en una estrategia fundamental de configuración de las prácticas sociales (Foucault, 2007). En este contexto, organismos internacionales como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y la Organización de las Naciones Unidas, funcionaron como focos de poder propagadores de estos discursos. El papel de los organismos internacionales fue clave para instaurar en la sociedad un “régimen de verdad” (Foucault, 2007) mediante el establecimiento de regularidades discursivas amparadas en su legitimidad como sujetos de enunciación.

En este marco, el hábitat se constituyó como concepto discursivo dentro del campo de enunciación de los asentamientos humanos. Si bien no hay consenso respecto a cuándo fue que el término “hábitat” cruzó las fronteras de la ecología para aterrizar en las ciencias sociales, existe una amplia aceptación de que la Conferencia de las Naciones Unidas sobre los Asentamientos Humanos (realizada en 1976 y denominada Hábitat I) constituyó un punto de inflexión. A partir de allí y hasta nuestros días, se crearon las condiciones para el despliegue de toda una red de ideas en torno al hábitat, que tuvo a lo urbano como centralidad en detrimento de lo rural. Esta red de ideas, se propagó rápidamente a los países del “tercer mundo”, impactando profundamente en la definición de políticas públicas de hábitat.

### Aproximaciones al análisis del caso

Las políticas públicas de hábitat diseñadas en nuestro país, no escapan al derrotero histórico planteado anteriormente. De esta manera, podemos ver cómo éstas se configuran en relación con definiciones hegemónicas de hábitat. Un ejemplo de esto lo representa el Plan de Sustitución de Viviendas y Erradicación del Mal de Chagas<sup>[1]</sup>. El Plan de Erradicación de Viviendas Rancho, se sustenta sobre algunos enunciados recurrentes que son interesantes de analizar. Tomando como corpus de análisis, distintos materiales informativos divulgados por el propio gobierno provincial, surge un aspecto en el discurso oficial que lo atraviesa constantemente que se puede definir como el horizonte ético de la propuesta el cual se centra en valores como la dignidad, la honestidad, el esfuerzo, la solidaridad y el trabajo. Este concepto organiza todo el discurso, orientando el proceso territorial a ese punto. De esta manera, se advierte una lectura atenta de la problemática de la región del noroeste y los valores que guían la intención de solucionarla. Sin embargo, en lo que respecta específicamente al reemplazo de la vivienda rancho, la intervención se reduce eminentemente al plano material, invisibilizando de esta forma los saberes constructivos locales para ser reemplazados por otros que tienen como

resultado viviendas realizadas con materiales industrializados, convirtiéndose esto en la respuesta superadora de la precariedad de las casas rancho.

Esto muestra cómo tanto los discursos como las acciones del Plan configuran una imagen sobre el hábitat rural, al tiempo que dicta las soluciones para que esa forma de habitar sea modificada o tomando las propias palabras del discurso oficial “erradicada”. Ahora bien, ¿cuáles son los focos de poder que están operando en este caso y que distribuyen, ordenan, controlan, administran, normalizan a los discursos? Si observamos con atención, todos los discursos y las acciones del Plan se asientan en el metarrelato de la modernidad inscrito en la idea de desarrollo y progreso. De allí, podemos pensar que esto crea las condiciones de posibilidad para que estos discursos salgan a la luz.

Así, una de las premisas en las que se asienta la acción del Estado es la de impulsar por medio de esta erradicación, el progreso de este sector de la población históricamente relegado. En ese punto, opera una noción de desarrollo, como uno de los relatos propios de la modernidad, en cuyo seno se legitiman instituciones y prácticas. Arturo Escobar (2007), dice que a partir de la consolidación del capitalismo se produce un discurso sobre la pobreza que, transformando simbólicamente a los sectores pobres en sectores susceptibles de recibir asistencia, se genera el escenario para justificar las prácticas intervencionistas y sus correlativos mecanismos de control, lo cual parece indicar que los únicos capaces de resolver el problema de la pobreza son aquellos que no la padecen. A partir de este escenario, se fue constituyendo un orden político que establece diferencias, plantea límites y propone acciones tendientes a la “erradicación” de la pobreza por medio del desarrollo (Escobar, 2007). De esta forma, el sistema de representación que sustenta el discurso acerca del desarrollo, aunque plantea metas de orden humanitario y de solidaridad, en la práctica implica nuevas estrategias de control sobre las personas, los saberes y sus recursos.

## Conclusiones

Tomando a los discursos como acontecimientos singulares mediante los cuales se configura la realidad, nos aventuramos al propósito de identificar a través del análisis discursivo del Plan de Erradicación de Ranchos, cuáles son los focos de poder que construyen estos discursos y mediante qué mecanismos ocurre esto. A partir de esto, pudimos concluir que el proyecto de modernidad/colonialidad sentó las bases fundantes que dieron lugar más tarde al concepto de desarrollo. En este marco, se crearon instituciones que funcionaron como focos de poder productores de discursos

hegemónicos dando lugar a la construcción de una noción de hábitat con importantes tintes dominantes que trajo como resultado, entre otras cosas, una concepción dicotómica entre el hábitat rural como lo atrasado, lo precario, lo viejo en contraposición a una concepción de hábitat urbano representado como lo moderno, lo avanzado, lo nuevo. Esta lógica de representación dicotómica sobre las formas de habitar, se ve reflejada en el diseño del Plan de Erradicación de Ranchos y su consecuente implementación.

En este sentido, el propósito es destacar la importancia de recuperar los saberes locales en las instancias de diseño e implementación de políticas públicas. Para ello, es importante propiciar un diálogo interactoral, donde se recuperen saberes y experiencias invisibilizadas, a fin de definir aquellas acciones estatales que incidan en el hábitat rural de una manera integral.

### **Bibliografía**

CASTRO-GÓMEZ, S. y GROSFOGUEL, R. (comp.) (2007). *El Giro Decolonial*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.

DELEUZE, G. (2013). *El Saber. Curso sobre Foucault*. Tomo I. Buenos Aires: Editorial Cactus.

\_\_\_\_\_ (2014). *El Poder. Curso sobre Foucault. Tomo II*. Buenos Aires: Editorial Cactus.

ESCOBAR, A. (2007). *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Caracas: Fundación Editorial el perro y la rana.

FOUCAULT, M. (2007). *La arqueología del saber*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.

### **Notas**

[1] Este plan es una de las líneas de acción pertenecientes al Programa de Desarrollo del Noroeste Córdoba (PDNC). Con este nombre se denomina a un conjunto de acciones llevadas a cabo por el Gobierno de la Provincia de Córdoba desde el año 2000. Éstas son abordadas desde distintas reparticiones del Estado que tienen impacto en el ámbito rural de la provincia y están destinadas a atender diversos planos tales como la construcción de nuevas viviendas en reemplazo a las ya existentes.



## Neoliberalismo *snuff*. Escenas de crueldad y castigo en el caso Chocobar.

**Pablo Daniel Sánchez Ceci**

Becario de Iniciación Científica SECyT- FCC. UNC

### Introducción

Este trabajo es parte de un trabajo de investigación más abarcador en el cual analizó la emergencia y la configuración de discursos audiovisuales (en distintas materialidades significantes) en relación a distintas manifestaciones de violencia social en el contexto de la reciente hegemonía neoliberal en Argentina. El objetivo de los avances aquí presentados consiste en identificar la modalidad de construcción discursiva de los marcos que regulan una distribución diferencial de la vulnerabilidad de los cuerpos que establece vidas vivibles/vidas precarias (Butler, 2006) y políticas del miedo como única forma de pasión en una hegemonía pospolítica (Žižek, 2009).

En una economía discursiva donde se establecen dominancias y resistencias en una cierta topografía de la división del trabajo discursivo (Angenot, 2010) queda repartido lo visible de lo invisible, lo legítimo de lo que no lo es. Se trata de indagar aquí las construcciones de sujetos (alteridades ejecutables), espacios (la ciudad) y el tiempo (del valor, la justicia, la vida y la muerte) que construyen sensibilidades y estéticas de lo representado. ¿Bajo qué marcos de lo humano se constituyen los personajes de estas escenas?, ¿Con qué orden de lo sensible son solidarias estas escenas?, ¿Qué sentidos son asociados al espacio de la ciudad y lo público?

En tanto régimen discursivo el neoliberalismo es proclive a configurar ciertas vidas y cuerpos como “precarios” (Butler, 2006), la circulación de imágenes mediáticas violentas se vincula con las nuevas condiciones de precarización general que caracterizan a la gestión neoliberal (Lorey, 2016) y a una gubernamentalidad necropolítica (Mbembe, 2011) emergente.

A nivel metodológico entendemos el corpus como un conjunto de fragmentos recortados de una semiosis social y puestos en vinculación con sus condiciones de producción. El análisis de esta materialidad significativa, de condición fundamentalmente icónica, se realizará en base a las categorías de Marc Angenot referidas a los componentes de la hegemonía, principalmente egocentrismo, etnocentrismo, tópica, visión de mundo,

dominante de pathos, fetiches y tabúes (Angenot, 2010).

El video analizado fue realizado por una de las cámaras del domo de seguridad municipal de CABA. Posteriormente estas imágenes fueron objeto de múltiples operaciones de montaje y posproducción en la prensa. Luis Chocobar, miembro de la policía local de Avellaneda, estaba de civil cuando intervino para socorrer a un turista estadounidense que había sido asaltado y apuñalado en el barrio La Boca. Como resultado de su intervención el policía efectuó disparos que luego terminarían con la vida de Juan Pablo Kukok. Chocobar terminó siendo procesado y embargado, acusado de “homicidio agravado por la utilización de un arma de fuego en exceso en el cumplimiento de un deber”. El 1ero de febrero de 2018 el presidente Mauricio Macri difunde en sus redes sociales imágenes de un encuentro con el policía para “ofrecerle su apoyo”.

### **El ojo de la cámara como vigilancia y castigo**

Si hiciéramos una genealogía de las cámaras (desde las formas rudimentarias de la fotografía a la proliferación de smartphones y drones) veríamos un gran campo de relaciones con la vigilancia y el régimen ocular característico y necesario para el funcionamiento de cada uno de sus dispositivos. Dentro de las políticas de seguridad contemporáneas la instalación de cámaras de seguridad es una de las prácticas más extendidas en distintas ciudades del mundo. Estas funcionan como dispositivo óptico en el entramado urbano para funcionar al servicio de la vigilancia y el ejercicio del poder, pero también funciona como régimen discursivo. No son pocas las grabaciones de estas cámaras que rompen su circulación “privada” para aparecer en registros públicos como los de los medios de comunicación. Siempre como un fragmento producto de un montaje es que los registros de las cámaras de video-vigilancia pueden circular como componente audiovisual en el discurso periodístico.

La gubernamentalidad necropolítica se caracteriza así por la dinámica de la fragmentación territorial, el acceso prohibido a ciertas zonas y la expansión de las colonias (Mbembe, 2011). Colonia en este sentido hace referencia a una arquitectura específica de lo visual. La “ocupación colonial contemporánea, la vigilancia está orientada tanta hacia el exterior como hacia el interior; el ojo actúa como un arma y viceversa” (Mbembe, 2011, p. 49). Entonces el necropoder opera como una forma de terror. En regímenes pospolítico (auto-ubicados por fuera de lo ideológico o lo político) la única pasión política susceptible hacer excitada es el miedo (Žižek, 2009). En este sentido es extensa la literatura de estudios sobre el miedo en las ciudades latinoamericanas en

contexto de las políticas neoliberales.

¿Qué clase de ojo es el que mira la escena es testigo, voyeur, o arma? De alguna manera recuerda al ojo del reality al estilo Big Brother como lo es el programa Policías en Acción (2013-2018). Andacht (2016) identifica como propio del género reality la producción de signos mudos e involuntarios (una especie de “sudor semiótico”) producidos por los cuerpos representados de fuerte naturaleza indicial, esto que él llama “index appeal mediático” habita no solo el reality si no también diversas esferas de la producción discursiva en el terreno de lo político y lo periodístico.

Estas cámaras funcionan como “marcos que asignan la reconocibilidad a ciertas figuras de lo humano están asociados a más normas más amplias que determinan cuál será y cuál no será una vida digna de duelo” (2010, p.96). El marco es algo activo que delimita, incluye y descarta. Las imágenes construyen interpretaciones, ya que estructura la manera en que se registra a realidad.

### **El neoliberalismo como representación *snuff***

Lo *snuff* como lo entiende Preciado se opone a la simulación y a la mimesis de lo representado, es “exterminación por y para la representación” (2008, p. 244). Como régimen discursivo el neoliberalismo como orden político hegemónico se caracteriza por procesos desubjetivantes, en un doble movimiento de exterminio y extractivismo subjetivo. Lo *snuff* es parte esencial del discurso y la estética neoliberal. En sus imágenes los cuerpos sangran significantes a la manera que Andacht (2016) identifica la proliferación del index appeal con signos indiciales que rompen una temporalidad cotidiana de flujo monótono, que irrumpen de manera irreversible. El “sudar semiótico” de la representación *snuff* que se trasladó del reality al resto de la producción audiovisual mediática se ha vuelto un componente central del discurso social actual.

El video en el que Chocobar mata a Kukok forma parte de una larga historia de exhibición pública de los suplicios -del circo romano a los videos de narcos o grupos terroristas como ISIS en la prensa internacional- en la que el cuerpo castigado funciona como signo a partir de establecer una serie de equivalencias. Quedando afectados así todos los posibles castigados. El castigo espectacular es el ladrillo que arma las fronteras de lo humano y lo vivible. En la breve escena de castigo se asocian un cuerpo, un espacio, un tiempo, una forma de matar. La ciudad no es una zona neutral, es una zona donde la guerra está en operación, circular sus calles desafía la distribución territorial que ejerce el necro poder (Mbembe, 2011).

Si bien puede considerarse que en la modernidad occidental la muerte es un tabú, las representaciones de asesinatos por accionar judicial o policial no lo son. Y particularmente en la actualidad constituyen un fetiche. Bajo esta macabra oposición se representan las alteridades que no son dignas de vivir ni de ser lamentadas por la comunidad. En este tipo de discursos se edifica un etnocentrismo y un pathos desde donde se forma lo común, en el neoliberalismo la estructura de lo común se da por el miedo. Las tópicos del suplicio invocan a visiones del mundo donde ciertos cuerpos están bajo amenaza. De alguna manera lo snuff en el neoliberalismo es un signo que recuerda la presencia nunca acabada de una guerra en el fondo constitutivo de lo social.

### **Bibliografía**

ANDACHT, F. (2016). "Sobre el inesperado desembarco indicial del Reality Show en el siglo 21". En *Espacio Abierto*, 25, (4). pp. 239-252.

ANGENOT, M. (2010). *El discurso social. Los límites de lo pensable y lo decible*, Buenos Aires: Siglo XXI.

BUTLER, J. (2006). *Vida precaria: el poder del duelo y la violencia*. Buenos Aires. Paidós.

\_\_\_\_\_ (2010). *Marcos de guerra, las vidas lloradas*. México: Paidós.

LOREY, I. (2016). *Estado de inseguridad, gobernar la precariedad*. Madrid: Traficantes de sueños.

PRECIADO, B. (2008). *Testo yonqui*. España: Espasa Calpe.

MBEMBE, A. (2011). *Necropolítica seguido de: Sobre el gobierno privado indirecto*. España: Melusina.

ŽIŽEK, S. (2009). *Sobre la violencia: Seis reflexiones marginales*. Barcelona: Paidós.

## **Prácticas periodísticas y sistema mediático villamariense desde un enfoque histórico**

**José Luis Glanzzmann y Adrián Jesús Romero**

Universidad Nacional de Villa María

### **Introducción**

El escrito reseña la irrupción de las radios de frecuencia modulada en el sistema mediático y describe las prácticas periodísticas implicadas en la producción de noticias a fines del siglo XX en Villa María. Resulta de una indagación que tuvo como objetivos historizar la incidencia de las FM en el proceso de mediatización en la región e identificar los cambios en las rutinas productivas con el cambio tecnológico. La metodología comprendió un enfoque cualitativo que articuló con los estudios sobre el periodismo, la sociología de la comunicación y la historia oral. Los datos surgieron de las narraciones realizadas por seis periodistas locales sobre su historia de vida en los medios.

El trabajo deriva de las actividades ejecutadas en el espacio curricular “Introducción al Periodismo” de la UNVM durante el año 2018. Los autores también estudian el periodismo local desde el proyecto de investigación “Capitalismo, hegemonía y mediatización social en la provincia de Córdoba (2015-2019)”.

### **La irrupción de las FM**

Radio Villa María es la estación de AM fundada en 1973 cuyo monopolio en la radiofonía local rompieron las FM. La tecnología de frecuencia abarató los costos del equipamiento y ofrecía el sonido estereofónico en la recepción como ventaja. En una dimensión general, ello inspiró la proliferación de emisoras que se inscribieron en una línea de radios alternativas para habilitar la voz de sectores postergados por fuera de las lógicas del mercado. En el caso local la experiencia fue diferente.

Radio Río fue la primera emisora que, en el año 1988 y desde Villa Nueva, apareció ampliando las posibilidades de expresión radiofónica sin relegar el perfil comercial.

Fueron sus propietarios Eduardo Rodríguez y Ramón Campodónico, ambos sin experiencia en el campo de la radiodifusión. Adoptó el clásico estilo de radio generalista con una extensa y variada programación que incluyó segmentos periodísticos. Por haber consistido en la posibilidad inaugural de ejercer el oficio para muchos periodistas es

considerada “La escolita”. Tuvo un perfil comercial, al igual que FM Record, considerada “hija” de la AM Radio Villa María por compartir propietario y locación. La Record se inscribió desde el origen en un formato que privilegió la emisión de música moderna, preferentemente pop, y redujo la intervención de las palabras, tal el estilo hegemonizado por las FM porteñas.

A partir de allí, distintos comerciantes, locutores y aficionados comenzaron a abrir sus propias radios en ambas ciudades del centro geográfico del país. Richard Coniglio puso al aire FM Paradise tiempo después del nacimiento de Radio Río. El locutor Edgardo Munch decidió abandonar la Río y abrió su propia radio en Villa María a la que denominó FM Centro. El relator de fútbol que también pasó por Radio Río, Miguel Ángel Juan, creó la FM Sport. De perfil generalista en los contenidos fue mutando a una programación específica de deportes que incluyó transmisiones de partidos en distintas ligas. Radio Líder fue creada por el locutor Omar Fulgenzi con un fuerte perfil de emisora popular. La difusión de música de cuartetos y la realización de campañas solidarias contribuyeron a que consiguiera elevados niveles de audiencia y popularidad.

FM Memory tuvo un origen asociado a la retacería denominada “Los trapos locos” propiedad de Alejandra Ferrero. La FM Donald era propiedad de una empresa de remises homónima. FM Villa Nueva nació con el propósito de difundir música folclórica. Su propietario, Ricardo Ketsly, alternaba el micrófono con locutores y periodistas que incluían servicios informativos. FM Top y Radio Neo son otras emisoras que aparecen en el recuerdo de los periodistas. La primera nació en el año 2006 y consiguió su licencia en el 2018. La otra transmitió de 2009 a 2011 y sus equipos y frecuencia terminaron en la emisora de la Universidad Nacional de Villa María.

### **Todo cambia: el circuito de la noticia se amplía**

En relación al trabajo en los años ‘90, los periodistas mencionaron el “rol multitarea” que caracteriza desde entonces a la actividad y que implica desempeñarse como redactor, locutor, movilero y telefonista.

Otro de los aspectos relatados tuvo que ver con la cantidad del personal en los medios. Surgió como ejemplo el diario Puntal Villa María, que contaba en aquellos años con más de 15 trabajadores especializados y hoy sólo con 8 trabajadores permanentes. El presente implica un ejercicio más individual de la profesión.

Los vínculos solidarios para cubrir las notas o compartir información y noticias, también fue destacado. Incluso, en algunos de los casos comentaron sobre las iniciativas de trabajo asociativos para la producción de las noticias.

