

Periodismo digital en Salta: transformaciones del discurso periodístico salteño y de las prácticas de producción y consumo.

Grabosky Sergio Gustavo y Esteban Ismael Bordón.

Cita:

Grabosky Sergio Gustavo y Esteban Ismael Bordón (2019). *Periodismo digital en Salta: transformaciones del discurso periodístico salteño y de las prácticas de producción y consumo*. XXI CONGRESO REDCOM. Facultad de Humanidades Universidad Nacional de Salta, Salta.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/sergio.grabosky/14>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pxY9/vtx>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



XXI° Congreso de

**Red
COM**
Salta

Libro de resúmenes

XXI° CONGRESO DE LA RED DE CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

“Comunicación, poder y saberes.
Agendas pendientes en el Sur global”

En Homenaje al Dr. Victor Arancibia



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SALTA



RED DE CARRERAS DE
COMUNICACIÓN SOCIAL

Universidad Nacional de Salta

Libro se resúmenes de ponencia del XXI Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo de la Argentina : comunicación, poder y saberes : agendas pendientes en el sur global / compilado por Facundo Gonzalez ... [et al.] ; editado por Franco David Hessling ... [et al.]. - 1a ed. - Salta : Universidad Nacional de Salta, 2019.

Libro digital, DOCX

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-987-633-548-5

1. Comunicación Científica. 2. Ciencias de la Comunicación. 3. Comunicación Social. I. Gonzalez, Facundo, comp. II. Hessling, Franco David, ed. III. Título.

CDD302.2

COMPILADORES

González, Facundo David Francisco (INENCO- CONICET/ UNSa)
Sosa, Leonardo Gabriel (UNJu/UNSa)
Castillo, Silvia Yolanda (ICSOH-CONICET/UNSa)
Chajin, Osiris María (Unicolombo-Colombia)
Aimetta, Fedra (UNSa)

PRÓLOGO

Gonzalez, Facundo David Francisco

CORRECTORES DE ESTILO (POR ORDEN ALFABÉTICO)

Gonza, Cinthia Natalia (UNSa)
Hessling, Franco David (UNSa)
Lacuadra, Claudia de los Ángeles (INENCO-CONICET)
Montone, Mauro Alejandro (UNSa)
Rodríguez, Nuria Macarena (ICSOH-CONICET/UNSa)
Rodríguez, María Florencia (ICSOH-CONICET/UNSa)
Sulca, Elisa Martina de los Ángeles (ICSOH-CONICET/UNSa)
Zerpa, María Nilda (UNSa)

DISEÑO EDITORIAL

Díaz, Aldana Lucía (UNSa)

ISBN 978-987-633-548-5



AUTORIDADES

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

RECTOR

CPN Víctor CLAROS

VICERRECTORA

Dra. Graciela MORALES

SECRETARIO DE EXTENSIÓN

Ing. David LAXI

FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANA

Dra. Catalina BULIUBASICH

VICEDECANA

Dra. Mercedes VÁSQUEZ

SECRETARIA ACADÉMICA

Esp. María Eugenia BURGOS

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DIRECTOR

Lic. Leonardo SOSA



“MI SABIDURÍA VIENE DE ESTA TIERRA”

AUTORIDADES REDCOM

PRESIDENTA

Leila Moreno CASTRO (Universidad Nacional de La Rioja)

SECRETARIO

Pablo BILYK (Universidad Nacional de La Plata)

TESORERO

HUGO PADOVANI (UNIVERSIDAD DE MORÓN)

REDCOM es la Red de Carreras de Comunicación y periodismo de la Argentina. Fue creada en el año 1998 y está integrada por diferentes universidades de todo el país y entre sus objetivos principales se propone crear una red interinstitucional de y/o postgrado universitario en las carreras de Periodismo y/o Comunicación Social, a los fines de promover la mejora de la calidad de la enseñanza en el propio campo.

Desde su fundación, RedCom está comprometida con el descentramiento de los saberes no sólo desde el punto epistémico sino también desde el punto de vista geopolítico, trabajando en equidad, en la construcción y la institucionalización de este campo con universidades privadas del país. Al respecto puede mencionarse la elección de una comisión presidida por docentes de universidades no centrales y con una marcada composición federal en su comisión directiva.

COMITÉ ORGANIZADOR DEL XXI CONGRESO DE LA REDCOM

COORDINACIÓN GENERAL

Lic. Fedra AIMETTA

Lic. Leonardo Gabriel SOSA

Lic. Facundo GONZÁLEZ

Mg. Silvia CASTILLO

COMISIÓN DE ESTUDIANTES

Burgos, Alfredo Ismael; Casimiro, Yenny Jacqueline; Casimiro, Guadalupe; Diaz, Aldana Lucía; Fabián, Gloria Noelia; Gallardo, Pamela Anabel; Gareca, Florencia Daiana; Giménez, Morales, Agustín; Guzmán González, Ramiro; Montone Mauro Alejandro; Moya, Daniel; Pistan, María Rosa; Rendón Rea, Francisco; Sandoval, Atilio; Sulca, Cristina Elizabeth; Plaza, Marcelo; Valdez Araya, Constanza Agustina; Van Cauwlaert, Esteban Maximiliano; Villavicencio, Ariana Camila; Viscarra Torres, María José; Wierna, Facundo Enrique.

COMISIÓN DE GRADUADOS

Agüero, Facundo; Ballón, Johana Elizabeth; Cárdenas, Cecilia; Castelli Aguilar, Edith; Cossimi Vavrinek, Guillermo; Echazú; Fernando; Gonza, Cinthia Natalia; Juárez, Beatriz; Maldonado, Carla Carolina; Montiel, Matías Javier; Portela, Camila; Soto, Mauro; Toncovich, Ivone; Zerpa, Nilda.

COMISIÓN DE DOCENTES

Hessling, Franco David; Caro, Mariano; Cebrelli, Alejandra; Costilla, Miguel; Cruz, Néstor; Durán, Ariel; Elbirt, Ana Laura; Grabosky, Sergio; Gilbert, Débora; Ibarra, Mariana; Martín, Paula; Nava Le Favi, Daniela; Ontiveros, Daniel; Quintana, Sergio; Rodríguez, Maria Florencia; Saavedra, Natalia; Suarez, María Eugenia; Valdez, Mariana.

AVALES INSTITUCIONALES Y DECLARACIONES DE INTERÉS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

Resolución Rectoral N°0879/19,
Resolución Facultad de Humanidades N° 0151/19
Resolución del Consejo de Investigación N°226/19.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA

Resolución del Consejo Superior N°175/2019
Facultad de Ciencias Humanas N°209/19.

CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA PROVINCIA DE SALTA

Resolución N°254/19 mediante la cual se declara de “Interés Provincial”.

CONCEJO DELIBERANTE DE LA CIUDAD DE SALTA

Resolución N°331/19 mediante la cual se declara de “Interés Municipal”.

AUSPICIOS

RECTORADO UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

FACULTAD DE HUMANIDADES



XXI° CONGRESO DE LA RED DE CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

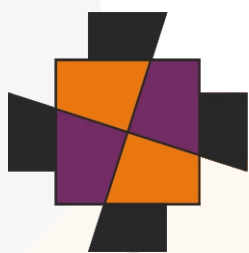
“COMUNICACIÓN, PODER Y SABERES. AGENDAS PENDIENTES EN EL SUR GLOBAL”

EN HOMENAJE AL DR. VÍCTOR HUGO ARANCIBIA.

Esta nueva reunión anual de la RedCom nos trae al norte del país, una región donde conviven las bellezas naturales y la historia colonial de un país con indicadores alarmantes en salud, educación y desocupación en más de la mitad de la población provincial, donde la extensión de la frontera agropecuaria no da tregua a las comunidades indígenas en el Chaco salteño y la minería extractivista comienza a hacer estragos en la puna de todo el noroeste. Este complejo panorama se agrava con la incesante represión a las manifestaciones populares de los múltiples movimientos sociales locales y la violencia machista que nos coloca en la cima de los índices de femicidios. Las disputas por los sentidos que legitiman lo establecido frente a la emergencia de imaginar alternativas para una sociedad más justa y libre se ha trasladado a diferentes “trincheras” y una es la que habitamos los comunicadores.

Repasando este contexto, pero también la agenda nacional y latinoamericana hemos pensado el XXI Congreso de la RedCom, que lleva por lema “Comunicación, Poder y Saberes. Agendas pendientes en el Sur Global”. Es cierto, vivimos tiempos turbulentos y complejos. Y las epistemologías del Sur expanden la imaginación política más allá del agotamiento intelectual y político del hemisferio norte y los países centrales. El Sur Global es una metáfora del sufrimiento humano causado por las grandes formas de opresión -el capitalismo, el colonialismo y el patriarcado- y las varias formas de lucha y resistencia que se le oponen (De Sousa Santos, 2012). Por ello, en esta nueva edición proponemos profundizar el diálogo transdisciplinar, generando no solamente un intercambio de categorías y perspectivas sino también la posibilidad de analizar con mayor detenimiento el contexto sociopolítico de nuestro tiempo en consonancia con las demandas actuales de los movimientos sociales y políticos.

La licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Salta es sede del Congreso de la RedCom por primera vez desde su creación en 2005 y aprovechamos esta ocasión para rendir homenaje a uno de sus fundadores, el Dr. Víctor Hugo Arancibia (1964-2018). El Dr. Arancibia fue un reconocido docente e investigador de la Facultad de Humanidades de la U.N.Sa, estuvo al frente en las cátedras de Introducción a las Teorías de la Comunicación Social, Semiótica de la Cultura, Semiótica Audiovisual, Análisis del Discurso y Teorías de la Percepción. El profesor participó y dirigió numerosos proyectos de investigación que colaboraron en el desarrollo de las ciencias sociales en la región. Además, fue el primer director de Escuela electo por todos los claustros en el año 2007. Su amplia producción académica lo convierten en un autor necesario para pensar la comunicación en clave regional. Por todo esto, el Dr. Víctor Arancibia es merecedor de un profundo respeto y deja en toda nuestra comunidad el recuerdo cariñoso del afecto que cotidianamente expresaba a estudiantes, colegas y amigos.



XXI° Congreso de
**Red
COM**
Salta

ÍNDICE POR EJES

1. Epistemologías, teorías y metodologías de la comunicación.....	9
2. Comunicación, educación y escenarios profesionales.....	19
3. Comunicación popular y comunitaria.....	49
4. Comunicación, ética, legislación y política.....	56
5. Medios y prácticas periodísticas.....	64
6. Comunicación, género y diversidades sexuales.....	80
7. Comunicación y salud.....	91
8. Comunicación, participación y seguridad ciudadana.....	97
9. Comunicación institucional, publicidad y relaciones públicas.....	100
10. Comunicación, cultura, arte y estética.....	113
11. Análisis del discurso y estudios del lenguaje.....	123
12. Convergencia y nuevas tecnologías.....	144
13. Comunicación y Deporte.....	166
14. Infancias, Juventudes, trayectorias de vida.....	171
15. Comunicación Social de la ciencia.....	177
16. Producción de sentidos e interculturalidad.....	183
17. Narrativas Audiovisuales.....	190
18. Narrativas Radiofónicas.....	200

EJE 1. EPISTEMOLOGÍAS, TEORÍAS Y METODOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN.

¿QUÉ ENTENDEMOS POR TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN LATINOAMERICANAS EN ARGENTINA? UNA PRIMERA APROXIMACIÓN AL TEMA

María del Carmen Cabezas - UNC
(carmen.cabezas.85@gmail.com)

¿Podríamos afirmar que existe algo así llamado como teorías de la comunicación latinoamericanas?, o cuando se dice desde la academia que tal autor realiza estudios culturales latinoamericanos, y/o que aquel otro lleva a cabo estudios de la comunicación desde América Latina, ¿a qué se refieren? La presente ponencia, que se inscribe dentro de un proyecto de investigación más amplio, es una primera aproximación al sentido de lo que se denomina teorías de la comunicación latinoamericana en la academia argentina.

Partimos del supuesto que la universidad legitima saberes, a través de los cuales se define qué problemas se convierten en relevantes de ser investigados, por lo tanto qué problemas se visibilizan como tales, y cómo se vinculan esos problemas teóricos disciplinarios con la realidad social. Por ello, nos focalizamos en el rol de la academia de Argentina en la construcción de un campo de estudios de la comunicación, que se conoce como teorías de la comunicación latinoamericanas.

En este escrito nos preguntamos por ¿cómo se significa las teorías de la comunicación latinoamericana en tres programas actuales de tres principales universidades del país Buenos Aires, La Plata y Córdoba? Para llevar a cabo esta primera aproximación, seleccionamos tres cátedras que imparten conocimientos de teorías de la comunicación del subcontinente. De esos programas, revisamos aquellas obras que compilan y/o narran una historia de las teorías de la comunicación latinoamericanas.

Consideramos que la perspectiva de la historia intelectual permite abordar nuestra pregunta de investigación. Carlos Altamirano (2005) plantea que la historia intelectual es un campo de investigación, cuyo asunto de estudio es el pensamiento de los intelectuales en el seno de experiencias históricas. Especifica que ese pensamiento sólo es accesible a través de los "...hechos discursivos, producidos de acuerdo con cierto lenguaje y fijados en diferentes tipos de soportes materiales." (2005, p.11).

Por otra parte, y en línea con lo anterior, es relevante mencionar el vínculo que establecemos entre la institucionalidad académica y la definición de un saber, como lo es el de las ciencias de la comunicación. Foucault ([1970]1992) explica que la producción de discursos se encuentra regulada, seleccionada y redistribuida por cierto número de procedimientos. A través de la institucionalización, apoyada en diferentes soportes como la academia, las bibliotecas, el mercado de las publicaciones, la pedagogía, etc., se delimita qué es lo verdadero y lo falso. En este sentido, la institucionalización de un saber permite que a quienes nos encontramos estudiando e investigando en ese campo de conocimientos, se nos haga visible determinadas problemáticas sociales.

La ponencia se encuentra organizada en tres partes. En la primera se esboza el proyecto de investigación donde se inscribe la ponencia, así como los supuestos teóricos y metodológicos. En la segunda parte, se exponen los programas seleccionados y las obras que relevamos sobre teorías de la comunicación latinoamericana. La tercera parte, se aborda el contenido de los textos que narran las teorías de la comunicación de nuestro subcontinente. Se ofrecen palabras finales a modo de conclusión.

LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y WHATSAPP EN LA CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO LOCAL EN LA CIUDAD DE LA RIOJA

Carlos Rubén Rodríguez - UNDeC
(krlos1669@gmail.com)

La aparición de las redes sociales en el universo comunicacional, ha modificado formas y hábitos de comunica-

ción, dinamizando la circulación de los mensajes en las distintas plataformas e impactando sobre la producción de contenidos y pautas de consumo, que nos llevan a repensarlas como un espacio de discusión y de debate de problemáticas que afectan a nuestras comunidades locales.

El trabajo que desarrollamos analiza cómo las redes Facebook y WhatsApp mediatizan las comunicaciones en la provincia de La Rioja, superando la distribución que se realiza por los medios de comunicación tradicionales como los diarios de circulación en toda la provincia y las emisoras FM.

Si bien no hay mediciones regionales respecto de la cantidad de posteos que se realizan por minuto en la provincia a través de Facebook y WhatsApp, hay evidencias de que los mensajes que por ellas circulan impactan en las relaciones sociales, generando vinculaciones y compromisos en los usuarios al punto de impulsar la revisión de decisiones de gobierno.

De esta manera el análisis de los usos de las redes sociales en nuestro medio impone un cuadro de situación en el que queda desfasada la idea de que los mensajes predominantes en una comunidad son solamente los que se imparten a través de los medios masivos de comunicación.

La posibilidad que otorgan las redes sociales a los usuarios en su doble rol de consumidores y productores (prosumidores) de mensajes, plantea un escenario con posibilidad de empoderamientos de las comunidades locales en los contextos informativos en los que ellos participan.

Las redes sociales en general y particularmente Facebook y WhatsApp se convierten así en los nuevos ámbitos de construcción de sentido para la comunidad local de La Rioja, y la cercanía con los problemas que abordan, brinda oportunidades para la acción.

MAPEO DE PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN EN JUJUY

Reynaldo Castro- UNJu
(netaforas@gmail.com)

Carlos Rivero - UNJu
(chanorivero2015@gmail.com)

Realizamos un revelamiento de profesionales (entendiendo esta categoría como graduados y pregraduados; es decir, licenciados y técnicos en comunicación social o licenciados en periodismo o licenciados en comunicación o títulos similares) para determinar la inserción cuantitativa de periodistas con formación académica y su incidencia (de manera cualitativa) en la elaboración de contenidos.

Los resultados obtenidos son atravesados con los aportes que realizan los gobiernos provinciales y municipales como pauta oficial. Analizamos, además, el grado de incidencia de la agenda que establecen las instituciones públicas que publicitan en los distintos medios.

A partir de estos resultados establecemos el grado de (in) sumisión de los medios analizados y las distintas alternativas que pueden (o no) generar los profesionales de la comunicación.

APUNTES HACIA LA RECONSTRUCCIÓN DEL DEBATE SOBRE LA CULTURA POPULAR

Christian Dodaro –UBA
(dodarix@gmail.com)

Verónica Díaz Ordoñez – UBA
(vdiazordez@gmail.com)

Gabriel Medina – UBA
(agamedina@yahoo.com.ar)

En la Argentina la imposición de un modelo restrictivo en lo económico es acompañada, como en tantos otros momentos de nuestra historia, de la hipervisibilización del pequeño delito como única agenda. En sintonía con este enfoque y bajo el mote de violencia, los medios narran la peligrosidad de los jóvenes de barrios populares y estigmatizan a los trabajadores y sus organizaciones sindicales junto a toda acción de protesta; al mismo tiempo se positivizan los atributos de las clases medias y altas, en sus capacidades y posesiones.

Esta discursividad es reforzada y promovida por diarios, radio y TV concentrados. Prácticamente todos tentácu-

los de grupos de medios oligopólicos, que en consonancia con un certero trabajo de networking propalan un mensaje uniforme y sin fisuras, replicado incesantemente en la combinatoria de las principales plataformas de social media donde “grupos de tareas” para-estatales (contratados por el jefe de gabinete Marcos Peña) le ponen voz al ensordecedor coro del odio. Esto nos plantea un desafío respecto a las formas posibles de circulación de sentido y su potencial disputa.

En este contexto algunos teóricos volvieron a ver, cuasi acríticamente, las potencialidades de lo popular y sus formas plurales, multiformes y desbordantes y en ellas posibles caminos de resistencias y redención.

Este trabajo dará cuenta de las complejas formas de circulación y disputa por el sentido en el marco de relaciones asimétricas. Confrontaciones en las que se cuestionan los estigmas, se parodia y horadan discursos y se escarnecen las formas en que se concibe el poder, pero desde posiciones antagónicas y desiguales.

Como dijimos hace tiempo no se trata de ver qué se mezcla en la mezcla sino de elaborar pistas sobre las formas de la disputa cultural para que los sectores populares puedan meter la cuchara.

Nos interrogamos entonces, si es posible que desde iniciativas culturales, territoriales, situadas y orientadas puedan re-discutirse y re-negociarse posiciones y situaciones subalternizadas, desde donde afirmar resistencias, pero también instituirse como espacios conquistados que transformen positivamente la topomía del campo de batalla. Precisamente en este sentido identificamos las potencialidades del humor, la parodia y la sátira como potentes operaciones de impugnación a un discurso que se homogeniza desde una cada vez mayor concentración de la propiedad de los medios. Desde esta perspectiva, nos interrogamos también por la posibilidad de formas inéditas o alternativas para que los textos circulen, establezcan nuevos diálogos, se politicen.

En el orden de lo metodológico, proponemos abordar un cruce de unidades de análisis que permita poner en tensión algunas afirmaciones sobre la disputa del sentido en torno a, desde y sobre lo popular.

Esto implica tres planos de análisis: la disputa por el sentido, definiciones y redefiniciones sobre la otredad y lo público; los medios, las mediaciones y las posibles formas de circulación de los discursos y la acción colectiva/la participación; la posibilidad de producción y acceso a bienes simbólicos.

DE LA SEXUALIDAD Y OTROS CUESTIONAMIENTOS: LOS CASOS DE DOS ARTISTAS PLÁSTICAS JUJEÑAS QUE DISPUTAN LOS ESTÁNDARES

Fabián Benjamín Cruz – UNJu
(benja_18nov@hotmail.com)

En una sociedad patriarcal que propone la supremacía masculina, ser una artista mujer parece ser un acto de rebeldía para la sociedad jujeña. En este trabajo se encuentran las entrevistas de dos artistas mujeres, Liliana Berruezo y Bry Angel, que han logrado legitimar sus trabajos desde dos áreas diversas, una trabaja materiales regionales para hacer esculturas mientras que la otra trabaja la sexualidad desde el yaoi, construyendo nuevos espacios en el que las mujeres pueden experimentar su desarrollo artístico.

Es menester tener en cuenta que como metodología de trabajo primeramente se realizó una entrevista a las artistas seleccionadas, con un punto de interés en sus obras, lo que nos lleva a reflexionar sobre los roles de la mujer en el arte jujeño, y mostrar trabajos de artistas “escondidas” obligadas al cuentapropismo - consecuencias de una fuerte neoliberalización - en una sociedad machista y heteronormada.

VIOLENCIA Y NARRATIVA EN EL TRABAJO DE CAMPO: LOS DESAFÍOS QUE IMPONEN LOS LÍMITES

Diego Jorge Zanetti
(diegojz79@gmail.com)

Este trabajo propone una revisión de la escritura académica -específicamente de la etnografía- a fin de rastrear las herramientas y modalidades que permitan tensionar sus formas de control y jerarquización. En tal sentido, apela a una relación con la palabra escrita que vaya más allá de sus instancias de regulación y promueva sus potencialidades creativas y de emancipación. La propuesta parte de la noción de violencia (sus alcances, distintas manifestaciones y fundamentos racionales), en articulación con la narrativa de ficción; desde lo conceptual pero también desde

su misma hechura. Para ello, el trabajo se centrará en el análisis de dos textos de José Garriga Zucal (“Josesito... te van a cagar a piñas”, Miedo y sentido común en el trabajo de campo”, 2012; y Del “correctivo” al “aguante”. Análisis comparativo de las acciones violentas de policías y barras bravas. 2016) y uno de Gustavo Blázquez (De cómo no infamar. En (in)disciplinar. Investigación: archivo, trabajo de campo y escritura. 2016). Textos, sobre todo el tercero, que permiten reflexionar no sólo sobre los quehaceres propios del trabajo de campo, sino también sobre las responsabilidades del ejercicio de la escritura. La intención final de este recorrido no será dar cuenta de los procedimientos específicos de la ficción y la etnografía, sino de articular los horizontes de expectativa de ambas dimensiones textuales a fin de componer algunos cruces tentativos. Ante todo con el objetivo de pensar las potenciales virtudes -pero también los resortes regulatorios (bajo ciertos aspectos que, de manera inicial, ordenaré desde el concepto de violencia)- de la escritura etnográfica, en tanto compone un registro comunicacional y académico que busca reponer una experiencia vital de difícil transmisión y construcción a partir de la palabra escrita.

EL PASO DE LA MEDIATIZACIÓN DESDE LA MODERNIDAD HACIA LA POSMODERNIDAD

Manuel Ricardo Díaz– UNSa
(diazmanuelricardo@gmail.com)

El paso de la mediatización de la modernidad hacia la posmodernidad; es un recorrido histórico sobre el término desde su denominación a través de las metáforas, conceptualizaciones y frases expresadas por sus autores que queremos rememorar para armonizar contemporáneamente a la mediatización.

CAMPOS RECORRIDOS POR EL COMUNICADOR SOCIAL DE LA UNSa A TRAVÉS DE LA CURSADA

Manuel Ricardo Díaz – UNSa
(diazmanuelricardo@gmail.com)

El presente trabajo pretende ser un recorrido por los diversos campos, territorios, escenarios, y actores sociales en los cuales intervenimos y que nos tocó indagar in situ en la cátedra de gestión y diseño de políticas en comunicación social 2016 en la comunidad Papa Giovanni XXIII del barrio Limache con el fin de poder realizar un diseño de políticas de comunicación social de carácter prospectivo para la institución.

CONTINUIDADES Y RUPTURAS EN LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DE ESTUDIANTES DE PRIMARIA Y SECUNDARIA

María Belén Melich – UNQ
(bmelich@hotmail.com)

El presente proyecto analizará las representaciones sociales que los estudiantes del nivel secundario del ciclo superior construyen sobre los docentes y la escuela a la que pertenecen. Para ello, se indagará a estudiantes de los turnos mañana y tarde de la Escuela Secundaria N° 52 en Bernal y N° 51 de Quilmes, ambas de gestión pública, de la Escuela Secundaria N° 79 de Solano con nivel uno de desfavorabilidad y del Instituto Fray Mamerto Esquiú en Solano de gestión privada durante la última mitad del ciclo lectivo 2018 y la primera mitad del 2019.

Este proyecto tiene la finalidad de complejizar una previa investigación realizada en mi autoría en la que se indagaron las representaciones sociales que tienen los estudiantes de primer y sexto grado sobre los maestros y la escuela durante los ciclos lectivos 2014, 2015, 2016 y 2017 en las escuelas primarias. De esta manera, se analizarán las continuidades y rupturas en la construcción de las representaciones en los diferentes niveles: en el primer y último año de formación primaria y en el último ciclo del nivel secundario y se comparará los resultados entre las tres escuelas mencionadas, teniendo en cuenta que se diferencia en el tipo de gestión y en el rango de desfavorabilidad.

En resumen, este trabajo exploratorio indagará los modos en que los estudiantes del secundario construyen el sentido común acerca de la figura de los docentes, cómo los visualizan, qué sentimientos y valores tienen sobre ellos. Por otra parte, se indagará qué representaciones tienen sobre la escuela, los modos de concebirla, sentimien-

tos de pertenencia y reflexiones sobre la misma como espacio de contención y/o aprendizaje.

MEDIOS Y PROGRESISMOS EN AMÉRICA LATINA

María Victoria Bourdieu
(vbourdieu@ungs.edu.ar)

Este trabajo se propone una reflexión en cuanto a los modos en que se favorece el abordaje del estudio de los medios de comunicación en nuestros contextos particulares latinoamericanos. Se trata de pensar los medios, su desarrollo y alcances de manera situada, con sus entramados específicos de articulaciones anteriormente producidas que configuran una coyuntura histórica concreta. Esto es a lo que Hall (2010) denomina contextualismo radical que implica la idea de situacionalidad.

Ocurre que gran parte del material teórico con el que hemos y seguimos trabajando se nutre de una dicotomía histórica: la dominación ejercida por un bloque histórico que detenta el “poder político”, constituido por algunas fracciones de clase, que se sostiene mediante (aunque no únicamente) una específica articulación entre cultura y poder por un lado; y los alternativos consensos y resistencias que ofrecen las clases subordinadas.

Lo que nos proponemos es contribuir a la posibilidad de renegociar esta mirada dicotómica, teniendo en cuenta que en los contextos nacionales latinoamericanos parecen existir otros actores que cuentan con una importante cuota de poder político, aunque –aún– no se expresan mediante un discurso mediático hegemónico.

En este sentido, los avances para establecer una democratización en los discursos han tenido diferentes herramientas. Paulatinamente se evidencia un cambio que radicaliza las pertenencias ideológicas de medios, conglomerados mediáticos y grandes grupos heterogéneos de ciudadanos. Es a partir de esta afirmación que el análisis de los medios, especialmente los masivos, resulta imprescindible para deshilvanar ese vínculo que siempre es contingente entre cultura y poder.

Lo que nos proponemos aquí es producir una reflexión sobre algunos conceptos teóricos y su utilidad a la hora del análisis de contextos particulares con el fin de comprender el devenir social, las transformaciones culturales, en fin los alcances del/los poder/es en nuestras sociedades actuales. Para ello recorreremos propuestas de pensadores de diferentes disciplinas, sin perder de vista que son los medios los que proveen realidades nuevas o las modifican orientando conductas “socialmente aceptables” y por ello tienen un protagonismo especial a la hora de conformar las configuraciones sociales.

LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN EN LA SEDE REGIONAL TARTAGAL DE LA UNSA: PROCESOS, OBJETOS Y REFLEXIONES

Mariana de los Ángeles Ortega– SRT/UNSa
(marortega.012@gmail.com)

En la Sede Regional Tartagal de la Universidad Nacional de Salta actualmente se dictan cinco carreras pertenecientes a cuatro facultades. La mayoría de ellas presenta perfiles formativos altamente profesionalizantes, razón por la cual, el área de investigación se ha visto reducida a iniciativas aisladas que no forman parte de preocupaciones institucionales mayores.

Contrariamente a esto, la carrera Comunicación Social se ha mantenido vinculada a los movimientos sociales, incluyendo los grandes conflictos y problemáticas del norte de la provincia, región caracterizada por su diversidad étnica. En ese marco dicha carrera promovió ampliamente la extensión universitaria, a través del desarrollo de prácticas que han acompañado a instituciones de la zona, y que conservan lazos firmes con medios comunitarios.

Desde hace seis años, diferentes docentes, estudiantes y graduados se han propuesto reflexionar sobre ese campo de acciones y han implementado una política de investigación local, centrada en las necesidades y problemáticas de la zona en la que se inserta la Sede. El propósito fundamental fue fomentar el ejercicio de la investigación e iniciar un proceso de fortalecimiento de una práctica poco desarrollada.