Respecto del salto tecnológico y sus efectos en la producción de noticias, los periodistas locales ejemplifican en la práctica que a principio del año 2000 incluía asistir a los “ciber café” para enviar notas. En el presente, el teléfono celular, constituye la herramienta central de desempeño y de trabajo multitareas.

Esta modificación representa hoy un desafío de alcance inusitado para el campo periodístico. Como plantea Ignacio Ramonet (2011) la propia práctica periodística debe ser reconstruida y reinventada. En el siglo XX, los periodistas tenían el monopolio de la palabra, llegaban antes a ciertos acontecimientos, contaban con el acceso exclusivo a fuentes de información. Por el contrario, en la actualidad, se amplían los focos de difusión de datos, informaciones, rumores, etc., desde las redes sociales, sea en las cuentas de las personas públicas, ciudadanos y colegas.

También, algunos trabajadores de los medios, han revalorizado la noción añeja de “pisar el barro” para meterse a fondo en cuestiones que de otra manera no se podrían asimilar con suficiencia. Podríamos encuadrar esas apreciaciones con el particular contexto actual, en donde el rol del periodista, por efecto de la tecnología digital, se desdibuja (El Jaber, 2010). Y en esta línea el usuario adquiere un rol preponderante, revitalizado. Nos referimos a un escenario actual que está desafiando de manera radical a la estructura más añeja de los medios tradicionales. Al respecto, Gastón Roitberg afirma: “ya no estamos en presencia de los eslabones finales de la cadena de consumo de contenido, sino de una gran mayoría que consume, reelabora, crea, participa y genera contenido que a la vez es atrapado por otros receptores participativos para comenzar nuevamente el ciclo productivo” (Roitberg, 128).

Y retomando en la escena local, dos periodistas concuerdan en describir al momento actual como de cierto deterioro del oficio. Esto, en referencia a las condiciones laborales complejas con despidos en los grandes medios, nuevos desafíos en torno a la competencia con plataformas digitales de difusión de contenidos, hasta el impacto de las llamadas fake news.

La tecnología digital facilitó la labor periodística en los últimos tiempos. Sin embargo, problematiza aspectos concernientes a la forma de construcción de las noticias y los criterios que prevalecen hoy. Por su parte, otro de los periodistas expresa que en lugar de contar los que los otros cuentan, sin la incidencia de las redes sociales, a fines del siglo

pasado ellos “producían lo que hacían” y con un sello netamente local. Hablar de una sociedad del infoentretenimiento quizás sea una manera de caracterizar esta etapa sociocultural contemporánea, en la que la oferta noticiosa resulta un cóctel de información y entretenimiento, como asevera Martini (2017).

### Resultados alcanzados

El relato de los periodistas permitió registrar que la flexibilización de la relación laboral en los medios y la novedad tecnológica de la transmisión en frecuencia modulada de la radiofonía configuraron un modo de ejercicio del periodismo para quienes transitaban una etapa inicial en ese trabajo.

Esas estaciones de radio de bajo costo, que corrían al costado del marco legal, fueron para algunos las instancias de formación en un oficio para el que, no todos, se habían preparado en las unidades académicas.

Las prácticas implicadas en la búsqueda de informaciones, datos, testimonios, además de las que correspondían a la producción y publicación de las noticias, quedaban ajustadas a una tecnología hoy considerada obsoleta y precaria.

Los periodistas advierten los desafíos que plantea cierta pérdida del monopolio en el manejo y publicación de las informaciones frente a las redes sociales. Esta situación los mueve a poner en valor posicionamientos éticos y ejercer una defensa de las prácticas validadas para la obtención de datos y la producción de noticias.

### Bibliografía

EL JABER, G. (2010). “Periodismo en tiempos digitales: de la crisis de los modelos tradicionales a los emergentes”. En LUCHESSI, L. *Nuevos escenarios detrás de las noticias*. Agendas, tecnologías y consumos. Buenos Aires: La Crujía.

MARTINI, S. (2017). “Últimas noticias. Construyendo la actualidad en el siglo XXI”. En: MARTINI, S. y PEREYRA, M. (Comp.). *La noticia hoy. Tensiones entre la política, el mercado y la tecnología*. Buenos Aires: Imago Mundi.

RAMONET, I. (2011). *La explosión del periodismo*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

ROITBERG, G. (2010). "Audiencias participativas. Del lector tradicional al arte de escuchar, aprender y colaborar. En LUCHESSI, L. *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnologías y consumos*. Buenos Aires: La Crujía.

## Mesa 5 (c)

### “Estudios sobre medios, discursividades y prácticas periodísticas”

**Coordinadores:** Claudia G. Grzincich y Natalia Cañas

Las temáticas presentadas en la mesa estuvieron orientadas tanto hacia el análisis de discursos periodísticos como a investigaciones sobre medios digitales (redes y teléfonos celulares) y a las prácticas periodísticas y sus procesos de trabajo.

Los principales ejes de las ponencias que se desarrollaron en la mesa estuvieron vinculados al análisis discursivo de producciones mediáticas, donde se predominaron enfoques vinculados al Análisis del Discurso de discursos mediáticos y periodísticos . Como así también estudios centrados en el lenguaje audiovisual empleado en la producción de trabajos finales de la Facultad Comunicación Social de la UNC. Por otra parte, investigaciones que gravitaron en torno a medios digitales, casos de censura, tecnologías mediáticas, prácticas periodísticas y procesos de trabajo

La exposición de las propuestas y el intercambio colectivo -posterior a las mismas- permitió debatir sobre cuestiones relacionadas a aspectos teóricos y metodológicos como así también sobre la conformación de corpus y aportes relacionados con la posibilidad de diversas continuidades en el estudio de los mismos.

## El show de la Mañana del “Lagarto”: producciones de sentidos, estrategias enunciativas y análisis de recepción

María Belén Angelelli

CIECS, CONICET y FCS -UNC

Facultad de Ciencias de la Comunicación

### Introducción

Presentamos algunos resultados de los trabajos realizados en el marco del proyecto de investigación PIO-CONICET-Defensoría del Público, titulado “La politización del espectáculo: producción, textos y recepción de los programas de espectáculos televisivos”<sup>[1]</sup>. El objetivo general de éste fue estudiar el rol del periodismo de espectáculos, en sus diversos formatos, en los procesos de mediatización de lo político.

En nuestro caso, tomamos como objeto programas magazines de la TV abierta cordobesa para indagar sobre la mediatización de lo político. Particularmente, nos centramos en “El Show de la Mañana”, conducido por Aldo “Lagarto” Guizzardi. Más conocido como “el Lagarto”, y no tanto por su nombre real -como pudimos constatar en los *focus groups*-, este programa es producido por Centromedia Producciones SRL y emitido desde el año 2005 en Canal 12 de Córdoba (actualmente llamado El Doce). Desde sus comienzos se presenta como una competencia, desde la pantalla televisiva, a los programas *magazines* de radio.

Desde una perspectiva semiótica, especialmente retomando las teorías de Eliseo Verón, tomamos los discursos mediáticos como fenómenos de sentido que se dan dentro de un sistema productivo, entendiendo este último como la articulación entre la producción y el reconocimiento de los discursos producidos (Verón, 1980). Siguiendo a este autor argentino, nuestros análisis tomaron en cuenta tanto en el polo de producción, centrándonos en las estrategias enunciativas del contrato de lectura (Verón, 1985) como en el polo de recepción. En este caso, presentamos dos ejes que nos parecen pertinentes en relación a este programa: la estrategia enunciativa de la construcción del conductor estrella, y la identificación/desidentificación de la audiencia con la representación del “Ser cordobés” que propone el programa.

## La estrategia enunciativa del conductor estrella

El éxito de un programa tipo magazine depende, en gran medida, del presentador o conductor/a, tal como plantea Gómez Marín (2005). Son ellos/as quienes explicitan la figura del enunciador, y es allí donde se pueden observar la mediación necesaria entre condiciones y procesos de producción, el punto por donde pasan las reglas operatorias de la producción y del reconocimiento, o, dicho de otro modo, el lugar de manifestación de una legalidad que desborda toda “conciencia” que el sujeto pueda tener acerca del sentido (Verón, 1980).

En el caso de El Show de la Mañana, el “Lagarto” es fundamental para el éxito del programa, en tanto “conductor estrella”. La construcción de esta figura se da a partir de varias estrategias enunciativas, especialmente a partir de la presencia del panel que lo acompaña. Los diálogos que se establecen entre ellos son de tipo “informal”, simulando diálogos cotidianos, con un predominio de la interjección argentina “che”. Por ejemplo, entre ellos se refieren con apodos y diminutivos, al estilo de “Vaquita”, “Lagui”, “Marianita”, etc. Sumado a esto, los enunciados de los panelistas son dirigidos a Guizardi, y no al público receptor (salvo en ocasiones puntuales). Muy pocas veces las miradas de los panelistas se dirigen directamente a la cámara, sólo en los segmentos que les son específicos; pero aun cuando mire directamente a la cámara, sus enunciados son dirigidos al “Lagarto”, no al espectador/a. Caso contrario sucede con “el Lagarto”, ya que la audiencia es interpelada por él, quien “le mira a través de la cámara, en el eje 0-0” (Verón, 2003), a través de un “cuerpo sincero” (Verón, 1987), y que le explica pedagógicamente “la realidad actual”. El enunciador pedagógico, dirá Verón (1985), propone un nexo que se establece de modo desigual debido a que el enunciador maneja mayor información que la otra parte, e intenta informarlo y persuadirlo a través de una modalidad interrogativa e imperativa. En estos casos, el enunciatario se encuentra en una situación más o menos pasiva y sin ese grado de conocimiento. Esto sucede en dos ocasiones: para dar recomendaciones y para dar explicaciones de noticias al televidente.

En las escenas donde transcurren las tertulias que describimos anteriormente, la cámara es como una ventana que muestra ese diálogo y la audiencia es sólo su espectadora, que se ve interpelada cuando el conductor mira a la cámara y *les habla*. Y les habla, usualmente, para darles consejos.

En tanto lo visual, espacialmente la cámara toma una mesa semicircular donde se ubican equilibradamente los participantes: dos de un lado, dos del otro. El lugar del centro es

reservado para el Guizardi que en algunos momentos se sienta allí. La cámara también lo sigue cuando éste se desplaza por los distintos espacios del estudio de grabación. Es decir que visualmente se refuerza la construcción de conductor estrella.

De esta forma, la construcción del conductor estrella ayuda a que el contrato de lectura se base en posicionar a su televidente como aquel que puede observar por una ventana los diálogos que se dan dentro del programa. Pero a su vez, por tener características similares a un programa radial, el programa no demanda toda su atención, sino que le permite seguir con sus actividades. Aun así, a lo largo del programa, será interpelado por el conductor estrella, el cual se convierte en un enunciador pedagógico y en una figura de saber legitimada para hablar de determinados temas y, a su vez, con facilidades para explicarle a “la gente” lo que sucede. Sumado a esto, la presencia del panel resulta la forma de presentar “diversidad de voces”, en tanto expresión resultante del trabajo ideológico que vincula estética y política en la construcción de una verdad sobre el contexto político, como también lo han podido observar Boito, Gago & Valor (2017)

### El ser cordobés

Otro elemento que hemos tomado como problemática de estudio es la construcción de identidad del “ser cordobés” que se da dentro del programa del Lagarto. Para indagar sobre ello, tomamos los enunciados de la audiencia, quien reconoce que le gusta este programa en tanto que es cordobés, por tener contenidos que son cercanos a las experiencias ciudadanas de cada unx. ¿Qué características aparecen en el reconocimiento de este “ser Cordobés” del programa, y con cuáles se identifican o des-identifican lxs televidentes?.

Principalmente, el “ser cordobés” está atravesada, construida, a partir de la relación con la capital del país: Buenos Aires. Esto es lo que va a indicar, por un lado, la condición de venta del “Ser Cordobés” para afuera. Buenos Aires es *el otro* al cual debemos mostrarnos con nuestra mejor fachada, no mal hablados, como el caso de la Mole Moli, personaje que interviene en el panel del Show de la Mañana. Y es también ese otro lejano que hace considerar la cercanía y familiaridad como el valor agregado que hace preferir ver el Show de la Mañana y no “Desayuno con Pamela”<sup>2</sup>, por ejemplo.

Pero en estas gramáticas de reconocimiento de lo cordobés, también irrumpen las identificaciones y desidentificaciones con ciertos personajes en los que toman cuerpo las cualidades del ser cordobés. Es aquí donde aparece explicitado el conflicto social de clase que atraviesa el discurso social local. En los discursos de la audiencia aparecen

menciones en relación a dos personajes que aparecen en el programa: el ex boxeador Fabio “la Mole Moli”, y “La Bicho”. Esta última condensa prototípicamente y en ella queda representada un “sujeto de clase subalterna” caracterizado por el humor, la tonada exacerbada, el “hablar mal”, sumamente expresivo, inocente, pero a su vez “pícaro”. “La Bicho”, que “representa a la villa”, es valorada de forma positiva, “está bueno”, en tanto es un personaje pintoresco. Su humor, si bien está marcado por un desprestigio de clase y género, también es valorado positivamente. Además, de tan burdo, en el contrato de lectura se sabe que es un personaje actuado. Es ese otro de clase (y género) alejado de lo que es un “cordobés”, lo cual es representativo de lo que sucede territorialmente:

La Mole Moli, en cambio, es valorado negativamente, en tanto que, si ese otro se encuentra más cercano socialmente, me presupone un problema en tanto “no me representa” adecuadamente, y aquellos otros de Buenos Aires van a pensar que todos somos como él.

## Bibliografía

BOITO, M.E., GAGO, S. y VALOR, M. (2017). “Una aproximación a la estetización de la política en la oferta televisiva argentina contemporánea”. *Revista Astrolabio. Nueva Época*. No 19.

GÓMEZ MARTÍN, M. (2005). “Los nuevos géneros de la neotelevisión”. Publicada en *Área Abierta* N° 12. noviembre de 2005.

VERÓN, E. (1980). “La Semiosis Social”. En: Monteforte Toledo (ed.), *El discurso político*, Universidad Nacional de México.

\_\_\_\_\_ (1987). “La palabra adversativa”. En: *El discurso político. Lenguaje y acontecimientos* Buenos Aires: Hachette.

VERÓN, E. (2003 [1983]) “Está Ahí, lo veo, me habla” Publicado en *Revista Comunicativa* N° 38, Enonciation et cinéma, Seuil, París. Traducción: María Rosa Coto.

## Notas

[1] El proyecto de investigación toma por objeto los programas de espectáculos televisivos y propone una investigación articulada en tres dimensiones claves: análisis de contenidos, recepción y rutinas profesionales. Se desarrolla en tres en tres zonas geográficas del país: Buenos Aires, Rosario y Córdoba; e implica la participación de equipos de investigación pertenecientes a tres universidades nacionales: UBA, UNC, UNR. El

trabajo de campo se realizó en el tercer trimestre del 2016, cuando se grabaron los programas de televisión abierta vinculados con el “mundo del espectáculo” y se realizaron los 16 grupos focales (4 CABA, 4 GBA, 4 Rosario y 4 en Córdoba). Estos estuvieron compuestos por varones y mujeres, separados en dos franjas etarias: entre 18 y 25 años y entre 35 y 55 años. Para su realización se establecieron criterios de selección previa con base en la edad, género y nivel socioeconómico de las personas participantes.

[2] Programa producido en Buenos Aires, transmitido por América TV.

## Contar la propia historia

**Vanina Ramé**

Facultad de Ciencias de la Comunicación, SeCyT — UNC

### Introducción

El trayecto académico por el que transitan las/os estudiantes de Comunicación Social, de acuerdo a los planes de estudio vigentes culmina con la elaboración de un trabajo final, el cual es el requisito excluyente que posibilita adquirir el título universitario y a partir de allí convertirse en profesionales de la comunicación. Elaborar un trabajo final no es tarea fácil y según las disposiciones institucionales son varias las especificidades de exigencia que plantea la entidad educativa en la cual se cursa.

A grandes rasgos, la carrera de Comunicación Social es una interdisciplina que estudia las producciones de sentido y prácticas sociales que circulan a través de diferentes lenguajes (gráfico, multimedial, sonoro y audiovisual) posibilitando el vínculo entre diferentes colectivos, sujetos y medios de comunicación. Nuestro estudio se centra en el lenguaje audiovisual y puntualmente las experiencias de producción de trabajos finales de Comunicación Social que se elaboran en soporte audiovisual.

Al hablar de experiencias, entendemos que estos procesos de elaboración de trabajos finales de Comunicación Social en soporte audiovisual, no sólo responden a los requerimientos institucionales objetivos, sino que están impregnados de rasgos de la subjetividad de sus realizadoras/es, proceso en donde se ponen en juego expectativas personales, opiniones y emociones que hacen que dichas experiencias se constituyan en rasgos de la identidad de las/os mismas/os protagonistas.

De acuerdo a ello, nos preguntamos: ¿Cuáles rasgos identitarios profesionales pueden reconocerse en las producciones audiovisuales presentadas como trabajos finales de las carreras de Comunicación Social de la UNC, Argentina y de la Univalle, Colombia? Y ¿De qué modo estos trabajos finales audiovisuales participan en la proyecciones profesionales de las/os egresadas/os de Comunicación Social en ambos países? (2010-2015).

Particularmente nuestro estudio se detiene en abordar las producciones audiovisuales como excusa para rastrear los rasgos identitarios profesionales y las proyecciones profesionales de las/os egresadas/os de Comunicación Social latinoamericanas/os de dos unidades académicas universitarias: La Facultad de Ciencias de la Comunicación, dictada en la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina y la Facultad de Artes Integradas de la Escuela de Comunicación Social dictada en la Universidad del Valle en Cali, Colombia.

## Estrategias metodológicas

Trabajamos a partir de la segmentación de tres grandes variables:

- Rasgos Identitarios Profesionales
- Experiencias de elaboración de los Trabajo Finales Audiovisuales de Comunicación Social.
- Proyección profesional de las/os egresadas/os de Comunicación Social Latinoamericanas/os.

Realizamos el abordaje del corpus desde dos lugares:

1) Eje Producciones Audiovisuales: visionando y analizando las producciones audiovisuales (donde aplicamos el análisis semiótico tradicional sobre los archivos fílmicos, específicamente analizando la enunciación fílmica).

2) Eje Narraciones Orales: entrevistando e interpretando las expresiones de las/os realizadoras/es acerca de cómo fue la experiencia (donde aplicamos la técnica de la entrevista semiestructurada mediante cuestionarios autoadministrados).

Analizamos 27 entrevistas de egresadas/os argentinas/os y 12 colombianas/os, 6 entrevistas a docentes/asesores de trabajos finales argentinas/os y 4 colombianos, dos entrevistas de dos editores de catálogos de producciones audiovisuales universitarios (un colombiano y una argentina) y 27 realizaciones audiovisuales argentinas y 12 colombianas.

## Resultados parciales

A partir de la indagación teórica y metodológica podemos mencionar algunos resultados de esta investigación:

### ***En cuanto a las experiencias de producción del trabajo final de la carrera:***

Las/os actores consultadas/os consideran que el proceso de elaboración de trabajo final de la carrera es arduo y requiere de la alta dedicación por parte de las/os realizadoras/es como también de apoyo por parte de docentes, sobretodo en la estructuración y redacción del informe final. Como dificultades se reconocen la falta de técnicas, insumos y herramientas puntuales. En cuanto a la distribución de funciones en el equipo de

trabajo, los roles y responsabilidades se comparten e intercambian por todos las/os miembros del equipo, según las necesidades que pueden surgir en el proceso de producción.

### ***En cuanto al significado que se les da al trabajo final de la carrera:***

Para las/os egresadas/os, la tesina significa algo propio, es una producción única que debe trascender y no solo a los fines de la presentación formal. Se trata de un trabajo que aspira a perdurar en el tiempo y tenga objetivos más allá de lo académico. Además, el ideal a alcanzar del producto terminado es que el mismo se constituya en un reflejo de los gustos y pasiones de quienes lo elaboran. También es una instancia en donde se pone en práctica la teoría y se comprueban las habilidades y competencias necesarias para emprender la profesión una vez recibido.

La tesina debe ser producida desde la contención por parte de las/os docentes y asesoras/es. El producto final debe ser útil para otras/os, servir de portavoz, ser capaz de provocar un cambio e interpelar a quienes lo producen y lo receptan. Requiere un compromiso con la temática y una responsabilidad hacia las/os otras/os, tanto hacia el colectivo que representa como hacia los públicos destinatarios. Se trata de una elaboración académica que tiene que ser solidaria con aquellos que no pueden acceder a la universidad.

### ***En cuanto a las potencialidades del audiovisual sobre las carreras de Comunicación Social:***

La potencialidad del soporte audiovisual radica en que ayuda a la visibilización de problemáticas sociales. El audiovisual es el mejor recurso para la circulación, difusión y promoción de variadas temáticas. Permite evocar y construir nuevos significados y relaciones. Permite un fácil acceso a grandes públicos y una mayor aceptación por parte de las/os destinatarias/os. Es un buen aporte al conocimiento. A partir de la indagación y análisis de las tesinas audiovisuales, establecemos las siguientes categorizaciones:

- 1) Según tópico/tema central: enumeramos las siguientes categorías: conflicto armado, conflicto socioambiental, identidades barriales y tribus urbanas, identidad nacional, identidad originaria, modelo político-económico, personalidades, perspectiva de género, entretenimiento y espectáculo, educación.
- 2) Según el género del producto: entre los que se encuentran del tipo documental clásico, biográfico, experimental, informe periodístico, informe sobre taller de intervención comunitaria, magazine, spots publicitarios, found footage.

3) Según la función que intenta provocar: encontramos las de concientizar, educar, valorizar la cultura local, entretener, denunciar, inspirar el trabajo comunitario, autorreflexionar.

4) Según el desempeño profesional de las/os realizadoras/es en la producción: identificamos las labores de camarógrafas/os, entrevistadoras/es, documentalistas, investigadoras/es, actividad periodística, actor, actriz, editoras/es y montajistas, talleristas.

En cuanto a las instancias narrativas y las modalidades de enunciación prevalentes, en su mayoría los cortos utilizan la modalidad de representación expositiva, aunque también hay muchos que se narran en tono biográfico o de diario íntimo. Incluso, en el estilo enunciativo expositivo, siempre se observan rasgos subjetivos de las/os realizadoras/es. Estas marcas se observan en el uso de primeros planos o detalle de los rostros, miradas, manos y gesticulaciones de las/os entrevistados en los documentales, por ejemplo. También se destaca el uso de las posiciones gramaticales en primera persona y los relatos autobiográficos donde se describen relaciones de parentesco, familiares, personales.

#### ***En cuanto a los planes de estudio de Comunicación Social:***

Las/os entrevistadas/os opinan que la carrera de Comunicación Social tiene demasiada teoría en relación a la práctica y a la técnica. Que el acompañamiento por parte de las/os docentes-tutoras/es es escaso y que las primeras ideas acerca de la temática a trabajar en la tesina surge desde instancias extracurriculares o a partir de trabajos prácticos desarrollados en diferentes materias y no desde seminarios o talleres destinados puntualmente a la elaboración del trabajo final de egreso.

#### ***En cuanto a la proyección profesional de las/os Comunicadoras/es Social/es:***

Desde la formación, la/el comunicadora/r debe ser tal cual sus propios deseos y actuar según sus convicciones sin censuras por elecciones de vestimenta, sexuales, culturales o ideológicas. Su objetivo debe ser mostrar a nuestra gente. Contar desde otros puntos de vista, dar la posibilidad a las/os otras/os de contar lo que les pasa. Mostrar el lado humano de los personajes conocidos públicamente.

#### ***En cuanto a la redesccripción del entorno latinoamericano:***

Entre las producciones audiovisuales analizadas podemos encontrar los siguientes tópicos o temas centrales según los contenidos sobre los que tratan<sup>[1]</sup>. A partir de ellos es posible concebirlos como categorías de encuadre regional ya que desde nuestra

perspectiva de estudio, en esta era de las lógicas multimediales, lo que aparece en las pantallas pasa a adquirir el carácter de real. Observando los audiovisuales podemos encontrar algunas líneas de sentido que describen el entorno regional desde el cual estas narrativas latinoamericanas emergen. Estas películas cuentan situaciones, hechos, acontecimientos que han interpelado a las/os egresadas/os que eligieron contarlos. Trazar el mapa temático que sus narrativas proponen, significa poner en primer nivel el reflejo de las tendencias socioculturales, políticas y económicas que se narran desde la perspectiva juvenil/estudiantil. Muchas son las líneas de sentido compartidas y coinciden en que tratan situaciones que responden a la coyuntura en la cual se encontraron sus realizadoras/es al momento de producirlas. Entre los rasgos característicos que los unen existe un profundo interés por mostrar/decir acerca de lo propio, reivindicar aquellos elementos de identificación con un grupo, comunidad, procedencia determinada. También narran acerca de sus gustos, intereses y anhelos de modo que los audiovisuales y sus procesos de elaboración devienen en depositario de infinidad de emociones.

### **Bibliografía**

ANGENOT, M. (1998) *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*. Córdoba: Ed UNC.

BAJTÍN, M. (1982) "El problema de los géneros discursivos", en *Estética de la creación verbal*, México: Editorial Siglo XXI.

BAUMAN, Z. (2005) *Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil*. Bs. As.: Ed. Siglo XXI.

BUSTOS, G. (2006) *Audiovisuales de combate. Acerca del videoactivismo contemporáneo*. Bs. As.: La Crujía.

VERÓN, E. (1987) *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

## Medios de comunicación digitales y redes sociales: aprovechamientos innovadores en periodismo

**Josefina Cima**

Facultad de Ciencias de la Comunicación — UNC

### Introducción

En la actualidad, las redes sociales son las plataformas digitales más utilizadas en el ecosistema que compone la Web. Los medios de comunicación hacen uso de ellas con doble propósito: por un lado, las utilizan con un fin comercial para generar tráfico hacia el sitio madre del medio. Por otro lado, las emplean con fines periodísticos ya que se constituyen como importantes herramientas para obtener información, difundirla en tiempo real y conseguir un contacto más cercano con la audiencia. Ante este panorama, el siguiente trabajo tiene como objetivo investigar sobre este segundo propósito: el aprovechamiento de las redes sociales por parte de los medios de comunicación. Es decir, cómo el periodismo utiliza las posibilidades que ofrecen las redes para satisfacer las necesidades de las audiencias y, también, de los periodistas. En la presente investigación se propone analizar el uso diferenciado que hacen los medios de comunicación sobre Facebook, Twitter e Instagram, arriesgando la hipótesis de que no aprovechan todas las posibilidades que ofrece cada una de estas herramientas en particular. Es decir que las utilizan mayoritariamente como forma de derivar tráfico hacia el sitio web del medio, sin explorar aprovechamientos más innovadores. El objeto de estudio serán los medios periodísticos tradicionales en su versión en Internet y los nativos digitales, tanto locales como latinoamericanos.

En resumen, a partir de un relevamiento y sistematización bibliográfica, de la exploración del uso de redes en medios locales y regionales y de entrevistas a periodistas, se pretende lograr un mapeo de los aprovechamientos tradicionales e innovadores que de las redes sociales hacen los medios periodísticos objeto de este estudio.

Este plan de trabajo se inscribe en el proyecto de investigación “Los nuevos escenarios del periodismo: convergencia, disrupciones, reconfiguraciones y desafíos” que tiene, entre sus objetivos, caracterizar el escenario convergente y disruptivo por el que atraviesa el periodismo, junto con sus constantes cambios y los desafíos que estos plantean. A su vez, se propone indagar sobre categorías teóricas que aporten a la formación de los periodistas. Es por esto que el proyecto está introducido en la perspectiva teórica que plantea Scolari (2013, 2015) sobre la ecología de los medios,

entendiéndola como la integración de las diversas esferas que involucran a la comunicación: en este caso la profesión y la enseñanza.

Uno de los ejes del proyecto se denomina “el escenario convergente”. En él se propone indagar las nuevas rutinas productivas, las agendas emergentes, la validación de la información y las redes sociales, entre otros temas. En este marco, el presente plan de trabajo se propone aportar a la caracterización de los nuevos escenarios del periodismo a través de la investigación del uso de las redes sociales. Siguiendo a Scolari, se plantea como objetivo estudiar distintas plataformas digitales que se integran a la nueva ecología y dilucidar cómo los medios de comunicación aprovechan estas tecnologías. Las redes sociales son las principales herramientas que utilizan los medios para la difusión de la información. Por lo tanto, con la investigación se pretende indagar sobre las distintas posibilidades que ofrecen estas plataformas y contribuir en el análisis sobre el espacio convergente que caracteriza al periodismo.

### **Metodología a aplicar**

Este trabajo se inscribe en una perspectiva de investigación cualitativa porque se propone analizar y describir cómo los medios de comunicación habitan el espacio digital de las redes sociales. Se entiende que la perspectiva cualitativa es pertinente con el objeto de estudio puesto que se trata de fenómenos sociales. En un principio, los procedimientos a aplicar serán exploratorios sobre las distintas investigaciones y artículos que se hayan publicado sobre la temática. Luego se realizará una exploración de medios digitales (tradicionales y nativos), locales y regionales, con la finalidad de conformar un corpus. A continuación se trabajará con métodos de observación y análisis de distintas publicaciones en Facebook, Twitter e Instagram de los medios periodísticos seleccionados. Se seleccionaron las dos primeras redes por ser las más utilizadas y por las posibilidades de contacto con la audiencia que presentan. Se optó por Instagram por las herramientas disruptivas que ofrece al priorizar la imagen en detrimento del texto. Luego, se realizarán entrevistas a los responsables de la gestión de las redes de distintos medios con la finalidad de ahondar en los propósitos y modalidades de uso e indagar sobre experiencias y proyectos en este sentido. Finalmente se realizará una triangulación metodológica para realizar un análisis exhaustivo y se redactarán las conclusiones. Los resultados serán puestos a consideración del equipo de investigación, se publicarán en congresos y revistas y se elaborará material de estudio para la cátedra Taller de Lenguaje I y Producción Gráfica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la que ésta postulante forma parte.

## Ejes teóricos

Para llevar adelante el plan de trabajo, se utilizó como referencia el libro *Periodismo disruptivo* (2015) de Gastón Roitberg y Franco Picatto, donde diversos autores reflexionan sobre los cambios que atraviesan los medios de comunicación con la aceleración tecnológica. Con la revolución que ha generado Internet, los periodistas han tenido que adaptarse a las nuevas formas de consumo que reclaman unas audiencias más nómades y fragmentadas. Dentro del ecosistema que constituye la Web, las redes sociales se posicionan como las plataformas más utilizadas por parte de los medios para difundir contenido en tiempo real y tener mayor contacto con la audiencia (Berghella, 2015). A partir de allí, tanto medios como periodistas no pueden desconocer la lógica de estos medios sociales para generar estrategias innovadoras sin resignar la calidad. También, sirvió de base la investigación *El uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos* (2011), de Elvira García de Torres. En ella se destaca la importancia que tienen estas dos redes como difusoras de información dentro de todas las plataformas digitales que utilizan los medios. En la investigación se reconoce el uso diferenciado que posibilitan estas herramientas: por un lado, Facebook se utiliza para difundir contenido y obtener mayor alcance y, por otro lado, Twitter permite mantener conversaciones con los usuarios.

Por último, siguiendo la línea teórica del proyecto general sobre ecología de los medios, también se utilizó como referencia la propuesta de Denis Renó sobre la nueva ecología mediática. Para el autor, las redes sociales a través de los dispositivos móviles provocaron una reestructuración de la cultura mediática de la sociedad (Scolari, 2015). Esta nueva ecología provoca que la relación entre los contenidos y los medios sea interactiva ofreciendo nuevas posibilidades y desafíos narrativos.

En resumen, son estas nuevas posibilidades que ofrecen las redes sociales a través de las pantallas móviles las que se investigarán. Y, en particular, la capacidad de producción mediática y narrativa que facilitan las distintas plataformas para la construcción de contenido periodístico.

## Bibliografía

BECERRA, M. y BELTRÁN, R. (2014). *Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Buenos Aires, UBACyT.

CAMPOS FREIRE, F., RÚAS ARAÚJO, J., LÓPEZ GARCÍA, X. y MARTÍNEZ, V. (2016). "El impacto de las redes sociales en el periodismo", en *El profesional de la Información*, Vol. 25, n 3.

CRUCIANELLI, S. (2010). "Herramientas digitales para periodistas. Knight Center for Journalism in the Americas". Universidad de Texas.

DÍAZ NOSTY, B. (2017). *Diez años que cambiaron los medios: 2007 - 2017*. Madrid: Editorial Ariel, colección Fundación Telefónica.

EHEVARRÍA, M. y VIADA, M. (2014). *Periodismo en la web: lenguajes y herramientas en la narrativa digital*. Córdoba: Ed. Brujas.

FRANCO, G. (2007). "Cómo escribir para la Web". *Knight Center for Journalism in the Americas*. Universidad de Texas.

GARCÍA DE TORRES, E. (2011). "El uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos". En *El profesional de la Información*. Vol. 20, n 6.

IRIGARAY, F. (2015). *Reflexiones móviles: el periodismo en la era de la movilidad*. Rosario: UNR Editora.

MELÉNDEZ YÚDICO, J. (2016). *Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina. Iniciativas, modelos de negocio y buenas prácticas*. México: Factual.

MIOLI, T. y NAFRÍA, I. (2018). "Innovadores en el periodismo latinoamericano". Coloquio Iberoamericano de Periodismo Digital. Universidad de Texas, Austin.

PISCITELLI, A., ADAIME, I. y BINDER, I. (2010). *El Proyecto Facebook y la postuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Madrid: Editorial Ariel, colección Fundación Telefónica.

ROITBERG, G. y PICATTO, F. (comps.) (2015). *Periodismo disruptivo. Dilemas y estrategias para la innovación*. Buenos Aires: La Crujía.

SCOLARI, C. (ed.) (2015). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.

## **Periodismo transmedia en medios regionales de la Provincia de Córdoba.**

### **Condicionantes y potencialidades para su desarrollo.**

**Paula Hernández**

Facultad de Ciencias de la Comunicación — UNC

Esta ponencia da cuenta del proyecto y los avances de la tesis de posgrado<sup>[1]</sup> para aspirar a la Maestría en Comunicación Digital Interactiva de la Universidad Nacional de Rosario, trabajo que pretende indagar en qué medida los medios regionales de la Provincia de Córdoba, aplican estrategias de narrativa transmedia para contar hechos de actualidad, y qué límites y posibilidades encuentra el desarrollo del periodismo transmedia en el contexto de producción de medios regionales.

Estamos asistiendo a un cambio ecológico sin precedentes en el ecosistema mediático. A partir de la creciente penetración de internet y la world wide web -primero a través de las computadoras personales y luego de los teléfonos móviles- se han transformado vertiginosamente los modos de producción, circulación y acceso a la información. Cambios que Henry Jenkins (2006) propone pensar desde el paradigma de la convergencia: viejos y nuevos medios se relacionan en formas cada vez más complejas y el consumo de contenidos deviene en una experiencia activa y relacional.

Varios autores (Moloney, 2011; Renó y Flores, 2012; Scolari, 2013; Rost y Bergero, 2016), coinciden en señalar que la narrativa transmedia ofrece al periodismo la posibilidad de dar respuesta a los nuevos hábitos de consumo cultural, a la vez que permite aprovechar el potencial de los entornos digitales e interactivos. Sin embargo, el despliegue de estrategias de narrativas transmedia en el abordaje de historias de actualidad por parte de organizaciones periodísticas es aún muy incipiente. Predominan las producciones hipermedia o crossmedia con bajos niveles de interacción de las comunidades de usuarios. En el marco de los estudios sobre periodismo digital que se vienen ocupando de los nuevos lenguajes y modos de narrar (Salaverría, 2018, p. 4) en el nuevo ecosistema convergente, este trabajo procura contribuir no solo a la conversación teórica y construcción del conocimiento sobre el tema, sino también realizar un aporte al campo profesional mediante el desarrollo de un manual digital interactivo para la realización proyectos periodísticos transmedia que contemple las condiciones de producción de los medios regionales.

## Fundamentación

Desde la popularización de la web 2.0 -la consolidación de la blogosfera y más tarde los medios sociales-, el usuario dejó el status de receptor y asume el papel de gatekeeper (Renó y Flores, 2012, p.38). El periodista ya no está sólo -y ha perdido centralidad- en la construcción de la agenda informativa. Estamos asistiendo a la evolución del periodismo como exposición al periodismo como conversación (Gillmor citado en Scolari, 2013).

En este escenario, caracterizado además por la inmediatez y la hiperinflación informativa, donde el bien escaso pasa a ser la atención de unas audiencias migratorias, emergen las plataformas sociales como nuevos intermediarios y la crisis se instala definitivamente en el tradicional modelo de negocios basado en la publicidad. Las organizaciones periodísticas se ven obligadas a repensar su rol en el actual ecosistema mediático.

Por otra parte, las mejoras técnicas que agilizan y abaratan costos de realización y distribución de contenidos de gran calidad; las infinitas posibilidades estéticas y narrativas para abordar creativamente y desde distintas perspectivas temas complejos; hasta el desafío de interpelar públicos que han abandonado el lugar de espectadores pasivos para comentar, compartir y crear contenidos, ofician de terreno fértil y abren nuevos horizontes técnicos-creativos para la reinención del periodismo.

En este marco la narrativa transmedia, que plantea nuevas exigencias a los consumidores y depende de la participación activa de las comunidades de conocimiento (Jenkins, 2006), ofrece un camino a explorar. Si bien, es en el campo de la ficción donde más se han explotado sus potencialidades, la publicidad, el periodismo y la educación han tomado nota de las nuevas formas en que los usuarios se relacionan con los contenidos y los medios.

Se puede definir al periodismo transmedia como una forma de narrar un hecho de actualidad a través de múltiples medios, soportes y plataformas, aportando cada uno de ellos un contenido autónomo que a su vez expande el universo narrativo y donde los usuarios, o una parte de ellos, contribuyen activamente en la construcción de la historia (Scolari, 2013). En los últimos años han sido los laboratorios de medios, principalmente vinculados a universidades, los protagonistas de la experimentación y el desarrollo de producciones transmedia de no ficción con resultados muy auspiciosos. Tal es el caso del prolífico trabajo del #DCMTeam de la Universidad Nacional de Rosario, o el Proyecto 7/40, que constituye la primera experiencia transmedia realizada por estudiantes, docentes e

investigadores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba y, hasta lo que se conoce la única en la provincia concebida como tal.

Ahora bien, por fuera de los medialab y las universidades, es escaso el desarrollo de proyectos periodísticos transmedia por parte de medios de comunicación, ya sea tradicionales o nativos digitales. Así también, son aún incipientes las investigaciones sobre la factibilidad de este tipo de producciones en organizaciones periodísticas que además deben lidiar con las urgencias que imprime el periodismo diario en un contexto de gran incertidumbre financiera y reconversión de sus redacciones.

En este sentido se busca hacer un aporte a la conversación teórica y empírica sobre la potencialidad de las narrativas transmedia para la reinención del periodismo allí donde todavía se produce gran parte del periodismo que se consume: los medios de comunicación.