Nos interesa de forma particular reflexionar sobre algunos resultados de ese trayecto, que se pueden apreciar en el crecimiento de la presentación de tesis de grado y el otorgamiento de becas y proyectos de investigación. Así

mismo, se pretende indagar en las temáticas de investigación, las relaciones con los objetos de estudio y la problematización de la relación entre la investigación y el extractivismo académico.

HACIA UN MARCO DE REFERENCIA PARA EL ESTUDIO DE LA CULTURA DE CINE EN CARTAGENA DE INDIAS DE INDIAS, COLOMBIA (1897-1997)

Waydi Miranda - Universidad Jorge Tadeo Lozano
seccional Cartagena (Colombia)

(waydi.miranda@utadeo.edu.co)

Osiris Chajin- Unicolombo (Colombia)

(ochajin@unicolombo.edu.com)

La cultura de cine se configura en este largo curso que han trazado las fascinaciones por la imagen y lo audiovisual desde las búsquedas técnico-científicas para su fijación y reproducción entre el siglo XIX. Nombra la experiencia social engendrada por un sensorium urbano y tecno mediático siempre en actualización. La cultura de cine es parte de las culturas de pantalla, categoría que nombra precisamente el mundo resultado del desarrollo del sensorium benjaminiano, esa sociedad mediatizada, que parodiando a Piscitelli, invita a considerar que por fuera de la pantalla no hay nada, en ese sentido las culturas de pantalla serían esa sociedad mediatizada que problematiza De Moraes (2007).

PODCAST: ¿UNA NUEVA FORMA DE PRODUCCIÓN? UNA MIRADA HISTÓRICA SOBRE LA REALIZACIÓN SONORA

Valeria Miyar

(valeriamiyar@hotmail.com)

Andrea Calamari-

(andreacalamari@yahoo.es)

Ariel Gianuzzi

(elcontestador@hotmail.com)

COMUNICACIÓN Y CULTURA EN Y DESDE TERRITORIOS PERIFÉRICOS: HACIA UNA COMUNICOLOGÍA DEL SUR

Julio César Monasterio- UNComahue

(monasteriojulio@gmail.com)

Entender a la comunicación social como un proceso social de producción y de disputas por la apropiación de sentidos en el que intervienen una multiplicidad de factores, mediados o no por las tecnologías, implica correrse de una mirada hegemónica que entiende a los procesos comunicacionales como una mera instancia de difusión y transmisión de información.

En el presente trabajo intentaremos revisar los aportes críticos que surgen como alternativas a las teorías instrumentalistas que promovieron, luego de la segunda guerra mundial, la difusión de innovaciones en América Latina, con la finalidad de problematizar su sustento teórico y filosófico anclado en una ideología dominante que piensa a los medios y a las tecnologías modernas bajo la idea de una aparente neutralidad y como una cuestión inevitable. En este sentido, el modelo modernizador de posguerra, irradiado desde los centros hacia las zonas periferalizadas, se sustentó en una visión de la técnica, amparada en la lógica del desarrollo, a partir de los principales supuestos de la denominada Teoría de la difusión de innovaciones.

Recuperaremos, en este sentido, las apuestas del pensamiento comunicacional latinoamericano para comprender, desde otras lógicas, la relación entre comunicación y desarrollo en sintonía con lo planteado por los Estudios sociales de la dependencia, la Filosofía de la liberación y su correlato en nuestro campo a partir de la irrupción de

una Comunicología de la liberación y la Perspectiva decolonial. Estos planteos buscaron romper con el paradigma dominante de la modernización, un paradigma que entendía a la comunicación como un sistema unidireccional, lineal y vertical y modificarlo por otro multidireccional, horizontal, comprometido, popular e intercultural.

LENGUA Y ENTROPÍA. EL SIGNO COMO ESTRUCTURA DISIPATIVA

Antonio Gerardo Montano – UAI
(agerardomontano@hotmail.com)

Adriana Beatriz Boatto – UAI
(adrianaboatto@hotmail.com)

El lenguaje y su unidad conceptual, el signo, poseen un valor sinérgico único, a partir del cual nuestra especie pudo constituirse como sapiens. La comunicación, en nuestro caso, fue y es, devenida en lenguaje, factor de humanización.

Del mismo modo, según nuestra hipótesis, la degradación semiótica, suponiendo que la semiosis social acepta variaciones de grado, posición a la que adherimos, aplicaría a la introducción del concepto termodinámico de entropía, ampliando el campo sistémico propio de la comunicación con elementos característicos de las leyes naturales.

El signo lingüístico sometido a un potencial cambio de sentido, y cuya capacidad identitaria y cognitiva emana de un constructo social diacrónico y temporalmente extenso, puede oficiar entonces como estructura disipativa y obstructora sobre la sinergia social, y del mismo modo que el caos se vincula al avance de la entropía física, el discurso vaciado de contenido y carente de la correspondencia significante-significado, deviene en despersonalización y acriticidad, con afectación a nivel comunitario y pronóstico de desarticulación.

La estructura lingüística requiere gastos y recursos de energía en su desarrollo, ordenando lo confuso y a la misma realidad en principio desordenada, construyendo fundamentos de certidumbre y racionalidad.

La hipótesis de nuestro trabajo apunta a la vinculación entre la entropía y su contenido cuántico de desorden latente a nivel de lo real, con la demanda creciente de esfuerzo en la elaboración de redes semióticas, y la especial atención que los profesionales de la comunicación deben prestar a la profusión de sentido frente a los elementos de disgregación virtualmente presentes en las corrientes epistémicas de discursos circulantes, lo cual para el objetivo citado, obligará a una permanente actividad crítica.

COMUNICACIÓN ENTRE LOS CERROS

Ana Muller – UNSa
(anamullero7@gmail.com)

El objetivo del trabajo es reflexionar sobre la comunicación en los ámbitos de la ruralidad, entendiendo que vivimos en sociedades mediatizadas, donde no todos los ciudadanos son parte integrada y equitativa de esa mediatización, ya sea en el alcance, consumo y/o producción. Pretendemos, al mismo tiempo, recuperar una definición de comunicación que nos permita anclarla en procesos organizativos y no sólo mediáticos.

Trabajamos desde la definición de una metodología de investigación cualitativa. Como nos recuerda Martín Barbero, un método no es sólo una herramienta para abordar un objeto-problema, sino también un punto de vista sobre el objeto que impide o posibilita que algo sea considerado problema (Martín Barbero, 1980, s/p.), la opción por trabajar desde una metodología cualitativa, se fundamentó en el hecho de que sólo a través de ella nos resultaba posible convertir nuestras preguntas e inquietudes en un objeto de conocimiento. Trabajar desde una metodología interpretativa.

Al enfocarnos desde la comunicación nos acercamos a las necesidades de organizaciones rurales en cuanto a alzar la voz. Lo que significa luchar por su identidad, por ser incluidos, mirados y escuchados. Encontrar en ello el plano político y público donde irrumpir como sujetos de derechos que exigen que se achiquen las diferencias en cuanto las oportunidades de acceder a bienes y servicios y derechos esenciales como del que aquí partimos: la comunicación.

Los objetivos que nos guían son:

- Caracterizar las políticas públicas orientadas a fortalecer el sector de la agricultura familiar y reconocer la incidencia que las mismas tuvieron en las experiencias de sus organizaciones.

- Caracterizar las repercusiones de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el desarrollo de medios en contextos rurales de la provincia de Salta en el periodo 2012-2017.

TOLERANCIA Y PLURALISMO COMO FACHADA DE LA VIOLENCIA: FORMAS-SUJETO Y ESTRUCTURAS DE SENTIDO NEOLIBERALES

Carolina Ré- UBA
(re.carolina@gmail.com)

Para abordar la problemática de la conformación de las formas subjetivas en la coyuntura neoliberal, en principio nos inscribimos en un debate más amplio en torno a lo que el propio Neoliberalismo es y por qué nos interesa pensar al Neoliberalismo desde una dimensión que retome las prácticas de producción de sentido. ¿Qué entendemos por Neoliberalismo? ¿Qué decimos acerca de lo social cuando decimos que vivimos en una sociedad neoliberal?

NEOLIBERALISMO Y COMUNICACIÓN. TEORÍA CRÍTICA Y COYUNTURA

Carolina Ré- UBA
(re.carolina@gmail.com)
Natalia Romé- UBA
(romenatalia@yahoo.com)
Carolina Collazo- UBA
(carolina_collazo@yahoo.com.ar)
Silvia Hernández- UBA
(silhernandez@gmail.com)

¿Qué implica producir teoría crítica? ¿Cuál es la relación entre la producción de conocimiento y la coyuntura? ¿Cómo recuperar estas preguntas en la concepción del objeto de la comunicación social?

Si entendemos que producir conocimiento es necesariamente una producción crítica, en primera instancia, esta producción implica una transformación. Una transformación del propio pensamiento, de las estructuras naturalizadas y de los sentidos establecidos. En este punto, consideramos que la producción de teoría es entonces una práctica teórica (Althusser, 2015), que se enraíza entonces en una relación necesaria con el pensamiento de la coyuntura.

En particular, retomaremos a la problematización de la investigación crítica en comunicación para pensar nuestro presente, desde los aportes teóricos de Caletti, entiendo de modo amplio al objeto de la comunicación como la “producción social de las significaciones” (Caletti, 2002). Pensar a la comunicación como la producción social de las significaciones obliga tanto a pensar en las determinaciones de esta producción de significaciones como en las propias eficacias que estas tienen sobre el curso de la historia, es decir, considerando su inscripción en el marco del horizonte amplio de la vida social y de la transformación de sus relaciones constitutivas; recuperando así la politicidad inherente a los procesos de producción significante.

De este modo, la producción de significaciones y las prácticas significantes, en sus dimensiones discursivas e imaginarias, son cruciales para pensar la práctica política. Pero abordar a las prácticas de producción de sentido a partir de su inscripción objetiva (la inscripción de la dimensión comunicacional en el entramado objetivo de una coyuntura social) no supone el abandono de la dimensión subjetiva que implican. Es decir, en la producción social de significaciones se procesan tanto operaciones de objetivación como de subjetivación, que son esenciales tanto para la reproducción de las relaciones sociales como para su transformación.

Es en este punto que el concepto marxista de ideología cobra un relieve particular y una importancia destacable tanto para establecer una distinción entre las prácticas discursivas de la producción científica y las prácticas ideológicas, como para dar cuenta del asedio de lo ideológico en la propia producción de conocimiento. El concepto de ideología permite asumir que la producción de conocimiento es, antes que nada, una operación crítica de ruptura con formas del sentido común y sistemas de evidencias que organizan la experiencia social y subjetiva.

La recuperación del concepto de ideología desde la tradición marxista, y específicamente althusseriana, permitirá también el trazado de las coordenadas de la relación con la teoría psicoanalista, para un análisis que desarrolle cómo se conforman las estructuras libidinales en nuestra coyuntura. Cómo en esas estructuras de pensamiento que

suponen modos de conformación subjetivos también se implican componentes afectivos del orden del goce y del deseo.

Específicamente, cómo en nuestra coyuntura neoliberal, podemos hablar de disposiciones subjetivas hacia el autoritarismo con tintes de hiperindividualización, que acompañan procesos de des-democratización (Balibar, 2013), reconfigurando al espacio público actual y diversas formas de la vida social tendiendo hacia el recrudescimiento de la violencia.

EL MÉTODO ALCESTE: DISCUSIONES TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS DESDE UNA PERSPECTIVA TRANSLINGÜÍSTICA

Silvina Romano- UNTDF
(sromano@untdf.edu.ar)

Valeria Car- UNTDF
(vcar@untdf.edu.ar)

El artículo problematiza el análisis de contenido y codificación desde una perspectiva translengüística (Pierce, 1974; Delcoto, 1996; Verón, 1986, entre otros) como una herramienta esencial en las ciencias sociales. Se trata de abordar reflexiva y sistemáticamente algunas consideraciones epistemológicas teóricas y prácticas sobre los resultados del proceso de trabajo producido en un primer dictado de curso de posgrado durante 2019 denominado “Método de análisis de datos textuales Alceste (Análisis Lexical de Coocurrencias en Enunciados Simples de un Texto)”. La mayoría de la literatura de dicho método se encuentra en francés, producto de quienes diseñaron y desarrollaron el mismo, (Benzecri, 1979; Reinert, 1997, 2000). Durante este proceso se evidenciaron y profundizaron algunas de las discusiones teóricas y metodológicas acerca de la aplicación de este método para problematizar sus posibles potencialidades y limitaciones, el rol del analista y la validez de sus resultados en perspectiva crítica sobre los enfoques reduccionistas que solo se sostienen en consideraciones técnicas desde el uso del método (Williams, 1986). Si bien el análisis de contenido textual del método Alceste permite identificar elementos emergentes del discurso, como herramienta de análisis para corpus (entrevistas en profundidad, semi-estructuradas, corpus de diarios o literarios, resultados de preguntas abiertas de encuestas, entre otros) se trata de una experiencia exploratoria cuyo esfuerzo se centra en observar y sistematizar aquellos aspectos que, en cada caso, constituyen la emergencia de datos relevantes sobre la tensión una lectura crítica por parte del analista que realiza su práctica.

En síntesis, se trata de realizar un aporte al debate sobre los problemas epistemológicos que atraviesan las ciencias sociales a partir de las apropiaciones de nuevas mediaciones tecnológicas en la construcción de conocimiento.

PENSAR LA COMUNICACIÓN DESDE LOS ESTUDIOS DECOLONIALES

María Agustina Romero- UNJu
(Agusricci61@gmail.com)

El presente trabajo prevé reflexionar sobre el campo de la comunicación desde las perspectivas decoloniales. Para ello echaremos mano de la literatura actual y revisando retrospectivamente la articulación del campo disciplinar con las epistemologías del sur que permiten una mirada más general de las ciencias sociales.

Pretendemos una reflexión teórica y crítica que nos posibiliten amplificar los posibles marcos teóricos para atender problemáticas situadas desde América Latina.

EL GOBIERNO DE LOS USUARIOS. INFORMACIÓN, INTERACCIÓN Y PLATAFORMAS EN LA GUBERNAMENTALIDAD NEOLIBERAL. ABORDAJE TEÓRICO Y METODOLÓGICO.

Emiliano Venier- SRT/U.N.Sa
(emilianovenier@yahoo.com.ar)
Noelia Navarrete- CIUNSa
(noelia_navarrete@hotmail.com.ar)

El trabajo desarrolla el abordaje conceptual y metodológico del proyecto de investigación “Discursos, prácticas sociales y políticas públicas en torno al uso gubernamental de las TICS y los datos masivos en la Provincia de Salta” que indaga el ensamblaje de un conjunto de técnicas y tecnologías de la información mediante las cuales se busca una mayor eficacia en la conducción de las personas con un menor costo del ejercicio del poder.

La investigación propone recuperar discursos, enunciados y prácticas de gobierno actuales en políticas públicas de capacitación y empleo que se configuran en la provincia de Salta a partir la implementación a nivel nacional de la “Plataforma Digital del Sector Público Nacional” implementada en el 2017 en el marco del programa País Digital”. Esos elementos se articulan con la obtención de datos y análisis mediante Métodos Digitales (Rogers, 2017) para el relevamiento y análisis de las publicaciones de los organismos públicos en los perfiles de usuarios y las reacciones e interacciones generadas por los usuarios.

Los fundamentos que sostienen la tarea analítica se inspiran en los aportes de la Teoría del Actor-Red (TAR) desarrollada por Bruno Latour y Michel Callon (Latour, 2008) la cual constituye una corriente de investigación sociológica que complementa las relaciones entre humanos y máquinas en la vida cotidiana como formas de interacción en la co-construcción de la realidad social.

NO SOMOS DELITO: METODOLOGÍA EN EL ANÁLISIS DE LA REPRESENTACIÓN DE LOS JÓVENES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Verónica Díaz Ordoñez- UBA
(vdiazordonez@gmail.com)
Daniela Bilski- UBA
(danielabilski@gmail.com)

La representación de los jóvenes en los medios de comunicación ha sido objeto de investigación en repetidas oportunidades. Este interés ha sido generado muchas veces por la creciente visibilidad de la agenda del pequeño delito que suele acompañar la implementación de políticas económicas de ajuste y su necesidad de legitimación del avance de las fuerzas de seguridad y enemigos contra los que luchar, estigmas sociales que difundir y afianzar. Una amenaza, un pibe chorro y violento al que temer.

Pero en su contracara, surgen desde movimientos sociales y grupos de protestas diferentes expresiones artísticas y del activismo cultural que buscan discutir estos estigmas. Fueron los festivales de rap, realizados en Capital Federal durante 2016, llamados “Mi cara, mi ropa y mi barrio no son delito” los que llamaron nuestra atención sobre a qué y a quién estaban respondiendo lo que no eran esos jóvenes que se reunían los domingos de festival a rapear.

Ante esto nos encontramos en una pregunta inicial, ¿dónde vamos a buscar, a fin de analizar, el estigma al que estos jóvenes responden? Así fue como nos enfocamos en los medios de comunicación como un actor central en la sociedad en la difusión y naturalización de imágenes sobre la realidad, buscando describir cómo la prensa hegemónica configura las representaciones de los jóvenes, específicamente la prensa gráfica.

Pero dicho esto y una vez decidido el marco teórico y estado del arte de nuestra investigación, nos encontramos con una masa enorme de noticias y un sinfín de preguntas. ¿Cómo definimos joven? ¿Cuál iba a ser el procedimiento que íbamos a repetir incansablemente, exactamente de igual forma, una y otra vez para decidir qué noticias iban a formar parte de nuestro corpus y cuáles no? ¿Qué operaciones íbamos a considerar? ¿Importaba el número de página? ¿Apareció en tapa? ¿Cuáles iban a ser los posibles errores de los que debíamos tener cuidado para que el relevamiento fuera lo más limpio y coherente posible? ¿Era legítimo tomar sólo las noticias donde se estigmatiza a los jóvenes? Así sólo podríamos describir el cómo pero no íbamos a tener forma de comparación. Si el foco era la categoría “joven”, ¿cuál es el límite de edad de la categoría ‘niño’? Preguntas y respuestas a definir antes de empezar el registro, decisiones de las cuales debíamos estar seguras y conscientes de cómo iban a afectar a las conclusiones.

Matriz de análisis, grupos de palabras clave, categorías propias, visualización de datos. Este trabajo se concentra en el camino recorrido durante la producción de nuestra tesina de investigación y las decisiones metodológicas tomadas.

EJE 2. COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y ESCENARIOS PROFESIONALES

LIBERAR LA POTENCIA DE LA MIRADA. DESAFÍOS DE LOS USOS PEDAGÓGICOS DE LA IMAGEN FOTOGRÁFICA

Beatriz Juárez – UNSa / UNC
(beatrizjuarez007@gmail.com)

La incorporación de las imágenes al ámbito educativo se ha restringido históricamente a su función ilustrativa como recurso didáctico. La escuela, nacida en la modernidad, tuvo como bases la cultura impresa y la práctica de la escritura. En este contexto de producción y legitimación de saberes, la imagen siempre estuvo subordinada a la palabra. El proceso de mediatización iniciada en el s. XX con el cine y la televisión y hoy con las nuevas tecnologías, tiene como consecuencia el debilitamiento de la palabra escrita y el descentramiento del saber.

En esta coyuntura de modificación de las bases que durante décadas estructuraron la institución escolar, creemos que es necesario repensar las relaciones entre cultura mediática y proceso educativo. Lejos de la polarización que promueven las miradas tecnofóbica y tecnofílica, nos interesa pensar los desafíos, las negociaciones y el reacomodamiento de la escuela frente al lugar de las tecnologías y las agencias culturales con que llegan los jóvenes a esta.

En este trabajo abordamos las tensiones y potencialidades del uso de la imagen fotográfica en el ámbito educativo. Para ello, analizamos experiencias de trabajo pedagógico con repertorios fotográficos autorreferenciales en talleres de fotografía. Creemos que la potencialidad de la fotografía como tecnología afectiva, radica en su capacidad de abrir espacios de subjetivación en los que los jóvenes pueden repensarse, analizarse y transformarse.

Enseñar y aprender a mirar, así como enseñar y aprender a leer, encuentran un equilibrio en la diferencia, en una dialéctica entre ambas prácticas, en las temporalidades y espacialidades, y en los procesos de subjetivación y acción colectiva que ambos posibilitan.

DESAFÍOS EN LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES EN CONTEXTOS DE APRENDIZAJE PERMANENTE

Alejandra María Gordillo – UNdeC
(agordillo@hotmail.com)

Las prácticas de Comunicación-Educación, implicadas en los procesos de formación de profesionales que van desenvolverse e intervenir en contextos fluidos y complejos, exigen adecuación y actualización, interpelándonos en relación a la vertiginosidad de los cambios tecnológicos, impactando no sólo en los procesos de enseñanza-aprendizaje situados en un marco institucional que impone tiempos y espacios concretos, sino también en los modos de vincularnos, de conocer, de informarnos, de trabajar y producir. Esto crea nuevos escenarios de generación y transmisión de saberes de sujetos que provienen de una socialización mediada por diversos recursos tecnológicos que están mutando sus modos acercarse al conocimiento, en los que es posible advertir competencias y destrezas diversas, según las posibilidades concretas de acceso. Esto implica pensar en inclusión/exclusión frente al debate que vincula la democratización de accesos, reduciendo la brecha tecnológica, pero que no resulta suficiente si no se asume la necesidad de intervenir en la brecha cognitiva y la cuestión generacional imbricada en ésta. Este artículo reflexiona sobre estas realidades y las posibilidades concretas de protagonizar aprendizajes permanentes y significativos para el desempeño profesional.

EDUCACIÓN SEXUAL INTEGRAL: UNA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN SITUADA

Ana Laura Nuñez Rueda –CEA/UNC
(nanu.snm@gmail.com)

La presente ponencia pretende ser una propuesta de intervención, enmarcada en el campo educación/comunicación, sobre la educación sexual integral de los y las jóvenes del IPEM N° 198 Dr. Martín Ferreyra, donde la autora se desarrolla actualmente como coordinadora de curso. En ese sentido, tiene un carácter de esbozo, de búsqueda de reflexión teórica sobre una práctica diaria que encuentra sus potencialidades y limitaciones en un trabajo situado y en un contexto histórico específico, sobre un tema que pone en tensión los límites entre “lo doméstico” y “lo público” y que, por lo tanto, adquiere un fuerte sentido político desde una perspectiva feminista.

Asimismo, intenta pensarse dentro de la triada comunicación/cultura/política, de los estudios culturales y algunos aportes posestructuralistas para esbozar algunas categorías teóricas -como experiencia e identidad- para abordar la intervención.

Como resultado de la producción teórica/reflexiva se esboza una propuesta metodológica de trabajo, basada en la caracterización de las actrices y los actores institucionales, los objetivos de la intervención, la cuestión de los derechos desde el feminismo y el rol estratégico que asume el territorio de educación/comunicación.

LA CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA ERA DIGITAL. LAS PLATAFORMAS DE E-LEARNING EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR. ANÁLISIS DE LAS HERRAMIENTAS DE LOS MÓDULOS DE NARRATIVAS TRANSMEDIA DE LA COHORTE 2018 DE LA CARRERA DE POSGRADO MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DIGITAL INTERACTIVA A DISTANCIA DE LA FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RRH DE LA UNR.

Analía Martínez Fittipaldi – UNR
(licanaliarmartinez@gmail.com)

La presente investigación persigue el objetivo de analizar el modo en que las plataformas de educación virtual posibilitan el conocimiento en la educación superior. La misma se desprende del trabajo investigativo para el proyecto final realizado en el marco de la Maestría de Comunicación Digital Interactiva a distancia de la UNR.

Pretendemos dar cuenta de los cambios en las formas de enseñar y aprender que llegaron de la mano con las nuevas prácticas adquiridas a partir de la puesta en marcha de las aulas virtuales y experiencias educativas a distancia; los modos en que esas interfaces, como las plataformas educativas, modifican las prácticas de enseñanza y aprendizaje a partir del surgimiento de educación online, analizando el caso particular del módulo Narrativas Transmedia de la cohorte 2018, de la MCDIaD de la UNR, a partir de encuestas y entrevistas en profundidad.

Proponemos un análisis de las herramientas que se utilizaron y las que no de la plataforma Moodle, para finalmente sugerir el uso de una app diseñada especialmente, que cubra las falencias antes mencionadas y cumpla con los requerimientos que se despejaron a partir de la puesta en práctica de la metodología.

En una primera instancia realizamos un recorrido por aquellos antecedentes que aborden la temática de la educación a distancia en ámbitos universitarios. Se busca plantear qué información anterior existe sobre virtualización de universidades a nivel mundial y local, e implican un precedente en este proyecto. Se analizan los cambios en relación con el alumno actual, las plataformas de información y las formas en que se consume la educación, para luego proponer y generar un cambio de paradigma en la forma de enseñar en el nivel de educación superior y romper con el paradigma original.

Luego se abordan los conceptos clave ligados al cambio de paradigma de la educación presencial a la educación a distancia, describiendo roles de alumnos, maestros e instituciones universitarias: educación virtual, conocimiento, digitalización de la información, e-comunicación, alfabetización multimedia, experiencias de usuario y aprendizaje invisible.

Posteriormente se desarrolla el análisis de las herramientas de Moodle utilizadas en los módulos NT 2018, desde la perspectiva práctica metodológica partiendo de entrevistas en profundidad y encuestas, a fin de despejar cuáles están siendo utilizadas, cuáles parcialmente y cuáles no. A continuación, se da cuenta de los resultados de esta instancia y se plantean proposiciones a las que se haya arribado a partir de la puesta en marcha de la metodología. Se

realiza una revisión final de la temática y se pone a disposición una maqueta que consiste en la propuesta de una aplicación móvil que permite navegar, participar y estudiar el módulo trabajado, con la posibilidad de replicarlo en el resto de los módulos de la MCDIaD, para las próximas cohortes.

La finalidad de nuestro trabajo será contribuir a los conocimientos que existen sobre la educación a distancia en el nivel de educación superior y, sobre todo, poder hacer un aporte a la carrera de posgrado Maestría en Comunicación Digital Interactiva, fundado en una investigación formal sobre la temática.

DE LAS PRÁCTICAS A LAS BUENAS PRÁCTICAS” HUELLAS DE COMUNICADORES FORMADOS EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARÍA

Carla Fernanda Avendaño Manelli - Universidad Nacional Villa María
(cavendano_manel@yahoo.com.ar)

Melisa de las Mercedes Tagliabue - Universidad Nacional Villa María
(meli.tagliabue@gmail.com)

Ana Lucía Sola - Universidad Nacional Villa María
(analuciasola@gmail.com)

El presente trabajo se enmarca en la investigación: “De las prácticas a las ‘Buenas Prácticas’. Trayectorias de profesionalización de Comunicación en organizaciones de Villa María y Región (2001 – 2018)”, subsidiada por la UNVM.

Se parte del supuesto que la profesionalización de la Comunicación Social. Se va construyendo a partir de la pre-existencia de quienes ejercen el oficio, para luego, en procesos de integración generacional, convivir con primeras generaciones de profesionales formados en instituciones de educación superior universitaria y no universitaria.

Se analizan las huellas dejadas por profesionales universitarios, graduados de la UNVM, de la comunicación en Villa María y región, generando o formalizando estructuras, áreas, funciones vinculadas a la comunicación o promoviendo procesos diferentes a los preexistentes en las lógicas productivas de organizaciones (mediáticas o no) públicas, privadas o del tercer sector.

POLÍTICAS SOCIOEDUCATIVAS: LA APROPIACIÓN DE LAS TIC EN LOS CENTROS DE ACTIVIDADES JUVENILES DE LA PROVINCIA DE SALTA (2016 - 2019)

Johanna Elizabeth Ballón - UNSa
(yoyballon87@gmail.com)

Esta investigación analiza, desde una mirada comunicacional y educativa, la apropiación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que llevan a cabo adolescentes y jóvenes en los Centros de Actividades Juveniles (CAJ) de la provincia de Salta. Este trabajo comprende desde el año 2016 hasta el año 2019, con el propósito de destacar la utilización de diferentes dispositivos tecnológicos y la producción de diversos contenidos digitales que se efectúan dentro y a partir de los talleres que pertenecen a la orientación Comunicación y TIC de la Coordinación Provincial de Políticas Socioeducativas, dependiente del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología.

Los CAJ funcionan dentro de instituciones educativas públicas de Nivel Medio, en este caso se tomarán como referencia dos talleres de Radio y Audiovisual que se desarrollan en la Escuela de Educación Técnica (E.E.T.) N°3.149 “Dr. Julio Ignacio Mera Figueroa”, ubicado en la zona oeste de la Ciudad de Salta, y el Colegio Secundario N° 5.149 “Gesta Güemesiana”, que funciona en la localidad de La Silleta. Cabe destacar que son pocas las instituciones educativas salteñas que cuentan con la infraestructura y el equipamiento necesario para desarrollar actividades o contenidos vinculados a lo comunicacional.

Estos CAJ se crean con el objetivo de generar nuevos modos de permanecer y aprender en el establecimiento educativo, donde adolescentes y jóvenes participen de diversas actividades planificadas en tiempos y espacios complementarios y alternativos a la jornada y al horario escolar. La mayoría de los adolescentes y jóvenes que asisten a estos espacios de contención y acompañamiento a las trayectorias escolares residen en contextos vulnerables, se encuentran cursando el Nivel Medio en una Escuela de Educación Técnica o Colegio Secundario y tienen entre 13 y 22 años de edad.

Actualmente, la provincia de Salta posee 6 (seis) Radios Escolares CAJ funcionando activamente y 4 (cuatro) Talleres de Radio y Audiovisual que se desarrollan dentro de aulas. Si bien la línea de acción CAJ es establecida y financiada por el Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación, la implementación y los fondos económicos son administrados de manera autónoma por el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la provincia de Salta, mediante la Coordinación Provincial de Políticas Socioeducativas.

Dentro de la orientación Comunicación y TIC, se observa la apropiación de las TIC que logran adolescentes y jóvenes, obteniendo así diversos beneficios tanto a nivel comunicacional como educativo, tales como: la creación de nuevos espacios e instancias de aprendizaje, la generación de contenidos novedosos empleando diferentes soportes tecnológicos, la utilización de la comunicación para el desarrollo de capacidades y habilidades, la socialización de material y experiencias educativas a través de las redes sociales y sitios web, la concreción de proyectos mediante el compromiso interinstitucional, entre otros.

PROGRAMA DE ARTICULACIÓN INGRESO Y PERMANENCIA: LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE INTERVENCIÓN EN LA ARTICULACIÓN ESCUELA MEDIA- UNIVERSIDAD

Luis Barreras -UNDAV
(lbarreras@undav.edu.ar)
Ayelén Suyay Gómez -UNDAV
(agomez@undav.edu.ar)
Joaquín Nahuel Viera Barreto --UNDAV
(jnvb1996@gmail.com)
Milena Hidalgo -UNDAV
Camila Szulz - -UNDAV
(camilaszulz09@gmail.com)

En la actualidad las universidades del conurbano, de la república Argentina, son atacadas por una política de Estado que no sólo reduce el presupuesto, sino que además resalta de manera negativa a las mismas. Desde nuestro lugar, nos preocupamos y ocupamos para ampliar las posibilidades de inclusión y desarrollo de las universidades en todo el país.

A partir de la sanción de la Ley de Educación, que establece a la Educación Secundaria como obligatoria, asumimos -desde 2011- el desafío de dar respuesta al pasaje de los estudiantes del nivel medio al universitario. Conceptualizamos a las y los estudiantes como sujetos insertos en múltiples dispositivos e instituciones, que requerirán de diversas estrategias, por eso es posible pensar un proceso de orientación que logre indagar los diferentes ámbitos que permitan la inclusión educativa deseada.

En ese sentido, propiciamos como resultados acciones concretas desde la producción de materiales educativos (audiovisuales, gráficos y radiofónicos) que involucren a los estudiantes, docentes y autoridades de la UNDAV y de las escuelas secundarias, para favorecer el vínculo entre ambas instituciones de diferentes líneas: promoción de carreras, propuestas de capacitación disciplinares y didácticas, actividades de investigación y transferencia, impacto positivo en las motivaciones en ese sentido.

Tenemos que revertir lo que históricamente se ve en políticas públicas, una creciente falencia entre el sistema de educación media y superior. Los desafíos son diversos y la articulación adquiere múltiples dimensiones, recuperando las distintas miradas de los actores involucrados en su desarrollo.

LAS REDES SOCIALES EN LA EDUCACIÓN EN LOS ADOLESCENTES

Ricardo Bocos - UNT
(rickybocos2013@gmail.com)
Indalecio Sánchez – UNT
(indalecio.sanchez@lagaceta.com.ar)

Este trabajo se realizó en la ciudad de San Miguel de Tucumán con alumnos de cuarto y quinto año de colegios

y escuelas secundarias, y busca mostrar la influencia de las redes sociales en su proceso educativo. Para llevar adelante este trabajo se diseñó una encuesta tipo para jóvenes de entre 14 y 16 años, que fue respondida por un total de 200, proveniente de los colegios privados Tulio García Fernández, Lorenzo Massa, María Auxiliadora y Esclavas y de las escuelas universitarias Sarmiento y Gimnasium. El análisis demuestra que, a nivel general, la mayoría de los adolescentes se ven afectados por las redes sociales en las áreas académicas y personales, para lo cual dedican un promedio de 5 horas diarias, y revisan las redes al menos 5 veces por día, lo que los distrae principalmente de sus estudios.

EXPERIENCIA DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA: LA TELEVISIÓN Y LOS VIDEOJUEGOS

Esteban Ismael Bordón - Universidad Nacional de Salta
(bordon.ismael@gmail.com)

El avance de las tecnologías de la comunicación ha ido modificando las configuraciones de la producción, reproducción y apropiación de los contenidos mediáticos, en la llamada sociedad de la información. Cuestiones como la abundancia, inmediatez, velocidad y globalización de la información, paradójicamente, derivan en fenómenos tan latentes en la actualidad como lo son la desinformación, la posverdad o las fake news. En este sentido, desde el campo de la educomunicación, se propone el fomento de las competencias mediáticas de la ciudadanía, a partir de lo cual repensar el fenómeno de la desinformación mediática.

Este trabajo recupera la experiencia educomunicativa, incluida dentro de la charla 'El mundo gaming, los videojuegos como deporte y el impacto en la sociedad joven', llevada a cabo en el Cine Auditorium Espacio INCAA Mercosur, de San Salvador de Jujuy. La intervención realizada estuvo pensada desde la representación que construyen los programas televisivos sobre la temática, el desarrollo y tratamiento periodístico, el problema de la desinformación, el vínculo videojuego/violencia presentado en los medios y algunas reflexiones, herramientas y pautas que surgieron para contrarrestarla de una forma crítica, para así fomentar la alfabetización mediática en distintos espacios.

LA DIMENSIÓN TECNOLÓGICA Y SU ATRAVESAMIENTO EN EL DESARROLLO PROFESIONAL DE LOS COMUNICADORES EN VILLA MARÍA Y REGIÓN.

Marcos Hernán Bovo - Universidad Nacional de Villa María
(mhbovo@gmail.com)

Germán Fassetta - Universidad Nacional de Villa María
(gerfassetta@hotmail.com)

Dino Daniel Gagliese - Universidad Nacional de Villa María
(dinogagliese@gmail.com)

El presente trabajo se enmarca en el proyecto de investigación: "De las prácticas a las 'Buenas Prácticas'. Trayectorias de profesionalización de Comunicación en organizaciones de Villa María y Región (2001 – 2018)", subsidiada por la UNVM.

Este estudio concentra su trabajo empírico en la realización de entrevistas semiestructuradas a la totalidad de egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Plan 2001) y Licenciatura en Comunicación Social (Plan 2010), trayecto de complementación Curricular de dos años de duración y carrera de desarrollo propio de cinco años, respectivamente.

A partir de las dimensiones relevadas, se ha centrado el análisis de datos en los aspectos vinculados a la incorporación tecnológica en las diferentes tareas de periodistas y comunicadores de Villa María y Región. Estos acercamientos permitieron el planteo de algunos interrogantes: ¿Qué tecnologías se han ido sumando a los procesos de trabajo /o procesos productivos vinculados a la comunicación y al periodismo en nuestros enuncios local-regionales? ¿Qué aprendizajes/adaptaciones incorporaron los actores de la comunicación para sobrevivir en el nuevo entorno tecnológico? ¿Qué valoraciones le asignan los profesionales de la comunicación en Villa María y región a las TICs, a nivel general, como fenómeno comunicacional-social y particularmente como herramienta de trabajo?, entre otros.

Estas preguntas, si bien constituyen unas primeras orientaciones para el análisis, no son excluyentes de otras que emerjan como parte de la inducción. Se parte del supuesto de que en las actividades profesional-laborales de la comunicación organizacional y del periodismo en medios e instituciones de la ciudad y la región se han ido incorporando tecnologías digitales en sus procesos de gestión y de producción de contenidos, en el caso periodístico. Esta incorporación ha generado procesos de aprendizaje y de adaptación disímiles en relación a la naturalidad/lejanía con las TICs, principalmente desde la dimensión etaria. Asimismo, la tecnologización de la producción comunicacional, presenta su contraparte en los consumos de medios y en las nuevas formas de relacionamiento organizacional.

IRRUPCIÓN Y APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS EN LOS ESTUDIANTES DE INGLÉS VIRTUAL UNGS. LA CONFIGURACIÓN DE NUEVOS ESCENARIOS PARA LA COMUNICACIÓN Y LA EDUCACIÓN

María Soledad Burgui - Universidad Nacional de General Sarmiento

(sburghi@campus.ungs.edu.ar)

Francisco Javier Cardozo - Universidad Nacional de General Sarmiento

(fcardozo@campus.ungs.edu.ar)

El trabajo que presentamos a continuación aborda algunas reflexiones parciales de la investigación en curso denominada “La mirada de los actores en los aprendizajes mediados por tecnología en lenguas extranjeras”, dirigida por Mg. Gabriela Di Gesú, coordinadora del área de Lenguas extranjeras de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS).

Aquí nos proponemos, por una parte, presentar un primer acercamiento que nos conduzca a caracterizar los modos de apropiación de tecnologías que establecen los estudiantes de nivel superior que cursan el tramo curricular Inglés virtual en la UNGS y, por otra parte, compartir una experiencia de trabajo innovadora en parejas pedagógicas en una propuesta formativa en línea para el aprendizaje de la lecto comprensión de inglés.

La intención de este trabajo es describir los usos y representaciones de las tecnologías que tienen estos estudiantes, que pertenecen a distintas carreras de grado. Dado que indagar sobre sus concepciones, prácticas y competencias permitirá el diseño y desarrollo de propuestas que, atendiendo a sus intereses, permitan al estudiante aprovechar esta oferta formativa y obtener el mayor beneficio de la misma. A la vez, se presenten las características del nuevo escenario de comunicación y educación de la enseñanza de la lecto comprensión de inglés en modalidad online, como contraparte de la propuesta presencial.

Se trata de una aproximación exploratoria cualitativa que se desarrolló a partir del relevamiento realizado mediante encuestas incluidas en el aula virtual de los tres niveles de idiomas dictados, en el periodo comprendido entre 2017 y 2019.

En un primer apartado, presentamos algunos de los conceptos teóricos y posturas en torno a la apropiación de tecnología desde las que partimos para este análisis. En un segundo momento, narramos brevemente la experiencia de trabajo en una propuesta virtual de idiomas en parejas pedagógicas y nos centramos en el rol del tutor como dinamizador de los procesos de comunicación. En un tercer apartado, presentamos un análisis de la información recopilada. Finalmente, arribaremos a un conjunto de consideraciones finales en las cuales se identifican algunos aspectos a seguir profundizando en el marco de esta investigación.

LECTURA Y ESCRITURA: TENDIENDO PUENTES ENTRE LO ANALÓGICO Y LO DIGITAL

Camila Victoria Lujan Gogniat - UNER FCE

(camila-gogniat@hotmail.com)

El presente proyecto pretende analizar las prácticas de lectura y escritura de forma continua y transversal en una escuela secundaria de Paraná, Entre Ríos. Es decir, investigar a partir de las prácticas comunicacionales de los jóvenes que asisten a la escuela secundaria. Específicamente, se hará énfasis en las tecnologías de la información y comunicación: cómo se emplean en los ámbitos educativos y extra áulicos.

En un principio, esta necesidad se debe a que los estudiantes y los docentes demandan mayores instancias de empleo de las TIC en los espacios curriculares. Por una parte, los estudiantes manifiestan que el uso de dispositivos

como celulares podría dinamizar las clases e incorporar información relevante, no solamente la búsqueda de información, sino los recursos visuales. Por otra parte, los docentes plantean la necesidad de pensar otras prácticas de uso de las TIC que supere la proyección de películas o videos por medio del televisor, ya que sólo hay uno y en ocasiones los demás colegas no pueden contar con el material. Asimismo, con respecto a la lectura y escritura, los actores escolares adhieren en que hace falta planificar instancias digitales para hacer debates y compartir perspectivas en las aulas. Además, dichas prácticas potenciarían el desarrollo temático de cada asignatura. Por lo tanto, el presente proyecto pretende promover las prácticas de lectura y escritura digital. En un comienzo, el proyecto centrará la lecto-escritura en el espacio curricular Lengua y Literatura, aunque se procura que luego lo hagan otros espacios curriculares.

Hasta hace poco tiempo la práctica de la lectura aparecía asociada al texto impreso. En los últimos veinte años esto se ha modificado de manera drástica. Son múltiples las herramientas y soportes que en el presente le disputan al libro esa primacía. Podrían mencionarse algunos de estos dispositivos: libros digitales, documentos de PDF, infografías, videos tutoriales, audiolibros, sitios web, entre otros. Dichos soportes trastocan los modos en que tradicionalmente se leía o escribía. Asistimos a una transformación de las prácticas de escritura y de lectura que se pone de relieve no solo con la aparición de nuevos soportes, géneros discursivos y modos de narrar.

Objetivos generales:

- Repensar la educomunicación y sus implicancias en la temática.

Fomentar el uso de las TIC en las clases de Lengua y Literatura.

- Comenzar con las instancias de prácticas de lectoescritura multimodales e hipertextuales entre estudiantes y docentes.

- Concretar prácticas de escritura literaria y académica en el Wordpress por parte de estudiantes.

- Promover los vínculos entre la escuela y el espacio virtual Wordpress para mantener la conexión entre la asignatura y los estudiantes por fuera de la institución escuela.

Objetivos específicos:

- Implementar los celulares como dispositivo pedagógico para el desarrollo de la asignatura.

- Favorecer a que los estudiantes desarrollen prácticas de lectura de sitios digitales diversos en las clases áulicas, sugeridos en el Wordpress.

- Contribuir a que los estudiantes desarrollen prácticas de escritura digitales de textos literarios y académicos en la plataforma Wordpress.

DE LAS TRAYECTORIAS ESCOLARES A LAS TRAYECTORIAS EDUCATIVAS EN LA ESCUELA SECUNDARIA. UNA MIRADA DE LAS PRÁCTICAS EDUCATIVAS COMO PRÁCTICAS SOCIALES SOBREDETERMINADAS

Luana Carriso Martínez - Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP
(luanajcm@gmail.com)

Juan Fidel Marone - Facultad de Psicología, UNLP
(juanca9797@outlook.com)

Rocío González - Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP
(rocioalgo_86@hotmail.com)

Desde el Proyecto de Extensión Universitaria “Trayectorias Educativas” trabajamos en instituciones educativas con grupos de adolescentes a partir de pensar a la educación como un derecho humano que necesariamente debe abordarse de forma interdisciplinaria. Tenemos como principal objetivo el diseño e implementación de intervenciones de fortalecimiento de las trayectorias educativas de los y las jóvenes y los vínculos pedagógicos con el cuerpo docente, Equipo de Orientación Escolar, directivos y auxiliares.

Entender a la educación como un derecho implica dos cosas: la universalidad del acceso de las personas a educarse y la garantía de ese acceso por parte del Estado. Esto se fundamenta tanto en la legislación nacional como en la internacional, normativas que sostienen el derecho de aprender y enseñar como bases de las libertades de los y las sujetos/as.

En 2018, la Dirección General de Cultura y Educación (DGCyE) de la Provincia de Buenos Aires crea la figura del PAT (Profesor Acompañante de Trayectorias) para el ciclo básico en la escuela secundaria. Esta nueva figura se presenta como un agente institucional interno cuyos objetivos específicos son orientar a los ingresantes al nivel en la

construcción del rol de estudiante secundario y así potenciar y sostener las trayectorias escolares reales, desde el ingreso hasta su egreso de la Secundaria y su consecuente titulación.

En el caso particular de la Escuela de Educación Secundaria N° 9, esta función se encuentra en su primer año de ejercicio, siendo llevada a cabo inicialmente en primer año.

Teniendo en cuenta que el PAT también pretende “fortalecer el derecho del acceso a la educación, permanencia y egreso efectivo de todos los/las adolescentes y jóvenes, atendiendo especialmente a sus trayectorias educativas” desde nuestro equipo de trabajo nos preguntamos ¿qué se entiende como trayectorias educativas? ¿A qué educando se refieren?

Consideramos que la propuesta del PAT se presenta como un agente institucional interno que se asemeja, por sus objetivos y funciones, a nuestra labor. Sin embargo, creemos que la estrategia pedagógica que la fundamenta prioriza las Trayectorias escolares, es decir, a las prácticas educativas entendidas como la incorporación de contenidos curriculares. De este modo, conceptualizamos que una visión integral y ampliada de la Educación debe dar cuenta de los múltiples condicionantes que se encuentran en juego dentro de un proceso educativo, para que de este modo se pueda analizar no sólo los discursos de los docentes, los directivos y lo que plantea la currícula sino también aquellos que se encuentran operando en relación con los recorridos educativos que los alumnos y alumnas desarrollan, y que en varias oportunidades se encuentran funcionando por fuera del colegio.

A su vez, la intervención pedagógica que supone el PAT nos dispara los siguientes interrogantes: ¿Qué interrelación podemos tener? ¿Cómo va a funcionar en la Escuela 9? ¿Con qué material producido hasta ahora podemos contribuir a la función que pretende desarrollar? Y fundamentalmente, ¿Qué estrategias podemos desplegar para que el PAT sea una función institucional que pase de considerar las trayectorias escolares a las trayectorias educativas?

CON LAS ALAS DE LA RADIO. LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA COMUNITARIA EN LA ESCUELA: EL JUEGO QUE JUGAMOS

Maria Candela Cedron - Universidad Nacional de La Plata- Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Facultad de Bellas Artes
(candelacedron@yahoo.com.ar)

Isabel Peysse - Universidad Nacional de La Plata- Facultad de Periodismo y Comunicación Social
(ipeysse@gmail.com)

El Seminario de Comunicación Radiofónica Escolar Comunitaria, que se desarrolló desde el año 2012 hasta el año 2015 inclusive, en la provincia de Buenos Aires, es una iniciativa impulsada conjuntamente por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Plata, el Sindicato Unificado de Trabajadores de la Educación y la Dirección General de Escuelas de la Provincia de Buenos Aires.

Está destinado a docentes de los distintos niveles educativos de las escuelas, primarias, secundarias, jardín de infantes, especial y adultos. Entre los objetivos se promueve la construcción colectiva de estrategias comunicacionales comunitarias centradas en las posibilidades del lenguaje radiofónico impulsadas por niños, niñas, jóvenes y adultos que participan del espacio educativo escolar fundamentalmente en vinculación con su comunidad barrial/local.

Este Seminario propone que se desarrollen y profundicen procesos de reflexión analítica y contextual, político cultural, comunicacional, organizacional y económica respecto del derecho a la comunicación, la información, la libertad de expresión y la vigencia e incidencia de la radio en el escenario socio histórico y mediático. Incorpora el análisis y la articulación con las Autoridades Federales de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFCSA) locales para trabajar sobre expectativas, posibilidades para los medios públicos y comunitarios, que introduce la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la 26.522 (Congreso de la Nación Argentina, 2009) y como reforzar y valorizar aspectos y posibilidades que abre la Ley en el contexto actual. Sobre todo desde la valoración de la educación pública en las escuelas públicas. Cabe destacar que este Seminario también se presentó en el Congreso Latinoamericano y del Caribe de Comunicación Educación y Políticas Públicas en el territorio (Goya, Corrientes, año 2014) como un Seminario que posibilitó el diálogo de saberes que ampliaron posibilidades de construcción a futuro y para el desarrollo de esta propuesta pedagógica y territorial de la comunicación radiofónica escolar comunitaria.

APORTES A LAS PRÁCTICAS EDUCOMUNICATIVAS: EL RECORRIDO LITERARIO COMO DISPOSITIVO CULTURAL DE APRENDIZAJE

Alexis Chausovsky – UNER, UADER
(alexchaus@hotmail.com)

Luis Rossi Maina - UNER – CONICET
(luissebastianrossi@gmail.com)

El presente trabajo se propone establecer hipótesis y arrojar reflexiones a partir de un proyecto educomunicativo desarrollado en la ciudad de Paraná, Entre Ríos, denominado “Paraná, tacita de porcelana”, parte del proyecto de innovación pedagógica denominado “Literatura, ciudad y comunicación: hacia un recorrido por Paraná a través de los libros” presentado en la Universidad Nacional de Entre Ríos.

La actividad consistió en un recorrido literario por sitios de la ciudad de Paraná que ha sido guiado por la lectura de libros pertenecientes a la colección Cuadernos de la Orillas, de la serie cultural de la Editorial de la Universidad Nacional de Entre Ríos (EDUNER). El proyecto, conformado por un equipo interdisciplinario y dirigido a estudiantes y docentes universitarios, estudiantes y docentes de escuelas secundarias y público en general, se propuso brindar la oportunidad para conocer los modos de mirar y de narrar la ciudad por parte de diferentes escritores y, a la vez, percibir al espacio urbano que se transita cotidianamente de una manera diferente a la habitual e indagar en su historia desde la literatura. A su vez, se buscó fomentar la lectura y recuperar la proximidad con el libro en pos del aprendizaje de la articulación entre el arte y el espacio urbano.

En primer lugar, se procederá a una descripción del proyecto. A continuación, se fundamentará la caracterización del proyecto como un dispositivo cultural de aprendizaje a partir de las contribuciones de la psicología socio-histórica y cultural, los estudios literarios y los aportes del mapeo cultural. Luego, se ofrecerán hipótesis acerca de las potencialidades de las actividades llevadas a cabo y sus proyecciones para ampliar su alcance. Se intentará, consiguientemente, presentar una serie de interrogantes para continuar con la construcción colectiva del conocimiento.

LA EVALUACIÓN COMO PROCESO EMANCIPATORIO EN LA ADQUISICIÓN DE SABERES. LOS APORTES DE LA COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN EN CLAVE TRANSMEDIA

Claudia Ardini – UNC, UNVM, DGEJyA
(claudiaardini@gmail.com)

Enseñar y aprender son procesos que contienen un sinnúmero de interacciones posibles entre los actores que intervienen en ellos. Decimos procesos porque entendemos que son diferenciados, si consideramos que enseñar y aprender no necesariamente ocurren simultáneamente. Esta afirmación tiene aún más sentido si pensamos en el ámbito educativo, en todos los niveles y en la heterogeneidad de las aulas que los caracteriza. En ambos procesos subyace un modelo de comunicación a partir del cual se define el sentido que esa práctica tendrá tanto para docentes como para estudiantes. Numerosos autores como Freire, Kaplún, Barbero, Huergo, por nombrar sólo latinoamericanos, reflexionaron tempranamente sobre esta relación y la necesidad de abordarla desde la reciprocidad del diálogo. No obstante, más allá de las experiencias que se pudieron desarrollar bajo esa impronta, la crisis del modelo difusionista y transmisivo de comunicación/educación recién se pone en evidencia de manera manifiesta en la última década del siglo **XXI**. En efecto, es la profundidad del cambio tecnológico y cultural lo que marca la imposibilidad de continuar en una suerte de inercia con un modelo educativo que desde hace varias décadas presenta dificultades para atender a las necesidades y características de las nuevas generaciones de sujetos de la educación.

La evaluación, entendida como parte de los procesos de enseñanza y aprendizaje, es también un proceso a través del cual se busca que el estudiante dé cuenta de lo aprendido. Pero es al mismo tiempo una instancia más de aprendizaje si se la concibe y planifica desde una perspectiva dialogal con los saberes enseñados, con los textos estudiados, las prácticas desarrolladas en el aula y las interacciones entre docentes y estudiantes, y entre estudiantes entre sí. No obstante, con frecuencia aparece escindida, como un momento de clausura en el proceso educativo.

En esta presentación nos referiremos a la evaluación como un proceso que resignifica la práctica pedagógica, en tanto requiere para su realización de un modelo comunicacional dialógico y participativo. Tomamos para este

estudio la Experiencia en Mejora de la Evaluación EME, desarrollada desde 2015 hasta el presente, por la DGEJyA, en la Provincia de Córdoba.

LA ESCRITURA DEL ENSAYO ACADÉMICO EN EL PRIMER AÑO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Claudia Patricia – UNSa
(claudiapatricia_cardozo@hotmail.com)

Bárbara Natalia – UNSa
(barbarqnr@gmail.com)

La cátedra Comprensión y Producción de Textos, de primer año de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Salta, solicita como instancia final de cursado y aprobación de la asignatura llevar a cabo el proceso de escritura de un ensayo académico. Este proceso es acompañado por docentes y auxiliares de la materia, instancia que se concreta en clases prácticas, en clases de apoyo y consulta y a través del acompañamiento virtual por la página de la Cátedra “Preguntas sobre comprensión y producción” que se sostiene en Facebook. En el presente trabajo se reflexionará sobre la experiencia de escritura desde la mirada de ese acompañamiento en la experiencia 2018.

ESCENARIOS Y CAMPOS EMERGENTES PARA LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN

Pablo Correa - UNVM
(pcorrea@educ.ar)

Paula Navarro - UNVM
(iniciativasvisuales@gmail.com)

El presente trabajo se enmarca en el Programa de Investigación “Comunicación institucional, política y mediática: prácticas, agendas, discursos, redes en comunidades y territorios” y en particular del Proyecto: “De las prácticas a las ‘Buenas Prácticas’. Trayectorias de profesionalización de Comunicación en organizaciones de Villa María y Región (2001 – 2018)”, subsidiada por la Universidad Nacional de Villa María (UNVM) para el período 2018-2019.

El objetivo tiene que ver con la indagación y el relevamiento de campos emergentes para los profesionales de la comunicación social, atendiendo a los cambios que impone el nuevo escenario para las prácticas de los comunicadores de la ciudad y región. De tal forma, y en función a las actividades desarrolladas en los diferentes ámbitos, se plantea examinar miradas y posturas en torno a la posibilidad de avanzar en la creación de un colegio profesional que contenga a los comunicadores, teniendo en cuenta que las prácticas profesionales superan las actividades reguladas por el Estatuto del Periodista Profesional.

Así, se contempla la realización de una indagación empírica sobre escenarios y prácticas profesionales con egresados de las Carreras de Comunicación de la UNVM, el relevamiento de antecedentes sobre entidades vinculadas a la profesión en Latinoamérica en general y Argentina en particular, como así también mantener entrevistas con representantes de la Federación de Profesionales Universitarios de Córdoba y con informantes clave sobre experiencias tendientes a la colegiación profesional que no llegaron a cristalizar en una propuesta legislativa.

Por otra parte, y a los fines de analizar distintas miradas sobre la temática planteada, el avance de la investigación prevé la realización de encuentros con miembros de las comunidades académicas de las facultades de Comunicación Social de las universidades nacionales de Córdoba y Río Cuarto a los fines de promover el intercambio de ideas y experiencias sobre el particular.

LAS TIC EN LA ENSEÑANZA DE LA REDACCIÓN: EL USO DE FACEBOOK EN LA CÁTEDRA REDACCIÓN 1 DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNR

Delfina Eckart - Escuela de Comunicación Social, UNR
(finaeckart@gmail.com)

Ma. Cecilia Reviglio - Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, UNR, CIUNR, UNR
(maria.reviglio@fcpolit.unr.edu.ar)

Los procesos crecientes de mediatización social, tanto como la condición ambiental de las tecnologías, no son ajenos a la educación universitaria. Así, espacios educativos como las aulas de clase del nivel superior se ven impregnados por la presencia de las tecnologías digitales. En este marco, presentaremos avances de una investigación correspondiente a una tesina de grado -de la cual las autoras de la ponencia somos tesista y tutora respectivamente- que busca recuperar y analizar las experiencias de incorporación de tecnologías a lo largo de dos décadas en la Cátedra de Redacción 1 correspondiente al primer año de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario.

Esa historia comenzó con las primeras experiencias de educación a distancia en el marco de un proyecto de investigación de la Cátedra. Los conocimientos resultantes de ese proceso permitieron la incorporación de tecnologías digitales para el dictado de la clase presencial. Paulatinamente, esos dispositivos abandonaron su carácter instrumental para convertirse en un ambiente de aprendizaje en el que la comunicación y la educación tienen un vínculo indisoluble.

Del ecosistema tecnológico de la asignatura -que actualmente se compone de un blog educativo con espacios diferenciados para cada comisión, el uso de correo electrónico y los grupos de Facebook- nos detendremos, en esta oportunidad, en el análisis del funcionamiento de los grupos de Facebook de cada una de las comisiones que conforman la Cátedra. Para ello, se realizaron entrevistas a los docentes, así como observaciones no participantes de la interfaz, con el objetivo de reconstruir la dinámica de interacción que tiene lugar en dicha plataforma.

Trataremos de entender aquí, la dinámica singular que se despliega en este espacio, en interrelación con las prácticas situadas en el aula de clase.

EL AULA VIRTUAL COMO HERRAMIENTA PARA EXPANDIR LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA

Samanta Carolina Fernández - Universidad Nacional de Lomas de Zamora
(fernandezcyc@gmail.com)

Soledad Arréguez Manozzo - Universidad Nacional de Lomas de Zamora
(s.arreguez@gmail.com)

La emergencia de las nuevas tecnologías provocó profundos cambios en los escenarios mediáticos que hoy se caracterizan por la multiplicidad de actores, medios y lenguajes. La transformación digital se ha convertido en el gran reto de la sociedad del siglo **XXI**.

Esta era, moldeada por cambios constantes, plantea en la actualidad un gran desafío para los profesionales de todos los ámbitos, incluyendo a la comunidad educativa. A su vez, la digitalización ha incidido de manera notable en la forma de acceder al conocimiento. El crecimiento de la web 2.0 propició el escenario adecuado para debatir y repensar las formas tradicionales de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

En este contexto, la cátedra de Introducción a la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora implementó un aula virtual con el fin de expandir el 'espacio' de la clase y favorecer nuevas instancias de aprendizaje. Este proyecto de innovación educativa implicó el desarrollo de un nuevo vínculo entre docentes y alumnos, de diseño de prácticas pedagógicas y de instrumentos de evaluación.