### **Estrategias Metodológicas**

La presente investigación se inscribe en un enfoque metodológico cualitativo, en tanto el estudio de los lenguajes y el análisis de la interacción entre los actores y con los contenidos forman parte constitutiva central de sus objetivos; al tiempo que las ideas de emergencia y cambio son aspectos centrales para comprender el tema de investigación en el marco de la teoría de la convergencia cultural (Sautu, 2005, p. 32). El método cualitativo a desarrollar será un estudio de caso múltiple que en términos de Roberto Yin (1994) se trata de una indagación empírica que “investiga un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real de existencia, cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes y en los cuales existen múltiples fuentes de evidencia que pueden usarse” (citado en Sandoval Casilimas, 1996, p. 91). Sabino (1992, p. 6 y Ss.) agrega que es un “estudio profundizado y exhaustivo de uno o muy pocos objetos de investigación, lo que permite obtener un conocimiento amplio y detallado de los mismos” y advierte que su utilidad es mayor en indagaciones exploratorias, como la presente investigación. Uno de los límites de este tipo de estudio es la imposibilidad de generalizar a todo el universo los hallazgos obtenidos, para formular explicaciones o descripciones de tipo general. Sin embargo, es posible superar en cierta medida este inconveniente estudiando una variedad de casos seleccionados adecuadamente -típicos, extremos o marginales- que permitan extraer conocimientos más valiosos y confiables (Sabino, 1992, p. 67).

De allí que sin pretensiones de describir las estrategias narrativas de la totalidad de los medios cordobeses, a partir de la construcción del marco teórico sobre periodismo transmedia y una primera exploración del universo de casos posibles, se seleccionarán para su estudio cuatro coberturas periodísticas por parte de diferentes medios tradicionales y nativos digitales de alcance regional, que deberán tener presencia en dos o más plataformas -al menos una en el entorno digital- y generar contenidos periodísticos locales propios con frecuencia diaria o semanal. Se trata de una investigación transversal que se desarrollará durante 2019. En tanto los casos de estudio todavía no han sido delimitados, sólo podemos mencionar que se analizará la cobertura periodística de un hecho de trascendencia local durante una semana en cuatro medios.

El estudio de caso es un método cualitativo que se vale de diferentes estrategias metodológicas para la producción de evidencia empírica (Sautu, 2005, p. 43). A la luz de los objetivos de la presente investigación se utilizarán las siguientes:

- Revisión bibliográfica de fuentes primarias y secundarias.
- Análisis de contenido cualitativo, que a los fines de este trabajo permitirá explorar, describir y analizar la circulación de los contenidos a través de diferentes plataformas; la especificidad del aporte que cada pieza informativa hace a la expansión del universo narrativo, grado de autonomía de cada pieza informativa; las modalidades y niveles de interacción de los usuarios con las piezas informativas así como su aporte a la expansión y co-creación del universo narrativo.
- Entrevista semi estructurada que, como complemento del análisis de contenido, permitirá conocer, comprender e incorporar a la reflexión la perspectiva de los editores o jefes de redacción de cada uno de los medios estudiados sobre las estrategias narrativas que despliegan en la cobertura de hechos de actualidad; cómo conceptualizan dichas estrategias; qué entienden por periodismo transmedia; qué dificultades y posibilidades encuentran en su aplicación si es que se lo proponen.

La presente investigación se encuentra en su etapa inicial de revisión de la bibliografía especializada, profundización de las perspectivas teóricas y definición de los conceptos claves para la construcción del marco teórico que dé sustento y oriente el trabajo empírico. Una vez concluida esta etapa se espera poder avanzar en la delimitación de los casos de estudio y el diseño de las estrategias y herramientas metodológicas para el trabajo de campo.

## Bibliografía

JENKINS, H. (2006). *Convergence culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona: Ed. Paidós.

MOLONEY, K. (2011). "Porting transmedia storytelling to journalism". Tesis de Maestría. Universidad de Denver, Denver.

RENÓ, D. y FLORES, J. (2012). *Periodismo Transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid: Ed. Fragua

ROST, A., BERNARDI, M. T. y BERGERO, F. (2016). *Periodismo Transmedia. La narración distribuida de la noticia*. Neuquén: Publifadecs.

SABINO, C. (1992). "El proceso de investigación". En SAUTU, R. (2005) *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Lumiere.

SALAVERRÍA, R. (2019). "Digital journalism: 25 years of research. Review article". *El profesional de la información*, v. 28, n. 1.

SANDOVAL CASILIMAS, C. (1996) *Investigación Cualitativa*. Bogotá: ICFES

SCOLARI, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando Todos los Medios Cuentan*. Barcelona: Deusto.

## Notas

[1] Este es el resumen del proyecto de tesis del mismo nombre, presentado para aspirar al título de Magister en Comunicación digital Interactiva, otorgado por la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario, bajo la dirección del Dr. Denis Renó y co-dirección de la Dra. Mónica Viada. Así mismo, la investigación se desarrolla en el marco del proyecto Secyt UNC Consolidar 2018-2021: "Los nuevos escenarios del periodismo: convergencia, disrupciones, reconfiguraciones y desafíos", dirigido por la Dra. María Inés Loyola.

## Mesa 6

### “Aportes teóricos y metodológicos al campo de la comunicación”

**Coordinadores:** Guillermo Bovo y Carolina Mazzetti

La mesa *Aportes teóricos y metodológicos al campo de la comunicación* se caracterizó por la recepción de resúmenes heterogéneos tanto por las temáticas abordadas, mediante ensayos, proyectos de investigación, e investigaciones en curso, así como por las trayectorias de los participantes (estudiantes de grado, recién recibidos y estudiantes de posgrado). A partir de la exposición y del diálogo alcanzado entre los jóvenes investigadores durante la jornada, se identificaron dos grandes temas. El primero, refiere a aquellas problematizaciones sobre el *statu* científico de los conocimientos institucionalizados. Asimismo, dentro de este grupo se encuentran aquellas reflexiones en torno a la epistemología de los estudios de comunicación. El segundo grupo, se caracterizó por la reflexión de la metodología que se utilizan en los estudios de nuestro campo, puntualizando en la necesidad de un abordaje interdisciplinario sin, con ello, descuidar la pertinencia de la comunicología.

En síntesis, a partir de la recepción de los resúmenes y el intercambio mantenido durante la jornada, se evidencia un denominador común que radica en el interés por la reflexión de los saberes instituidos, el cuestionamiento de los ‘cimientos’ de los saberes específicos de la comunicación, así como la problematización de la interdisciplinariedad y de la especificidad de la mirada comunicacional. A su vez, dichas tematizaciones que, en principio parecerían que solo refieren a discusiones teóricas, se encuentran motivadas por problemáticas actuales. De ahí la necesidad de revisar las perspectivas que se naturalizan como de los dispositivos y estrategias metodológicas de abordaje en toda construcción epistemológica.

## Aportes spinozistas para una filosofía de la comunicación y las masas

**Alejandra Meriles**

Becaria de Iniciación de la SECyT- FCC. UNC

### Resumen

Esta ponencia consiste en un trabajo que realicé para dar cuenta de mi participación como ayudante alumna en la materia de Teoría del Conocimiento y Lógica, correspondiente al 1er año de cursado de la Lic. en Comunicación Social (FCC, UNC).

En los últimos años, los cambios en la constitución de la cátedra, habilitaron una serie de modificaciones en el programa de la materia. Así, tanto el programa del 2017 como el del 2018 expusieron propuestas distintas al programa anterior, y entre sí. Aunque compartieron una misma preocupación por reforzar contenidos de una (breve) historia de la filosofía, difirieron en sus selecciones bibliográficas y en los criterios de evaluación y seguimiento del aprendizaje. Una de las iniciativas que, hasta el momento, no logró concretarse, fue la atender a una “filosofía de la comunicación y los medios”, sea bajo la figura de unidad dentro de la materia o como núcleo de un nuevo trayecto curricular (materia, seminario, etc.). Al respecto, indica Galfione:

“La filosofía de la comunicación y los medios procura desarrollar un análisis conceptual de los soportes y técnicas que se hallan involucrados en los procesos comunicativos, que contribuya a determinar sus presupuestos ontológicos y a reflexionar acerca de sus efectos cognitivos, sociales y políticos. La necesidad de incorporar un abordaje filosófico de la problemática mencionada no solo se desprende de la creciente importancia que adquirieron los procesos de mediación en el marco de las sociedades contemporáneas sino también de la progresiva visualización del carácter no neutral de los mismos.” (Galfione, 2017)

La solicitud de una mirada filosófica que parta de develar los presupuestos ontológicos para reconocer la necesidad de sus efectos (cognitivos, sociales, políticos) viene de la mano de la aparición de nuevos medios de comunicación e información (NTIC). Pero, no sólo por su novedad en cuanto soportes técnicos, sino también como modos configuradores de subjetividad. Más adelante, en el escrito, destaca la pertinencia de “diferentes investigaciones filosóficas que han puesto en cuestión el modelo comunicativo tradicional, centrado en la categoría de la subjetividad, y han intentado determinar el modo en que los diferentes medios actúan sobre los procesos de comunicación.” (Galfione, 2017).

Precisamente, una alternativa al imperio del “yo” cartesiano que abre la modernidad y configura los debates contemporáneos con cuestionamientos, historias, defunciones y resurrecciones del concepto de “sujeto”, está en la obra de B. Spinoza. Su impugnación de las dualidades constitutivas y la jerarquía mente-cuerpo (Descartes), así como una teoría del conocimiento donde razón e imaginación colaboran para el alcance del más alto modo de conocimiento (el “amor intelectual”), en un individuo que ya no es “ego”, sino compuesto, constituido por otros, dan algunas pistas de su fertilidad teórica para pensar a la socialidad. Por esto, me propongo exponer tres vías de entrada a la obra spinozeana a partir de problematizaciones que tienen como eje a los procesos de comunicación y al sujeto que nos interesa (las masas, lo masivo) en H. Meschonnic, A. Negri y É. Balibar.

Confieso que el origen de esta ponencia estuvo en mi seguimiento de las publicaciones de Negri. El año pasado prologó un libro sobre epistemología de la comunicación (se trata de *Por una comunicación del común* de Mauro Cerbino), y me extrañó su elogio porque, rápidamente, recordé su intervención en el coloquio Spinoza y las ciencias sociales, donde rechazaba la posibilidad de una sociología spinozista y establecía una serie de condiciones para aceptar el acercamiento. Entre estas, pedía no sólo reconocer el poder de los afectos en la interpretación de los asuntos humanos, sino el del “amor”. Curiosísimo concepto, este, el del “amor”, en Spinoza. ¿Por qué una sociología estaría más obstaculizada que una comunicología para expandir la mirada metodológica y adecuarse a los presupuestos ontológicos spinozistas? Negri apunta, al pasar, a lo obvio pero allí es donde se cifra lo importante: “el terreno en el que la ‘acción’-del-común (común-i-acción) debe afirmarse” (Negri, 2018, p.16). Sin intentar dar una síntesis del pensamiento negriano, sólo mencionaré el rol que cumplen los procesos comunicativos en la constitución de lo común, atendiendo a la cuestión de la acción política colectiva.

Con respecto a la inclusión de Meschonnic, ésta viene a caso de un fragmento en Spinoza. Poema del pensamiento en el que confirma una apreciación que cualquier estudiante de ciencias sociales atento puede hacer del Tratado Teológico-Político (especialmente en los capítulos 7 y 8): hay notas de un análisis del discurso (Meschonnic, 2015, p. 171). La exégesis del Antiguo Testamento apunta a mostrar la función de las profecías y el recuerdo de los milagros (en la letra, en los libros), como motores de una obediencia que coagula el pacto fundante del Estado en tiempos de Moisés. Asimismo, Meschonnic redobla la apuesta, incluyendo un estudio de la recepción de Spinoza en especialistas contemporáneos, exponiendo (supuestas) dificultades en la comprensión del papel que cumplen su estilo de escritura, su expresión en latín, su manipulación del lenguaje, etc.,

en su filosofía. Aquí, me limitaré a describir las consideraciones metodológicas tanto de la situación de análisis de discurso que plantea el Tratado Teológico-Político, como a las señaladas por Meschonnic en relación a la obra spinozeana.

Por último, reconozco en los escritos spinozistas de Balibar, un cambio de eje que integra a lo teológico-político y al sujeto político colectivo (que pasa de la designación de “multitud” a la de “masa”) en el “miedo recíproco” (aclara D. Tatián en el prefacio, Balibar, 2011, p. 12), es decir, en el miedo que sienten los gobernantes hacia las masas, y las masas a sí mismas. La multitud es ambivalente, y Balibar resguarda esta complejidad al indagar a la sociabilidad a través de la lógica imitativa, afectiva. Ésta permite la dinámica amor-odio como criterio de interpretación de los movimientos en masa, así como señala el inmenso alcance de las acciones motivadas sólo por la imaginación, y la necesidad del esfuerzo de la producción de “noción comunes” (productos de la razón). De aquí que la comunicación sea “la idea más profunda de Spinoza” (Tatián, en Balibar, 2011, p. 13), y que por ella, como una bisagra, sean posibles tanto la obediencia como la libertad. Intentaré, entonces, destacar el modo en que lo hace.

## Bibliografía

BALIBAR, É. (2011). *Spinoza y la política*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

CITTON, Y. y LORDON, F. (2008). “Un devenir spinoziste des sciences sociales”. En: *Spinoza et les sciences sociales*. París: Éditions Amsterdam.

GALFIONE, V. (2017). “Filosofía de la comunicación y los medios”, mimeo, inédito.

MESCHONNIC, H. (2015). *Spinoza, poema del pensamiento*. CABA: Cactus y Tinta Limón.

NEGRI, A. (2018). “Prólogo”. En: M. CERBINO A., *Por una comunicación del común. Medios comunitarios, proximidad y acción*. Quito: Ediciones CIESPAL.

NEGRI, A. (2011). “Spinoza: una sociología de los afectos”. En: *Spinoza y nosotros*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

SPINOZA, B. (1986). *Tratado teológico-político*. Madrid: Alianza Editorial.



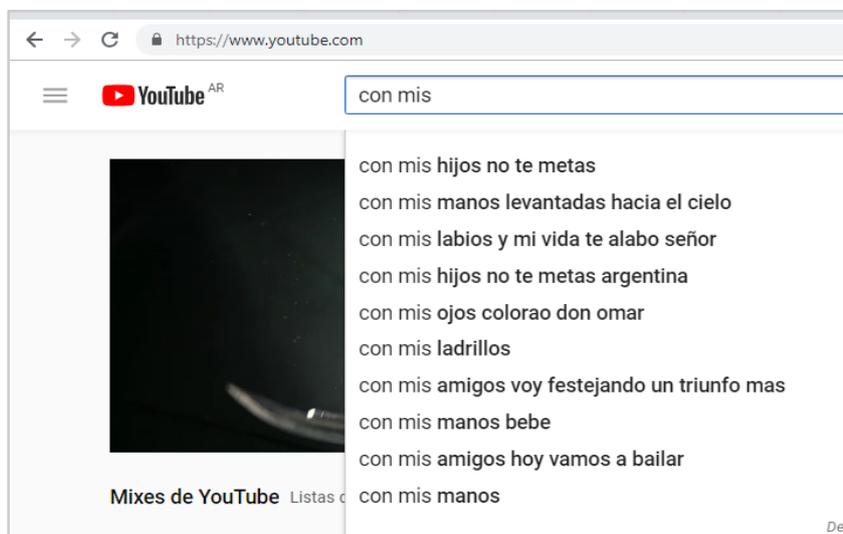
## Ciencia versus ideología ¿un debate actual?

**María del Carmen Cabezas**

Facultad de Ciencias de la Comunicación, SeCyT — UNC

Motiva el escrito la discusión que mantuvieron Héctor Schmucler y Eliseo Verón a mediados de la década del setenta sobre la politicidad del análisis de Armand Mattelart y Ariel Dorfman en el libro *Para leer al Pato Donald* (1972).

A *priori*, y dependiendo del recorrido que cada uno haya tenido en su formación académica, se podría pensar que el debate ‘ciencia versus ideología’ es un tema remanido. No obstante, consideramos que posee vigencia. Lo podemos observar en la discursivización de “Con mis hijos no te metas” (CMHNTM), quienes se posicionan desde un discurso científico para descalificar a *otros* —feministas— por ofrecer un conocimiento falso.



**Fuente:** elaboración propia, buscador de Google.

El resumen está organizado en tres partes. La primera aborda brevemente los posicionamientos de Schmucler y Verón en relación a la ciencia. Luego nos focalizamos en uno de los videos publicados por CMHNTM en su canal oficial de YouTube, a los fines de identificar qué noción de ciencia y de ideología barajan; cabe destacar que, este resumen da cuenta de un primer acercamiento al análisis de los discursos de dicho movimiento. Por último, exponemos unas palabras finales para concluir el trabajo.

## Verón y Schmucler

El debate entre Verón y Schmucler giró en torno al libro de Mattelart y Dorfman llamado *Como leer al Pato Donald* (1972), cabe destacar que tanto Verón<sup>[1]</sup> como Schmucler<sup>[2]</sup> han sido intelectuales relevantes para el pensamiento de los estudios de comunicación en América Latina.

Verón, en su artículo “Acerca de la producción social del conocimiento: el “estructuralismo” y la semiología en Argentina y Chile” (1974), plantea que el análisis del discurso desde una posición comprometida a causas políticas, como el de Mattelart, no requiere de un método científico. Al mismo tiempo, entiende que intelectuales que apoyaron a Salvador Allende en las elecciones y luego asumieron responsabilidades oficiales, como también fue el caso de Mattelart, sus análisis están teñidos de ideología. Afirma Verón: “...es en este nuevo rol que Ariel Dorfman y Armand Mattelart publicaron un análisis ideológico del Pato Donald” (1974, p. 120).

Para Verón en el libro *Para leer al Pato Donald* los autores utilizaron un lenguaje semiológico pero realizaron un análisis intuitivo e interpretativo. El problema del análisis de Mattelart y Dorfman radica, según Verón, en la no utilización, ni siquiera un cuestionamiento, del método. En este sentido, considera que si optaron por un análisis político deben abandonar las exigencias propias del proceso de producción de conocimiento, y especialmente explicitar ese posicionamiento: “Si realizo una tarea intelectual como modo de inserción en una lucha política y esta inserción me obliga a dejar de lado ciertos requisitos que hacen a la producción de *conocimientos*, debo decirlo...” (1974, p. 124).

Héctor Schmucler por su parte, en “La investigación (1975): ideología, ciencia y política” ([1975]1997), se pregunta irónicamente si Mattelart y Dorfman hubieran ‘elegido’ por un análisis político con expreso apartamiento de la ciencia, ¿Verón lo hubiera aceptado?. El autor entiende más bien que la disyuntiva se le plantea al comentarista —Verón— más que a los analistas, porque decide descartar la política. Entender que “...la práctica científica es la única condición de verdad y su marginación de la política es condición para ser proceso de conocimiento, Mattelart y Dorfman saben lo contrario: que la práctica política es condición de verdad para las ciencias sociales” ([1975]1997, p. 137).

Entendemos a partir de Schmucler, que Verón antepone al objeto de estudio el método, a través del cual se busca una científicidad en tanto verdad, separada de posicionamientos políticos. Para Schmucler, tanto el análisis de los medios así como la

producción de conocimiento es indisociable de la cultura, ya que la delimitación de un objeto de investigación está en función al proyecto político-cultural que así define un problema de investigación.

En el caso de Verón podemos entrever que separa por un lado lo científico —la semiología— de lo político y lo ideológico. Con la primera, por medio de la sistematización, el método y el fundamento teórico es posible analizar la ideología connotada en los mensajes masivos. Mientras que para Schmucler, lo político y lo ideológico no está separado de la práctica científica. Podemos nombrar también, que el debate entre estos autores ocurre en un contexto más amplio dentro de las ciencias sociales, las tensiones entre estructuralismo y postestructuralismo.

### La actualidad del debate ciencia versus ideología

A partir del debate entre Verón y Schmucler nos preguntamos por la actualidad de la discusión. Un ejemplo a considerar son las discursivizaciones de CMHNTM, sede Argentina. En nuestro país el discurso de CMHNTM cobró una fuerte presencia en el espacio público, así como en los medios masivos de comunicación a partir de dos tópicos del año 2018. El primero referido al debate de la ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE)<sup>[3]</sup>, y el segundo el proyecto de reforma de la ley de Educación Sexual Integral (ESI)<sup>[4]</sup>. En nuestro escrito nos focalizamos en el segundo punto.