El presente trabajo es un estudio diagnóstico sobre la percepción de los docentes y estudiantes de la materia, con respecto a la primera experiencia de la cátedra en la utilización de entornos virtuales.

AVANCES Y ACTUALIZACIONES EN TORNO AL CAMPUS VIRTUAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UBA

Florencia Arias - Facultad de Ciencias Sociales, UBA
(floenciaarias90@gmail.com)

Carolina Defiore - Facultad de Ciencias Sociales, UBA
(carolinadefiore@gmail.com)

El siguiente trabajo se presenta como la continuación de la investigación sobre el Campus Virtual de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA realizada entre febrero de 2016 y mayo de 2017 y que presentamos en este Congreso en el 2018. En ella se profundizó sobre la historia, el estado de situación y las conceptualizaciones en torno al uso de la plataforma, teniendo en cuenta la relevancia y pertinencia de este objeto de estudio para la comunidad educativa. Arribamos a conclusiones que ponen el foco principalmente en las capacitaciones a los docentes, en la importancia de las decisiones institucionales y en la necesidad de un cambio cultural en la Universidad para acompañar las transformaciones educativas que se vienen desarrollando en los demás niveles de enseñanza y teniendo en cuenta el perfil de profesionales que demanda el escenario actual.

A partir de estas conclusiones y de las actualizaciones de la plataforma en 2017 y 2019, nos interesa indagar, en el estado de situación actual, acerca de las razones e implicancias de dichas actualizaciones y, particularmente, del uso del Campus en las propuestas de Posgrado de la Facultad. Creemos que esta mirada puede ser novedosa para vislumbrar los avances que se han producido a lo largo de estos años en los distintos niveles académicos (Grado, Posgrado, Doctorado y Extensión). Entendemos que esto tiene que ver con las múltiples acciones que se han llevado a cabo en torno a la difusión y promoción de su uso entre profesores y estudiantes.

Si bien en un primer momento el Campus estuvo principalmente destinado a las materias de Grado, hoy se puede ver que los otros niveles académicos se han apropiado también de esta herramienta que está alineada con sus estrategias pedagógicas. Consideramos que hacer foco en esto puede ser útil e interesante para ampliar la mirada en el campo de las tecnologías educativas que hoy en día se encuentra en constante movimiento y desarrollo.

REPERTORIOS DE ACCIÓN Y PROCESOS DE ENMARCAO DE LOS EDUCADORES SALTEÑOS. EL CASO DE LA DOCENCIA UNIDA DE SALTA (2014-2019)

Gonzalo Sebastián Álvarez – Ministerio de Educación de la Provincia de Salta
(geo.sebarez@gmail.com)

En este documento se presenta una síntesis de una investigación en proceso de sistematización. La misma estuvo dirigida a problematizar e interpretar la acción colectiva de la docencia en la provincia de Salta, en los años 2014 y 2019. Para ello, se puso énfasis en los repertorios de acción y discursos por parte de los docentes ya que, por medio de estos, pueden advertirse formas singulares de manifestar, trascendiendo el reclamo salarial y, dirigiéndose a la producción de una subjetividad docente politizada, con conciencia de su historia local, laboral y profesional.

Las reformas durante la década de los 90 y sus efectos, produjeron la aparición y organización de manifestaciones protagonizadas por diferentes grupos sociales, en diferentes puntos del país. Estos, elaboraron formas de manifestarse poco convencionales hasta entonces, buscando reivindicar derechos erosionados por las políticas de ajuste estructural.

A principios del año 2014, encontrándose la docencia salteña expectante a las negociaciones salariales en Buenos Aires y demandando reapertura de paritarias en la provincia, se inicia “un plan de lucha” por parte de docentes auto-convocados (muchos de ellos, partícipes en las manifestaciones del año 2005 en la provincia) que comenzó con el NO inicio de clases los días 5 y 6 de marzo y prosiguió con la constitución de la docencia en Asambleas auto-convocadas de progresiva masividad, efectivizando el paro por tiempo indeterminado el 1 de Abril de 2014, en ocasión de conmemorar la “noche de las tizas”.

El conflicto pasó por diferentes momentos en su construcción, durando aproximadamente cinco meses, en los cuales la constitución de las asambleas (Docencia Unida de Salta) logró aunar a casi la totalidad de los trabajadores de la educación de los diferentes niveles, convirtiéndose ellos mismos en un agente de producción de significados y sentidos, movilizándolo a la acción y produciendo discursos como praxis colectiva, es decir, a una pedagogía de la

lucha social.

Propusimos como anticipación de sentido que, durante el conflicto salarial del año 2014, en Salta se materializó una subjetividad docente politizada, con organización y discurso de lucha, construido con independencia relativa de las instituciones de resguardo históricas a los asalariados y profesionales. Se mestizaron los repertorios de acción y la producción de discursos de lucha, logrando el apoyo social, pese a la sostenida campaña de criminalización por parte del gobierno y los medios. También, por las experiencias de luchas pasadas -periodo 2005-2007-, constituyendo un capital cultural y conciencia histórica, sobre los cuales se sustenta la producción de una subjetividad docente en la provincia, cuya organización y consolidación queda manifiesta en la unidad exhibida entre Febrero- Marzo de 2019.

Acudimos a herramientas conceptuales derivadas de perspectivas de análisis socio-antropológico sobre la acción colectiva: la movilización de recursos, el análisis de los marcos interpretativos y los estudios sobre las luchas por la resistencia y emancipación popular, presentados como alternativa conceptual y metodológica. En correspondencia con el soporte teórico, se llevó a cabo un abordaje metodológico cualitativo, situado y contextualizado del caso.

PROPUESTAS Y PROBLEMÁTICAS EN LAS ADAPTACIONES PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN MATERIAS DE LAS CARRERAS DE LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y PROF. Y LIC. EN LETRAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

Gabriela Anahí Hernández – UNSa
(gaby_hernandez21.9@hotmail.com)

En el trabajo analizamos el concepto de “aula diversa” y como hacerla posible en una institución como la Universidad Nacional de Salta, para que ésta sea inclusiva en todos los aspectos y principalmente en las clases. Este trabajo toma como herramientas la recolección, estadística, entrevistas y pedagogías en torno a la adaptación de materias de las carreras de Lic. en Ciencias de la Comunicación y Prof. y licenciatura en Letras para personas con habilidades diversas.

La problemática surge al no estar los docentes y la universidad preparados para recibir y atender a personas con distintas realidades, es por eso que el objetivo principal es derribar desde el ámbito académico las barreras que impiden el dictado de clases a todos los habitantes de la provincia, como también evidenciar la falta de presupuesto en materia inclusiva.

Para la realización se contó con la ayuda de material bibliográfico escrito por Julián Yadiar, Lic. en Pedagogía, los datos aportados con la Comisión de Personas con Discapacidad de esta universidad, consultas permanentes con profesionales de educación especial en Salta, entre otros autores.

Las materias elegidas para la investigación de prueba son: Lengua Española, Literatura Latinoamérica, Teoría y Práctica de Cine y Video, televisión y fotografía, Comprensión y Producción de Textos.

LA CONFIGURACIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, REFLEXIONES EN TORNO AL CURRÍCULUM

María Eugenia Herrero - Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM)
(eherrero@unlam.edu.ar)

Alicia Castillo - Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM)
(castilloalicias@yahoo.com.ar)

La comunicación social se está transformando de forma acelerada y continua en virtud de nuevos escenarios tecnológicos, económicos, políticos, sociales y culturales que gravitan en la disciplina (Martín Barbero, 2007). Frente a este panorama, es menester preguntarse hacia dónde apunta la formación de comunicadores sociales en las licenciaturas y cuál es la organización del conocimiento desde los ejes o contenidos presentes en los planes de estudio de las mismas. Los cambios de paradigma registrados en la comunicación, que van más allá de una simple revolución tecnológica, nos ubican en un escenario de prácticas híbridas e interdisciplinarias en el marco de las carreras de comunicación. Los comunicadores sociales que egresan de universidades deben dar respuesta a un escenario cada vez

más complejo, que ya parte de la base de la escasa diferenciación que se gestó durante décadas entre “periodismo” y “comunicación social”, y la complejidad y relación entre estos campos. Algunos planes de estudio contemplan materias que tienen que ver con conocimientos de diferentes disciplinas, a la vez que intentan preparar a sus egresados para este escenario cambiante mediante competencias con fuerte anclaje en las prácticas, que tienen que ver con las rutinas periodísticas o un campo laboral específico. Otros, ignoran a estas instancias y brindan una formación con fuerte base académica que propicia el trabajo de investigación y la teoría frente a la práctica.

Siguiendo a Litwin (2010), el análisis de los debates en torno al currículum posibilita conocer los escenarios en los que se desenvuelve la vida de las universidades y a través de estos, relevar las opiniones y supuestos en torno al conocimiento, las profesiones y hasta el desarrollo del país.

Estudiar el problema de la construcción de una profesión o de un currículum universitario o de la transmisión del conocimiento oficial puede permitir entender la pregunta en relación con el orden social y de qué manera la educación se corresponde o participa de un orden social dado. Siguiendo a Graizer: “El conocimiento legítimo de una profesión es aquel considerado válido en el/ los contextos de desempeño profesional, del trabajo. El conocimiento oficial no siempre se superpone al ciento por cien con aquel. Muchas veces el conocimiento oficial excede el conocimiento legítimo, a la vez que no todo el conocimiento legítimo es conocimiento oficial o se puede hacer oficial”. (2010, p.96) El autor señala que actualmente estos campos están en tensión en virtud de los intereses de los actores intervinientes y del rol del Estado en las regulaciones que competen y que a la vez pueden superponerse o excederse uno a otro.

DISEÑO CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN PRIMARIA (2011-2020) DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA: ¿UNA TENTATIVA DE INSTAURAR UNA NUEVA TÓPICA?

Inés Rial – UNC
(ikuyu@hotmail.com)

El siguiente trabajo se propone analizar las estrategias que el discurso ministerial despliega para construir un nuevo campo semántico, en tanto conjunto estructurado de significados que no estarían a priori asociados a los lexemas utilizados por las propuestas curriculares anteriores, en lo que respecta -específicamente- a la enseñanza de la lengua en la educación obligatoria.

El diseño curricular referido en el título del resumen pone en circulación semas no previamente definidos en la lengua, ni en tópicos instaurados con anterioridad en el ámbito educativo, a fin de reforzar un pensamiento dóxico que pretende desplazar previos y constituirse como el hegemónico.

Al tratarse de una acción discursiva reciente, que ha implicado acciones y decisiones políticas en el ámbito educativo durante los últimos 8 años en la provincia de Córdoba, pueden rastrearse algunas de las estrategias de legitimización que han sido usadas en el proceso argumentativo que pretende instaurarlas.

Ciertamente, podemos suponer que los documentos ministeriales tienen una circulación privilegiada, en tanto discursos legitimados por la investidura del Estado. Sin embargo, a pesar de tener el respaldo del aparato estatal, no solo a nivel provincial, sino también nacional (Núcleos de Aprendizaje Prioritarios -NAP- 2004, documentos con los que dialoga), la disputa con las doxas preexistentes y sus prácticas sociales concretas en las instituciones, revela que las estrategias desplegadas aún no han sido del todo eficientes para constituirse como una nueva tópica.

PRIMERA JORNADA DE COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN EN LA PROVINCIA DE SALTA. EN BÚSQUEDA DE LA INSTITUCIONALIZACIÓN Y RECONOCIMIENTO DEL CAMPO: EXPERIENCIAS, SISTEMATIZACIONES E (IN)CONCLUSIONES.

Guadalupe Macedo – UNSa
(macedom.guadalupe@gmail.com)
Cintia Ortega – UNSa
(cintiaortegap@gmail.com)

La siguiente ponencia intenta poner en común los avances, intercambios y diálogos en torno al campo de la Co-

municación/Educación en la provincia de Salta. En tal sentido, se expondrán algunas conclusiones y sistematizaciones de las experiencias compartidas en la Primera Jornada de Comunicación/Educación denominada: “Repensando el rol de las/los comunicadoras/es desde la Comunicación/Educación: lo político y cultural en las prácticas educativas”. Ésta ha sido enmarcada en la búsqueda de institucionalizar y consolidar el campo en la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Salta y, a su vez, habilitar un espacio de discusión y debate en torno a un campo transdisciplinar y articulador que atraviesa nuestro “quehacer” comunicativo.

Decimos “quehacer” porque al nombrarnos como comunicadores y comunicadoras, hacemos referencias a un mundo de posibles intervenciones en contextos mediáticos, institucionales y de organizaciones sociales, donde vamos desarrollando acciones de índole educativas y que van notándose cada vez con mayor espesor. De ahí que la Primera Jornada en Com/Educ se haya constituido en un primer espacio de vinculaciones entre diversas cátedras de las carreras de Comunicación y Educación de la Universidad Nacional de Salta y del espacio de investigación de Com/Educ de la Universidad Nacional de La Plata. Por otra parte, se ha constituido en un primer espacio articulador en experiencias tanto comunicacionales como educativas que tienen su sustento en “(...) las pedagogías críticas o alternativas latinoamericanas; (y) la perspectiva político pedagógica de una educación y una comunicación al servicio de la emancipación y la transformación de los pueblos latinoamericanos”.

Dicho lo anterior, en el escrito se encontrarán con prácticas y modos de acción, en diversos contextos comunicacionales y educativos: espacios de escolarización, espacios educativos diversos, y espacios comunitarios (entre ellos, en contextos de privación de libertad).

Cabe resaltar que hay un alto porcentaje de estudiantes, militantes, profesores e investigadores en la provincia de Salta que desconocen las bases del campo de la Com/Educ. Sin embargo, adscriben en sus prácticas procesos de interpelación y producción de sentidos que no se reducen a pensarse como campos de acción despolitizados ni encerrados en sus propios campos disciplinares. De allí que poner en discusión a la Comunicación/Educación en Salta posibilita ir transitando caminos y creando senderos hacia un terreno que va visibilizando otros modos de hacer Comunicación, en y desde la Educación, y Educación en y desde la Comunicación.

Son múltiples los interrogantes que surgen, pero sostenemos que, tanto la Primera Jornada en Com/Educ, como las discusiones sobre el quehacer profesionalizante desde el ámbito educativo para las y los comunicadoras/es, y el intercambio con otras experiencias que hablan desde otros terrenos donde la Com/Educ se circunscribe, es lo que va marcando la institucionalización del campo en la provincia. Permitirá definir hacia dónde vamos y que buscamos en las prácticas que cotidianamente realizamos como comunicadores/as, desde este campo interdisciplinario.

REVITALIZANDO LOS PENSADORES LATINOAMERICANOS COMO ESTRATEGIA PARA LA FORMACIÓN EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN FRENTE AL DESAFÍO DE LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL Y LA CONCEPCIÓN INICIAL DE LOS INGRESANTES SOBRE COMUNICACIÓN

Maria Marta Balboa - Universidad Nacional de Río Cuarto
(mariamartabalboa@gmail.com)

En el marco de la participación en la Especialización en Docencia Universitaria que dicta la Universidad Nacional de Río Cuarto, comenzamos a caracterizar las singularidades que enfrentamos en la tarea docente en las asignaturas de primer año de la carrera de Comunicación Social que son de formación general y no específica. En este caso, la asignatura en la que trabajamos es Introducción a la Psicología.

En este marco, nos interesan las representaciones sociales del ingresante en torno a la comunicación y las características del mundo laboral en el cual se insertarán.

Así, identificamos 2 características que tensionan la tarea de formación en el campo de la comunicación social. Por un lado, recibimos ingresantes cuyas concepciones en comunicación se ubican en el modelo matemático de la comunicación. Por el otro, se insertarán en un mundo del trabajo atravesado por la cuarta revolución industrial.

En este contexto, recuperamos el pensamiento de Antonio Pasquali y Jesús Martín Barbero, como estrategia para elaborar dispositivos pedagógicos que permitan revisar las dificultades que presenta el paradigma de la información en una sociedad donde se disputa el saber para disputar el poder.

Pasquali ubicará al saber/conocimiento junto a la comunicación, entendiendo a la comunicación como las experiencias humanas de intercambiar, compartir y consaber en igualdad de condiciones. Así, invitamos a los ingresantes a reconocer que la transacción de mensajes entre emisores y receptores a través de un canal se aproxima más hacia la información, el foco en la técnica y los procesos unilaterales de los medios masivos de comunicación.

Por otro lado, Barbero invita a recorrer un devenir desde la comunicación hacia la cultura. Esto implica aproximarse desde los problemas y las operaciones del intercambio social (desde las matrices de identidad y los conflictos que articula la cultura).

Ambos autores nos permiten desafiar a nuestro ingresante, en asignaturas generales, no específicas, con una mirada de comunicación pensada como dialógica, antropocéntrica, activa, contextual.

Volver la mirada a una comunicación esencialmente humana nos permite potenciar la capacidad de constituir experiencias y eventos como genuinos puentes mediadores del aprendizaje. Y por otro lado, tal cual señala Barbero, reconocer que nuestra realidad tiene una precariedad, tiene una vulnerabilidad que hay que asumir porque solo en la medida en que asumamos nuestros límites, nuestros condicionantes, vamos realmente a poder crear.

LA POSVERDAD COMO FENÓMENO PARA TRABAJAR LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA CRÍTICA. UNA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EN LÍNEA PARA LA FORMACIÓN DE FORMADORES.

Martín Pérez Millán - Universidad Nacional de Cuyo
(martin.perez.millan@gmail.com)

El problema que nos proponemos abordar en esta ponencia resulta de la necesidad de un espacio de preparación y formación de formadores que, desde la perspectiva de la Educación Mediática Crítica, aborde y problematice la inclusión de nuevos conceptos y fenómenos desarrollados en el campo comunicacional, especialmente el de posverdad.

El trabajo define las bases pedagógicas, tecnológicas y comunicacionales críticas que dan sustento al diseño de un dispositivo de educación mediática “desarmador” de representaciones, narrativas y emociones subyacentes en el funcionamiento de la posverdad en los medios sociales.

La importancia de esta propuesta reside en ofrecer la posibilidad de deconstruir las representaciones mediáticas, mejorar las competencias analíticas y comunicativas, para construir representaciones propias a partir de la articulación de tres saberes: pedagogía crítica, tecnología y comunicación (Kellner, 2005). Incluso, las acciones de educación mediática resultan -en este momento histórico- imprescindibles en cualquier sociedad democrática que valore el acceso a la diversidad de fuentes de información, la protección del derecho a la comunicación y la promoción del compromiso y la participación social.

En conclusión, el dispositivo del que se da cuenta en la ponencia consiste en un taller enteramente virtual que, primero, reúne y promueve una reflexión teórica sintética sobre el fenómeno de los medios sociales, la posverdad y sus conceptos asociados desde la perspectiva de la EMC y, segundo, recomienda estrategias de transposición mediática para la tarea del educador/a.

RITUALES DE INICIACIÓN, IDENTIDAD E INTERACCIÓN EN INEF

Matías Nicolás Scápula Gómez - Universidad de Buenos Aires
(mati_scapula@hotmail.com)

Mucho se habla en el campo de la comunicación y la educación del rol que cumplen las instituciones en crear y reforzar identidades, cuyos análisis tienen que ver con los estudiantes del nivel secundario y los docentes. Sin embargo, poco se ha investigado sobre la relación identitaria de los estudiantes de institutos superiores de formación docente y, menos aún, se ha indagado sobre la relación entre las prácticas militares, rituales y educación superior. Por todo esto es que en esta ponencia nos interesa analizar la vinculación entre institución, prácticas rituales e identidad.

Cuando hablamos de rituales nos tenemos que preguntar ¿Por qué hacemos lo que hacemos? O mejor aún ¿Por qué hacemos lo que hacemos de manera sistematizada? Por ejemplo, los cumpleaños conllevan la realización de prácticas ritualizadas. Esto es, apagar la luz, aplaudir, cantar una canción, prender una vela siempre, casi siempre sobre una torta, etc.

Sin embargo, aquí se analizará un tipo específico de ritual: los rituales de iniciación. Estos rituales tienen como objetivo constituir y consolidar una identidad. Como sabemos, la misma siempre está en relación con otro. En el caso del INEF de San Fernando, esta construcción se da en base a tres factores importantes: la competencia, la aceptación institucional y la violencia. Y el concepto que relaciona estas tres esferas importantes es el de ritual. Sin él, la articulación identitaria de los estudiantes de educación física sería imposible.

Además, uno de los roles de las Ciencias Sociales es analizar y reflexionar sobre los mecanismos de naturalización del mundo que nos rodea. Es en este marco y en esta escena que la comunicación interaccional nos permite entender las relaciones y prácticas entre las diversas tribus del INEF. Ahora bien ¿De qué tipos de rituales estamos hablando y analizando? ¿Hay lugar para la resistencia? ¿Ésta pasa a ser trasgresión? ¿Qué rol ocupa la institución en este sentido? Gracias a numerosas entrevistas, podemos dar cuenta de estas problemáticas a la hora de abordar el tema.

La intervención desde la comunicación y la educación es clave pues sirve para entender que lograr cambios en este aspecto es importante a la hora de la construcción de identidades educativas y de futuros docentes.

APORTES PARA PENSAR LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES ESTRATÉGICOS EN LA PLANIFICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Amalia Beatriz Miranda - Universidad Nacional de Santiago del Estero
(beamirandasgo@gmail.com)

La implementación de nuevos entornos informáticos en la Administración Pública Provincial de Santiago del Estero requiere de un cambio importante en la manera de concebir todo el andamiaje de las instituciones públicas, planteando nuevos desafíos, tanto en las funciones y responsabilidades de cada uno de sus actores, como en las competencias en sí que cada organismo tiene.

Como punto de partida, la necesidad de abordar las especificidades de cada uno de ellos y trabajar para la transformación y la modernización de sus gestiones, implica un trabajo específico y situacional en el que los comunicadores especialistas en planificación se convierten en protagonistas, articulando y vinculando la multidimensionalidad de tal cambio, en la cual los contextos y escenarios complejos que se plantean, exigen enfoques que pongan a la luz la posibilidad de repensar la comunicación institucional, desde el abordaje de profesionales preparados para tales desafíos.

Si tomamos en cuenta que las comunicaciones son fundamentales en el proceso de desarrollo, consolidación y madurez de los organismos, poder trabajar desde una propuesta académica que prepare y capacite formalmente para una comunicación estratégica que se sitúe en los escenarios públicos puede ser un aporte a la construcción de profesionales desde la misma Administración Pública Provincial.

Una de las constantes en las que se representan los modelos y racionalidades dominantes en la gestión pública provincial es de pensar las comunicaciones como una herramienta que se tiene al alcance, pero que no queda determinada claramente y cae en la polisemia de quien la interpreta. Por el contrario, revalidar su lugar dentro de todas las relaciones de poder y de la política misma, implica hablarle, pensarla y practicarla desde un reconocimiento de la diversidad que esto significa. Un desafío que vale la pena postular, es el permitir a la “Comunicación” entrar en espacios de debate y de construcción, formular acciones que trabajen para que su práctica y su ejecución se lean y se aborden desde una incumbencia profesional y desde el conocimiento y responsabilidad que implica tomar a las comunicaciones en la magnitud que abarcan, acciones mínimas, personales y al mismo tiempo colectivas y multi-sectoriales, siendo capaces en su interacción e interpretación, de transformar toda una realidad.

Los procesos comunicacionales son atravesados y se originan en la misma diversidad social en la que se constituyen, negociando y revalidando representaciones simbólicas, lenguajes y sentidos distintos, interpretaciones y ejercicios de poder, autoridad, legitimidad, prácticas y usos naturalizadas como tipos distintos de lectura de los lenguajes, entendidos desde una concepción burocrática de la administración pública. Es acá donde la implementación de nuevas herramientas tecnológicas marca un hacer distinto, rompiendo una cultura organizacional que daba el sustento y razón de ser a la administración pública.

En este salto de abismos, los comunicadores orientados a la planificación podemos encarar análisis situacionales que tomen en cuenta a todos esos “otros” que intervienen, con sus subjetividades y con sus explicaciones, para poder comprender sus asimetrías y, de alguna manera, ir de-construyendo el cambio de la nueva administración pública.

OPTIMIZANDO ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS CON EL USO DE APLICACIONES Y PLATAFORMAS MULTIMEDIA

María Emilia Montenegro - Facultad de Filosofía y Letras (Universidad Nacional de Tucumán)
(mariaemilia_236@hotmail.com)

María Magdalena Godoy - Facultad de Filosofía y Letras (Universidad Nacional de Tucumán)
(ing.magda@gmail.com)

Cuando exploramos las posibilidades que nos brindan los nuevos escenarios digitales, advertimos cómo pueden profundizarse los niveles de interacción entre el docente, los alumnos y los contenidos, permitiendo potenciar significativamente los alcances y las perspectivas de los procesos de enseñanza y aprendizaje, mediados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Con la incorporación de herramientas on-line, aplicaciones y plataformas virtuales de uso gratuito, podemos complementar un trayecto de formación presencial para optimizar la comunicación con nuestros estudiantes, implementar tutorías virtuales, intercambiar material digital en diversos formatos -textuales, imágenes y sonidos-, compartir auto-evaluaciones, potenciar la interactividad, producir y compartir conocimiento de una forma compartida y colaborativa.

La integración de recursos digitales y multimediales a la práctica docente habilita nuevas posibilidades de expresión y creatividad para los alumnos, e invita a las instituciones educativas a transformarlos en oportunidades de aprendizaje. La mediación que un formador propone al seleccionar estas herramientas sin dudas amplía las posibilidades de que los alumnos se conviertan en autores y productores en red.

Planteado entonces el escenario, surgen algunos interrogantes que proponemos analizar a partir de nuestra ponencia: ¿Qué ventajas supone el uso de aplicaciones y plataformas multimediales interactivas en educación? ¿En qué medida pueden adquirirse habilidades digitales y generarse procesos que puedan propiciar interacciones múltiples entre los diversos actores y con los contenidos? ¿Cómo podemos promover en estos entornos la construcción de conocimiento y adquisición de nuevas competencias? ¿Cómo podemos transformarnos en óptimos tutores virtuales, para acompañar y guiar cada experiencia de aprendizaje?

La selección de las aplicaciones y plataformas, el diseño de estos medios y el momento o fase del proceso educativo en que son propuestos, están muy relacionados con qué deseamos que ocurra en términos de interacciones. Si se toman buenas decisiones, se puede lograr en los alumnos: mayor interés, motivación, desarrollo de capacidades de inteligencia múltiple, creatividad, mayor comunicación y aprendizaje colaborativo, experiencias sensoriales significativas que permitan aprender mediante diversos desafíos.

Es así como nuestro trabajo propone analizar las siguientes aplicaciones y plataformas, basándonos en nuestra experiencia en la cátedra de Producción Multimedia, perteneciente al 3er año de la carrera de Cs. de la Comunicación: Grupos de aprendizaje en Facebook y la herramienta Google Forms (Google Docs de la suite Google Drive) para el diseño de cuestionarios interactivos. Utilizamos estas aplicaciones y plataformas para:

- Optimizar la comunicación entre docentes y alumnos, y alumnos entre sí.
- Reforzar prácticas educativas a través del aprendizaje colaborativo y compartido, a partir de publicaciones de material en diferentes formatos.
- Aprovechar la interacción que tienen estos espacios con otros servicios Web.
- Compartir auto-evaluaciones a través de cuestionarios interactivos.
- Experimentar un espacio alternativo que permite la retroalimentación sincrónica y asincrónica fuera del aula.

Estas propuestas procuran dar respuesta a la búsqueda constante de prácticas educativas valiosas y distintivas, en tanto las mismas responden a las necesidades de los potenciales profesionales, cuyo escenario laboral se encuentra acuñado por las tecnologías y en plena revolución de la actual sociedad de la información y la comunicación.

DEL LENGUAJE MULTIMEDIA A LA NARRATIVA TRANSMEDIA. PROPUESTAS PEDAGÓGICAS EN MATERIAS SOBRE COMUNICACIÓN DIGITAL EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO

Leonardo Murolo - Universidad Nacional de Quilmes
(nlmurolo@unq.edu.ar)

El presente trabajo propone desarrollar propuestas pedagógicas puestas en práctica en materias dedicadas a la comunicación digital, en el ámbito universitario. Desde las materias Taller de Introducción al Lenguaje Multimedia, Seminario y Taller de Nuevas Pantallas y Narrativas Transmedia, de la Tecnicatura Universitaria en Producción Digital, de la Licenciatura en Artes Digitales y de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Quilmes, se propone a los/las estudiantes el desarrollo de trabajos tanto de realización como de análisis en torno a las nuevas tecnologías. Estas dinámicas tienen dos filiaciones: en primera instancia se relacionan con el proyecto de investigación “Tecnologías, política, cultura popular y masiva. Usos y narrativas de la comunicación en redes”, desde donde se reflexiona en torno a los desarrollos de la comunicación digital. Desde allí se realizan propuestas pedagógicas tales como la realización de un trailer falso, una serie web, una producción transmedia, la producción de contenido específico para redes sociales virtuales. Como también en el ámbito de la investigación, la realización de trabajos prácticos que indagan en narrativas como Twitch, selfi, memes, las rupturas con la escala de plano, la pantalla vertical y sus correspondencias con el videoarte.