La ESI, promulgada en 2006, es una ley a nivel nacional que garantiza que todos los niños, niñas y jóvenes reciban educación sexual integral, en todos los establecimientos educativos, ya sean de gestión estatal o privada. Por educación sexual integral se entiende que la mirada debe articular tanto aspectos biológicos, así como psicológicos, sociales, afectivos y éticos.

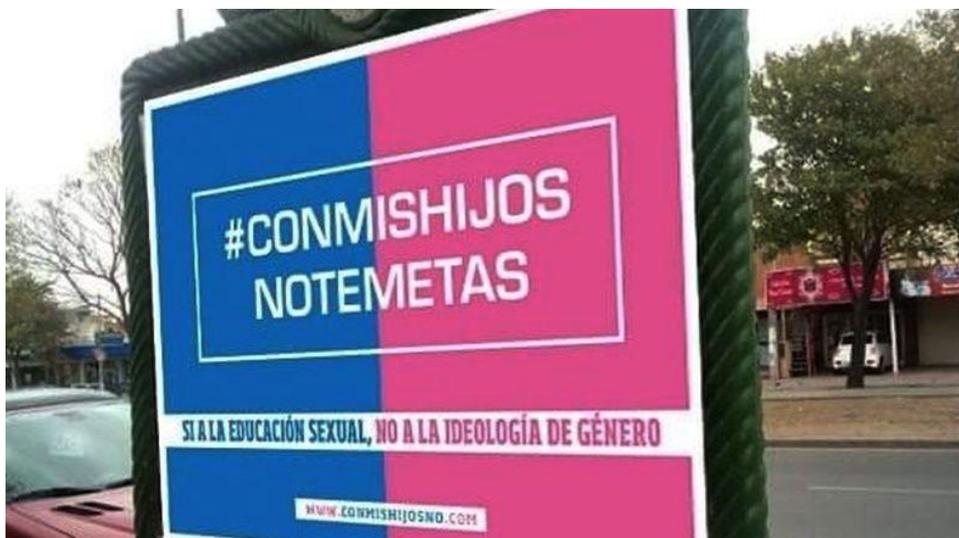
En el año 2008 el Consejo Federal de Educación (CFE), en consonancia con la ley, dicta la Resolución N° 45/08, donde se aprueban los lineamientos curriculares para la educación sexual integral en los tres niveles educativos obligatorios inicial, primaria y secundaria, así como en educación superior, formación docente y técnica.

### La discordia

A pesar que la ley es nacional y sus lineamientos fueron el resultado del debate y consenso logrado en el CFE, sólo 9 provincias, de las 24, se adhirieron a la ley. En este sentido, en setiembre de 2018, luego del debate de la IVE, surgieron distintos proyectos

para modificar la ley 26150, a los fines de efectivizarla. En términos generales los proyectos planteaban, la modificación del artículo 5to, para que la ley de aplique independientemente de la voluntad de las instituciones educativas. También se proponía que la ley debe ser de 'orden público', esto significa que los contenidos curriculares de ESI serán de aplicación obligatoria en todas las instituciones del país, independientemente de si las provincias se adhieren a la ley. Otro punto que plantea es incluir leyes sancionadas con posterioridad, tales como la Ley de Identidad de género (26743), Matrimonio igualitario (26618).

A pesar que la modificación de las leyes de Educación Nacional y la ESI obtuvieron dictamen de mayoría de las comisiones de Educación y de Familia, Mujer, Niñez y Adolescencia, en Diputados, tiempo después el ministro de Educación de la Nación, Alejandro Finocchiaro, explicó que no consideraban necesario modificarla.



**Fuente:** [radiomaria.org.ar](http://radiomaria.org.ar)

También es relevante nombrar, para dar cuenta de la actualidad y la cercanía de la discusión, lo que ocurría en Córdoba mientras en Diputados se discutía la reforma de la ESI. Aparecieron afiches de la campaña CMHNTM, ubicados en las marquesinas de las principales arterias de la ciudad y en los vidrios traseros de los colectivos urbanos. Dicha campaña cuenta con una página web oficial, [conmishijosno.com](http://conmishijosno.com), a través de la cual difunden su posicionamiento.

### “Ideología de Género, imposición arbitraria”

En el canal oficial de YouTube de CMHNTM, subieron cuatro videos. Uno de ellos, el más breve, llamado “Ideología de Género, imposición arbitraria”<sup>[5]</sup>, se proponen, según la descripción que aparece en el video, exponer los supuestos implícitos (subyacentes) de la ESI y su influencia negativa en los niños. Nos detendremos en dos aspectos del video ya que allí podemos advertir referencias a ciencia e ideología: la frase con la que inicia y con la que termina la pieza audiovisual. En futuros trabajos abordaremos otros elementos discursivos, tales como la imagen, el sonido, colores, etc.

El lema con el que finaliza la campaña es “Educación sexual para prevenir, sí!. Ideología de género para adoctrinar, no!”. Una primera pregunta que surge es ¿Qué sería ideología de género? Podemos afirmar, a partir de los video y de documentos publicados por CMHNTM, que es un conjunto de supuestos, de herramientas, que responden a un grupo particular, o bien a una *moda*, basadas en una falsa lectura de la realidad. Esas ideas, propias de un sector minoritario, pone en peligro a la mayoría ya que buscan expandirlas desde el Estado. Esa *idea* perversa, es el género, ésta no se la vincula con la construcción de la masculinidad y de la feminidad, sino con aborto, perversión moral, erotización de niños y niñas, corromper la infancia, quitar la libertad al ser humano, etc.

Para CMHNTM el riesgo radica en que, por medios de esas *ideas* buscan dominar a través de una perspectiva errónea, que no están basadas en elementos fácticos y comprobables, inclusive están distanciadas de las evidencias biológicas, las que marcan una diferencia entre varones y mujeres. La fuerza argumentativa del colectivo radica en nombrar y señalar que esas *ideas* son opuestas a lo científico, omitiendo los supuestos que ello implica. Es así que el carácter ideológico radica en la no sistematicidad, la contradicción, y la falta de basamento empírico, al punto de ser absurdas (opuesto a la razón). En este sentido, podemos retomar la frase con la que inician el video, afirman: “...nos dicen que pintarles las uñas a un niño no lo hace homosexual pero darle una muñeca a una niña la esclaviza”.

Por medio de las omisiones discursivas podemos identificar tanto los supuestos teóricos como el interlocutor de CMHNTM. En cuanto a lo primero, entendemos que recurren a un modelo de ciencia que se forjó entre el siglo XVIII hasta mediados del siglo XX. El Informe de la Comisión Gulbenkian (1996), encuentra que los principios que caracterizan a la ciencia —con la palabra ciencia se hace referencia a las ciencias naturales— eran el modelo newtoniano y el dualismo cartesiano, a partir de los cuales se estableció qué es

ciencia. Esos elementos también los adoptó las ciencias sociales, para así tener el rango de ciencia.

Dichas peculiaridades son: el modelo newtoniano, esto supone que hay un equilibrio entre pasado y futuro, todo coexiste en un eterno presente, "... una visión casi teológica: al igual que Dios, podemos alcanzar certezas, y por lo tanto no necesitamos distinguir entre pasado y futuro..." (1996, p.4). En cuanto al dualismo cartesiano se establece la separación entre la mente y la materia, entre lo humano y la naturaleza, el mundo espiritual y físico; subordinando el primero al segundo, capaz de ser descrito en forma de fuerzas causales o 'leyes de la naturaleza'.

Ese tipo de basamentos científicos fueron revisados luego de la Segunda Guerra Mundial. En ese marco podemos ubicar a los interlocutores de CMHNTM —feministas—, quienes cuestionan las pretensiones de científicidad tanto de la biología como de la cultura, podemos ubicar —en términos muy generales, cayendo probablemente en estereotipos y reduciendo la complejidad— dichos planteos dentro de lo que se denomina postestructuralismo. Ésta se caracteriza por desmitificar el carácter de verdad de un conocimiento, más bien la *verdad* está asociada a una mirada —ideología— que permite el cuestionamiento de ciertos elementos del mundo.

Este enfoque no entiende a la ideología como lo que se oculta detrás de un discurso. Por el contrario entiende que el poder, que es desde donde se construye conocimiento, nos constituye, moldeando tanto nuestras ideas como cuerpos. Es así que no se puede hacer una división entre el sujeto que investiga y su objeto de investigación, como si existiesen en dos mundos separados. Asimismo los objetos de investigación son inteligibles dentro de un marco discursivo, es decir dentro de una cultura, conformada por un proceso histórico, de modo que no se puede formular leyes universales. En otros términos, podemos decir que el posestructuralismo cuestionó fuertemente el modelo newtoniano y el dualismo cartesiano.

### Palabras finales

Entendemos que el debate ciencia versus ideología tiene vigencia en la actualidad, especialmente en aquellos discursos que retoman posiciones consolidadas como el positivismo, diluyendo el carácter histórico de los sujetos, así como de la *mirada* con la que se los analiza. En este sentido también es relevante destacar que no se trata sólo una discusión agonística, de qué discurso es más *verdadero*. Sino que es necesario

considerar tanto los hechos así como los *artefactos* con los que se los *mira*, para ofrecer una versión fidedigna del mundo *real* (Haraway, 1991).

Esto implica: no negar que existe una diferencia entre varón y mujer —como entiende CMHNTM— sino atender a las prácticas con la que se *miran* los cuerpos. Siguiendo a Donna Haraway (1991), la visión, el ojo humano, está cargado de sistema perceptivo, es decir, “...no existen miradas pasivas sino posibilidades visuales altamente específicas, cada una de ellas con una manera parcial, activa y maravillosamente detallada de mundos que se organizan.” (1991, p. 327). En otras palabras, lo que se nos hace visible es una cuestión de “poder ver”, más que el hecho en sí. En ese sentido cabe la pregunta ¿existe una violencia implícita en la práctica visualizadora?.

La postura de CMHNTM —sede Argentina— lejos se encuentra de ser una ebullición espontánea, pasajera y local. Lo podemos observar en movimientos internacionales recientes. En Polonia en 2009 el grupo se denominó ¡Salven a los pequeños!, quienes se oponían a la reforma educativa a causa del ‘lobby homosexual’ (Graff y Korolczuk, 2019). En Perú, también llamados “Con mis hijos no te metas”, se manifestaron en 2016 contra de la inclusión de contenido curricular que promovía educación sexual, algunos de los carteles de su manifestación era: “no es homofobia, es protección a mis niños” (Fowks, 2017). En Uruguay también se encuentra el movimiento “Con mis hijos no te metas”, quienes también se encuentran en contra de la guía de educación sexual que se lanzó en 2017.

## Bibliografía

- FOWKS, J. (2017). “Contra la «ideología de género»” En *revista Nueva Sociedad* versión digital. enero 2017.
- GRAFF, A. y KOROLCZUK, E. (2019). “¿Hacia un futuro iliberal? Contra la «ideología de género» y contra la globalización”. En *revista Nueva Sociedad*. Febrero 2019.
- HARAWAY, D. (1991). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- MATTELART, A. y DORFMAN, A. (1974). *Cómo leer al Pato Donald*. Bs. As.: Siglo Veintiuno.
- SCHMUCLER, H. ([1975]1997). “La investigación (1975): ideología, ciencia y política”. En *Memorias de la Comunicación*. Bs. As.: Ed. Biblos.

VERÓN, E. (1974). "Acerca de la producción social del conocimiento: el "estructuralismo" y la semiología en Argentina y Chile". En revista *Lenguajes*. Pp. 96-126.

WALLERSTEIN, I. (coord.) (1996). *Abrir las ciencias sociales. Informe de la Comisión Gulbenkian para la reestructuración de las ciencias sociales*. México: Siglo Veintiuno.

## Notas

[1] Eliseo Verón 1935-2014.

[2] Héctor Schmucler 1931-2018

[3] En marzo de 2018 se presentó por séptima vez el proyecto de ley Interrupción Voluntaria del Embarazo a la Honorable Cámara de Diputados de la Nación. El proyecto allí obtuvo media sanción. En la cámara alta se rechazó el proyecto de ley el 9 de agosto de 2018

[4] En el año 2006 el Congreso sancionó y promulgó la Ley Nacional que crea el Programa Nacional de Educación Sexual Integral (Ley 26.150)

[5] Link de video [https://youtu.be/e5P2j\\_GpKxw](https://youtu.be/e5P2j_GpKxw)

## Culturas y consumos político-digitales juveniles en la ciudad

**Lucrecia Taricco y Pamela Paz García**

IIPSI, Facultad de Psicología — UNC

Desde una perspectiva situada en el estudio de las condiciones sociales de consumo y comunicación de la ciudadanía cordobesa, nuestra propuesta de investigación tiene por objeto reconocer nuevos escenarios de constitución de lo público en torno a las prácticas de consumo digital de información política de jóvenes cordobeses. Con la intención de identificarlos en su variedad de perfiles de consumo, en relación al uso y apropiación local de medios y contenidos digitales sobre política, así como poder distinguirlos en sus prácticas en el marco de culturas urbanas identificables en torno a las audiencias locales que nos permita finalmente, realizar una taxonomía y análisis comparado de las culturas juveniles locales identificadas y sus condiciones sociales e identitarias particulares, reconociendo asimismo el rol de las estructuras de los mercados político y mediático locales. Recordar que los ciudadanos somos también consumidores lleva a encontrar, en la diversificación de los gustos, una de las bases estéticas que justifican la concepción democrática de la ciudadanía. En este sentido, nos proponemos abordar dichas prácticas de consumo digital desde un enfoque cualitativo centrado en la comprensión de sentidos y significaciones intersubjetivas de diferentes grupos de jóvenes entre 16 y 30 años de edad, de diferentes condiciones sociales de la ciudad de Córdoba en el periodo comprendido entre 2018 y 2020.

Entendemos que resulta fundamental poder dimensionar tales diversas prácticas cotidianas en relación a las categorías de: juventud o condición juvenil, cultura y consumos mediático-informativos digitales y la dimensión política ideológica de los mismos. En este sentido, se adopta un enfoque transdisciplinario e intercultural asumiendo la multidimensionalidad y dinamismo de estas categorías. Por otro lado, y reconociendo como la identidad del fenómeno investigado desafía las metodologías y categorías analíticas más tradicionales, cabe también recuperar una discusión histórica del campo de las ciencias sociales en torno al estudio de los procesos contemporáneos de producción, circulación y apropiación de información político-mediática por parte de los ciudadanos consumidores, con el fin de poder interpelar y actualizar algunas claves interpretativas en torno a un objeto altamente dinámico en el campo de la comunicación política. Asimismo, la problemática investigada será contextualizada en el marco de la actual crisis de poder y credibilidad que sufre el periodismo a partir de la viralización sistemática y cotidiana de noticias falsas (fake news), el crecimiento exponencial del

ciberactivismo, las polémicas, los debates y las modificaciones que se han producido en torno a las leyes de acceso a la información y protección de datos en Internet a partir del denominado escándalo de Facebook y Cambridge Analytica (CA), sin dejar de visualizar al consumo cultural como un problema político. Al respecto, al reconocer su dimensión ideológica tanto a nivel macro como micro-sociológico, el consumo mediático-informativo puede ser reflexionado entonces, no sólo como un comportamiento ritual sino además y fundamentalmente como un acto político donde se reafirman significados sociales y se legitima una posición o estatus. Así “la subjetividad político-ideológica de las audiencias de los medios masivos se constituye en procesos identitarios reversibles y condicionados por diversas prácticas culturales” (Paz García y Brussino, 2014).

En el contexto de una sociedad de la información cada vez más mediatizada y pre supuestamente más inter e hiper conectada, el hecho de que los jóvenes sean los principales consumidores digitales y sujetos priorizados en los discursos y las políticas públicas estatales con respecto al acceso a nuevas tecnologías de información y comunicación en la región, refuerza la necesidad de profundizar nuestro conocimiento en torno al vínculo política-cultura que queda establecido por los jóvenes cordobeses urbanos en sus consumos cotidianos de información política.

En esta dirección, el plan de trabajo tiene la intencionalidad de combinar técnicas que aumenten las posibilidades de profundizar la comprensión de la realidad investigada en el marco de los objetivos planteados, al abocarse al conocimiento y mapeo de prácticas sociales cotidianas, así como en función de su foco en aspectos epistemológicos del estudio socio-cultural del consumo político-comunicativo, se procura aportar profundidad a los datos. En este sentido y valorando el aporte de la triangulación, en los procesos de obtención e interpretación de datos y resultados, en el proyecto vigente en la manera contextualizada de tratar el tema en estudio, debido a que la interpretación tiene el potencial de captar diversidades aún en el estudio de fenómenos complejos, superándose así la forzada simplicidad a la que pueden inducir configuraciones metodológicas unitarias.

Desde este enfoque conceptual y metodológicamente situado, se visualiza entonces finalmente la necesidad de un cambio de paradigma en torno a las investigaciones del campo de las comunicaciones, la política y la opinión pública con respecto a audiencias específicas como las identidades juveniles contemporáneas, también, como un desafío de las sociedades de la información necesario para poder repensar las mediaciones digitales.

## Bibliografía

BOURDIEU, P. (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

BRUSSINO, S., PAZ GARCÍA, A.P., RABBIA, H.H. & IMHOFF, D. (2011). "Ideología política y prácticas mediatizadas de consumo informativo". *Revista Debates*, 5(2), 13-40

CANCLINI, N. (1995). *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, D.F.: GRIJALBO S.A.

\_\_\_\_\_ (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Gedisa editorial, 1a ed. Barcelona.

\_\_\_\_\_ (2009). "Consumo, acceso y sociabilidad", en *Artigo comunicação, mídia e consumo* San Paulo Brasil. 6(16)

DELICH, F. (1979). "Las condiciones sociales de la democracia", en *Crítica & Utopía Latinoamericana de Ciencias Sociales*, No. 1, septiembre, Ed. Critica & Utopía, Buenos Aires.

DONOLO, D. (2009). "Triangulación: procedimiento incorporado a nuevas metodologías de investigación". *Revista digital universitaria*, 10 (8).

HERNÁNDEZ SAMPIERI, C; FERNANDEZ COLLADO, R; BAPTISTA LUCIO, P. (2003). "Metodología de la Investigación" (cap. 1), México DF: Mc Graw-Hill.

MANSILLA, H. (2011). *Nuevos Consumos Culturales Acceso a Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y bienes culturales. Aportes teórico-metodológicos*. Villa María: EDUVIM.

MORDUCHOWICZ, R. (2008) *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós

PAZ GARCÍA, P. & BRUSSINO, S. (2014). "Perfiles ideológicos de consumo mediático de información política en Córdoba-Argentina". *Anagramas*, 13(24).

\_\_\_\_\_ (2015). "Consumo juvenil de información política. Análisis estructural y reticular de las preferencias mediáticas de universitarios cordobeses (Argentina, 2012)". *REDES - Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 26(2), pp. 171-205.

REGUILLO, R. (2000). *Emergencias de las culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Bogotá: Grupo editorial Norma.

## Mesa de TFG

### Presentación de trabajos finales de grado

Recopilamos aquí los trabajos expuestos en las dos mesas que se desarrollaron de manera simultánea durante las Jornadas. Los y las expositores/ras socializaron las producciones con las que finalizaron y obtuvieron sus títulos de licenciados y licenciadas. Los trabajos presentados fueron investigaciones científicas, productos de comunicación y propuestas de prácticas-planes de comunicación en organizaciones e instituciones. En el encuentro participaron tanto comunicadoras/es de la FCC, así como de otras facultades del país.

Dicho espacio se presentó como una instancia de diálogo entre recientes egresados y egresadas de carreras de comunicación y estudiantes de posgrado con el objeto de poner en valor y visibilizar las producciones de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en materia de Trabajos Finales de Grado. Asimismo, la puesta en común de experiencias de elaboración de las tesinas de grado incentivó la movilización de inquietudes, apuntando a la continuidad de sus distintos proyectos de investigación.