Por otra parte, estos trabajos articulan no solamente con una amplia difusión en redes mediante plataformas destinadas para ellos, sino también con festivales de contenidos digitales nacionales como extranjeros, donde producciones provenientes de las materias obtuvieron reconocimientos. Estos eventos, como también congresos y jornadas, se toman como referencia para incentivar a los y las estudiantes a la proyección y divulgación de los trabajos.

Por lo tanto, la presente ponencia intenta promover el debate sobre la actualización pedagógica constante en el campo de la comunicación digital, a la luz de la obsolescencia conceptual del andamiaje hegemónico: Sociedad de la Información, brecha digital, nativos digitales, prosumidor, propio de la irrupción de la web 2.0 en los albores de los 2000. En ese sentido se propone comprender la comunicación digital desde la convergencia cultural, la cultura participativa, las comunidades virtuales y de sentido, creadas en internet, las aplicaciones móviles y los videojuegos. Es importante para estos desarrollos apelar a conceptualizaciones de Henry Jenkins, Danah Boyd, Sherry Turkle, Paula Sibilia, Denis Renó, entre otros autores y autoras.

CRUCES ENTRE LO EDUCATIVO/POLÍTICO: HACIA UN CARTOGRAFIADO DEL CAMBIO SOCIAL

Nancy Díaz Larrañaga - UNQ/UNLP
(ndiaz@unq.edu.ar)

María Victoria Martín - UNQ/UNLP
(mvmartin@perio.unlp.edu.ar)

Siguiendo las propuestas de los estudios culturales y desde un abordaje comunicacional, en este trabajo presentamos una discusión sobre las políticas de proximidad y el cambio social en relación con prácticas no formales de comunicación/educación. Además, planteamos que el cartografiado cultural, además de una estrategia de abordaje analítica, constituye una forma de intervención al permitir tipificar prácticas y posibilitar la construcción de redes para un fortalecimiento conjunto.

En cuanto a las políticas de proximidad, nos inclinamos por definir las desde lo territorial/local conjugado con los derechos ciudadanos, más que desde las nociones que las sitúan desde su aspecto público o de macro decisiones estatales. Por cambio social nos referimos a la transformación que surge de la voluntad, que nos permite promover la participación, el diálogo entre diferentes actores y contextos, generar procesos creativos, de toma de decisiones, construir confianza, reivindicar el conocimiento local, poner el cuerpo, respaldando un crecimiento y promoviendo políticas que surjan de los propios deseos, necesidades e intereses de una comunidad. En definitiva, se trata de partir de las experiencias de sujetos interpelados por prácticas singulares que los incentiven a transformar su propia realidad.

La intersección de esas nociones constituye el punto de partida de dos investigaciones en curso que abordan la relación entre prácticas de comunicación/educación y políticas de proximidad (“Cartografiado de prácticas sociales, educativas y comunicacionales” (UNQ) y “Cruces entre lo educativo y el cambio social: cartografiado de prácticas sociales y comunicacionales” (UNLP).

Finalmente, entendemos que el actual retiro del Estado y su impacto en los sectores más vulnerables de la sociedad, exige profesionales comprometidos en la gestión de proyectos para el cambio social.

LA ESI EN LA ESCUELA: ENTRE DEMANDAS, DESAFÍOS Y PRÁCTICAS.

Cynthia Marina Olivera – UBA, FSOC
(olivera_cynthia@yahoo.com.ar)

Este trabajo pretende dar cuenta de las formas de implementación de la Educación Sexual Integral (ESI) en distintas escuelas secundarias de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA). También de las demandas del estudiantado respecto a las temáticas abordadas en las sucesivas jornadas ESI. En particular, la mirada estará puesta en escuelas con bachilleratos en Comunicación (NES), en las representaciones estudiantiles y del cuerpo docente sobre la ESI, en las prácticas concretas por parte de distintos actores sociales, los emergentes en los medios de comunicación y la forma en que se abordan (o no) en las escuelas en distintos espacios curriculares.

A su vez daremos cuenta de cómo las demandas de lxs jóvenxs se transforman en ocasiones en acciones que implican la toma de la palabra, la búsqueda de espacios institucionales o de otros espacios en los que puedan difundir información sobre ESI. En otras palabras, cómo de receptores pasan a adoptar el rol de talleristas y organizan encuentros con otros cursos en las escuelas, después de investigar y documentarse sobre las temáticas que son demandadas por lxs estudiantes. Uno de estos espacios es promovido por el Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires bajo el nombre de Programa “Me quiere, no me quiere”, que reúne a estudiantes de distintas escuelas secundarias para prevenir noviazgos violentos y promover vínculos saludables.

EDUTUBERS: LO COMPLEJO HECHO SIMPLE Y ENTRETENIDO

Pablo Ordoñez Carabajal - Lic en Cs de la Comunicación, UNSa
(ocpabolg@gmail.com)

Jimena Rotundo - Lic en Cs de la Comunicación, UNSa
(rotundojimena@gmail.com)

En la actualidad estamos siendo atravesados por un paradigma tecnológico que implica nuevas formas y hábitos de consumo en la web, aquí se puede ver un asombroso crecimiento en las plataformas que ofrecen contenido audiovisual online, como es el caso de YouTube, para distintas finalidades. En este último caso, analizaremos dentro del mundo de YouTube la gran oferta que existe, la misma alienta a diversas formas de producción y a contenidos sumamente disímiles que puede coexistir en este mismo medio. En este amplio panorama encontramos el curioso fenómeno de los YouTubers.

Los YouTubers son creadores de contenidos audiovisuales e ideadores que administran además de una cuenta en la plataforma, sus propios seguidores. Si bien podemos indagar dentro de la categoría YouTuber diversas formas de concebir su influencia y potencialidades, encontramos, dentro de sus lógicas, cuya finalidad es el entretenimiento, un encuentro con el contenido científico de diversas ramas. Este entrecruzamiento da como resultado lo que llamaremos EduTubers.

Los EduTubers son un tipo particular de YouTuber que surge en base a una vacancia en relación a la temática del conocimiento científico planteado desde las pantallas de entretenimiento web, mezclando el magnetismo de un YouTuber, la potencialidad que ofrece la búsqueda en internet y accesibilidad de manera sencilla al abordaje de contenidos complejos mediante el audiovisual. Los EduTubers son una respuesta al público que necesita de forma simple y entretenida manejar conceptos de gran complejidad, pero este es solo el primer pie, puesto que desde su rol y la capacidad de exposición logra llegar a públicos no especializados gracias a su poder de alcance.

Para entender cómo operan, haremos un análisis cualitativo, en el cual primero diferenciaremos al EduTuber de la educación a distancia, los documentales, los tutoriales y otros contenidos audiovisuales que aborden las ciencias; luego, comprenderemos las características que los hacen ser un tipo particular de YouTuber; y, finalmente, veremos cuáles son los modelos a los que responden los EduTubers, caracterizándolos en base a una selección de los más vistos de habla hispana.

NI AMBIENTACIÓN, NI INGRESO: COMUNICAR LA CULTURA UNIVERSITARIA Y LA FORMACIÓN DEL COMUNICADOR. A PROPÓSITO DEL CURSO DE INGRESO 2019 DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNT

Paula Storni - Facultad de Filosofía y Letras, UNT
(paulastorni@gmail.com)

Nicolás Auvieux - Facultad de Filosofía y Letras, UNT
(nicoauvieux@gmail.com)

Desde la creación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la UNT se han venido desarrollando propuestas para el acompañamiento de los alumnos ingresantes. Éstas han variado de acuerdo a las problemáticas diagnosticadas como urgentes cada año y que constituían desafíos a realizar. Algunas modalidades abarcaban acciones destinadas al trabajo con las competencias vinculadas a la lectoescritura, otra, más específica, apuntaba a informar a los alumnos acerca del Plan de estudio de la carrera, asignaturas y contenidos. Un enfoque alternativo respondió a la necesidad de un acercamiento a los estudiantes a los fenómenos comunicativos actuales desde un perfil profesional y al conocimiento de las posibilidades reales que ofrece el campo laboral local a los egresados de la licenciatura.

En 2019, y en el marco del programa de una gestión enfocada en la problemática de la inclusión y el desafío de pensar propuestas concretas en torno al desgranamiento y el abandono de la carrera por parte de los estudiantes, se propuso un modelo alternativo presentado como curso obligatorio. La propuesta buscaba trascender ese espacio antes concebido como “ambientación” o lugar destinado a “informar” a los alumnos ingresantes. Partiendo del supuesto general de que si comunicar es “poner en común” ciertos saberes, conocimientos, códigos y prácticas, el nuevo curso debía de construirse desde una idea de las prácticas educativas llevadas a cabo en la Universidad como una cultura con un marco de reglas y acciones y roles específicos. ¿Cómo comunicar, pues, esa cultura a los ingresantes? ¿De qué maneras poner en diálogo o en conflicto las prácticas comunicativas del contexto universitario con aquellas pertenecientes al mundo de vida cotidiano de los jóvenes ingresantes? ¿A qué expectativas debe responder un curso de comunicación de la cultura universitaria o, lo que resulta más paradójico, cómo acompañar y comunicar la formación en comunicación al futuro comunicador?

De manera general, presentamos algunos de los rasgos novedosos pilares del Curso:

- Creación de espacios de Foros de materias afines
- Creación de Talleres vinculados a alguna rama de las Ciencias de la Comunicación: análisis del discurso, periodismo, investigación, producción audiovisual, etc.
- Inclusión de las voces de los egresados de la Carrera, insertos en algún área como profesionales de la Comunicación
- Inclusión del uso de las redes sociales como herramientas para lograr una eficacia comunicativa entre los actores involucrados

La propuesta elaborada buscó responder a estos interrogantes y, al mismo tiempo, abrió otros nuevos a partir de la evaluación que los alumnos realizaron del curso en cuestión. En el trabajo reflexionamos, pues, acerca de los logros de la propuesta, como así también de las transformaciones que deben realizarse para lograr una verdadera pertenencia al mundo y la cultura universitaria en general y, en particular, a poner en diálogo los saberes y las trayectorias comunicativas y los consumos culturales de los ingresantes con las herramientas que se ofrecen desde nuestra carrera, para así contribuir al acompañamiento de las trayectorias educativas de nuestros alumnos y lograr la permanencia de los mismos en el sistema.

COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

José Luis Pérez Muñoz – Universidad Nacional de La Rioja
(joshose@gmail.com)

Rodrigo Maximiliano Ochoa - Universidad Nacional de La Rioja
(rodrigomaximilianochoa@hotmail.com)

Internet, como plataforma de comunicación multimedia, es una realidad generalizada en la vida cotidiana de

nuestro siglo. Complejas redes han acercado a los habitantes del mundo, cualquiera sea su ubicación (McLuhan).

Estas transformaciones tecnológicas, de una u otra manera, han influido en los cambios de las formas, principios y estructuras dentro del campo de las instituciones de gobierno, medios de comunicación, comercio y particularmente en la educación. Desde allí han surgido nuevas maneras de adaptación a estos cambios (más allá de los propios del sistema educativo), de carácter intenso en las estructuras de la comunicación educativa, visualizados en nuevas perspectivas de enseñanza, basada en el uso de los medios tecnológicos.

El presente trabajo abre líneas de investigación, en torno a los resultados que se han observado desde la aplicación de la TIC en el nivel medio del sistema educativo, como: datos de presencia de las TIC en el aula, resultados del uso de la netbook y el celular en el proceso de aprendizaje, enfoques y opiniones del docente, estudio acerca del uso de las TIC fuera y dentro del aula. Puntualmente en las Instituciones Educativas de la Ciudad de Chepes en la Provincia de La Rioja.

LA FORMACIÓN DOCENTE COMO PRÁCTICA EN COMUNICACIÓN: EXPERIENCIAS, DISCUSIONES Y DESAFÍOS.

Cintia Portal - Universidad Nacional de Salta
(cintiaortegap@gmail.com)

Julieta Alvarez - Universidad Nacional de Salta
(julietaalvarez692@gmail.com)

Claudia Leal - Universidad Nacional de Salta
(claudiafernandaleal@gmail.com)

La siguiente ponencia pretende poner en común las prácticas de comunicación/educación, a partir del relato de experiencias de formación docente en la Provincia de Salta. En este sentido, como comunicadoras y educadoras, buscamos abrir la discusión y acompañar la reflexión sobre los diversos espacios en los que intervienen prácticas y enfoques de lo comunicacional y lo pedagógico. Para ello, se retomarán las experiencias del trabajo en tutorías pedagógicas presenciales y virtuales, en Especializaciones de Educación Superior, con el Juego como una estrategia Didáctica, la Pedagogía Social y la Comunicación en Educación, durante el periodo 2018-2019.

Entendemos que el “quehacer docente” se va construyendo colectivamente, en las instancias de las trayectorias formativas, en la formación universitaria y el transitar en diversos espacios donde han confluído la comunicación y educación. Hablamos del trabajo en escenarios comunitarios e institucionales donde la práctica de comunicación desde la docencia ha generado múltiples interrogantes: ¿qué saberes y prácticas del campo de la comunicación son los que legitiman el quehacer docente? ¿Cómo se construye el rol como comunicadores/educadores desde la formación universitaria? ¿Cómo se traducen en las prácticas concretas donde se desarrollan lxs profesionales de comunicación? ¿Es posible pensar una didáctica en comunicación/educación? ¿Cómo construimos la relación con el otro/a en procesos educativos mediados por plataformas virtuales? ¿Cómo nos posicionamos desde la comunicación/educación frente a las desigualdades que condicionan a los procesos educativos?

Por otra parte, consideramos que es necesario habilitar la discusión en torno a las siguientes preguntas: ¿Qué alternativas podemos encontrar para concebir a la formación docente universitaria en comunicación/educación? ¿Qué implicancias tiene pensar la docencia en Comunicación hacia dentro de la universidad? ¿Cuál sería, o es, el rol de lxs egresadxs en comunicación y su inserción real en el sistema educativo en la provincia de Salta?

Lo dicho anteriormente encuentra su sustento en la profunda convicción de que la docencia en el campo de la Comunicación es aún una tarea pendiente. Por ello, entendemos que abrir el debate desde la puesta en común de la sistematización de prácticas situadas permite generar el intercambio con otras experiencias, para pensar acciones conjuntas que promuevan el reconocimiento y la institucionalización de la práctica docente en comunicación.

EXPERIENCIAS DE REALIZACIÓN DE TESIS DE GRADO EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO PÚBLICO.

Vanina Ramé - Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad, Nacional de Córdoba
(vaninaramé@gmail.com)

En este trabajo presento algunos resultados que surgen a partir de mi Tesis Doctoral, en la que nos propusimos

analizar las experiencias de realización de tesinas de grado en el ámbito universitario público. Se trata de un análisis que vincula las siguientes perspectivas:

Corrientes del campo de la educación y la comunicación, desde la cual consideramos la institución universitaria no solo como espacio de reproducción, sino que resaltamos la impronta que comparten sus egresadas/os en sus roles de productores.

Desde una perspectiva simbólico-narrativa hacemos hincapié en que los sujetos se autoconstituyen, específicamente, las/os egresadas/os se autodefinen al narrar sus experiencias (de elaboración de tesis). De este modo, encontramos en sus producciones de graduación, algunas huellas que permiten recuperar parte de sus trayectos desde sus roles como estudiantes hasta egresadas/os.

Finalmente, a partir de una perspectiva audiovisual, resaltamos el carácter vicarial del lenguaje en cuanto a su capacidad de mostrar y hacer ver rasgos característicos de los roles profesionales que proyectan los futuros egresados de comunicación social.

En estas líneas de sentido reflexionamos acerca de las experiencias (juvenil y universitaria) del proceso de elaboración de las tesinas audiovisuales en el contexto latinoamericano, tomando dos universidades con producción masiva, con la intención de hallar indicios acerca de la potencial correlación generacional latinoamericana.

Para ello, aplicamos una metodología mixta: por un lado, realizamos entrevistas semiestructuradas a egresadas/os, docentes, editores de catálogos de producciones audiovisuales universitarias y, por otro lado, analizamos las producciones audiovisuales que se presentaron como tesinas de grado en pos de obtener la graduación universitaria.

Analizando las dimensiones del estudio, podemos mencionar algunas conclusiones acerca del entorno educativo, el comunicacional y el vincular-institucional.

LA ESCRITURA DEL ENSAYO ACADÉMICO EN EL PRIMER AÑO DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Bárbara Natalia Rossetto - Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Salta
(barbarqnr@gmail.com)

Claudia Patricia Cardozo - Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Salta
(claudiapatricia_cardozo@hotmail.com)

Este trabajo se desarrolla en el marco del Proyecto de Investigación N° 2414 del Consejo de Investigaciones de la Universidad Nacional de Salta. En él presentamos un análisis del acompañamiento al proceso de escritura del ensayo académico, que realizan estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en el marco del trabajo final de la Cátedra de Comprensión y Producción de Textos.

Por “acompañamiento” entendemos la tarea didáctica de diseño de la secuencia, producción de guías de escritura y su implementación. En este proceso se destaca el rol de tutoras que cumplen las dos adscriptas estudiantiles, ya que el contexto en el que se desarrolla esta experiencia es una cátedra masiva del primer año, que se sostiene con un cargo de Profesor Adjunto Simple, una Auxiliar Docente Simple y un equipo de adscriptos sin los cuales sería imposible pensar en un seguimiento procesual de la escritura.

Sobre el eje en el cual inscribimos la propuesta: Textos y prácticas socioculturales de lectura y escritura en contextos formales y no formales, este trabajo aborda la escritura en el ámbito académico universitario. Asimismo, cabe señalar que la perspectiva de la cátedra para abordar la enseñanza de la lectura y escritura es sociocultural, ya que considera no sólo la dimensión cognitiva con los modelos procedurales (Flower y Hayes, 1994; Scardamalia y Bereiter 1992), sino que se asume que los procesos de comprensión y producción son prácticas socioculturales insertas en el devenir histórico, con la participación de sujetos concretos, que utilizan tecnologías específicas para la comunicación escrita en diversas comunidades (Chartier, 2006).

El análisis se realizará en base a la secuencia didáctica de escritura del ensayo académico realizado en el 2018. Se considerará la problemática del abordaje de un eje polémico, en este caso, la legalización del aborto y cómo fue resuelto por los estudiantes. El fichaje bibliográfico realizado, la selección de tema, realización de esbozos, borradores, correcciones y revisiones y la versión final.

Lejos de señalar errores o déficits, se busca comprender las decisiones que tomaron los estudiantes en el proceso de escritura a partir de huellas que quedaron en sus producciones (la selección del enunciador para la escritura, el público destinatario, los objetivos planteados, las selecciones léxicas y las bibliografías consultadas). En la escritura de jóvenes usuarios de las redes, aparece la preminencia del discurso oral y no formal, la problemática de la inclu-

sión de otras voces en el texto propio, ya que, en la sociedad de redes, el derecho de autor y las fuentes consultadas se desdibujan.

EDUTUBERS: EDUCACIÓN MUTANTE Y ESPECÍFICA DE LAS REDES.

Santiago Alvarez – UNSa, CIUNSa
(santiagomartinalvarez@gmail.com)

Ana Inés Echenique – UNSa, CIUNSa
Víctor Notarfrancesco – UNSa, CIUNSa

La ponencia es resultado de las observaciones didácticas y pedagógicas, realizadas durante una década (2008-2018), del dictado de las materias Teoría y Práctica de Televisión y Teoría y Práctica de Cine y Video, de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Salta.

A partir de la categoría “mutante”, planteada por Omar Rincón (“la sociedad ha mutado en sus culturas de narrar, sentir, expresarse y significar”), consideramos a las materias audiovisuales dictadas, como espacios pedagógicos mutantes, ya que no están ajenos a estos profundos cambios. Las prácticas de enseñanza y aprendizaje han sido trastocadas en estos diez años en los que los dispositivos móviles con cámara incorporada y conexión a internet permanente irrumpieron en nuestras vidas.

En este recorrido se revisaron distintos formatos, herramientas audiovisuales y plataformas, puestas en juego con el fin de divisar las contribuciones educativas que estas ofrecen y, a su vez, indagar sobre las maneras de generar conocimiento a través de las imágenes y las audiovisualidades.

En este trayecto confluyen las experiencias didácticas de dos materias con una población de alrededor de 200 estudiantes, con la impronta experimental elaborada en los últimos cinco años a través del Laboratorio de Producción Audiovisual Experimental (LAPAE). Este espacio de trabajo fue el semillero de más de 10 trabajos de tesis de grado de producción audiovisual que han indagado en la experimentación de formatos audiovisuales.

Partimos, en el año 2008, con el formato documental como modelo de construcción y validación de conocimiento científico, para luego explorar el video-minuto, video-ensayo, cortos ficcionales, series web y youtubers, entre otros. Estas producciones realizadas por nuestros estudiantes, egresados y equipo de cátedra traspasaron las fronteras del aula y nos permitieron participar en tareas de extensión, proyectos de investigación, muestras y concursos nacionales.

La actualidad de este recorrido se enmarca en el proyecto de Investigación CIUNSA N° 2556 “Narrativas audiovisuales experimentales / Comunicación de la Ciencia”. En este caso nos proponemos abordar la figura de EduTubers, para la producción de piezas audiovisuales. Los y las EduTubers como comunicadores que se encargan de conducir un proyecto pedagógico en el marco de la educación no formal, preponderando la empatía y el entretenimiento con sus comunidades de aprendizaje y desarrollando técnicas y métodos de enseñanza performáticos y específicos de las redes.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN EN CONTEXTOS DE ENCIERRO. UNA EXPERIENCIA “MARGINAL” EN MARCOS PAZ.

Santiago Giorrello - UNDAV (Universidad Nacional de Avellaneda); IUNMA (Instituto Universitario Madres Plaza de Mayo)
(sgiorrello@undav.edu.ar)

Se parte de la base de la expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos cuando garantiza el ejercicio educativo como derecho humano: “Las personas privadas de libertad tendrán derecho a la educación, la cual será accesible para todas las personas, sin discriminación alguna, y tomará en cuenta la diversidad cultural y sus necesidades especiales.” (Principios y Buenas Prácticas sobre la Protección de las Personas Privadas de Libertad en las Américas)

El presente trabajo versará sobre la experiencia pedagógica desarrollada en el penal de Marcos Paz en el marco

de la cátedra Teorías de la Comunicación, con el objetivo de no sólo visibilizar las prácticas para el debate y la praxis, sino también para pensar las maneras del contar de los estudiantes de la carrera de Comunicación.

Esto implica hacer hincapié en sus relatos y demandas, en pensarlos como sujetos de derecho en un contexto de vulnerabilidad y problemáticas expresadas como la superpoblación carcelaria, la falta de alimentación saludable y distintas formas de explotación laboral.

Una de las problemáticas centrales es la imposibilidad de acceso a las nuevas tecnologías, algo que vulnera el derecho como estudiantes y genera nuevos desafíos para las y los docentes a la hora de planificar las estrategias pedagógicas.

El trabajo se enfocará en la descripción de prácticas vinculadas con el ejercicio del derecho a la comunicación por parte de los estudiantes, en un espacio atravesado por distintos obstáculos relacionados a distintas formas de violencia y discriminación. En el marco de la cátedra no sólo se retomarán diálogos trabajados en el aula, sino también escritos donde se abordan problemáticas vividas en sus cotidianidades, que deben ser puestas en debate para nuestro ejercicio profesional en tanto responsabilidades.

De esta manera nos interesa ahondar en sus relatos, sus escritos y también en charlas no formales donde los estudiantes se acercan a comentar problemáticas personales que deben ser abordadas. Es necesario retomar espacios de debate en facultades y distintos espacios académicos y no académicos para fomentar políticas que no sólo dejen de estigmatizar a quienes atraviesan un contexto intramuros, sino para pensar producciones comunicacionales que sean generadas por los propios estudiantes y no por las miradas de otros, como por ejemplo algunas producciones audiovisuales nacionales e internacionales que serán mencionadas en el trabajo.

Esta experiencia se tomará como un caso particular dentro de un espacio y tiempo determinado, que no buscará generalizar una situación carcelaria nacional, pero si tomar datos de organizaciones que pugnan por el cumplimiento de derechos para abordarlos desde las herramientas teóricas que brindan la comunicación y la educación.

LAS HUELLAS QUE LA ESCUELA NOS DEJÓ: LAS PRÁCTICAS DE LECTURA Y ESCRITURA EN LA UNIVERSIDAD

María Florencia Seré - Centro de Investigación en Lectura y Escritura (CILE), Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata
(mf.sere@gmail.com)

El tema de este artículo hará foco en las prácticas de lectura y escritura en el ingreso a la universidad. En este sentido, el caso de estudio se enmarcará en la experiencia de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social y de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de La Plata.

De este modo, resulta significativo y relevante, en línea con los objetivos propuestos, hacer especial hincapié en la articulación entre la escuela secundaria y la Universidad, en donde el estudiante ingresante se encuentra en pleno momento de transición, en el pasaje de una cultura académica -como lo es la escuela secundaria-, hacia una cultura otra -como lo es la universitaria- lo cual implica un proceso de profunda incertidumbre en el umbral de una experiencia desconocida.

La metodología seleccionada está anclada en el enfoque cualitativo y las técnicas de recolección de datos escogidas están orientadas al estudio de caso, la observación participante y las entrevistas en profundidad, como las principales herramientas para encarar el proceso de indagación.

La preocupación por el primer año de la universidad está arraigado fuertemente a la convicción de que la educación pública es un derecho para todos y que, por tanto, debe ser inclusiva, lo cual implica brindar las oportunidades y las herramientas para que un joven que acaba de egresar de la escuela secundaria pueda ser parte de esta otra cultura académica como lo es la universidad, es decir, primero, que la universidad sea parte de su repertorio de oportunidades y, segundo, que pueda emprenderse ese proceso adecuadamente; es decir, que pueda ser parte de su umbral de deseos, de expectativas, de proyectos.

En este sentido, se plantea la necesidad de dejar de acusar a los jóvenes por no tener interés por leer o escribir, de dejar de titular encabezados que adviertan sobre los bochazos durante cada febrero y empezar a brindar las herramientas académicas para dar respuestas institucionales a las trayectorias de cada sujeto y que, realmente, la educación sea un derecho y no un privilegio para unos pocos.

¿Es necesario leer y escribir en todas las carreras? Sobre todo, esta premisa parte de la disyuntiva de cualquier

joven que se encuentra terminando sus estudios secundarios y que se pregunta a sí mismo si su interés parte de la lectura y escritura o de las matemáticas. En ese discernimiento pareciera que aquél que elige una carrera con orientación a las ciencias exactas renunciará a leer y escribir por el resto de su vida académica-profesional.

Sin embargo, luego de realizar entrevistas a estudiantes de ambas facultades, ambos definen los verbos leer y escribir como, “formas de comunicarse”, “de entender”, “de saber”, de “conocer”. Es decir, se las entiende como prácticas de comunicación que permiten acceder y construir conocimiento; lo cual se conoce como la función epistémica de la lectoescritura planteada por Scardamalia y Bereiter (1992), cuando se preguntan si la escritura debe ser entendida como producto o como proceso y, asimismo, proponen un modelo de transformación del conocimiento asociado a estas prácticas.

EDUCACIÓN SECUNDARIA RURAL EN LA PROVINCIA DE SALTA: DINÁMICAS Y TENSIONES EN LA PUESTA EN ACTO DE LA EXTENSIÓN DE LA ESCOLARIDAD OBLIGATORIA.

Viviana Marcela Tarifa Fernández – CIUNSa
(vivi.100490@gmail.com)

Con la extensión de la obligatoriedad de la educación secundaria, mediante la Ley de Educación Nacional N° 26.206 (LEN) del año 2006, se fija el objetivo de incluir a sectores sociales históricamente excluidos de este nivel de enseñanza (Miranda, 2013; Tiramonti, y Otros 2011; Baquero y otros 2012). A partir de los desafíos que dicha extensión genera, se propone analizar las dinámicas y tensiones en la puesta en acto (Ball, 2002) de la escolaridad secundaria obligatoria (ESO en adelante) en la modalidad rural, en la provincia de Salta.

A 13 años de la sanción de la LEN, se considera relevante construir conocimiento sistemático acerca de las trayectorias de las políticas educativas nacionales y provinciales que –en conjunto- se propusieron para la obligatoriedad de la educación secundaria rural. Este proyecto se propone reconstruir, desde los aportes de la trayectoria o ciclo de las políticas educativas de Stephen Ball (2002, 1997), el contexto de circulación del discurso, de elaboración del texto político y la puesta en acto a nivel de las escuelas de la escolaridad secundaria obligatoria rural (ESOR). Se define como recorte temporal el año 2006 signado por la sanción de la LEN hasta el año 2015, fecha en la que culmina el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner que había dado continuidad a las políticas públicas iniciadas en el gobierno de Néstor Kirchner en 2003, donde se propuso un reposicionamiento del estado en acciones tendientes a alcanzar una educación que incluya a los sectores vulnerables de la sociedad.

EDUCOMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA: PLATAFORMAS Y ESPACIOS QUE PROPICIA COMO MATRIZ ESTRATÉGICA EN ESPACIOS CULTURALES. APORTES DESDE UNA EXPERIENCIA LOCAL: USINA CULTURAL UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARÍA (UNVM)

Virginia Tissera - Universidad Nacional de Villa María UNVM
(tisseravirginia@gmail.com)

La Educomunicación, como matriz en la que intervienen e interactúan dos campos disciplinares (comunicación y educación), ha cristalizado, al interior de diversos espacios, una nueva forma de abordar las prácticas socio-culturales de las comunidades alrededor del mundo. Con una impronta que heredó de los albores de la década del 70, bajo los postulados educativos de Paulo Freire, la Educomunicación se ha impregnado en distintos campos sociales y académicos, corrompiendo la idea hermética de un solo proceso de enseñanza y aprendizaje. Desde esta nueva óptica, se permite pensar el proceso comunicación/educación como indisoluble, con el agregado de valor de poder insertar en este marco a otras dimensiones, como por ejemplo la comunicación.

Los principios que se toman para entender la Educomunicación puntualizan en los rasgos de una educación y comunicación a través de la experiencia y la interrelación de los sujetos con el entorno, en un proceso permanente de búsqueda. Como concepto gestado en América Latina, la Educomunicación ha sido abordada desde diferentes corrientes teóricas con varias líneas de desarrollo en su concepción práctica (Barbas 2012). Aunque recibió valiosos aportes de pedagogos y sociólogos europeos y norteamericanos, es en nuestra región donde Freire y otros educado-

res le imprimen su clara orientación social, política y cultural, y la elaboran como una pedagogía del oprimido, como una educación para la democracia y un instrumento de transformación de la sociedad (Kaplún 1998).

Los espacios de arte, cultura y educación atraviesan actualmente un proceso de apertura orientado a la comunidad y a sus necesidades de expresión y comunicación. En este sentido el objetivo es abordar desde la perspectiva de la Educomunicación, la concepción de educación y comunicación, política y social de las prácticas y actividades que se realizan en la Usina Cultural Universidad Nacional de Villa María (UNVM) de la Ciudad de Villa María, provincia de Córdoba. Además, el trabajo se inserta en el proyecto “Herencias sociales y memoria histórica en el Departamento San Martín de la Provincia de Córdoba (Argentina). Historia y cultura. Parte II.” Instituto de Investigación, Universidad Nacional de Villa María. Período 2018-2019. Directora: Dra. María Laura Gili. Co-Directora Resolución Rectoral N° 594/2018; N° 614/2018.

MI INGRESO A LA UNIVERSIDAD. COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y DISCAPACIDAD.

Federico Torres - UNSa
(fealternativa@gmail.com)
Claudia Fernanda Leal - UNSa
(claudiafernandaleal@gmail.com)

En esta ponencia pretendemos abordar el Derecho a la Comunicación y a la Educación de las personas con Discapacidad, avalado a nivel internacional por la Convención sobre los Derechos de la Personas con Discapacidad (CDPCD) en la cual se menciona que “la discapacidad es un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás” (CDPCD, Preámbulo, letra e), la cual es reconocida y toma jerarquía constitucional a nivel nacional mediante las Ley 26.378 y la Ley 27.044 respectivamente.

Partimos de la experiencia de uno de los autores de esta ponencia, estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de Salta, para reflexionar respecto de las posibilidades y limitaciones que condicionan el tránsito de las personas con Discapacidad en el nivel universitario. En este sentido, nos posicionamos desde la comprensión de la Comunicación como Derecho y condición fundamental al momento de definir condiciones que garanticen el acceso a una participación plena y ejercicio de ciudadanía.

Consideramos que es fundamental comprender la discapacidad en el marco de la diversidad de lxs sujetxs reconocidos y legitimados desde el campo de la comunicación y de la educación, en la sociedad en general y en el ámbito educativo en particular. Recuperamos a Washington Uranga (2014), quien afirma que lxs sujetos dan color a la comunicación cargando de sentido sus prácticas comunicativas en la sociedad. Los procesos comunicacionales también hacen referencia a la participación inclusiva de las personas con discapacidad, como protagonistas tomando la palabra, visibilizando la realidad social de la que forman parte, sus necesidades, y demandas comunicacionales. Esto significa que la comunicación es inherente e inseparable de las prácticas sociales ejercidas por personas con discapacidad como sujetos de derecho. Mientras existan personas con discapacidad como partícipes del proceso comunicativo dentro del ámbito universitario hablaremos de diversidad.

ESCUELA Y SOCIEDAD EN LOS BORDES DEL SABER PROCESO DE ENCULTURACIÓN

Cecilia Ulla - Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Ciencias de la Comunicación
(cecilia_ulla@hotmail.com)
Laura Vargas - Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Ciencias de la Comunicación
(ldvargasc@gmail.com)
Marta Masera - Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Ciencias de la Comunicación
(martamasera@hotmail.com)

Este trabajo aborda el rol que tuvo la escuela en el proceso de formación del Estado Nación en Argentina, que

operó en la transmisión cultural homogeneizada, obturando la diversidad cultural de etnias, pueblos originarios, etc. En este contexto nos preguntamos ¿qué singularidades permanecen y cuales ha sido posible cambiar?

La tensión entre cultura popular y cultura racional comienza a tomar cuerpo en el período posterior a la declaración de la independencia en 1816, periodo de luchas intestinas denominado: “anarquía”. Los antecedentes de cambio ya habían comenzado en el viejo continente, donde la conformación del Estado–Nación fue configurando otro escenario con el paso de una economía doméstica a una economía política, cuyo interés y manejo se centró en el Estado. Aparece un sentimiento nacional anclado en una matriz territorial.

Educación Argentina en la etapa del Estado Nación

La matriz de concreción del proceso de enculturación tomó carnadura posterior a 1816, la escuela en Argentina adquirió un rol fundamental en la conformación del Estado– Nación, desde 1880 dominó en el ámbito de la educación el positivismo tuvo un rol fundante.

NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN Y SUS EFECTOS EN TIEMPOS CONTEMPORÁNEOS

Víctor Martín Elgueta - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNCuyo
(martinelgueta@yahoo.com.ar)

La comunicación con un alcance global tiene como punto de partida la expansión y conquista española sobre el territorio americano en el siglo XVI a través de los “discursos de la vida” del testimonio y confesión como forma literaria alentada por la inquisición. En ese marco, aparecieron como instituciones el Consejo de Indias y la Real Casa de Contrataciones que generaron bases de datos sobre el Mundo Español a través de mapas, catálogos, narraciones; nuevas identidades de la gente común: pícaros, refugiados, vagabundos, viajeros; y nuevos oficios: escribanos, contadores, oidores, cosmógrafos, cronistas. Tal vez la alusión al proceso de institucionalización de la comunicación en el siglo XVI en los dominios españoles permita ofrecer una analogía respecto de la institucionalización de las Nuevas Tecnologías en los tiempos contemporáneos, a través de una serie de preguntas: ¿cuáles son las instituciones que sostiene las Nuevas Tecnologías en los tiempos contemporáneos, qué territorios demarcan, qué identidades proponen, qué nuevos oficios propician y qué desafíos generan al campo de la educación?

Este artículo, ofrecerá un recorrido retomando algunos aportes sobre la relación entre comunicación y educación en función de la reflexión sobre el vínculo entre modernidad y globalización, los rasgos del uso de los blogs, las nuevas lecturas sobre la relación entre identidad e imagen digital, los rasgos de la cibercultura e Internet, algunas experiencias educativas en el campo de la educación fuera de las escuelas, el uso de Facebook, el uso de los celulares en el campo educativo, el uso de Youtube, la producción audiovisual, el uso de la realidad virtual en términos de simulación e inmersión virtual y algunas reflexiones del campo de la epistemología y la investigación (en particular los enfoques etnográficos de las redes sociales y del ciberespacio).

El artículo ofrecerá un recorrido por los aportes de distintos autores y algunas experiencias con el propósito de proponer una agenda -sin la pretensión de agotar los temas o cuestiones en debates- sobre las Nuevas Tecnologías en el campo educativo y sus efectos.

LA EDUCACIÓN EN EL NUEVO ECOSISTEMA COMUNICATIVO

María Sol Villena – CIUNSa
(villenasol@hotmail.com)

Lautaro Ulises Facundo Arias Camacho – CIUNSa
(lautaroulises@hotmail.com)

Las nuevas tecnologías comunicacionales han revolucionado el universo educativo de forma tal que obliga una rápida y ágil adaptación para la transmisión de conocimientos, la comunicación a distancia y el uso de información. Se presenta el desafío de que, además de contenidos curriculares, se requiere generar una disposición general al cambio en las modalidades de aprender, comunicarse y producir conocimiento.

Desde la aparición de la World Wide Web en la década de los '90, los avances en los soportes tecnológicos, las nuevas plataformas y las redes sociales, dieron lugar a una nueva cultura digital, transformando el ecosistema comunicativo. Nuestra forma de estar en el mundo y de relacionarnos socialmente, han cambiado. Las fronteras geográficas y la temporalidad se diluyen en internet, lo que nos permite estar constantemente conectados en el mundo digital, razón por la cual muchos afirman que estamos en la “era de la hiperconexión”.

El reto es, como plantea M. Barbero, ¿qué hace la educación frente al avanzadísimo y «riquísimo» mundo de las telecomunicaciones? Existe la necesidad de que el ecosistema comunicacional se articule con –y vertebre a– las dinámicas de la cultura y la educación.

En este sentido es necesario abrir el debate acerca del rol de la educación frente a este nuevo mundo de las comunicaciones: ¿Hoy se aprende más por YouTube que en el aula?

Este nuevo modelo comunicativo permite la circulación del saber, es decir, ya no es administrado solo por unos pocos. La escuela ha dejado de ser el único lugar de legitimación del saber.

Las aplicaciones interactivas, las narraciones transmediales y los videojuegos son las nuevas formas de realidad. Hoy existe otra arquitectura mental y otro tipo de existencia del sujeto que se hace en el juego conectivo, la interacción real en vida, la conexión por saberes, necesidades y placeres. Y otra arquitectura simbólica y del conocimiento que produce según las búsquedas del uno mismo y en conexión con las exploraciones de los otros navegantes. La pregunta es si el universo educativo entiende este cambio. Para ello es necesario debatir acerca de la evolución del universo educativo y de discutir sobre las nuevas variables y los nuevos escenarios educativos que han surgido como consecuencia de los avances tecnológicos y sociales.

Citando a O. Rincón: Ahora “escribimos” pero en lógicas que combinan lo oral con lo visual, lo conectivo con el hipertexto; escribimos de nuevo de modos oral-visuales. El cómo (comunicación) y el qué (educación), dos ciencias vinculadas. La necesidad de entender interdisciplinariedad en la enseñanza.

La propuesta es entender la lógica oral/visual como un aporte de las ciencias de las comunicaciones a la ciencia de la educación. Poner en valor una nueva estrategia pedagógica desde Youtube, formato que ha revolucionado, desde su aparición, la forma de entender los contenidos audiovisuales.

En este sentido, vamos a profundizar en distintas experiencias educativas, desde los youtubers/edutubers como creadores de contenidos de transmisión de conocimiento, con sus particularidades por el uso mismo de la plataforma, su relación pedagógica con la audiencia/seguidores.

¿QUÉ VES CUANDO ME VES? PREJUICIOS Y ESTEREOTIPOS EN EL AULA

Priscila Mariana Vitto Bustos - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional de Cuyo
(vittopriscila@gmail.com)

El presente trabajo tiene como objetivo reflexionar sobre el quehacer didáctico en relación a los prejuicios y estereotipos que nos atraviesan en el día a día, en las aulas y en el material didáctico que preparamos para nuestros estudiantes.

Este escrito surge a partir una experiencia docente (2018) en un colegio de Mendoza, de gestión privada con Bachiller en Economía, en la materia de Comunicación, en tercer año de secundaria.

El concepto a enseñar era Liderazgo y su tipología, pero la sala de clases, reflejo de nuestra sociedad, también se convierte en la “arena” donde los/as estudiantes y docentes reproducen estereotipos y prejuicios y, dadas las características de este alumnado, decidimos relacionarlo con este tema. Por ende, esta reflexión es el relato de esta experiencia docente donde subyacen y surgen varios ejes:

1. La utilización de nuevas tecnologías en la producción de materiales didácticos. La fascinación por la herramienta más que por los contenidos a enseñar.
2. Cuando nos convertimos en aquello que queremos evitar y somos presos de nosotros mismos al reproducir prejuicios y estereotipos en el aula.
3. ¿Cómo la visión empresarial económica influye en la enseñanza de la comunicación organizacional en Mendoza?
4. Al momento de preparar los materiales didácticos de producción y circulación, ¿nos detenemos a cuestionar y a pensar desde qué perspectiva ideológica se plantean los contenidos?

En fin, el trabajo intenta contar la experiencia áulica con estos alumnos/as. Asimismo, reflexionar, cuestionar y seguir pensando los ejes planteados anteriormente.

NUEVOS PERFILES PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN: INDAGACIÓN ACERCA DE SU ABORDAJE Y PERSPECTIVAS DE REALIZACIÓN EN UNA PROPUESTA EDUCATIVA DE FORMACIÓN

Viviana Mercedes Ponce - Universidad Nacional de San Luis
(vivianaponce@gmail.com)

Los crecientes y exponenciales avances tecnológicos sucedidos en los últimos años dieron origen a una cultura digital global donde los procesos de comunicación experimentan una gran revolución. Bajo el prisma de lo digital y lo analógico coexisten hoy “nuevos escenarios” de comunicación, signados por múltiples medios, modos, pantallas, lenguajes, plataformas y dispositivos, que redefinen las clásicas formas de producción, distribución y consumo de la información.

En el marco de una era digital convergente, no solo al interior de los sujetos individuales sino también a través de su interacción social con otros sujetos, el proceso de comunicación oscila entre la tecnología, las características de emisores y receptores, los nuevos códigos culturales de referencia y los diversos protocolos de comunicación.

La situación implica una adaptación a los nuevos contextos mediáticos que la comunicación digital atraviesa y conduce a un repensar la profesión en un nuevo ecosistema en el que se acrecientan nuevas prácticas comunicativas, en plataformas móviles, en redes sociales y organizaciones.

Desde el ámbito educativo debe afrontarse el reto de una nueva alfabetización, que considere la velocidad informativa, la cantidad de información, la multiplicidad de canales de acceso, la influencia social y la acción colectiva que promueven los nuevos espacios digitales de interconexión.

Con este objetivo es que en este trabajo se indaga acerca de los principales perfiles profesionales que surgen como consecuencia del impacto de las nuevas tecnologías en el ámbito de la comunicación y las propuestas de formación de los planes curriculares de las carreras de comunicación vigentes en las principales instituciones nacionales públicas y gratuitas de nivel superior.

El fin es poder aproximar en qué medida se contempla el surgimiento y aparición de estos perfiles en la profesión, como así también generar, al interior de nuestra facultad, espacios de discusión, intercambio de información y perspectivas de realización tendientes al fortalecimiento de nuestra propia institución.

EJE 3. COMUNICACIÓN POPULAR Y COMUNITARIA

POLITICIDAD Y VERDAD. LAS DISPUTAS POR EL SENTIDO SOCIAL EN MEDIOS COMUNITARIOS DE CÓRDOBA. CASO RADIO NATIVA

María Alanís- Facultad de Ciencias de la Comunicación -UNC
(esmeria75@hotmail.com)

Mandakovic, Ana María- Facultad de Ciencias de la Comunicación -UNC
(mandakovicm@gmail.com)

El presente artículo aborda interrogantes que rodean el concepto de comunicación alternativa, autogestión y producción de sentido social, a través de una revisión bibliográfica sobre tales términos propuestos desde diversos autores (Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004; Amati, Isella y Lois, 2014; la LSCA N° 26522; Uranga, 2016). En segundo lugar, se analizan dos casos de radios comunitarias de la Provincia de Córdoba de trayectoria y presencia sostenida, con el objetivo de enlazar la pertinencia de la noción de verdad y sus derivaciones en la producción radiofónica comunitaria cordobesa. La metodología utilizada se fundamenta en un análisis bibliográfico que completa los apartados teóricos y en entrevistas en profundidad a integrantes de Radio Nativa (107,9 Unquillo), situada en la localidad de Unquillo de la provincia de Córdoba.

Entre los objetivos concretos logrados por el trabajo emprendido destacan: un mayor reconocimiento del papel de los procesos de autogestión en comunicación popular como una nueva organización de trabajo que presenta la particularidad de agrupar a trabajadores sin patrones. En este caso, vale agregar que esas empresas o negocios, son medios de comunicación, asentados en comunidades determinadas y dispuestos a producir información veraz, en la mayoría de los casos, con una finalidad social. Las distintas experiencias en torno a este tipo de medios permiten identificar un escenario donde convive un sujeto trabajador precarizado, el uso de las nuevas tecnología y proyectos políticos sociales alternativos que mantienen relaciones horizontales, autosustentables e independientes que en muchos casos buscan desarrollar lógicas diferentes a las que impone el modelo capitalista vigente.

En un escenario de crisis del sistema de medios masivos, de predominio de lo digital como producción incontrolable de información, aparece un nuevo trabajador de prensa y la comunicación que propugna la construcción de modelos informativos basados en la participación, la veracidad, y la solidaridad, elementos esenciales para la consolidación del paradigma de la información como un derecho.

DISCURSIVIDAD MEDIÁTICA SOBRE EL HÁBITAT POPULAR EN BARRIOS COSTANERA Y DIAGONAL

Débora Leticia Décima- Centro de Estudios sobre Territorio y Hábitat Popular (CETyHaP). Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Universidad Nacional de Tucumán
(decimaperiodista@gmail.com)

En el escenario de la vida cotidiana (Quiroga, 2001) se evidencia la reproducción de la ideología dominante por parte del orden jurídico-institucional, reforzado mediante lógicas comunicacionales que van desde la prensa, denominada por Gramsci (2006) como la parte más dinámica de la superestructura ideológica de las clases dominantes; hasta el rumor, definido por Quiroga (2001) como interpretación fantaseada de los hechos que llena un vacío de información, escenificando un miedo o un deseo. Se produce así un fenómeno de exclusión de los sujetos de los sectores populares, de toda posibilidad de participación en las lógicas de los discursos de los medios de comunicación hegemónicos. Entonces, cabe distinguir qué idea sobre el territorio producen los medios de comunicación, y qué tipo de control que promueven, a partir del análisis de la discursividad mediática. Para ello, la presente investigación se plantea indagar en las relaciones existentes entre las representaciones mediáticas del hábitat popular y los procesos vinculados a la informalidad urbana, a partir de un estudio de casos. Esto permite dilucidar el rol de los medios de comunicación en procesos de producción o mejora del hábitat, y reconocer aspectos obstaculizadores y facilitadores de una comunicación transformadora en pos de dichos procesos.

COMUNICACIÓN PARA EL BUEN VIVIR DESDE LA FM COMUNITARIA LA VOZ INDÍGENA

Delfina Acosta- Universidad Nacional de Salta
(delfinaacosta_@hotmail.com)

Este trabajo no pretende ser una producción acabada, sino que intenta reflexionar y analizar los sentidos en torno a la noción del Buen Vivir que circulan dentro de la FM comunitaria La voz indígena. Analiza desde dónde se construye la carga ideológica y política que tienen las prácticas comunicacionales para la vida buena y, busca reconstruir los enunciados comunicativos que refuerzan esa teoría.

La problemática regional de la provincia de Salta vinculada a la apropiación de los territorios indígenas implica una disputa entre dos formas de entender la cultura y la relación con la naturaleza, una disputa entre una cultura que necesita de la tierra y otra que la destruye. A partir de este conflicto vamos a problematizar la vida buena.

La noción de Buen Vivir concibe una relación entre el hombre y la naturaleza que cuestiona los modos occidentales tradicionales de entender al ambiente como un espacio para la extracción y la acumulación. Este nuevo concepto surgido en los pueblos andinos presenta un modelo distinto y alternativo a la idea de desarrollo occidental, idea que busca generar prácticas para la convivencia entre la naturaleza y el hombre en un vínculo de equilibrio y armonía. Esta nueva manera de entender a la vida y a la convivencia implica un cambio en todas las esferas sociales, entre ellas, la comunicación.

La radio La Voz Indígena es el único medio indígena y comunitario en el dpto. San Martín de la provincia de Salta, se constituye como un colectivo conformado por más de siete naciones indígenas. La diversidad cultural es una de las principales características del medio, dicha diversidad implica formas distintas de gestionar un medio de comunicación. El interés de la ponencia aquí propuesta es aportar elementos a la discusión sobre buen vivir y comunicación.

RADIO Y RUPTURAS. UNA EXPERIENCIA DE DIFUSIÓN DE DERECHOS

Diego A. Cevallos- Universidad Nacional de Córdoba
(diego_cevallos@hotmail.com)

El trabajo tiene como objeto poner de relieve algunas notas características de la comunicación popular como forma de ruptura de sentidos comunes instituidos, entre otros dispositivos, por los medios de comunicación masivos.

El texto está basado en una experiencia “extensionista” en la cual docentes de Sociología Jurídica de la Facultad de Derecho, junto a estudiantes y egresados de distintas carreras, en el marco del proyecto, producen y emiten un programa radial sobre migración.

La metodología es de carácter cualitativo y la técnica de recolección de datos utilizada ha sido el análisis de contenido cualitativo.

Se pone de manifiesto el intento de mantener una actitud crítica y reflexiva frente a los eventos que vive la migración en Argentina actualmente.

DIDÁCTICA EN CONTEXTO

Elizabeth Bellavilla- Universidad Nacional de Salta- ICSOH
(elibellavilla@hotmail.com)

Marcelo Gastón Navarro- Universidad Nacional de Salta- ICSOH
(marjor19@hotmail.com)

Edith de los Ángeles Macleiff- Universidad Nacional de Salta- ICSOH
(edithmacleiff@hotmail.com)

La siguiente ponencia reflexiona sobre un proyecto de intervención social que surge como una iniciativa de estudiantes y profesores de las carreras de Ciencias de la Comunicación y Ciencias de la Educación para dar continuidad al proyecto de extensión implementando en 2018 “Construyendo puentes de integración e inclusión desde la comunicación y la educación social”.

A través del proyecto, queremos continuar apoyando el funcionamiento de la biblioteca del barrio Unión y zona

aledañas, brindando clases de apoyo en diferentes áreas a través de juegos, actividades recreativas, y talleres diferentes temáticas: comunicacionales, de prevención, de salud, etc.

La pedagogía y Ciencias de la Educación, y Ciencias de la Comunicación nos brinda los elementos teóricos y sociales para guiar nuestra intervención que busca la inclusión social de los individuos y participación para la formación de ciudadanía.

Actualmente las propuestas de enseñanza y aprendizaje ubican al estudiante como el actor principal del proceso de aprendizaje, favoreciendo nuevos vínculos entre ellos y el conocimiento. Desde nuestro lugar consideramos que la biblioteca escolar debe ser pensada como un lugar donde el saber debe estar al servicio de los miembros de la comunidad.

LOS MEDIOS INDÍGENAS EN LA ARGENTINA: LAS EXPERIENCIAS DE DOS RADIOS KOLLAS DE SALTA Y JUJUY

Emilse Siales- Instituto Gino Germani- CONICET
(emisiales@gmail.com)

La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) del 2009 incorporó a los pueblos originarios como prestadores de derecho público no estatal, de acuerdo a la propuesta de inclusión del “derecho a la comunicación con identidad” presentada por las mismas organizaciones indígenas en el anteproyecto de ley. Esta incorporación, constituyó un reconocimiento legal de aquellos medios de pueblos originarios (MPO) que desde hace décadas apuntan a visibilizar saberes y tradiciones ancestrales, así como luchas y problemas territoriales. En efecto, los MPO surgieron a partir del vínculo con los medios Comunitarios, Alternativos y Populares (CAP) con los que comparten parte de su recorrido histórico (Doyle, 2013; Yanniello, 2014), así como objetivos, proceso de gestión y condiciones socio-económicas (Salazar, 2014; Lizondo, 2015; Cerbino y Belotti, 2016). Se trata de experiencias que, si bien surgieron como herramientas de organización y visibilización de las luchas indígenas (Salazar, 2003; 2010), devienen objetos y sujetos de reivindicación en sí mismos, puesto que es en el espacio público mediatizado donde se juega, en gran medida, la disputa por la descolonización de las representaciones sobre los pueblos originarios y sus luchas (Mata, 2006; Doyle, 2013).

Los comunicadores indígenas “indianizan”/“indigenizan” los medios (Salazar, 2002; Schiwy, 2009; Doyle, 2015): es decir, resignifican el uso de las tecnologías de comunicación basándose en sus prácticas tradicionales de comunicación, mientras apuntan a descolonizar el espacio público mediatizado (auto)representando sus luchas y culturas para revertir los discursos etnocéntricos y estereotipados de los medios hegemónicos y, así, tomar el control de su imagen pública (Ginsburg, 1994; Salazar, 2003, 2010; Wortham, 2005; Doyle, 2007; Córdova, 2011; Magallanes-Blanco et al., 2013; Yanniello, 2014).

En este marco, analizamos dos experiencias de emisoras de pueblos originarios en el noroeste, entre las primeras emisoras indígenas que obtuvieron la autorización a emitir gracias a la LSCA. Realizamos entrevistas semi-estructuradas con informantes clave de dos radios kollas: FM Pachakuti y FM Runa Simi Kolla. Presentamos los resultados más significativos de la investigación organizándolos en torno a cinco dimensiones de análisis: génesis y objetivos de los proyectos comunicacionales, agenda y programación, gestión de los medios y organización interna, relaciones externas y posicionamiento frente a la LSCA

LOS USOS POPULARES DE LA PLAZA DEL BICENTENARIO: ENTRE LO QUE LOS MEDIOS MUESTRAN Y LO QUE LAS PERSONAS HACEN

Daniel Osvaldo Gimeno- Universidad Nacional de San Juan
(dog1144@hotmail.com)

Ana Laura Bustos- Universidad Nacional de San Juan
(bustosanalaura@gmail.com)

En el marco del proyecto titulado “El territorio como relato. Prácticas comunicativas y construcción de ciudadanías en torno a un espacio público de San Juan. El Teatro del Bicentenario y sus adyacencias”, el presente trabajo in-

daga los usos populares de un espacio público que en el discurso oficial aparece como “Barrio Cívico Cultural” o “Polo Cultural”. Al mismo tiempo pone en tensión los usos populares del espacio con los usos normativizados del mismo que la prensa digital local propone desde sus imágenes.

En los últimos años la configuración del mapa urbano en la ciudad de San Juan (Argentina) ha sufrido múltiples y variadas transformaciones, tanto en lo físico construido como en la dimensión de lo simbólico. Esto último puede ser analizado a través de los diversos usos que realizan los sectores populares, prácticas como la re-apropiación, re-creación y re-significación de los espacios públicos. Consideramos interesante estudiar estos procesos desde los Estudios Culturales Latinoamericanos en su cruce con los estudios de la Comunicación.

Para trabajar el uso normativizado del espacio público, tomamos como categoría de análisis el “régimen escópico” que nos permite advertir las construcciones hegemónicas que determinan “cómo debe ser mirada/usada” la ciudad, en este caso el Teatro del Bicentenario y sus adyacencias. Los usos del espacio son relevados a través de los relatos de los sujetos que practican el lugar y de registros fotográficos y videográficos. El régimen escópico es trabajado a partir de un corpus seleccionado de las imágenes publicadas por los diarios digitales locales de mayor visita desde abril de 2018 hasta abril de 2019. Como resultados parciales, podemos advertir una disidencia entre los usos populares de este espacio público y lo que de él se hace visible a través del discurso hegemónico.

NARRATIVAS Y CONTRANARRATIVAS EN LA DIALÉCTICA DISPUTA / DIÁLOGO EN EL ESPACIO PÚBLICO

Nidia Cristina Abatedaga- Facultad Ciencias de la Comunicación - UNC
(nidiaabatedaga@gmail.com)

María Ordoñez- Facultad Ciencias de la Comunicación - UNC
(maryordoniez@gmail.com)

Presentamos las reflexiones surgidas a partir de las prácticas comunicativas protagonizadas por grupos de trabajadores que autogestionan medios comunitarios y cooperativos. Estas organizaciones protagonizan disputas de poder por las significaciones identitarias referidas al ser trabajador, y se mueven en un escenario donde aparece una nueva constelación de discursos de justicia social: uno que pretende una redistribución más justa de los recursos y la riqueza y otro que lucha por una política de reconocimiento de identidades diferentes (Fraser, 2008).

Organizaciones cooperativas como Nuestras Granjas Unidas, Radio Gen y Radio Tortuga son experiencias comprometidas con situaciones de inequidad social de diferentes tipos: precarización laboral, falta de reconocimiento social y/o de género, desigualdades educativas. Todas estas cooperativas coinciden en la necesidad de ser sujetos de discursos y no objetos de discursos ajenos, pues, los sujetos colectivos protagonizan procesos de elaboración de auto narraciones que intentan desnaturalizar narrativas hegemónicas dominantes, disputando nociones de verdad acerca de las identificaciones con las que son reconocidos en la esfera pública.

La metodología de abordaje pertenece a la Investigación-Acción. Se implementaron técnicas participativas de auto reconocimiento colectivo, se trabajaron procesos de auto evaluación grupal y se diseñaron estrategias conjuntas para la producción grupal de discursos radiofónicos y audiovisuales, que fueron colocados en el espacio público. Además, se realizaron entrevistas a productores de contenido y se analizaron las redes sociales que utilizaban.

Con este trabajo se espera aportar al debate acerca de la relación entre prácticas comunicativas y luchas locales de movimientos sociales que procuran la búsqueda de justicia social.

PRÁCTICAS COMUNITARIAS ENTRE LIBROS Y REJAS. EXPERIENCIAS CON MUJERES

Milagros Larrea- Universidad Nacional de La Pampa - Facultad de Ciencias Humanas
(mililarreaa@gmail.com)

Esta ponencia explora y reflexiona sobre la potencialidad de la comunicación en contextos de encierro y describe las prácticas de formación que brinda la Universidad Nacional de La Pampa (UNLPam).