## **Construcción y reproducción del imaginario adolescente en medios de comunicación digital. La Gaceta Online y la Perspectiva de Derechos: análisis de casos entre 2015 y 2017**

**María Agustina Giménez Sánchez**

Universidad Nacional de Tucumán

### **Introducción**

El presente resumen ampliado corresponde a un trabajo de investigación científica, que reviste carácter de tesina de grado, y cuyo objetivo está comprometido en la profundización teórica-empírica de las prácticas comunicativas que llevan adelante los incipientes medios de comunicación digital alentando a la construcción y reproducción de determinados imaginarios sociales que, sin duda, se expresan a diario en la realidad social circundante refiriendo a agentes sociales diversos.

Será el punto de partida la comprensión de que desde el Siglo XX el mundo se encuentra atravesando cambios en todos sus campos humanos a partir, entre otras cosas, del avance de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Estos cambios se resumen en el fenómeno de la Globalización que direcciona las prácticas sociales a su funcionamiento sobre una base inmaterial (Sierra, 2002). En el campo de la Comunicación, el fenómeno se manifiesta con claridad en los medios de comunicación pero también en los procesos periodísticos que devienen de los mismos ya que lo inmaterial (o lo digital) advierte una apertura a nuevas formas de obtener beneficios diversos para las empresas ya consolidadas, generando consecuencias de ello. Una, la que interesa en este trabajo, es el establecimiento de un pensamiento netamente comercial de la información: solo se elaboran productos noticiosos que responden en mayor medida al mercado (Ramonet en Sierra, 2002; Ramonet, 2011).

Desde esta perspectiva, se cuestiona la información periodística que a diario se difunde en los medios de comunicación digital presentándose como una realidad sesgada por la perspectiva economicista que constituye a las industrias culturales desde lo digital, pretendiendo convencer de que aquello que se consume sobre los actores sociales massmediatizados es efectivamente lo que se muestra de los mismos.

Desmenuzar en un análisis a todos los actores sociales y elementos que conforman la realidad expuesta no es el propósito de este trabajo. Sin embargo, si enfocaremos la atención en la construcción y reproducción de imaginarios sociales del colectivo

adolescencia por diferentes motivos: no sólo ha sido blanco de cuestionamientos de diversa índole y naturaleza –política, social, económica, cultural-, sino que también se lo ha relegado a un lugar pormenorizado en la construcción social que de ellos se realiza a partir del aporte informativo de los medios de comunicación digital. En particular, desde la versión online del diario La Gaceta, un medio tucumano.

En este marco, se postula la hipótesis de que el diario La Gaceta Online construye, reproduce y consolida desde las noticias, tratamiento y publicaciones en San Miguel de Tucumán un imaginario social del colectivo adolescencia basado en una perspectiva economicista, que se opone a la perspectiva de derechos de los mismos; imponiendo desde allí el objetivo central en el desarrollo investigativo fue proponer una línea de abordaje sobre cómo se generan, reproducen y consolidan en San Miguel de Tucumán determinadas imágenes del colectivo adolescente a partir del análisis del tratamiento, la elaboración y publicación de información periodística de La Gaceta Online entre los años 2015 y 2017.

### **Aspectos teóricos y metodológicos**

La fundamentación teórica de este abordaje supone la implementación de autores vinculados a tres nociones fundamentales planteadas a partir de la hipótesis definida: Periodismo Digital, Imaginarios Sociales, Adolescencia.

Desde la primera, se contemplan conceptualización, orígenes (Sal Paz, 2010), transformaciones respecto a los medios tradicionales (Canga Larequi, 2001) y características del periodismo que los medios de comunicación digitales permiten ejercer (Orihuela, 2002). También se consideran las ideas de Hegemonía y Alternatividad, para dar cuenta el carácter que el periodismo digital puede adquirir en su puesta en práctica (Gramsci, 1975; Huergo, 2000; Laclau, 1996; Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004).

Con respecto a los Imaginarios Sociales, se explicita de qué forma las comunidades los usan para establecer identidad (Baczko, 1984); cómo se transforman en representaciones sociales que luego constituyen un paradigma cultural vinculando determinados significantes con ciertos significados que atribuyen „imágenes“ específicas a cada agente o elemento de la realidad que nos circunda (Gómez, 2001; Raiter 2001).

Por último, la noción de Adolescente permite establecer delimitaciones conceptuales para remitir al grupo social estudiado, diferenciándolo de otros que conforman el tejido

social (Urresti, 2000; Pineda Pérez y Aliño Santiago, 1999; Kaplan, 1986). Desde este abordaje resultará preciso, además, instalar distinciones entre los términos 'adolescentes' y 'juventud' (Pérez Islas, 2000).

Desde las estrategias metodológicas, se prioriza la ejecución de un análisis del corpus muestral basado en la complementariedad de las perspectivas cualitativas y cuantitativas. De esta manera, la obtención de datos de ambos tipos se logra mediante una triangulación metodológica que posibilita una línea de acción diferente para cada enfoque metodológico, y por eso cada uno revelará diferentes aspectos de la realidad estudiada (Cook y Reinhardt, 1997).

## Los resultados

En términos generales, los resultados obtenidos en las perspectivas cuantitativas y cualitativas dan cuenta de una coherencia significativa a la hora de complementarse entre sí. Desde el enfoque cuantitativo, los datos relevantes suponen que:

- Casi la mitad de notas del Corpus (49,5%) que hablan o refieren a los jóvenes se ubican en la sección Policiales del diario digital tucumano. Esta primera interpretación nos permite advertir la insistente vinculación entre las nociones de violencia y adolescencia por parte del medio atendiendo al par binario adolescente = violento o adolescente = delincuente.
- En tono a lo anterior, el enfoque de la mayoría de las notas de La Gaceta Online (68,3%) está basado principalmente en denuncias por encima de cualquier propuesta o mera descripción informativa de lo noticiable que, además, pondera a más de la mitad de los jóvenes involucrados en las unidades de análisis en un rol de victimarios (50,3%); o bien, los ubica en lugar de víctimas (con 28,4% de 366 notas totales) a las que hay que compadecer sin tener en cuenta que aún desde esa posición son sujetos con derechos adquiridos que deben resguardarse en tanto tales y no exponerlos como objetos dignos de la pena de la opinión pública.
- La contextualización de las informaciones no contempla lo propuesto por la perspectiva de derechos de los adolescentes ya que, si dejamos a un lado las notas en las que no se especifican o no contienen fuentes, contamos con un total de 255 (61,5% del total) artículos que priorizan mediáticamente la palabra de personas adultas contra sólo 45 notas (12%) que se enfocan en lo que dicen o

aportan los adolescentes. Esto sólo genera una contextualización pobre y parcializada de la realidad.

- Los elementos gráficos que acompañan lo textual son también herramientas claves que brindan un panorama contundente sobre la decisión de La Gaceta Online de priorizar el cuidado de los recursos económicos por sobre los derechos humanos en las informaciones. De esta manera, advertimos que si bien en el caso de las imágenes más de la mitad de notas que las poseen (53,3%) las emplean con fines ilustrativos del tema desarrollado; en el caso de los videos, la mayoría de las notas que los eligen para acompañar la información textual (que representan un 6,6%) los utilizan meramente bajo fines morbosos cuya intención no puede ser otra que la de estimular el consumo del contenido y nada más.

Pero sólo desde las estadísticas generales se revela la tendencia economicista del medio tucumano: desde el análisis cualitativo se alega un tratamiento semántico y sintáctico supeditado a esa línea. Así, el sentido informativo generado desde la individualidad de cada una de las cuatro unidades estudiadas en profundidad (y en general, del resto de artículos que configuran el corpus) contribuye a la consolidación de uno mayor y más significativo aún -pero no por eso menos discriminador, estigmatizante y excluyente- expresado en la información periodística.

## Conclusiones

La investigación concretada permite extraer algunas conclusiones vinculadas a la capacidad de La Gaceta Online a la hora de construir, reproducir y consolidar imaginarios sociales sobre los adolescentes actuales a partir de la adopción de una perspectiva puramente mercantil que, sin dudas, encuentra su mayor antagonista en la perspectiva de derechos de los mismos.

En el campo mediático, el impacto de la globalización y la prevalencia de lo digital, lo virtual es tan grande que no llega a ser previsible completamente. Sin embargo, desde la comunicación ya surgieron evidencias de las respuestas al cambio en las lógicas y funcionamientos: emergen medios de comunicación digital que revolucionan el mercado ante la infinita cantidad de posibilidades que el nuevo entorno significa en rentabilidad, audiencia, posicionamiento y/o publicidad.

El diario La Gaceta Online es un ejemplo de esto en el ámbito tucumano ya que se hace con los recursos digitales necesarios para convertirse en el diario de mayor influencia

dentro de la provincia y uno de los más importantes a nivel nacional. De esta manera, a la hora de generar contenido, llevar adelante el tratamiento informativo y hacer trascender la información -mercancía- no se especula en el enfoque a emplear. Es decir, en el cómo y qué se dice de los sujetos involucrados en las notas periodísticas restringe su interés a un marcado perfil economicista.

## Bibliografía

BACZKO, B. (1984). *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. París: Editorial Payot.

CANGA LAREQUI, J. (2001). "Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión" en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. N° 7, pp. 33-48. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España.

COOK, T. D. y REICHRDT, Ch. S. (1997). *Métodos Cualitativos y Cuantitativos en Investigación Evaluativa*, 3ra edición. Madrid: Editorial Morata.

GÓMEZ, P. A. (2001). "Imaginarios sociales y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad" en *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales*. N° 17, Universidad Nacional de Jujuy. San Salvador de Jujuy.

GRAMSCI, A. (1975). "El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto". México.

HUERGO, J. (2000). "Hegemonía: un concepto clave para comprender la comunicación" en un ensayo para la Universidad Nacional de La Plata. Apunte de cátedra de Comunicación Alternativa. Facultad de Filosofía y Letras (UNT). San miguel de Tucumán.

KAPLAN, L. J. (1986). "Adolescencia: el adiós a la infancia", Buenos Aires: Paidós.

LACLAU, E. (1996). "Emancipación y diferencia". Buenos Aires: Editorial Ariel.

PÉREZ ISLAS, J. (coord.) (2000). "Visiones y versiones. Jóvenes, instituciones y políticas de Juventud" en *Umbrales. Cambios culturales, desafíos nacionales y juventud*. Medellín: Corporación Región.

PINEDA PÉREZ, S. y ALIÑO SANTIAGO, M. (1999). "Capítulo I: El concepto de adolescencia" En *Manual de Prácticas Clínicas para la atención integral a la Salud en la Adolescencia*. La Habana, Cuba: Minsap.

RAITER, A. (2001). "Capítulo I: Representaciones sociales" en *Representaciones Sociales*. Buenos Aires: Editorial Eudeba.

RAMONET, I. (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.

\_\_\_\_\_ (2011). *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales*. Buenos Aires: Editorial Capital Intelectual.

SAL PAZ, J. C. (2010). "Periodismo digital en Tucumán. Perspectiva discursiva". San Miguel de Tucumán. Colección Tesis de la Editorial Humanitas, Facultad de Filosofía y Letras, UNT.

SIERRA, L. I. (2002). "Globalización, multiculturalismo y comunicación. Paradojas y debates" en *Diálogos de la Comunicación*. Pp. 68-80.

URRESTI, M. (2000). "Cambio de escenarios sociales, experiencia juvenil urbana y escuela" en *Una escuela para los adolescentes*. Buenos Aires: UNICEF/Losada. V

INELLI, N. y RODRÍGUEZ ESPERÓN, C. (2004). *Contrainformación. Medios Alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente.

## Del templo del saber al templo del consumo: una mirada urbana del edificio Olmos

**Pedro Giordano Mazieres y Milagros Flores**

Facultad de Ciencias de la Comunicación — UNC

### Introducción

El siguiente resumen se encuentra enmarcado en una tesis de licenciatura en comunicación social (FCC-UNC), desarrollada durante el 2018. La pesquisa realizada tuvo como objetivo comprender la trama de sentidos que se inscriben en torno a un edificio de la capital cordobesa en dos períodos históricos diferentes: el colegio “Olmos” (primera década del siglo XX) y el shopping “Patio Olmos” (última década del siglo XX). Dicho edificio ocupa una de las esquinas más importantes en términos geopolíticos y comerciales de la ciudad, donde confluyen las avenidas Vélez Sarsfield y Bv. San Juan. Estas arterias de circulación son una de las más importantes, tanto en la actualidad como a principios de siglo XX.

Construido en 1909 como unos de los colegios de mayor renombre dentro de la sociedad cordobesa, la Escuela Normal para Varones José Vicente de Olmos surge en un contexto socio-histórico marcado por las ideas liberales que promovieron las clases dominantes y el propio Estado-Nación. En 1995 se re-inauguró como un Patio Comercial, de la mano del sector privado y en un contexto histórico marcado por las ideas neo-liberales. En la actualidad, se constituye como referente del turismo y funciona como principal centro de convenciones de Córdoba.

Esta breve caracterización permite introducirnos en la temática que pretendemos exponer: comprender de qué manera dicha re-funcionalización del edificio en el marco de procesos urbanísticos anclados socio-históricamente dan cuenta de sistemas de valoración social que nos permiten identificar claves en torno a los modos de ser y estar característicos de una sociedad determinada.

### La ciudad de Córdoba de principios y fines del siglo XX: un acercamiento a diferentes procesos de urbanización

Para comprender el lugar del edificio Olmos y su particular forma de condensar los sentidos circulantes en ambas etapas históricas, fue importante indagar un poco acerca de la historia cordobesa contemporánea. Su estudio significó no sólo datos económicos y sociales precisos, sino también dar con datos urbanísticos, que dieron cuenta de la forma

que estaba tomando la ciudad en ambas etapas históricas. También pudimos conectar dichas caracterizaciones de la ciudad con el edificio Olmos, siguiendo la idea de Raymond Williams:

“Toda clase gobernante consagra una parte significativa de la producción material al establecimiento de un orden político. El orden social y político que mantiene un mercado capitalista, como las luchas sociales y políticas que lo crearon, supone necesariamente una producción material. Desde los castillos, palacios e iglesias hasta las prisiones, asilos y escuelas; (...) toda clase gobernante, por medios variables, aunque siempre de modo material, produce un orden político y social”. (Williams, 1977, p. 123).

En este sentido, es importante conocer los resortes del poder político en cada etapa histórica, para entender el lugar que ocupa el Olmos en cada momento. En primer lugar, pudimos reflexionar acerca de las transformaciones de la ciudad de Córdoba que estaban teniendo lugar en 1909. El Estado nacional y provincial, encabezado por el Partido Autonomista Nacional (PAN), encauzó un sistema político desde 1880 cuyos tres componentes eran: la incorporación plena a los mercados mundiales a través de la exportación de cereales y carnes (modelo agroexportador), la inmigración de masas (una política que había tenido sus inicios en 1870 bajo la Ley Avellaneda 13, que buscaba poblar el territorio y nutrir a la Nación de las mejores costumbres civilizadas) y la organización de un orden político conservador (socavando los focos antagonistas internos y resolviendo las disputas de fronteras con las naciones vecinas).

Estos pilares fueron muy importantes para el pulso social cordobés, ya que su cúpula gobernante formaba parte de la elite política encabezada por el PAN. Las calles céntricas cordobesas comenzaron a ser suelo fértil para inversiones públicas que buscaban visibilizar el poder de las instituciones políticas.

Por otro lado, el poder político a nivel nacional y provincial en 1995 estaba caracterizado por un contexto neoliberal que venía protagonizando a la sociedad argentina desde la última dictadura militar. De la mano del peronismo, los 90' fue caracterizada a nivel nacional como la década del gobierno menemista, cuyos pilares fueron las privatizaciones (en donde el Estado se retiró paulatinamente de su empresa pública), la desregulación (donde se suspendieron las regulaciones de los precios y los salarios) y la apertura comercial económica (que dejaba al libre juego del mercado las importaciones y las exportaciones).

Con estas dos “caracterizaciones de Córdoba”<sup>[1]</sup>, es que pudimos considerar al Olmos como una ventana de reflexión para ejemplificar un modo de planificación urbana ubicada socio-históricamente.

## Entorno urbano como parte de la evaluación social. Aspectos teóricos y metodológicos

El edificio Olmos, como integrante de un tejido social más amplio, condensa los sentidos circulantes en ambas etapas históricas, en donde urbanismo y estética se articulan. En ambos períodos de tiempo, el Olmos fue parte de un proceso de urbanización que implica un momento del desarrollo del sistema capitalista. Siguiendo Harvey, la urbanización siempre ha sido un fenómeno de clase, ya que los excedentes son atraídos de algún sitio y de alguien (Harvey, 2008). En esta línea de pensamiento, la ciudad y su organización espacial tienen su lógica en principios capitalistas, en donde el espacio es una parte fundamental del funcionamiento del mercado. Según Henri Lefebvre, es el espacio y por el espacio donde se efectúa la reproducción de las relaciones de producción capitalista. El espacio es cada vez más un espacio instrumental, en donde cada fragmento está pulverizado para ser comprado o vendido (Lefebvre, 1974).

Para poder comprender el lugar del edificio Olmos en la operatoria segregacionista del capital en ambas fases (1909/1995), se encaró una visión socio-semiótica de la ciudad. Consideramos al edificio Olmos como un signo inserto en un contexto socio-histórico particular. Siguiendo a los autores Medvédev y Bajtín (1993), el concepto de evaluación social se relaciona con el proceso que dota de sentido a los signos al incorporarlo en su atmósfera ideológica, lo que nos permitió conectar al “signo-Olmos” con su contexto social en una particular configuración del capital.

Con respecto a la metodología, para la exploración de las relaciones sociales el plan se centró en la lectura de ciertos medios gráficos de ambos momentos. Estos insumos fueron fundamentales para comprender las dinámicas inscritas en la decisión urbanística de construir/refundar el Olmos. El discurso mediático es un tipo particular de género discursivo, en donde se imprimen ciertas reglas que se diferencian de otras zonas de la discursividad. En sociedades cada vez más mediatizadas como las nuestras, la incorporación del vector mediático fue central para incorporar las percepciones e imágenes de la ciudad de Córdoba en las noticias y publicidades de algunos medios gráficos.

La incorporación de la mirada mediática a través de un análisis del discurso de los medios gráficos más importantes de cada época<sup>[2]</sup>, nos permitió alejarnos del concepto de representación y empezar a reflexionar sobre los medios de comunicación como un tipo

de memoria colectiva (Verón, 1987), o como marcos sensitivos que regulan, determinan y reproducen prácticas sociales y contextualizan los signos y los discursos circulantes.

### Reflexiones Finales

Por un lado, la Escuela Normal para Varones José Vicente de Olmos fue una apuesta arquitectónica vinculada con una política sarmientista de erigir “templos del saber” como grandes palacios dedicados a la educación. Su ubicación en la calle General Paz, frente al barrio Nueva Córdoba, suponía que dicha construcción fuera adecuada al paseo de aire cosmopolita que se había configurado por este centro urbano a partir de mediados de 1870. Su contextualización en la década del 90’ en tiempos neoliberales deja atrás el propósito educacional para ser convertido en un centro comercial, en un contexto donde los negocios comerciales empezaron a poblar todo el centro cordobés.

Pasó a ser un punto especial de compras y dispersión, aglutinando los valores de los discursos circulantes de una etapa caracterizada por la exaltación del consumo y la ausencia del Estado en todos los sectores fundamentales para el desarrollo social como la educación y la salud.

### Bibliografía

BAJTÍN, M., MEDVÉDEV, P. (1993). “La evaluación social, su papel, el enunciado concreto y la construcción poética”. *Criterios, La Habana, edición especial de homenaje a Bajtín*, pp. 187-203.