La ponencia se piensa en el marco del Proyecto de Extensión Universitaria (PEU) denominado: “Fortaleciendo derechos: talleres de extensión en la cárcel de mujeres de Santa Rosa”. Este PEU se articula con la Sección de Servicio Social del Servicio Penitenciario, y está compuesto por un equipo interdisciplinario. La reflexión desde el proyecto

de extensión sobre el contexto de encierro nos posibilitó diseñar una futura Acción de Extensión Universitaria (AEU) sobre talleres de radio en la misma cárcel de mujeres.

LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA COMO ESTRATEGIA DE LUCHA POR EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS DEL DEPTO SAN MARTIN

Romina L. Romano- Universidad Nacional de Salta- SRT
(romina8romano@gmail.com)

En los últimos años, las comunidades originarias del norte salteño empezaron a repensar sus prácticas sociales desde una perspectiva comunicacional para visibilizarse en el espacio mediático local, a través de una construcción de agenda propia que aborde no solo sus luchas históricas, sino también como un espacio de participación política.

En éste sentido, se iniciaron una serie de acciones para crear estrategias de comunicación que abarcan desde encuentros, talleres, el surgimiento de medios de comunicación propios, y apropiación de los recursos tecnológicos.

En un contexto complejo de disputas (territorios, recursos naturales, salud, educación, etc) las estrategias van dirigidas a saltar el cerco de la hegemonía discursiva de una “sociedad mediatizada” que configura los sentidos, donde se disputan el reconocimiento y los derechos.

El presente artículo, trabaja las categorías de Comunicación Comunitaria, mediatizaciones, audiencias. Con aportes de autores como Fuentes Navarro, Vidales Gonzales, José Luis Fernández, Rossana Reguillo, entre otros.

PRENSA Y PROPAGANDA POLÍTICA EN LOS 70: EL CONTRATO DE LECTURA DEL PERIÓDICO ESTRELLA ROJA

Daniel Sierra- Facultad de Ciencias Sociales-UBA
(dsierra1000@gmail.com)

Esta ponencia se propone abordar la problemática de los medios de comunicación, más precisamente a lo que se denomina prensa partidaria perteneciente a la izquierda marxista. Se entiende por ésta un órgano de prensa dependiente de un partido y que interviene en la realidad como su voz autorizada. A lo largo de la historia argentina, distintas organizaciones políticas y sindicales se han dado sus propias prensas partidarias con la finalidad de intervenir políticamente en la realidad. Si bien los resultados de estas iniciativas fueron diversos, siempre se enfrentaron a un mismo problema: la tensión entre sus objetivos y la configuración que finalmente asumieron sus discursos. Es decir, la correspondencia entre los fines políticos de dichas publicaciones y la forma que adoptó el contrato de lectura establecido con su público.

El objeto de estudio de este trabajo es el contrato de lectura del periódico ER. Esto es, según Eliseo Verón, la relación que se establece entre un soporte y sus lectores como las “dos partes, entre las cuales se establece, como en todo contrato, un nexo, el de la lectura” (1985:2). Los objetivos de esta investigación son, por un lado, dar cuenta de las características enunciativas de ER. Se busca analizar su discurso y sus modalidades discursivas para ver desde que lugar se construía como enunciador y desde que lugar construía a sus lectores. Por otro lado, este trabajo se propone indagar si su discurso propiciaba el debate o sólo reproducía una realidad compartida por aquellos cercanos a sus ideas.

LAS VOCES DE LAS ORIGINARIAS

Soledad Amaya- Universidad Nacional de Salta Sede Regional Tartagal
(soleamaya94@gmail.com)

La ponencia aborda el rol de las mujeres Wichí del equipo de gestión en FM Comunitaria La Voz Indígena de la Ciudad de Tartagal. Nos interesa conocer el rol que ocupan al momento de definición de la dimensión política de

esta radio, desde una perspectiva de género. Entendiendo que la interseccionalidad entre las categorías género y pueblo originario, resultan válidas para realizar una indagación sobre el modo en que las mujeres Wichí despliegan estrategias en un medio de comunicación que no tiene fines comerciales. El liderazgo de las mujeres indígenas en los procesos de reclamos por los derechos adquiere centralidad en el caso de esta radio; pero esta característica no es exclusiva de esta zona, sino que la podemos encontrar en toda América Latina.

FM Comunitaria La Voz Indígena que posee sus instalaciones en la ciudad de Tartagal en calle San Martín 1090, es una radio comunitaria e indígena, que se convirtió en el primer y único medio conducido, producido y administrado por Pueblos Originarios en el norte de la provincia de Salta. La región en la que se ubica esta radio es rica en diversidad étnica ya que conviven siete pueblos originarios, cada uno de ellos con sus respectivas lenguas.

LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA COMO ESTRATEGIA PARTICIPATIVA DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS. SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS

Elda Tejerina- Ministerio de Educación, Ministerio de Justicia, Ministerio Público, UCASal
(agutejerina@yahoo.com.ar)

Claudia Alemandi- Ministerio de Educación, Ministerio de Justicia, Ministerio Público, UCASal
claudiaalemandi@gmail.com)

El punto de partida para la comunicación comunitaria son las experiencias, los procesos, las reflexiones y acciones de las comunidades involucradas. En este contexto resulta fundamental que las personas valoren sus saberes previos, con el objeto de adquirir nuevas herramientas para interpretar su propia realidad y realizar acciones que les permitan mejorar sus condiciones de vida.

Nuestro trabajo tiene el propósito de valorar la comunicación comunitaria como espacio de vinculación social, de expresión, de construcción de sentidos compartidos y, en nuestro caso, la mediación como el lugar propicio para generar estrategias participativas de resolución de conflictos. Como explica María Cristina Mata (2009), las diversas experiencias en comunicación comunitaria buscan “espacios de articulación con otras instancias mayores de comunicación (...), la práctica de la comunicación comunitaria no se restringe al recurso propio, a lo que se tiene, sino que se busca una ampliación permanente”.

Por lo tanto, para hablar de comunicación comunitaria resulta imprescindible hacer referencia a la práctica, en nuestro caso haremos alusión a las personas que asisten a una audiencia de mediación. En este sentido, los/as mediadores/as privilegian el uso de estrategias capaces de estimular la participación activa de las partes involucradas mediante técnicas de comunicación: la escucha activa, el parafraseo, entre otras, y habilidades comunicativas, como por ejemplo la empatía, con el objetivo de (re) construir vínculos humanos basados en el diálogo y sostenibles en el tiempo.

Lo novedoso de la estrategia de comunicación comunitaria es que, además de proponer a la población que asiste a una mediación alternativas productivas y sostenibles, las mismas acciones participativas, propias de la comunicación, se pueden convertir en opción de vida y desarrollo para muchas personas, ello se verá reflejado en la sistematización de experiencias que se presentará como producción final de nuestra ponencia.

FEMINISMO Y MOVILIDAD: ¿CÓMO LOGRAR LA OCUPACIÓN DE LA VÍA PÚBLICA EN BICICLETA?

Andrea Verdún- Universidad Nacional de Salta
(andreaverdunsajama@gmail.com)

Jimena Perez Marchetta- Universidad Nacional de Salta
(vervidrieras@gmail.com)

El trabajo parte del análisis del tratamiento mediático de piezas comunicacionales, sobre abusos, agresiones y ataques a mujeres ciclistas.

Este recorrido deja ver que el abordaje y la difusión de las mismas al no estar atravesadas por una perspectiva de género, interseccional y de derechos, además de naturalizar, legitimar y construir patrones socioculturales reproductores de las desigualdades entre los géneros, agrava la percepción de inseguridad, limita la posibilidad de elegir

la bicicleta como movilidad, la autonomía, la libertad y contribuye a la reclusión de las mujeres y de las identidades vulneradas por el patriarcado al ámbito privado y las herramientas que las organizaciones ciudadanas emplean tendiendo redes desde el voluntariado para instalar la movilidad como un derecho en la agenda de los tomadores de decisiones.

LAS REDES DE INTERNET COMUNITARIAS EN EL MARCO DE EXPERIENCIAS COMUNITARIAS DE COMUNICACIÓN Y DE CULTURA

Cintia Weckesser- CIFFyH, UNC y UPC
(cintiaweckesser@gmail.com)

Anna Valeria Prato- CIFFyH, UNC y UPC
(pratovaleria@gmail.com)

Esta ponencia expone algunas aproximaciones de la primera etapa de la investigación en curso que analizará el despliegue de la red comunitaria de internet en el paraje Los Algarrobos (Traslasierra, Córdoba, Argentina) durante 2019 promovida por la ONG AlterMundi. El trabajo se enmarca en las actividades del equipo de investigación sobre Sociedad Civil, Derechos y Políticas de Comunicación y Cultura que dirige María Soledad Segura en el CIFFyH-UNC desde 2012. En esta presentación, nos preguntamos qué rasgos de los procesos que llevan adelante las redes comunitarias de Internet, actualizan características de otras experiencias de organizaciones de comunicación y cultura de América Latina, como las radios y televisoras comunitarias o las organizaciones de cultura comunitaria. Para ello, realizamos un relevamiento bibliográfico y participamos en algunos de los encuentros que tuvieron lugar durante la Cumbre Latinoamericana de Redes Comunitarias de Internet de la que participaron referentes de 17 colectivos que las impulsan, realizada en La Serranita (Córdoba) en septiembre de 2018.

EJE 4. COMUNICACIÓN, ÉTICA, LEGISLACIÓN Y POLÍTICA

PRESIDENTES TUITEROS: “LA ESCUELA DE DONALD TRUMP”

Efrain Alejandro Arlati Sala-UNT
(efrainarlati@gmail.com)
Victor Gaston Atonur-UNT
(gastonatonur@gmail.com)

Este trabajo busca, desde la perspectiva de las redes sociales como campo emergente de las discusiones políticas y la formación de opiniones, generar conciencia crítica, ética y profesional respecto a lo dicho por figuras públicas y políticas en estos medios.

Basándonos en la teoría del lingüística cognitivo George Lakoff de su libro “No pienses en un elefante: Lenguaje y debate político”, es que se buscará, a través del caso Donald Trump, indagar y analizar la participación y utilización de las redes sociales, en especial Twitter, a la hora de la implantación y creación de agendas públicas en desmedro de los métodos tradicionales de correlación de la agenda mediática con la mencionada agenda pública; a la hora de una campaña electoral y un posterior mandato presidencial sostenida en estos espacios de comunicación digital.

Siguiendo el método propuesto por Lakoff, se buscará analizar la utilización de Twitter por distintos presidentes o candidatos presidenciales para la implantación de agenda y quienes forman parte de “la escuela tuitera de Trump” y quienes manejan otros métodos de utilización de las redes sociales.

Proponemos también, algunas herramientas útiles para el periodista, comunicador y estudiante a la hora de enfrentarse, en el mundo digital, a esta camada de presidentes tuiteros y que postura se debe adoptar frente a este creciente fenómeno. Los valores éticos y democráticos a conservar, la búsqueda y el interés por la verdad, la lucha por no ser funcional a estas estrategias y la integridad profesional del periodista tanto en su labor como en su participación digital; serán la base de nuestra conclusión en búsqueda de una mejor participación política en los tiempos de redes sociales.

POLÍTICAS DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA. TRANSFORMACIONES A PARTIR DE LA INCORPORACIÓN DEL PARADIGMA DE GOBIERNO ABIERTO EN EL ÁMBITO DEL PODER EJECUTIVO DE LA PROVINCIA DE JUJUY.

Iván Rafael Alfaro
(ivan.ra.alfaro@gmail.com)

El acceso a la información pública en la provincia de Jujuy ha recibido un tratamiento específico en materia de política pública desde el año 1989 cuando fue sancionada la ley 4.444 de Ética Pública y Acceso a la Información del Estado, que tras más de una década fue reemplazada por la nueva ley 5.886 de Acceso a la Información Pública, la cual incorpora los principios de gobierno abierto implementados a nivel provincial. El objetivo es realizar un análisis descriptivo sobre las transformaciones en las políticas de acceso a la información pública en Jujuy, a partir de la incorporación del paradigma de gobierno abierto en el ámbito del Poder Ejecutivo provincial. Para su cumplimiento se hizo un relevamiento de la normativa sobre el derecho de acceso a la información pública en Jujuy y se identificaron las acciones de gobierno implementadas a partir de la incorporación de los principios de gobierno abierto, tales como la transparencia, la participación de los ciudadanos y la rendición de cuentas. Comprender este proceso desarrollado en el tiempo como una política pública permitió analizarlo de modo contextualizado, es decir, con el foco en los hechos y actores sociales que tomaron parte en el desarrollo de la política de acceso a la información pública. La estrategia metodológica es de carácter cualitativa y recurre a los aportes del estudio de caso de acuerdo a como lo explican Marradi, Archenti y Piovani (2007). Las técnicas de recolección de datos utilizadas son el análisis de fuentes documentales o investigación documental, se relevaron leyes, decretos, reglamentaciones; la entrevista en profundidad semiestructurada a informantes clave; el relevamiento de páginas web de distintas áreas del estado

provincial pertenecientes al ámbito del Poder Ejecutivo; y la solicitud de información a la Dirección de Transparencia y Gobierno Abierto de Jujuy.

LA REEMERGENCIA DEL SINDICALISMO DE BASE (2004-2017). CONSIDERACIONES SOBRE LA CLASE OBRERA EN LA ARGENTINA POSCONVERTIBILIDAD

Marco Balbi - UNGS
(marcoagbalbi@gmail.com)

Luego de la década del 90 y la crisis del 2001 signadas por la convertibilidad, que tuvo como principales protagonistas a los movimientos de desocupados en los conflictos sociales de ese entonces, y a un sector de las clases medias urbanas en las jornadas de diciembre de aquel año, reaparecieron los trabajadores asalariados como actores en la escena nacional. Es precisamente el año 2004 el momento en que resurgen los conflictos sindicales, en principio por reclamos salariales. En este contexto de revitalización sindical, reemerge lo que se denomina sindicalismo de base, que será el centro de análisis del presente trabajo, desarrollado en el marco de la materia Comunicación Masiva y Matrices Culturales de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS). Si bien podemos considerar al sindicalismo de base como una manifestación contrahegemónica de la cultura popular, el objetivo del presente trabajo es demostrar, a través de sus prácticas e intervenciones políticas, las potencialidades de la clase obrera para generar hegemonía sobre otras fracciones de trabajadores y sobre los sectores populares. Esto nos permite pensar sobre las posibilidades de los trabajadores como clase hegemónica dentro del campo popular para resistir los proyectos neoliberales que avanzan en la región, e incluso para generar una alternativa política afín a los intereses de los sectores populares. Para realizar este análisis es importante indagar cuáles son los sentidos que circulan y las identidades que se generan en los trabajadores que fueron parte del sindicalismo de base. Una identidad sobre el yo (sobre los trabajadores del sindicalismo mismo) y otra sobre un ellos (trabajadores que no son parte del sindicalismo de base y otros sectores populares, y aquellos que puedan englobarse como “enemigo/s” a enfrentar). El protagonismo histórico de la clase obrera en nuestro país y su vuelta a los principales conflictos sociales permite polemizar con aquellas teorías que postulan que la caída del Muro de Berlín y el colapso de los Estados obreros burocratizados y deformados que dirigía el stalinismo en un contexto de expansión del neoliberalismo a nivel mundial, marcaron el fin de la sociedad industrial, y junto con ella el fin de la clase obrera como sujeto revolucionario y de la lucha de clases.

GRÁFICOS: PIONEROS EN ORGANIZACIÓN GREMIAL

Mariana Baranchuk - UNQ
(baranchukm@gmail.com)

Describir la historia del gremio de los gráficos argentinos es, en parte, contar hitos fundantes del movimiento obrero argentino. Es dar cuenta de sus virtudes, de sus disputas, de sus logros, de sus desafíos, de sus héroes y de sus mártires. Los gráficos crearon la primera organización gremial del país en 1887, también cuentan con el mérito de haber protagonizado la primera huelga de trabajadores de la historia argentina, así como de haber sido los primeros en sentarse en una mesa negociadora con la patronal y de haber firmado una suerte de Convenio Colectivo de Trabajo (CCT), estableciendo el germen de las comisiones paritarias. En marzo del 68, en el marco del Congreso Normalizador Amado Olmos, se fundó la CGT de los Argentinos, de la cual Raimundo Ongaro -dirigente de los gráficos- fue elegido Secretario General; el 1° de mayo nace el Periódico de la CGT de los Argentinos (CGTA) cuyo director periodístico fue Rodolfo Walsh constituyendo un ejemplo paradigmático de prensa obrera de calidad. El sindicato de Capital Federal y Gran Buenos Aires -como tantos otros- fue intervenido en la última dictadura cívico-militar, logró reorganizarse a partir de 1983 con el retorno del Estado de Derecho y sus afiliados fueron reconvirtiendo su labor, en sintonía con los constantes cambios de las tecnologías de impresión. La férrea oposición al neoliberalismo y a otras formas de opresión social, conforman parte de la identidad de las y los trabajadores organizados de las industrias gráficas.

EL ROL DEL PERIODISMO EN LOS PROCESOS ELECTORALES

Elba Clarisa - Facultad de Filosofía y Letras – UNT
(clarissec@hotmail.com)

En general, la prensa autojustifica su función de servicio a la comunidad y se atribuye criterios ligados a la objetividad y a la ética en la divulgación de información. Sin embargo, hoy es bastante frecuente que los medios reproduzcan hechos llamativos que se difunden por las redes sociales, -tal como ha ocurrido con las elecciones recientes en la provincia- sin que se chequeen y compruebe su verdad. La desinformación y la difusión de noticias falsas en tiempos de elecciones incide negativamente en la contribución del periodismo a la democracia y le quitan valor a su tarea fundamental que es la de brindar información verificable, máxime si se tiene en cuenta la influencia que ejercen en la manera de votar de las personas. Al periodismo le cabe analizar su función informativa para no ser arrastrado por la vorágine actual en la que todos filman a todos y divulgan el material obtenido cuánto antes en las redes sociales, con el agravante que en la mayoría de los casos refiere a la vida privada de los candidatos, con aristas ligados a la polémica y al escándalo. Este fenómeno alimentado por las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías acarrea funciones nuevas a los diferentes actores involucrados: el periodismo debería hacer uso de todas las herramientas disponibles para combatir los riesgos, como la verificación de la información y el chequeo de datos. Los medios de comunicación deberían ser mediadores imparciales del discurso público entre quienes tienen el poder político y los ciudadanos a quienes sirven en un contexto democrático; los electores por su parte deberían también estar alertas para no entrar en el circuito de producir y consumir noticias falsas. Si los ciudadanos pueden analizar la información de manera crítica, pueden identificar fuentes confiables y son menos propensos a compartir información falsa; en síntesis, necesitan poseer la capacidad de interactuar con la información y tomar decisiones de manera libre. Cuando los medios se alejan de lo esperable, más que mediadores se transforman en recursos que sirven al poder político por medio de prácticas alejadas de la ética periodística y al fin de cuentas terminan operando a favor de un determinado partido político, ideología o candidato. En cuanto a los candidatos, en general no abundan propuestas o la discusión de ideas para solucionar los problemas de la gente, por el contrario, apelan a la descalificación del rival mediante artimañas y procedimientos de diversa índole, lo que provoca una sensación de vacío e indignación en los electores ante la falta de una plataforma seria de ideas. La política bien entendida está siempre al servicio de los demás, exige honestidad y transparencia de los actos de quienes la practican. Dentro del entramado descripto, en el desarrollo del presente trabajo se buscará ahondar en la labor periodística dentro de los parámetros éticos exigidos y de la legislación pertinente al detectar, analizar y exponer lo que ocurre en la sociedad en el caso particular de los procesos electorarios.

UN ANÁLISIS DEL FONDO DE FOMENTO CONCURSABLE PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (FOMECA) DESDE EL ENFOQUE DE DERECHOS DURANTE EL PERÍODO 2013-2016

Dolores Guichandut - UBA, UNLa-CONICET
(dologuichandut@gmail.com)

En Argentina, la sanción de la Ley 26.222 de Servicios de Comunicación Audiovisual en el año 2009 significó, entre otras cosas, el reconocimiento del sector sin fines de lucro como un actor con derecho a acceder a una licencia de radiodifusión. Si bien estas emisoras tienen una larga historia en la comunicación de nuestro país, a pesar de no haber estado reconocidas legalmente, es recién en el año 2009 cuando una norma que regula los servicios audiovisuales las constituye en sujeto de derechos. Este avance en relación con una comunicación más democrática, contempla además la formulación de programas para favorecer la sostenibilidad del sector, como es el caso del Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA). Ante el desarrollo de este Programa desde el año 2013, se han formulado los siguientes interrogantes: ¿De qué manera los programas de fomento como estos contribuyen a la sostenibilidad del sector sin fines de lucro? ¿En qué medida colaboran en la efectivización de derechos en relación con la comunicación? ¿Cuáles son las representaciones que tienen esos sectores respecto de sus derechos y del cumplimiento de los mismos? ¿Qué impactos tiene una política de subsidios para los destinatarios en tanto sujetos e instituciones? ¿Qué tipo de institucionalidad les otorga? En la búsqueda de respuestas, este trabajo propone un análisis de la implementación del FOMECA en el período 2013-2016 desde el enfoque de derechos. El

propósito de esta ponencia consiste en visibilizar el proceso de indagación y compartir los primeros resultados y ejes de análisis.

DESPENALIZACIÓN DE CALUMNIAS E INJURIAS Y LAWFARE

Javier Flax - Universidad Nacional de General Sarmiento
(jflax@campus.ungs.edu.ar)

Se procura indagar en qué medida la lawfare y las falsas noticias o fake news necesarias para llevarlo a cabo son facilitadas por la actual legislación en torno a las calumnias y las injurias. Como es sabido, los poderes del Estado recurrieron a diferentes figuras penales para perseguir a sus críticos y disciplinar al periodismo. Primero se utilizó la figura penal del desacato y una vez derogada la misma se avanzó a través de las figuras penales de calumnias y de injurias hasta que se derogó la penalización de las calumnias “en las expresiones referidas a asuntos de interés público o las que no sean asertivas” y con respecto a las injurias “en las expresiones referidas a asuntos de interés público”. Ahora bien, cabe señalar el fallo de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en “Kimel Vs. Argentina”, que tuvo que ver con la violación del principio de legalidad, dado que, tal como estaban redactados en el Código Penal vigente los delitos de calumnias y de injurias, no existía una tipificación de las conductas que podían encuadrarse como tales. Con lo cual el uso indiscriminado conducía a una afectación de la libertad de expresión. La Corte Interamericana recomendó entonces que “si el Estado decide conservar la normativa que sanciona las calumnias e injurias, deberá precisarla de forma tal que no se afecte la libre expresión de inconformidades y protestas sobre la actuación de los órganos públicos y sus integrantes”. Asimismo, la Corte Interamericana reconoció -en línea con la Convención Americana de DDHH- que el derecho al honor es un derecho tan fundamental como la libertad de expresión y, aunque hay que priorizar en general la libertad de expresión, esto no debe considerarse absoluto. En términos de la Corte IDH “subyace un conflicto entre el derecho a la libertad de expresión en temas de interés público y la protección de la honra de los funcionarios públicos. Es necesario garantizar el ejercicio de ambos. Ponderación a través de un juicio de proporcionalidad”. Pero la ley 26.551 no tipificó los delitos de calumnias e injurias, sino que eliminó las sanciones penales para cuestiones de interés público. De manera tal que se habilitó la difamación de funcionarios y gobernantes o ex gobernantes sin más consecuencia que un eventual juicio civil a cuyo término se paga una indemnización si se prueba que las expresiones fueron realizadas con “real malicia”, es decir, a sabiendas de la falsedad de las mismas. Esta sanción puede constituir una inversión menor si un grupo económico o un grupo multimediático concentrado quieren difamar libremente a sus enemigos políticos en su ejercicio del “periodismo de guerra”, como surge del “Plan Gutiérrez”. Cabe preguntarse, entonces, a la vista de las operaciones de prensa que ponen en jaque a las democracias latinoamericanas, si no habría que habilitar un debate sobre la conveniencia o no de modificar esas normas, en el sentido de tipificar los delitos contra el honor, como recomendaba la Corte Interamericana.

DES-CONTROL EN EL SECTOR DE LAS COMUNICACIONES

Iván Gustavo Lello - Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales – UNJU
iglello@gmail.com

La regulación y control del sector de las comunicaciones en Argentina adoptó una compleja estructura normativa e institucional que, sin embargo, se ha mostrado ineficaz para hacer cumplir las disposiciones relativas a des-concentración y mitigar la voracidad empresarial. Con leyes específicas para el sector y otras de carácter general para la actividad económica, los organismos de control carecen de instancias de articulación y coordinación. En el actual escenario político, el gobierno del PRO declama la convergencia de los mercados de la radiodifusión y de las TICS, mientras ha cooptado el ENACOM y su integración se ha reducido a actores políticos y representantes de las empresas comerciales. Los debates contemporáneos sobre políticas de comunicación advierten que los marcos normativos y las políticas de comunicación, aunque tengan improntas democratizadoras y antimonopólicas, requieren organismos de control independientes de los intereses económicos y políticos, además de una definición clara acerca del alcance de sus competencias. El objetivo de este trabajo es analizar la situación argentina en materia de autoridad regulatoria en el sector de la radiodifusión, considerando las disposiciones de la Ley de Servicios de Co-

municación Audiovisual en su texto original y las que surgieron tras las modificaciones introducidas por el Decreto 267/15. Para ello, se tomarán como referencias las recomendaciones contenidas en documentos que, sobre libertad de expresión, han elaborado organismos internacionales de derechos humanos. Resulta indispensable revisar el marco normativo tal como fue sancionado en su versión original (Ley 26.522) y tras los cambios introducidos por el gobierno de Mauricio Macri a poco de iniciado su mandato. Además, se analizan otras instancias institucionalizadas con atribuciones de control y regulación en la materia. De 1980 a este momento, la radiodifusión argentina tuvo tres organismos de aplicación en materia de comunicación audiovisual: el COMFER (producto del decreto-ley 22.285 de la dictadura de Videla); el AFSCA (creado por la ley 26.522 sancionada por el Congreso durante el gobierno kirchnerista; y el ENACOM (instaurado por decreto del presidente Macri apenas iniciado su mandato, modificando la ley vigente de servicios de comunicación audiovisual). En el primer caso, la integración del ente de contralor estaba circunscripto a representantes de las fuerzas armadas, y ya en democracia sus miembros fueron representantes civiles de los poderes Ejecutivo y Legislativo. No obstante, en estos últimos casos, la diversidad y pluralidad de su integración resulta bien distinta. “Todas las autoridades públicas con autoridad regulatoria formal sobre los medios de comunicación deben ser protegidas frente a cualquier injerencia, en especial la de naturaleza política o económica, a través de procesos de designación de sus miembros que sean transparentes, que permitan la participación ciudadana y que no se encuentren controlados por ningún partido político”, afirma la Declaración Conjunta de 2003 de los entonces tres representantes especiales internacionales sobre la libertad de expresión. Tales recomendaciones fueron ignoradas por el gobierno argentino en 2015.

EL ESTADO COMO GARANTE DEL DERECHO A LA COMUNICACIÓN: LA EXPERIENCIA DEL BANCO AUDIOVISUAL DE CONTENIDOS UNIVERSALES ARGENTINO (2011-2017)

María Andrea Mallimaci - UBA
(anmallimaci@gmail.com)

La investigación que se presenta se propone abordar la experiencia del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (Bacua) desde su formación en el año 2011 hasta su declive, en 2017. El Bacua consistió en una política de comunicación impulsada desde el Poder Ejecutivo Nacional de Argentina a través del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios para el desarrollo de un banco público de contenidos audiovisuales en el contexto de la implementación del sistema de Televisión Digital Terrestre. El abordaje propuesto supone un análisis de los objetivos de su formación, plasmados en el decreto 835/2011, y la vinculación de éstos con el concepto de derecho a la comunicación como aquel derecho humano que debe ser garantizado por los estados y que brinda la potestad a sus ciudadanos de ir más allá de la ausencia de penas, sino más bien hacia la afirmación de garantías. El período abordado por este trabajo se enmarca en un momento histórico signado por las presidencias de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011; 2011-2015). Durante estos tres gobiernos se llevó adelante un fuerte desarrollo de políticas de comunicación, sobre todo en el campo audiovisual. La pregunta que alumbra a esta investigación es sobre la relación entre la política analizada y el derecho a la comunicación: ¿cumplió el Bacua sus objetivos y ayudó a fortalecer el derecho a la comunicación en Argentina en el período comprendido entre 2011 y 2017? Para eso fue necesario rastrear la conceptualización teórica desarrollada sobre el concepto de derecho a la comunicación desde la concepción de los derechos humanos, la economía de la comunicación y el análisis de ciudadanía y políticas públicas. El derecho a la comunicación es en este sentido un punto de partida. Desde esta concepción que define a la comunicación como un derecho humano es desde el cual se inició el proceso de investigación. La noción de ciudadanía fue particularmente pertinente en las conclusiones generadas desde este abordaje. El momento histórico abordado en este trabajo se caracterizó por una creencia en el poder de las políticas de comunicación como forma de cambiar las reglas de un campo históricamente concentrado y oligopólico. El debate nacional sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) sancionada en 2009 fue, en este sentido, la demostración de una creencia en la letra de la ley como vehículo para cambiar los escenarios mediáticos que no se vio en otros momentos históricos. En este sentido, el relevamiento de leyes, decretos, resoluciones y normativas sobre el objeto analizado se volvió nodal porque vincula al Bacua con el conjunto de creencias y herramientas legítimas del accionar político de esta época. El trabajo arqueológico que significó rastrear las huellas normativas de la política analizada permitió observar uno de sus puntos débiles: la absoluta vulnerabilidad de una política sostenida desde el hacer pero sin vinculación con la norma. Esta vulnerabilidad se hizo más cabal en el contexto analizado que,

como ya veremos, asumió a la legislación como una forma de lucha por el poder.