HARVEY, D. (2008). “El derecho a la ciudad”, en *Revista New LeftReview*.

LEFEBVRE, H. (1974). “La producción del espacio”. En *Papers: revista de sociología* N° 3. Pp. 219-229.

VERÓN, E. (1987). *La construcción del acontecimiento. Prefacio*. Buenos Aires: Edición Gedisa.

WILLIAMS, R. (1977). *Marxismo y Literatura*. Buenos Aires: Editorial Las cuarenta.

## Notas

[1] A la hora de armar estos “modelos de ciudad”, tuvimos en cuenta la cantidad de formas de leer la historia y las infinitas maneras de contar procesos sociales. Para ello nos servimos de autores provenientes de la Hermenéutica, que nos ayudaron a reflexionar sobre qué implica hablar sobre el pasado.

[2] Para 1909, escogimos Los Principios y La Voz del Interior, como principales medios hegemónicos de la época. Para 1995, volvimos a elegir a La Voz del Interior, como un medio que logró posicionarse a lo largo del tiempo como el de mayor tirada a nivel provincial.

## Géneros y Formatos en el Universo Transmedial: caso El Doce

**María Gracia Carranza y Priscila Curutchet**

Facultad de Ciencias de la Comunicación — UNC

El problema de nuestra investigación de grado se centró en cuáles eran los formatos y géneros audiovisuales que podíamos encontrar dentro del universo transmedial de Canal Doce y sus características. Teniendo en consideración todos sus soportes, Facebook, Twitter, Instagram, página web y televisión.

Dentro de este interrogante nos planteamos como objetivo general: describir los formatos y géneros presentes en el universo transmedial del Caso El Doce.

Y como objetivos específicos nos propusimos:

- Identificar los géneros y formatos más utilizados en cada uno de los soportes.
- Describir características particulares de los formatos y géneros, según cada soporte.
- Identificar las características del periodismo transmedia, que puede observarse en los soportes del doce.

Finalmente redactamos un objetivo práctico que implicó elaborar un registro de cuáles son los formatos técnicos de imagen utilizados por El Doce, en todos sus soportes.

Dentro del marco teórico tomamos tres textos fuertes. Para clasificar los géneros audiovisuales, la comunicadora Inmaculada Gordillo con su libro “La hipertelevisión: géneros y formatos” del año 2009. Para tratar conceptual y categóricamente al universo transmedia, utilizamos una publicación de un grupo de investigadores de la Universidad Nacional del Comahue, en Argentina, de Rost, Bernardi y Bergero “Periodismo transmedia: la narración distribuida de la noticia”. Por último para referirnos a la clasificación de formatos tomamos a Justo Villafañe Gallego y su libro “Introducción a la Teoría de la Imagen”.

La metodología de investigación implementada fue una triangulación cualitativa y cuantitativa de carácter descriptivo interpretativo. Como técnica de recolección de datos usamos la observación no participante y el análisis cualitativo. Recolectamos mediante tablas semiestructuradas datos sobre temáticas, géneros, formatos, tipos de transmisión, formas de interacción (ya sea expansión, adaptación o volcado de la información) y otras

observaciones. Nos tomamos dos semanas para la recolección de datos la primera fue en *julio* de 2017 (26-06-2017 al 03-07-2017) y la segunda semana fue en *diciembre* del mismo año (06-12-2017 al 12-12-2017).

Por cada unidad de contenido registrada, se llenó una ficha detallando las características propias. Entendiendo el concepto de unidad de contenido, como cada mensaje que comprende un hecho y una temática determinada, a su vez demarcado por límites, temporales y espaciales que diferencian un mensaje de otro. Esa información fue analizada en clave cuantitativa, es decir detectando tendencias mayoritarias y minoritarias de producción de contenido. Y por otro lado cualitativamente, interpretando los sentidos presentes en las observaciones no estructuradas. Posteriormente vinculamos los datos de ambas metodologías para una conclusión final.

Las nuevas discursividades digitales demandan una sistematización de los formatos, las dinámicas y los géneros que le son propios. Por lo cual tomamos para análisis el caso de canal Doce Córdoba, buscando en primera instancia averiguar si la dinámica de interacción transmedial, podía encontrarse efectivamente en este medio local. Pero este gran interrogante se complejizó aún más al hablar de las características de género y formato, propias de cada soporte involucrado en este universo diegético.

Nos vimos obligadas a utilizar categorías de género audiovisual desarrolladas previamente para televisión tomando el texto de la comunicadora Inmaculada Gordillo del año 2009, ya que no encontramos bibliografía específica que clasifique los géneros en soportes digitales.

Nuestra primera conclusión nos llevó a reflexionar. Como comunicadoras no podemos continuar analizando los contenidos audiovisuales de las páginas web o de las plataformas sociales, bajo las categorías de estudio generadas para radio, periódicos y televisión. Los medios de comunicación tradicionales tienen sus categorías particulares que no pueden ser extendidos como alfombras sobre las producciones digitales de la web 3.0 y esperar que no se noten sus rebordes, sus vacíos y discrepancias. Para lo cual es indispensable construir categorías de géneros y formatos que se adapten a las discursividades digitales.

La revolución de Internet como algunos gustan llamar, ha generado nuevas perspectivas tanto para el productor de contenidos como para el público consumidor. Este último ha abandonado la pasividad de los años 90' para dar a luz, a un prosumidor interactivo y des-profesionalizado, pero que cuenta con los recursos tecnológicos para elaborar material audiovisual de estándares aceptables, a bajo costo.

Al hablar de transmedialidad no solo tenemos en cuenta el “rol de co-creador del consumidor dentro del universo discursivo, sino que también es requerimiento la elaboración de mensajes autónomos, que se expandan a nuevos espacios o consumidores y que simultáneamente constituyan un punto de entrada a la historia, una contribución única al todo” (Jenkins, 2009). Estas unidades deben ser específicamente creadas bajo las características propias del soporte donde van a publicarse, de lo contrario estaríamos hablando de formas de interacción previas, entendidas como crossmedia o multimedia pero no de transmedialidad.

A través de nuestro caso de investigación concluimos que en el universo de canal Doce de Córdoba conviven estas dinámicas. Por un lado volcado de contenido de un soporte a otro o adaptación de este, pero sin ser original. Y por el otro lado dinámicas donde el contenido está pensado específicamente para el soporte. El problema radica, como lo mencionamos con anterioridad, en que no existe desarrollo teórico sobre las características particulares de dicho mensaje.

Todo aporte ciudadano en canal Doce siempre está mediado por lo que llamamos un “filtro de profesionalidad”, encabezado por los periodistas del canal, que son los encargados de seleccionar, organizar, priorizar y estructurar (discursiva y técnicamente) la información brindada por el prosumidor. En este tipo de acción comunicativa el usuario no solo selecciona contenido sino que también lo interviene y elabora. Sin embargo las condiciones de formato y género últimas son dadas siempre por el medio de comunicación. Los profesionales así se constituyen como un reaseguro contra las fake news. Y el medio de comunicación se autoproclama como un laboratorio ascéptico de falsedades y subjetividades populares o ciudadanas.

A su vez las plataformas sociales de comunicación como Instagram, Facebook y Twitter tienen sus propios condicionantes de formato técnico y también un estilo propio en relación a lo discursivo.

Indispensable resulta que los periodistas encargados de generar y dar aprobación a las publicaciones tengan respaldo teórico sobre las condiciones típicas de producción técnica y discursiva del contenido digital. Ya que este, además, termina por influir en los medios tradicionales. Por ejemplo: tiempos cortos, 15 a 30 segundos por unidad de contenido que son propios de Instagram. Espacios pequeños o fragmentación de pantalla. Uso de hashtags, etiquetas e hipervínculos, como en Twitter. Y formato de posicionamiento vertical, vinculado a Instahistorias. Estas nuevas formas comienzan a invadir el noticiero televisivo. Desplazando a los grandes reportajes, reduciendo las noticias a segundos,

cubriendo los espacios con múltiples contenidos que fragmentan la disposición final del espacio, modificando las tendencias de consumo como por ejemplo el fenómeno multipantalla, disminuyendo la atención focalizada a mínimos históricos e impregnado las pantallas horizontales de imágenes verticales forzosamente adaptadas.

Dentro de estas dinámicas detectamos piezas de género informativo y publicitario mayoritariamente. Siempre con una superioridad del género informativo sobre el publicitario. Y en minoría pero aún así presentes, unidades del género ficción y entretenimiento. Con la peculiaridad de que estas últimas se encuentran publicadas dentro de soportes que son propiedad exclusiva de un medio informativo. Una gran cantidad de unidades de contenido se caracterizó por la hibridación de géneros: Ficciones cortas que también son publicidades, noticias periodísticas donde se aclara su carácter de “contenido patrocinado”, videos de entretenimiento que son abordados bajo las características y principios del género informativo, noticias periodísticas puestas en tela de juicio, por ser ficcionalizaciones de la realidad total o parcialmente.

En referencia a las temáticas más publicadas por canal Doce, se puede mencionar como sobresaliente un fuerte aumento del interés general o temáticas ciudadanas, asociadas a la participación directa del espectador como prosumidor de la noticia. Este tipo de contenido se caracteriza por tener baja calidad técnica, bajos costos y un gran sentido de la oportunidad, ya que han sido tomadas por testigos en el momento exacto de los hechos. El contenido ciudadano se recolecta por tres medios. Los contenidos virales en plataformas sociales; el blog de El Doce, que recibe mensajes de aquellos que tienen una cuenta de “participación ciudadana” creada en la web del canal. Por último aquellos que acercan a los periodistas videos de cámaras de vigilancia o de sus celulares, cuando han participado de algún evento noticioso y derivado de eso tuvieron contacto directo los profesionales del medio.

Concluimos que si bien canal Doce participa de una dinámica transmedial de interacción, los ciudadanos necesitan cada vez menos de la estructura económica y simbólica de los medios tradicionales, y en muchas oportunidades el informativo se hace eco tardíamente de temas que ya han adquirido visibilidad previamente en entornos informales.

Como resultado final de nuestra tesis, tabulamos los formatos observados en los soportes de canal Doce. Sugerimos también a futuras investigaciones profundizar en la clasificación de los géneros digitales audiovisuales y sus características. Estudio que en la actualidad continúa vacante.

## **Bibliografía**

ROST, A; BERGERO, F ; BERNARDI, MT. (2016). *Periodismo transmedia. La narración distribuida de la noticia* . Argentina, Neuquen: Ed. PubliFadecs

JENKINS,H. (2006). *Convergence Culture.Where Old and New Media Collide*. Estados Unidos. New York: Ed. New York University Press

GORDILLO, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Ecuador, Quito: Ed. Quipus, CIESPAL.

VILLAFAÑE GALLEGO, J. (2006). *Introducción a la Teoría de la Imagen*. España, Madrid: Ed. Pirámide.

## **Deodoro Roca en la Revista Universidad Nacional de Córdoba (1915-1920): un análisis crítico del discurso. A cien años de la Reforma Universitaria de 1918**

**Esmeralda Gaiteri**

Facultad de Ciencias de la Comunicación — UNC

El presente trabajo final de grado tiene por objetivo principal, analizar tres discursos de Deodoro Roca publicados en la Revista Universidad Nacional de Córdoba entre 1915-1920. ¿Por qué el tema y el período? En el año 1918, ocurrió un hecho histórico en Córdoba que hasta la actualidad, sigue influyendo en la educación universitaria argentina: la Reforma Universitaria. Este suceso fue resultado de un conjunto de circunstancias y actores que permitieron cambios no sólo en la Universidad, sino también, aspirar a una reforma social. Los artículos elegidos son: “Ciencias, Maestros y Universidades” (1915 N°10), “De la Fabla Caballeresca” (1916 N°3) y “La Universidad y el Espíritu Libre” (1920 N°7). Roca publicó sólo esos tres discursos en la Revista en años anteriores y posteriores a la Reforma, y por ello se define el corte temporal de 1915-1920. Es una investigación que está situada desde el paradigma crítico, bajo una lógica cualitativa.

Para dar respuesta al problema planteado es necesario presentar conceptos teóricos para describir e interpretar los discursos de Deodoro Roca en la Revista. Se desarrolla la noción de discurso como “discurso social”; esto plantea conceptos como hegemonía discursiva, dominación, poder e ideología. El discurso social es considerado como: “Sistemas genéricos, los repertorios tópicos, las reglas de encadenamiento de enunciados que en una sociedad dada, organizan lo decible y aseguran la división del trabajo discursivo” (Angenot, 2010). Esto implica una mirada totalizadora de un complejo entramado de voces que dan cuenta de lo enunciable y lo decible en una instancia específica de la historia.

Pero es importante entender la cita que expone Tatiana Bubnova de Mijaíl Bajtín: “El mensaje como un eslabón de toda cadena dialógica, es decir de mensajes producidos antes y después del momento de la comunicación” (Bubnova, 1983). Entonces, la enunciación va más allá de las cuestiones meramente lingüísticas. Angenot comparte esta posición pero no como una mera descripción de un sistema estático, sino que lo puntualiza como una “hegemonía discursiva”, en donde los enunciados deben tratarse como eslabones de cadenas dialógicas porque están llenos de “ecos y de recuerdos,

penetrados por las visiones del mundo, tendencias y teorías de una época” (Angenot, 2010). La hegemonía es el conjunto complejo de las diversas normas e imposiciones que operan contra lo aleatorio, lo centrífugo, y lo marginal, indican los temas aceptables y las maneras tolerables de tratarlos. Debe describirse formalmente como las reglas e imposiciones legitimadoras que a su vez son instrumento del control social. Es un sistema que se regula por sí mismo sin que haya detrás un director de orquesta. Siguiendo a Angenot, “La hegemonía discursiva no es algo que exista “en el aire”. Su base es el Estado-Nación que ha llegado ya a la madurez, el espacio social unificado por la expansión de “una esfera pública” (2010), y su mejor ejemplo es el discurso político. En relación a esto, se desarrolla la idea de “producción de sentido discursiva” en discursos políticos específicamente, que permite comprender esta dimensión del discurso. Al respecto, Eliseo Verón nos dice que el discurso político tiene pura relación con el Estado, y sostiene que éstos discursos ejercen un poder y un cierto efecto (Verón, 1978); las estructuras institucionales del Estado que controlan a la sociedad, forman parte de las condiciones de producción, y por ende intervienen en la dimensión ideológica del discurso político. Verón declara: “Los hechos políticos no existen independientemente de su semantización discursiva, son estrictamente inseparables de los discursos” y agrega: “Inversamente todo discurso político es un hecho político” (Verón, 1980).

Por otro lado, el lugar de enunciador y destinatario, es decir, cómo se compone quien habla y qué características tiene quien recibe el discurso, tienen diferentes recursos y estrategias que se utilizan en el campo discursivo político. María Filinich explica:

“Hablar de la instancia de enunciación acentúa el hecho de que lo que interesa desde una perspectiva semiótica es la dimensión discursiva, o bien, en otros términos, la cristalización en el discurso de una presencia (...) que es a la vez causa y efecto del enunciado. Es necesariamente causa pues no puede haber enunciado sin ese acto inaugural del que habla Benveniste por el cual el sujeto se instala como locutor para apropiarse de la lengua y dirigirse a otro. Y es al mismo tiempo efecto del enunciado porque no está configurado de antemano sino que es el resultado de su propio discurrir. Este resultado no está enteramente plasmado en las marcas observables (...) sino que (...) requiere de un esfuerzo de interpretación para comprenderlo. (...) Enunciador y enunciatario son pues, dos papeles que se constituyen de manera recíproca en el interior del enunciado” (Filinich, 2001).

Es por eso que, parafraseando a Bajtín, todo enunciado tiene estrategias donde el enunciador reconoce su posición en la economía discursiva y opera según este reconocimiento. Y afirma que en relación al destinatario, hay un primer y concreto otro. El enunciado es dirigido siempre hacia alguien y ese alguien puede aparecer de

diferentes formas, que es determinado por la praxis a la que se refiere el enunciado, porque contar con un destinatario implica también reconfigurar la respuesta (Bubnova, 1983).

Entonces: ¿Cómo un discurso de resistencia accede a las estructuras discursivas y de comunicación hegemónicas y lleva sus ideales y maneras de ver el mundo a que sean aceptables y legitimadas por la sociedad en un momento determinado de la historia Argentina? Para responder este interrogante se utilizó el Análisis Crítico del Discurso que permite al investigador realizar interpretaciones y producir nuevos conocimientos. Este análisis, al abordar discursos de resistencia, una temática poco desarrollada hasta el presente, otorga una mayor originalidad a esta investigación. La metodología propuesta es innovadora, ya que de los múltiples métodos que se utilizan en ACD, no solamente fueron tomados algunos parámetros, ordenados y seleccionados según los objetivos y problemática propuesta, sino que también se establecieron nuevas categorías semióticas, lo que permitió analizar términos y desmantelación de frases que dieron como resultado las significaciones y sentidos del contexto discursivo.

Se pudo observar que la Revista tiene un tratamiento periodístico en función de lo que sucede en Córdoba y otras provincias, teniendo en cuenta también hechos a nivel mundial. Da cuenta del objetivo que persigue que es ser nexo entre las unidades académicas. El periodo de 1915-1920 está reflejado tanto en sus secciones como en sus temáticas, que permiten observar los sentidos que se estaban produciendo, porque se estaba proponiendo una línea de pensamiento, es decir, se estaba esbozando una nueva manera de ver el mundo. Además, se percibe la coherencia intelectual de los autores de la Revista, que demuestra no sólo tener un acción-discursiva, sino también una acción práctica, en definitiva, explícita en las calles. Y tal es el punto, que la línea editorial del soporte gráfico lo reafirma exponiendo que pocos son quienes pueden llevar a la práctica sus ideas y trascender en la historia, pudiendo difundirlo a través de una publicación. A partir de esto se observa en la Revista que construyen líneas de pensamiento del momento, representando los agentes de transformación como los estudiantes, describiendo a los docentes, profesores, investigadores y el ámbito universitario.

Luego se analizaron los discursos de Deodoro Roca a través de categorías semióticas. Son discursos de resistencia que accede a las estructuras de comunicación hegemónicas por medio de una caracterización sobre un nuevo agente de transformación social que demuestra otras lógicas para entender la realidad social. Se critica y se hace alusión a los contradestinatarios, pero desde un lugar inteligente al tomar sus conceptos y creencias desvalorizándolas, para apropiárselas de otra manera, de un modo positivo.

Se desafía al poder con un sentido de pertenencia grupal empoderado generando polémicas e importunando a las autoridades que no quieren que se produzcan los cambios que la sociedad está demandando. Se accede a la hegemonía discursiva, proponiendo alternativas sobre lo ya establecido que no funciona más, presentando maneras de conquistar derechos y libertades. Es decir, este tipo de discurso de resistencia surge de los jóvenes intelectuales cordobeses pertenecientes a un sector de elite. Es por ello que mediante la mirada crítica sobre la realidad del siglo XX conforma lo que son los ideales reformistas, en los cuales predomina una estrategia discursiva con intertextualidades en los textos analizados, que hacen que tenga legitimidad y por ende, sean aceptables por la sociedad.

### **Bibliografía**

ANGENOT, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.

BUBNOVA, T. (1983). "El texto literario, producto de la interacción verbal. Teoría del enunciado" en M Bajtín. *Acta poética* 4-5, Universidad Autónoma de México.

FILINICH, M. (2001). *Enunciación*. Buenos Aires: Eudeba.

VERÓN, E. (1978). "Discurso, poder, poder del discurso". En *Anais do Primeiro Colóquio de Semiótica* (ed.), El discurso político. Loyola, Pontificia Universidade Católica de Rio de Janeiro.

\_\_\_\_\_ (1980). "La semiosis social". En Monteforte Toledo Mario (Coordinador), *El discurso político*. Paidós: Universidad Nacional de México.

## Prácticas políticas y de Comunicación en el Estudiantazo

Ayelén Salerno y Marina Sánchez Rial

Facultad de Ciencias de la Comunicación — UNC

### Introducción

En el año 2010 los jóvenes estudiantes de la ciudad de Córdoba llevaron adelante un plan de lucha por la educación, a través de tomas a instituciones educativas, manifestaciones multitudinarias, acampes, huelga de hambre e intervenciones artísticas, llevando a cabo un proceso que llegó a conocerse como Estudiantazo. En el presente trabajo se buscó analizar y describir cómo los jóvenes entendieron el rol de la comunicación en dicho movimiento.

### Interrogantes

La guía de este trabajo consistió en un interrogante central y una serie de objetivos generales y específicos.

#### **Interrogante principal:**

¿De qué manera los estudiantes del movimiento estudiantil cordobés del año 2010 comprendieron a la comunicación como una práctica de lucha política?

### Objetivos

#### **Objetivo principal:**

Analizar y describir cómo los jóvenes entendieron el rol de la comunicación en la lucha estudiantil del año 2010.

Para alcanzar dicho Objetivo general se redactaron los siguientes Objetivos Específicos:

1. Contextualizar el movimiento estudiantil del año 2010 en Córdoba.
2. Reconocer las prácticas comunicativas desarrolladas por el movimiento estudiantil durante la lucha por la educación en Córdoba del 2010.
3. Identificar los ejes constitutivos del movimiento estudiantil cordobés a través del libro *Primavera Estudiantil*.

4. Caracterizar los actores protagónicos del movimiento estudiantil, y cómo se describen en *Primavera Estudiantil*.

## Aspectos Teóricos y Metodológicos

### Marco Teórico

Es necesario llevar a cabo la siguiente aclaración: ambas estudiantes- investigadoras fueron parte de la movilización estudiantil, participando activamente en cada una de sus etapas. Separarse de la propia subjetividad no solo resulta imposible sino incongruente. Por tal motivo, se recurrió al concepto Investigador Anfibio provisto por Maristella Svampa, entendiendo a éste como una figura capaz de habitar y recorrer varios mundos y desarrollar una mayor comprensión y reflexividad sobre las diferentes realidades sociales y sobre sí mismo. Lejos de abandonar o fusionarse con el espacio militante, de lo que se trata es de buscar un lugar dentro de él como un ser anfibio, es decir, con una mirada comprometida y a la vez crítica, capaz de producir un conocimiento y, al mismo tiempo, capaz de interpelar críticamente a quienes dice acompañar.

Desde este lugar se decidió trabajar desde una perspectiva cualitativa capaz de aportar una base metodológica destinada a comprender e interpretar el proceso del estudiantazo. A partir de las unidades de análisis:

### Política, Comunicación y Juventud

Para poder comprender las particularidades del movimiento estudiantil del 2010 se volvió necesario recurrir a una definición de lo político ligada a la acción. Es decir, no anclada en instituciones fijas, sino vinculada a los sujetos movilizados colectivamente. El adjetivo político enfatiza el interés público, implicando a su vez pluralidad, conflicto y participación. Según Pitkin (1984), se trata de las preocupaciones comunes, compartidas, públicas, en las que el todo no es la mera suma de las partes. Implica, por lo tanto, “el ejercicio consciente, deliberado del poder, entre los hombres, para fines públicos; es el reino de la acción libre y autónoma” (Pitkin, 1984)

En sintonía con esta definición de lo político, las prácticas comunicacionales puestas en juego por los estudiantes durante el 2010, entran en el hilo con el que se teje la trama social, irrumpiendo con capitales simbólicos que le eran propios, con otras -nuevas- propuestas discursivas por fuera de lo establecido. Dichas propuestas, significaron que cada agente social debió re-posicionarse frente a los estudiantes movilizados. La comunicación aquí comprendida es una red discursiva

“Esta red discursiva está tejida por las prácticas productoras de sentido –que se manifiestan en discursos- de los agentes sociales (...) que ocupan distintas posiciones en el espacio social general (...) posiciones que implican capitales y poderes diferentes puestos en juego en el intercambio, luchas en consecuencia-.” (Von Sprecher y Boito, 2008, pp. 24-25).

También se volvió preguntarse sobre la noción de juventud. En este sentido, el sociólogo Taguenca Belmonte (2009) invita a pensar la identidad de los jóvenes desde la autoconstrucción, su presente y su futuro en proceso de transformación permanente, lo que hace posible una conceptualización libre de etiquetas generalizadoras, impuestas socialmente, y abre camino, a su vez, para comprender quiénes son los sujetos protagonistas de estos movimientos estudiantiles.

### Aspectos Metodológicos

Dentro de esta perspectiva se llevó a cabo un análisis de contenido interpretativo que responde a la capacidad que tuvo el movimiento estudiantil en desarrollar producciones discursivas de diferentes formatos (libros, blogs, audiovisuales, fotografías, etc.) elaboradas por los propios jóvenes actores del proceso. Debido a esta diversidad, se eligió como universo de análisis al producto comunicacional, en formato libro, llamado Primavera Estudiantil, que responde a las siguientes características particulares

- El uso de la voz colectiva por sobre autores individuales
- La sistematización de experiencias a través de jornadas de reflexión y acción
- La permanencia como objeto material, en el tiempo y espacio.

A su vez, con el objetivo de profundizar la reconstrucción de los hechos y como aporte en la construcción de variables de análisis, se realizaron entrevistas no estructuradas a diferentes actores del movimiento estudiantil. Siete personas que durante el año 2010 estuvieron involucradas en diferentes modos y medidas, en el estudiantazo. Tres estudiantes que representaban a los tres sectores involucrados, esto es: una estudiante de secundario, una estudiante de terciario y un estudiante universitario. A su vez, se entrevistó a una madre de tres estudiantes en toma, a un docente, a una legisladora provincial y a un periodista de un medio alternativo.

## **Análisis, Resultados y Conclusiones**

El libro Primavera Estudiantil abre un universo de interrogantes, a través de los cuales se pueden observar huellas de un proceso complejo que atravesó a miles de estudiantes de Córdoba. Salió en su formato físico en el año 2012, como una producción colectiva realizada desde el espacio cultural autogestivo de La Casa 1234. El libro es el fruto de dos instancias: unas jornadas de debate realizadas en la Casa y, entrevistas a participantes del movimiento estudiantil. En él no se plantean autores concretos, ni se provee nombres de entrevistados ni participantes.

Primavera Estudiantil es una sistematización con fundamentos vivenciales cuyas referencias teóricas, no necesariamente argumentadas, son marcas de una intencionalidad de divulgación y ampliación de lo vivido. El autor y el lector comparten lenguajes, recuerdos y capitales simbólicos de interpretación. Esta necesidad de revisar las experiencias reflexivamente, pero a su vez, socializarlas define el tono de la escritura. Es innegable que el principal destinatario son otros estudiantes, sus pares. Sin embargo, la meta de Primavera Estudiantil no se sostiene en un círculo cerrado sino que aspira a difundir los sucesos del movimiento estudiantil, no solo desde la narración de los hechos sino, y sobre todo, desde una reflexión crítica de ella, para recuperar las experiencias, comprender los procesos y extraer los posibles aprendizajes capitalizados a través de la reflexión-acción que es el libro en sí mismo.

Fruto del análisis se comprende que durante los jóvenes protagonistas llegaron a comprenderse como actores políticos, enfrentados a un grupo de poder compuesto por el gobierno, los grandes grupos empresariales y mediáticos; y la iglesia católica. En semejante situación de desventaja, y rechazando una forma de hacer política que no los representaba, decidieron ampliar el espectro de lucha hacia otras estrategias, priorizando la ocupación de los espacios, y sobre todo, crear visibilidad del conflicto. Allí la acción comunicativa fue central, definiendo en muchos sentidos, el carácter de la protesta. Cada una de las estrategias tuvo como fin último comunicar; involucrarse en el tramado de sentidos de lo social, construyendo un discurso propio, y disputando la construcción de sentido de los voceros hegemónicos. La comunicación fue lo que posibilitó la constitución de un movimiento, de carácter disruptivo, que más allá de no alcanzar su objetivo de derogación del proyecto de ley, significó en Córdoba, una transformación de los sujetos involucrados.

Durante el estudiantazo, el estudiante-movilizado construyó su ser político a través de las posibilidades habilitadas por las estrategias de visibilidad; en esta ampliación de lo político encontró su propio juego de posibilidades de sujeto político. La comunicación, el cuerpo y la puesta en acción de múltiples formas de apropiación de lo "público", fueron las herramientas por excelencia de los jóvenes en movimiento.

En este marco cobra sentido la publicación de un libro cuyo fin último es salir de la fragmentación característica de la narrativa hegemónica, en pos de una historicidad propia, legando una voz en primera persona, para todas aquellas luchas y procesos que deseen aprender de sus fallas y aciertos. Un aprendizaje condensado en un objeto, un producto de comunicación, un discurso elaborado desde lo colectivo.

La historia se concibe entonces, no como una serie de sucesos aislados, sino como un continuo pugnar de fuerzas antagónicas en disputa, y al movimiento estudiantil como un semillero de otras nuevas vivencias futuras y en el imaginario colectivo de lo que el joven, siempre mutante, en permanente redefinición, es capaz de accionar.

En 2010, el espacio público de Córdoba se vio en disputa, y por momentos, perteneció, simbólicamente al menos, a la juventud. Y tanto el libro *Primavera Estudiantil*, como este trabajo, se plantean con el objetivo de que esas experiencias no caigan en el olvido.

### Referencias Bibliográficas

PITKIN, H. F. (1984). *Wittgenstein: el lenguaje, la política y la justicia*. Madrid: Centro de Estudiantes Constitucionales.

SVAMPA, M. (2010). "Movimientos Sociales, matrices socio- políticas y nuevos escenarios en América Latina". *Revista Paraguaya de Sociología*, número especial 50 aniversario.

SVAMPA, M. (2008). *Protesta, Movimientos Sociales y Dimensiones de la acción colectiva en América Latina*. Argentina: CONICET.

VON SPRECHER, R. y BOITO, M. E. (2008). *Comunicación y Trabajo Social*. Apunte bibliográfico de la Cátedra: Comunicación y Trabajo Social / Comunicación y promoción social, de la Escuela de Trabajo Social (UNC - ARG).

## “Según un Estudio”: un podcast de comunicación de la ciencia

**Javier Nicolás Bazán y Facundo Javier Vargas**

Facultad de Ciencias de la Comunicación — UNC

El presente trabajo es una tesis de grado de Comunicación Social que se enfoca en la Ciencia, tecnología e Innovación y su relación con la Comunicación Social de la Ciencia. Como producto final de este análisis se presentó una serie de podcasts que profundizaron la temática y sirvió para explorar nuevas formas de divulgación.

El momento actual de la Ciencia en Argentina es complejo: atraviesa conflictos presupuestarios e institucionales. Este trabajo es un aporte para enriquecer el ámbito de la Comunicación y visibilizar el rol y el trabajo de los investigadores.

Como objetivo general nos propusimos visibilizar y poner en discusión la construcción de un imaginario del trabajo científico realizada por los medios masivos de comunicación. Para esto nos centramos, específicamente, en explorar las formas y métodos de la comunicación social de la ciencia, en analizar distintas producciones a través de las cuales se realiza esta comunicación y, como último objetivo, en producir un podcast de comunicación social de la ciencia sobre el trabajo y la experiencia de los investigadores.

Creemos que la tríada Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) es de gran importancia para el desarrollo general de nuestras sociedades. Por esta razón consideramos que comprender el entorno social y tecnológico que habitamos resulta muy valioso. Que el Estado tome decisiones basadas en un análisis crítico nos sitúa, como país, en una posición ventajosa para poder elegir sobre nuestro propio futuro. La ciencia modifica nuestra manera de pensar y ayuda a que nuestros análisis sean más precisos.

La Comunicación Social de la Ciencia, eje de este trabajo, hace hincapié sobre esto pero también se sumerge en la discusión explorando no solo el vínculo unidireccional de la ciencia hacia la sociedad sino que plantea otro sistema de relaciones. No se trata de que las personas podamos saber sobre ciencia o sobre el desarrollo científico de nuestro país, sino también de que quienes realizan esta tarea puedan construir nexos con la sociedad que ellos también conforman. Existe la construcción de un imaginario social de una comunidad científica hermética y alejada de la sociedad. Para deconstruir estas nociones establecidas apelamos a nuestro rol como comunicadores, y así pretendemos con nuestra visión posibilitar un ecosistema de comunicación más diverso. El disparador de este trabajo tiene que ver con cómo se reproduce este preconcepto y la manera que

algunos medios masivos de comunicación aportan a que nuestra visión sobre la ciencia sea una idea artificial.. La apelación al título llamativo, el dato curioso o el *clickbait*<sup>[1]</sup> son recursos propios del periodismo que propician, con excepciones, la distorsión de la labor científica.

Las nuevas tecnologías son un fenómeno que los comunicadores debemos integrar a nuestra profesión. El podcast “es un archivo de audio que se publica en un sitio web para ser escuchado on-line o descargado a una computadora, un teléfono celular o un reproductor de archivos de sonido portátil” (Lamas, 2011, p.24). Para nosotros, esta manera de producir contenido también se nos presentó como una herramienta que se ajusta a nuestro deseo: es un formato moderno que permite explorar nuevas formas de comunicar y de pensar la comunicación.

Nos moviliza nuestra consideración de la importancia de la CTI como un capital cultural para todos y todas. Creemos que es importante que se conozca no sólo qué se investiga, sino también cómo se investiga y quiénes investigan. Porque al fin y al cabo eso también es parte de la divulgación del conocimiento. Y los comunicadores somos el tercer agente en esa relación: cumplimos un rol en la construcción de estas representaciones que no podemos ignorar.

Para la realización plena de nuestro producto realizamos una revisión bibliográfica, instancia que “consiste en detectar, consultar y obtener la bibliografía y otros materiales útiles para los propósitos del estudio, de los cuales se extrae y recopila información relevante y necesaria para el problema de investigación” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 53). Allí conceptualizamos sobre comunicación pública/social de la ciencia, divulgación científica, y el campo Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS). Comprendimos que el ámbito científico está compuesto por distintos entornos y que su construcción es una relación compleja de los distintos actantes que la conforman.

Luego de esta instancia, pasamos a la producción de las piezas sonoras y seguimos a algunos autores, relacionados a la comunicación y la radiofonía (Sanguineti et. al, 2010; Kaplún 2002; Rodero Antón, 2005), que coinciden en tres pasos: un planteo previo (concepción o pre producción), un diseño de las piezas y la realización concreta, y una post producción. Cabe aclarar que éstos no fueron pasos consecutivos: “en la tarea de producción una etapa se vincula con otra, de una manera no lineal” (Sanguineti et. al, 2010, p. 221). Decidimos que fueran cuatro episodios en los que estuvieran presentes la Ciencia, la Tecnología, la Innovación y la Comunicación Social de la Ciencia, en ese orden. Para cada episodio contamos con un entrevistado específico de cada temática, para cuya

elección se buscó poder exponer las distintas representaciones sociales de cada entrevistado.

## Reflexiones

Desde el inicio de nuestro trabajo final nuestras motivaciones estuvieron centradas en tratar de conocer el ámbito científico y su comunidad. A partir de la crítica a preconceptos establecidos sobre el quehacer de la ciencia y más específicamente acerca de cómo es comunicada esta labor a la sociedad, comenzó nuestra investigación.

Así como creíamos que existía un preconcepto sobre la ciencia en general y sobre quiénes la hacen, también nos encontramos con nuestras propias creencias y nociones establecidas sobre la temática: este imaginario también estaba construido a partir de ideas generales y difusas. Entender que la ciencia es un ámbito específico que contiene diversas representaciones y múltiples nexos fue nuestro primer aprendizaje. De esta manera entendimos que nuestras propias ideas preconcebidas eran el primer obstáculo a sortear.

Durante este largo proceso pudimos comprender y obtener una mirada crítica al respecto. Mirada que ahora nos permite tener una lectura más precisa y entender, un poco más, los múltiples vínculos que conforman éste ámbito.

Como objetivo principal planteamos la visibilización de un imaginario construido, sin embargo, al desentrañar esta concepción, nos preguntamos: ¿no reproduciríamos, entonces, otras representaciones? Si bien en este trabajo pusimos en evidencia y analizamos estas nociones construidas, sin duda quedamos expuestos a repetir esta misma acción mediante la reproducción de otras nociones. En este sentido, tratamos de ser cuidadosos para no repetir las mismas lógicas que cuestionamos.

Rescatamos que en nuestro producto logramos ir más allá del trabajo de investigación en sí que las personas entrevistadas estaban realizando en ese momento. Pudimos obtener testimonios que profundizaron la labor de la investigación: rutinas, obstáculos, relación con colegas y el Estado, entre otros. Y en ese proceso también reconocimos que en esa profesión puede haber errores, que puede haber intereses personales, y que muchas veces el periodismo científico tiene una relación ríspida con ese ámbito. De esta manera nuestras primeras concepciones sobre la relación entre los mediadores y el ámbito científico se materializaron y a su vez se le incorporaron nuevas aristas y configuraciones que aportan a complejizar nuestra mirada.

Fue notorio que, a pesar de nuestras intenciones de integrar la Ciencia, la Tecnología y la Innovación, los profesionales tienen fundamentos y bases propias de cada área. Las diferencias entre las representaciones de los propios actantes de la comunidad científica denotan las contradicciones que existen al ser un objeto construido por múltiples representaciones: “si una representación social es producto de un proceso complejo de interacción entre múltiples fuentes significativas, prácticas sociales y experiencias individuales vinculadas con el objeto representado, es inevitable que la imagen de ciencia de este grupo refleje las huellas de ese camino sinuoso” (Cortassa, 2012, p. 164)

El formato podcast se nos presentó cómodo y consideramos que nuestra elección fue adecuada para lo que queríamos transmitir. En la actualidad es importante explorar las nuevas tecnologías para comunicar y valoramos poder hacer un aporte a la Comunicación Social de la Ciencia en contenidos on demand.

Más allá del aporte académico que signifique este trabajo final, nuestras intenciones también se focalizaron en poder brindarle al producto una circulación que estuviese expuesta al público en general. Bajo esta consigna, Parque Podcasts, la primera red de podcast de la ciudad de Córdoba, fue un aliado primordial para brindarnos una plataforma en la que pudiéramos exponer nuestro trabajo.

El lanzamiento del podcast se realizó en diciembre en la página de Parque Podcasts y sus respectivas plataformas digitales como iTunes y Spotify, teniendo un buen recibimiento en general. Entendemos que el consumo de podcast en Argentina todavía no es un consumo masivo: “el podcast está pasando por un auge importante en Estados Unidos y Europa, pero todavía le falta un poco en Latinoamérica” (Laksman, 2015).

Sin embargo el producto obtuvo exposición y relevancia no solo en escuchas sino también a partir de publicaciones destacando “Según un estudio” como producto. La revista Viva del diario Clarín en su edición dominical del veintisiete de enero publicó en un apartado la recomendación de seis podcasts, entre ellos, nuestro trabajo.

## Bibliografía

CORTASSA, C. (2012). *La ciencia ante el público. Dimensiones epistémicas y culturales de la comprensión pública de la ciencia*. (Primera). Buenos Aires: Eudeba.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNANDEZ COLLADO, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ta ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores.

LAKSMAN, F. H. (2015, marzo 28). "El boom de la historias contadas en podcast llegó a la Argentina [Web de Noticias]". Recuperado 18 de mayo de 2018, de <http://www.infonews.com/nota/192006>

LAMAS, E. (Ed.). (2011). *La radio después de la radio* (1.ª ed.). Buenos Aires: AMARC ALC.

Rodero Antón, E. (2005). *Producción Radiofónica*. Madrid: Cátedra.

SANGUINETI, S., PEREYRA, M., RAMOS, P., HACHE, A. M., & PANSARASA, R. (2010). *Vocación de Radio. Antes de salir al aire*. Córdoba.

## Notas

[1] En inglés "carnada para click" usado para referirse al contenido pensado para generar visitas en páginas web.