TENSIONES EN TORNO A LA “LEY PINEDO”: LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y AGENDAS PENDIENTES EN LA REGULACIÓN DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES

Micaela Gimena Pico - UNSa

(micaelapico6@gmail.com)

Silvana Aixa Hnilitze - UNSa

(aixa.hnilitze@gmail.com)

Víctor Hugo Ligarribay - UNSa

victorligarribay@gmail.com

A fines del año 2017, la Cámara de Senadores de la Nación Argentina dio media sanción al proyecto de Ley sobre “Responsabilidades de los proveedores de servicios de Internet”, también conocida como “Ley Pinedo”, por el nombre de uno de sus autores, el senador nacional Federico Pinedo (PRO—Cambiamos). Como sostiene su título, el proyecto intenta establecer criterios regulatorios para los proveedores de servicios de internet, con el objeto de “regular la responsabilidad” de éstos sobre los contenidos que circulan a través de los sitios que brindan sus servicios (proveedores de enlace y búsqueda, de comercio electrónico, de publicación y alojamiento de contenidos, de almacenamiento automático, entre otros). Previo a la discusión en diputados, las voces disidentes no se hicieron esperar. Las cámaras representantes de los escritores, editores, músicos y artistas criticaron el proyecto por “liberar de responsabilidad” a las plataformas respecto a la violación de los derechos de autor y propiedad intelectual. A contramano de lo que ocurre en Europa y en otros países del mundo donde la tendencia es reforzar las protecciones sobre los derechos de autor y las industrias creativas en el ámbito digital, la “ley Pinedo” se orientaría a judicializar la decisión final sobre la legalidad de los contenidos online, y a quitar a los intermediarios responsabilidades sobre la circulación de determinados contenidos en la web. Desde un abordaje que contemple la relación entre Estado, poder y medios de comunicación, este trabajo se propone: indagar sobre los fundamentos teóricos vinculados a la libertad de expresión y al derecho a la comunicación que subyacen a los distintos posicionamientos políticos e ideológicos de los actores intervinientes en la discusión del proyecto. Si bien el proyecto ha perdido estado parlamentario en 2018, la discusión sobre el rol del Estado, los intermediarios digitales, las empresas productoras de contenidos y la ciudadanía, sigue teniendo más vigencia que nunca. Por lo que el debate sobre la regulación de asuntos tan sensibles como la propiedad intelectual, el derecho a la libre expresión y el acceso a los bienes culturales, consideramos, debería articular las discusiones actuales sobre el interés público en torno a la utilización de internet y las plataformas digitales. Ya que, en última instancia, y como sostiene Claudio Ruiz, lo que se encuentra actualmente en disputa es: “¿de qué manera nos imaginamos, pensamos y gobernamos espacios que son privados pero que inciden en cuestiones públicas?”.

EL SINDICALISMO HUMANISTA: LA BÚSQUEDA DE UNA REVOLUCIÓN

Ricardo Alvarellos - UNLaM

alvarellos1957@hotmail.com

En 1954 se funda en Chile la Central Latinoamericana de Sindicalistas Cristianos (CLASC) y una década después cambia su nombre por el de Central Latinoamericana de Trabajadores (CLAT). Si bien esta organización sindical no fue relevante en términos cuantitativos —al 15/20% del total de trabajadores afiliados de la región—, sí lo fue en términos cualitativos. Esta ponencia destacará el contexto de su surgimiento y especialmente el proceso de renovación para la agenda sindical latinoamericana que implicó su presencia en la región así como el carácter emancipador en la década de los sesenta. La Central CLAT representó el pensamiento socialcristiano en América. Este trabajo pretende rescatar esta Central sindical que, en un contexto de confrontación ideológica, reivindicó la singularidad de la problemática latinoamericana y la necesidad de crear un poder basado en las organizaciones de trabajadores. Para ello debió romper con la historia de las organizaciones cristianas históricamente aliadas a las élites y proponer una organización revolucionaria y emancipadora.

IMÁGENES DEL POPULISMO EN LOS MEDIOS: ¿REVANCHA O UN NUEVO ESCENARIO DE LA RELACIÓN PRENSA-PODER? EL CASO DE MÉXICO

Rosa María González Victoria - Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
rgonzalez@uaeh.edu.mx

Víctor Olid Trejo Vivanco - Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
victorolidtrejo@gmail.com

El presente trabajo analiza y caracteriza el populismo y, sobre todo, a los líderes calificados como “populistas”. Además, identifica como uno de sus principales rasgos la confrontación con los medios de comunicación. ¿A qué se debe ese enfrentamiento? ¿Qué hay detrás de esta confrontación? ¿Obedece a funciones inherentes de los medios de informar, hacer críticas y gestionar denuncias sobre el desempeño de gobiernos y gobernantes? Sin duda, los medios de comunicación operan como una salvaguarda política de las sociedades occidentales, como las latinoamericanas, al hacer efectivos dos de los derechos fundamentales de los gobiernos que se conciben democráticos: el derecho a la información y el derecho a la libertad de expresión. De ahí lo problemático de dar una respuesta única sobre dicho enfrentamiento. En este trabajo se exponen los avances de un análisis de esa confrontación entre medios periodísticos y el actual presidente de México, a quien califican de “populista” mediante imágenes que lo igualan con el considerado principal enemigo de México: el actual mandatario de Estados Unidos. Aunque a uno lo tildan de “populista de izquierda” y al otro de “populista de derecha”, para los críticos más recalcitrantes o acérrimos, ambos son lo mismo: “populistas”. En esta exposición se parte de la idea de Van Dijk (2009, 2017) de que quienes producen noticias, a través de ideologías, construyen textos cuyas estructuras tienen un impacto en los modelos mentales de las personas y en la generación de prejuicios. Entre los resultados preliminares del análisis visual y discursivo de una parte del corpus reunido para esta investigación, se identifica que el uso del término “populismo” como estrategia discursiva mediática, está transcurriendo de una aparente simple revancha a una lucha de poder que vaticina un nuevo escenario en la relación prensa-poder o prensa-gobierno; por tanto, con importantes repercusiones en la ética, la legislación y la política o línea editorial de los medios informativos en México.

HACIA UNA REVISIÓN CRÍTICA DE LOS FUNDAMENTOS DE LOS MODELOS IDEALES DE TELEVISIÓN PÚBLICA EN AMÉRICA LATINA

Víctor Taricco - UBA
(vtaricco@gmail.com)

El debate sobre qué es y para qué sirve la televisión pública atraviesa la constitución misma del campo de la comunicación en América Latina. De inspiración europea, los Servicios Públicos de Radiodifusión se han presentado siempre como la contracara de la televisión comercial norteamericana y como el modelo ideal de televisión para las experiencias de propiedad estatal en la región. Sin embargo, en la historia reciente hemos presenciado un renacer de la televisión pública latinoamericana que ha sido criticada por investigadores y especialistas por no adaptarse a los parámetros y postulados determinados por los modelos ideales fundamentalmente en cuestiones que tienen que ver con el pluralismo de sus agendas periodísticas y la representación de oficialismos y oposición. Este trabajo, a través del análisis de dos estudios, se propone reflexionar sobre las conceptualizaciones teóricas que condensan estos modelos ideales de televisión pública, dar cuenta de los procesos histórico-políticos donde estas teorías surgieron y preguntarse por la verdadera eficacia de estas construcciones teóricas en el espacio público.

LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA TELEVISIÓN ABIERTA EN TUCUMÁN: CAUSAS DE SU DEPENDENCIA

María Eugenia Waldmeyer
(waldmeyerme@hotmail.com)

Desde hace ya un tiempo prolongado -alrededor de 6 años-, la autora de esta ponencia ha centrado su investi-

gación en la programación de los canales de televisión locales de la provincia de Tucumán y en la incidencia de los contenidos foráneos en esas programaciones. También buscó establecer cuáles son las causas de dependencia existente entre los estos y la grilla local. En este mismo sentido, atravesó con su observación, incluso, la sanción de la Ley 26.522 y su vigencia hasta nuestros días. El propósito de la ponencia que aquí se resume es establecer un panorama de la situación actual de la TV tucumana de aire: contenido de la programación y actores de producción locales, la dependencia con los contenidos de canales y productoras de Buenos Aires. Consecuentemente, también se buscará establecer un panorama actualizado de la producción audiovisual de la provincia y señalar algunos aspectos relevantes de la incidencia del rating en estos formatos. El tema parte de un panorama de los antecedentes históricos de la televisión del interior del país, causas de su dependencia con relación a la producción televisiva denominada argentina, pero que es producida y gestionada en el campo audiovisual central, Buenos Aires y zona de influencia. Para precisar este proceso acabadamente también se impone la necesidad de establecer los parámetros útiles que permitan apreciar qué rol tiene hoy la televisión abierta en el público tucumano; hacia dónde va la demanda, qué caracteres tiene la audiencia que la busca.

EJE 5. MEDIOS Y PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS

EL “MITO” DEL PERIODISMO INDEPENDIENTE

Sebastián Ernesto Ackerman - UBA
(sebasackerman@gmail.com)

En el presente trabajo hay un doble objetivo: por un lado, analizar la manera en la que en la historia del periodismo argentino se construyó la imagen de la práctica periodística como “objetiva” o “independiente” (de la política partidaria), realizado a través de la “naturalización” de un proceso histórico. Y por el otro lado, la presentación de un breve recorrido por algunos ejemplos de diarios o revistas que, en diferentes momentos, explicitaron un posicionamiento político en sus páginas. Todo ello teniendo como horizonte el análisis de las condiciones de posibilidad de Página/12 en el campo periodístico nacional. La ruptura que produjo el diario tiene que ver menos con alguna novedad radical que con una articulación novedosa de diversas prácticas que se desarrollaron en los casi 170 años de publicaciones periódicas argentinas. Allí se encuentran ciertos rasgos de periodismo faccioso en tanto explicitación del lugar de enunciación y la firma del periodista como garantía de veracidad de lo dicho; el diseño de la portada como una invitación a la lectura y no sólo como la primera página del diario; una interpelación al lector desde la redacción buscando complicidad; y la construcción de una agenda propia con eje en los derechos humanos. Página/12 hoy es parte de lo que desde los sectores dominantes del periodismo se denomina “militante”, en tanto explicita su lugar de enunciación. Lo que estas líneas permiten poner en escena es que ello no lo inhabilita como periodismo ni lo excluye de la tradición del periodismo nacional; de hecho, sostenemos que todos los periódicos tienen una posición política -partidaria o no- en el sentido de intervenir en lo social como instrumento político. Esta construcción del “periodismo dominante” es un mito periodístico, en tanto convierte en naturaleza un momento histórico. Para sostener esta perspectiva, se realiza un recorrido por los que el autor considera hitos en la historia del periodismo argentino: desde La Gazeta de Buenos Aires y La Nación, pasando por diarios de izquierda de fines del siglo XIX y la primera etapa de Crítica como ejemplos de periodismo faccioso. También pasando por Clarín, Noticias y La Opinión desde mediados del siglo XX como publicaciones que, desde una propuesta “profesional” de periodismo y en ese sentido de “neutralidad”, buscaron intervenir en la vida política y social del país. Por ello, entender al diario en sus relaciones con la historia del periodismo, su pasado reciente, sus marcas en la práctica del oficio y su contexto histórico-político es necesario en tanto no se puede analizar un “producto” en sí, como si los “valores” y “significaciones” que encarna le pertenecieran esencialmente cual si fuera una identidad cerrada, clausurada, fuera de toda relación; hay que entender al “elemento signifiante” en tanto parte de un entramado en el que el elemento analizado es un eslabón más de una red que, a partir de las diferentes relaciones que establece entre sus partes, define esas identidades (cualidades, valores, significaciones) en la relación que cada elemento establece con los demás.

DEL GRITO DE GOL AL CRITERIO

Melaní Andrea Agüero - Universidad Nacional de General Sarmiento
(m.a.a_07@hotmail.com)

Lucía Belén Lucero Vasconcellos - Universidad Nacional de General Sarmiento
(lulucero280997@gmail.com)

En este trabajo se aborda la periodización de la televisión argentina en los términos de Umberto Eco (paleotelevisión, neotelevisión) y de Mario Carlón (metatelevisión), además del fenómeno del panelismo televisivo. En ese contexto, se analiza la transición del periodismo deportivo a periodismo de interés general de tres periodistas de reconocida trayectoria y su inserción en el mercado televisivo argentino al momento de modificar el rumbo de sus

carreras profesionales.

LA COBERTURA NOTICIOSA SOBRE EL CASO DE LA DESAPARICIÓN DEL SUBMARINO ARGENTINO ARA SAN JUAN DESDE EL DIARIO PÁGINA 12 EN SU VERSIÓN GRÁFICA

Claudia Chantal Arduini Amaya - Universidad Nacional de Quilmes
(yantyarduini@gmail.com)

El submarino argentino Ara San Juan partió desde el puerto de Ushuaia, Tierra del Fuego, el lunes 13 de noviembre del 2017 con 44 tripulantes hacia Mar del Plata, Buenos Aires. El 15 de noviembre fue la última comunicación que produjo. Tres días más tarde la Armada Argentina oficializó la desaparición y emprendió la búsqueda. Este acontecimiento se transformó así en uno de los temas de agenda de los medios nacionales. El propósito de esta ponencia es estudiar la cobertura mediática efectuada por el diario Página 12 -versión gráfica- sobre dicho caso, desde el 18 de noviembre del 2017 hasta el 18 de mayo del 2018, fecha en la que se cumplieron los seis meses que permiten -por ley- dar por desaparecidos a los submarinistas y finalizar definitivamente la búsqueda. El estudio de todos los artículos encontrados en este lapso temporal será atravesado por la teoría de la agenda setting y la metodología del análisis de contenido. A partir de estas bases teórico-metodológicas se espera contribuir a los estudios nacionales de agenda setting.

PRENDAMOS EL VENTILADOR: TENSIONES EN TORNO A LAS PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN LA EXPERIENCIA DE RADIO DEL VIENTO

Romina Vanina Argote - UNJu
(rominargote@gmail.com)
Sonia Estela Zegada - UNJu
(soniazegada@gmail.com)

En 2018, desde Radio del Viento se asumió la producción de un informativo que llevara la impronta de lo que se había convertido en uno de los ejes de la propuesta radiofónica: construir una alternativa en comunicación, para escuchar y compartir. Así surgió “El Ventilador”, una realización que originalmente fue pensada sólo en soporte sonoro pero que fue mutando hacia la producción audiovisual, a partir de atender a las nuevas formas de relacionarse con la información por parte de las audiencias a las que se dirige. “Informar para formar corrientes de opinión. Informar para inconformar. Informar para transformar”. Así define José Ignacio López Vigil la triple finalidad de la información en la tarea periodística de comunicadores y comunicadoras, triple finalidad que colaboró en la configuración inicial de nuestra tarea. No existen las miradas inocuas en periodismo, no se trata de un cambio de época como algunos postulan. Nunca existió, existe o existirá el “periodismo objetivo”. Hacerse cargo de esta realidad implicó admitir que es necesaria una objetivación de los hechos, pero que la construcción de su comunicación como noticia no puede ser aséptica. Desde ese punto, se aceptó el reto que representa una comunicación que interpela a sus audiencias, pero también a sus productorxs. Incluso cuando lxs periodistas “profesionales” se autodefinan como neutrales o se excusen en una necesidad de incluir “las dos campanas”, se sabe que no hacen más que perpetuar la hegemónica construcción de una prensa imparcial, más allá del bien y del mal; vale decir, una prensa que no existe. Pensarnos como productorxs y realizadorxs de un espacio como “El ventilador” nos ubicó frente a la tensión de definarnos (o no) como periodistas, de dilucidar la validez (o no) de develar abiertamente qué posicionamientos asumimos frente a la profesionalización de la actividad que realizamos. Es más, incluso llegamos a cuestionarnos, ¿podemos incluirnos como periodistas a partir de la producción de “El ventilador”? ¿Necesitamos hacer esa identificación? O, puesto en otros términos, ¿nos identifican de esa forma lxs demás periodistas? Nuestro informativo se produce a través de grupos de whatsapp y redes personales de contactos; se edita con apps gratuitas y se comparte en plataformas del mismo tenor. Sin sala de edición, sin antena, sin horarios de cierre ni “cuota” de notas a cumplir, buscamos proponer una forma particular de presentar lo que pasa, lo que nos pasa.

INSTAGRAM COMO PLATAFORMA PERIODÍSTICA. LA EXPERIENCIA DE AGENCIA AUNO

Soledad Arréguez Manozzo - Universidad Nacional de Lomas de Zamora
(s.arreguez@gmail.com)

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación provocaron profundos cambios en el escenario mediático en el siglo XXI. La expansión de Internet puso en crisis al esquema de broadcasting de los medios tradicionales. El modelo reticular de los 'nuevos medios' permitió la configuración de un nuevo entorno caracterizado por la multiplicidad de actores, medios y lenguajes, donde a su vez convergen numerosas voces, contenidos y prácticas. En esta era digital, las redes sociales se convirtieron en uno de los principales medios por lo que los ciudadanos acceden a los contenidos informativos: más de la mitad del planeta se encuentra en Internet y cada persona hace uso de medios digitales casi 6 horas al día, de las cuales 3,3 horas se dan a través de los smartphones, según los datos recabados por Internet Trends Report 2018. Un 32 por ciento de esos mil millones de usuarios en Internet forman parte de Instagram, plataforma que cuenta por día con 500 millones de usuarios activos. En este escenario las redacciones modificaron sus prácticas y rutinas periodísticas con el fin de acercar los contenidos informativos a una mayor audiencia. Instagram, como otras herramientas del mundo móvil, se presenta como un espacio emergente de innovación periodística por su versatilidad, impacto visual y capacidad de transmitir información en directo. En este trabajo se expondrá la experiencia de Agencia AUNO en la aplicación de Instagram para el trabajo periodístico en un nuevo entorno mediático. En ese sentido, se implementan las funcionalidades de Instagram para realizar coberturas periodísticas y generar nuevas formas de relacionarse con nuestra comunidad. Si bien el uso de la plataforma es transversal a todas las temáticas, su empleo resulta exponencial en coberturas de temas de sociedad y géneros donde los recursos de la propia herramienta nos permiten enriquecer el contenido y el storytelling de las coberturas. Particularmente el uso de stories de Instagram representa una gran oportunidad para alcanzar una audiencia joven, brindando información en tiempo real y bien contextualizada, y fomentando la participación.

LA REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA DE LA VIOLENCIA ESCOLAR: LO AUDIOVISUAL COMO HERRAMIENTA DE INTERVENCIÓN

Luis Barreras - Universidad Nacional de Avellaneda
(lbarreras@undav.edu.ar)

Ayelén Suyay Gómez - Universidad Nacional de Avellaneda
(agomez@undav.edu.ar)

Joaquín Viera Barreto - Universidad Nacional de Avellaneda
(jnvb1996@gmail.com)

Milena Hidalgo - Universidad Nacional de Avellaneda
(mhidalgo@undav.edu.ar)

Camila Szulz - Universidad Nacional de Avellaneda
(camilaszulz09@gmail.com)

Uno de los ejes principales es reflexionar sobre la problemática de la comunicación de la Violencia Escolar. Para ello, debemos preguntar: ¿qué se señala como violencia en las escuelas?, ¿qué universo construyen los medios de comunicación sobre la violencia y las causas de ella?, ¿qué visión tienen los jóvenes sobre el tema?, entre otras preguntas. La importancia de este proyecto radica en promover la intervención, en el sistema educativo, a través de la herramienta audiovisual como lugar de ruptura y creación donde cada vez más jóvenes puedan intervenir en los procesos de producción de conocimiento sobre la denominada "violencia escolar". El aporte de las nuevas tecnologías puede ser un aspecto alentador si los jóvenes pueden ser parte de ellas. Hoy, los jóvenes son ese lenguaje a definir, esa imagen a relatar, que no aparecen (o no son actores principales en su enunciación) en los relatos sobre la Violencia. La comunicación se vuelve una herramienta fundamental para el cumplimiento de interpelar, a través de la realización de un documental y de archivos documentales con fines pedagógicos, las nociones de Violencia escolar que están en el imaginario colectivo de Avellaneda. En la contemporaneidad se ve un relato mediático dominante a través de mecanismos de simplificación, descontextualización y deshistorización, y lo primero que aparece es la idea de etiquetar a un sector de la juventud. En estas construcciones de diversos acontecimientos como el caso de Carmen de Patagones, aparece la victimización del sujeto o la criminalización del mismo, la voz de autoridad y

raramente se ve la voz de los jóvenes.

PROTESTA SOCIAL, REPRESIÓN Y REPRESENTACIONES EN EL DIARIO PREGÓN: EL CASO DE LIBERTADOR GENERAL SAN MARTÍN EN MAYO DE 1997

Gonzalo Bautista Miranda - UNJu
(viajerogb@gmail.com)

El presente trabajo presenta resultados de la Beca Estímulo a las Vocaciones Científicas otorgada por el Consejo Interuniversitario Nacional en 2018 que se ocupó de abordar la producción y disputa de representaciones sociales acerca de la ocupación del espacio público en el contexto de protesta social en la provincia de Jujuy durante 1990. En esta ocasión, pondremos el foco en los hechos acontecidos en la localidad de Libertador General San Martín en mayo de 1997, donde Gendarmería Nacional reprimió durante tres días seguidos a los manifestantes que cortaban la ruta demandando trabajo y mejores condiciones de vida.

PRESENCIA DE LOS GÉNEROS DE OPINIÓN EN LOS MEDIOS GRÁFICOS DE LA RIOJA

Carlos Rubén Rodríguez - Universidad Nacional de La Rioja
(krlos1669@gmail.com)

Sostenemos que los géneros periodísticos reflejan la evolución del periodismo en un momento histórico determinado de la sociedad y aceptamos por tanto que las características de estos no son siempre estancas, sino que se van modificando por las demandas sociales y los objetivos de la profesión periodística, de manera que pueden ser entendidos como un método de interpretación sucesiva de la realidad social. Comprendemos entonces la necesidad de estudiar sus condiciones actuales de producción y circulación en los medios de comunicación locales. Cuanto más si consideramos que la irrupción de las nuevas tecnologías ha impactado en las formas y estilos que sostenían tradicionalmente los medios de comunicación en general y los medios impresos en particular, y que por ellos las formas de comunicar se encuentran también ante una profunda y acelerada transformación que afecta de modo muy directo a la forma y a los contenidos. El periodismo impreso siempre está en busca de fórmulas para interesar al lector en su espacio y una de esas formas es abrir la participación a través de los géneros de opinión, ya sea para que el mismo lector opine, para que se adhiera a la opinión de los periodistas del medio o para incentivar su opinión ciudadana. Por eso la importancia de reconocer la presencia de los géneros de opinión en los medios gráficos locales.

EDITORIALES INDEPENDIENTES Y AUTOGESTIVAS: LA EMERGENCIA DEL PERIODISMO NARRATIVO EN LA CONSTRUCCIÓN DEL CATÁLOGO

Cora Gornitzky - UNQ/UNLP
(cgornitzky@yahoo.com.ar)
Verona Demaestri - UNQ/UNLP
(veronademaestri@gmail.com)

El presente trabajo analiza las decisiones de un conjunto de editores independientes que incorporaron a sus catálogos autores emergentes y clásicos de la narrativa periodística. Para ello se abordan las estrategias de cinco editoriales argentinas: Marea (Buenos Aires); Pixel (La Plata); Recovecos (Córdoba), Baltasara y Casa Grande (Rosario). Esta aproximación a sus prácticas editoriales se inscribe en el marco del proyecto de investigación “La edición en la era de redes. Entre el artesanado y las tecnologías digitales”, radicado en la Universidad Nacional de Quilmes. Existen en nuestro país alrededor de 400 editoriales independientes y pequeños sellos “emergentes”. Las cuatro editoriales analizadas se destacan por visibilizar textos narrativos de no ficción, en cuatro ciudades de significativa producción periodística. Ficciones Reales es el nombre que le dio a su colección Editorial Marea (Buenos Aires), un

proyecto cultural y periodístico autogestivo que nació en 2003 y reúne en su catálogo 17 títulos con textos clásicos de la literatura periodística y cuidadas compilaciones de autores contemporáneos. Recovecos (Córdoba) forma parte del Grupo Editor Azur y apuesta a la narrativa de no ficción con una colección de crónicas, que reúne unos 20 títulos donde se destacan las historias deportivas. Pixel (La Plata) integra el colectivo Malisia y desde sus inicios le otorga un lugar destacado a la no ficción. Si bien no cuenta con una colección específica, valora en la construcción del catálogo aquellos autores dispuestos a abordar los cruces de géneros, las “impertinencias de estilo” y los riesgos discursivos que caracterizan las ficciones contemporáneas de lo real. Baltasara (Rosario) es una editorial que nació en 2009 y cuya dueña es hija de un reconocido librero republicano y anarquista que emigró a la ciudad santafesina. En sus colecciones de narrativas y ensayos se destacan autores que abordan la crónica. CasaGrande (Rosario) también tiene en su catálogo un sitio para la crónica, incluida en su Colección de Narrativa. Entre la producción de ficciones de lo real y la creación de estas colecciones se busca indagar de qué modo las editoriales independientes conciben sus catálogos, realizan la convocatoria de los autores y la elección de las temáticas.

EL DISCURSO DE LA INFORMACIÓN EN LA VOZ DE SUS CONSTRUCTORES

Mariana Corradini - Universidad Nacional de Villa María
(marianacorradini@gmail.com)

El lugar de la noticiabilidad en la construcción del discurso de la información es el eje de un proyecto de investigación que avanza en una segunda etapa vinculada con la palabra de los propios protagonistas de la construcción de ese discurso: los periodistas. Primero fue indagar sobre las características de los acontecimientos que se jerarquizan en los medios de comunicación de la Provincia de Córdoba, con especial mirada en los considerados diarios de periferia (Arrueta 2011), en tanto se tiene en cuenta su alta incidencia en la estructuración de un tipo de realidad con la que se configura la opinión pública de lugares en particular. Por eso se pusieron en tensión valores noticias reconocidos para descubrir nuevos que se evidencian en estos contextos en particular, concretamente en los diarios La Voz de San Justo (San Francisco), El Diario del Centro del País (Villa María) y Puntal (Río Cuarto). Si las y los periodistas construyen mundos posibles, sobre la base de lo real y a partir de sus mundos de referencia (Alsina 1989), eso que muestran en la agenda publicada es la síntesis de un concepto de realidad que está históricamente anclado, cruzado por la línea editorial del medio, y que a su vez es un constructo compartido con las audiencias. Se comparten esos mundos posibles e incluso la forma en que se lo cuenta. Ese proceso es el resultado que puede identificarse en la noticia como producto terminado y que se constituye en discurso autorizado para determinados sectores con los que y en los que consolida una visión del mundo. Si la noticia es construcción de la realidad, es la construcción que realizan periodistas y medios de comunicación para llevar a las audiencias identificadas como meta esa porción del acontecer diario que eligen contar, cómo contar e incluso qué relevancia darle, tratando de definir qué puede resultar más interesante para ese público. Este trabajo presenta las conclusiones preliminares sobre lo que los y las periodistas dicen de sus propias prácticas, pistas que permiten al menos describir las lógicas que prevalecen a la hora de la selección de los acontecimientos y las fuentes para la construcción de los discursos informativos que serán parte de la agenda publicada de estos medios. Este proyecto se inscribe en el programa “Comunicación institucional, política y mediática: prácticas, agendas, discursos, redes en comunidades y territorios” del Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María. Convocatoria 2018-2019.

LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DE LOS MEDIOS LOCALES DE LOMAS DE ZAMORA

Noelí Cristti - Universidad Nacional de Lomas de Zamora
(noelicristti@gmail.com)

La Agenda Mediática es un territorio en constante disputa. Todos los actores que habitan el Espacio Público pugnan por imponer sus temas y sus puntos de vista. Sin embargo, no todos tienen las mismas posibilidades de hacer oír sus voces y, menos aún, de dejar plasmados sus encuadres de los acontecimientos en los medios. Dentro de los estudios enmarcados en la Teoría de la Agenda Setting se realizan relevamientos de las fuentes citadas (explícita o implícitamente) para conocer el grado de crédito otorgado a las mismas. Este estudio analiza las fuentes utilizadas

por los dos principales medios de comunicación de Lomas de Zamora. Para ello se hizo un relevamiento de las noticias publicadas y se procedió a un análisis de contenido teniendo en cuenta cuatro variables: que se le dé visibilidad al actor, que se lo cite textualmente, que no se emitan valoraciones negativas sobre el mismo y que no se desacrediten sus dichos. Las primeras conclusiones indican que las fuentes gubernamentales son las más citadas y tienen un alto grado de crédito. En ese sentido, la construcción de la agenda parece quedar en manos de la política y no de actores de otros sectores.

APROPIACIONES DEL PARADIGMA INDICIARIO PARA EVITAR EL FIN DEL PERIODISMO

José Osvaldo Dalonso - Universidad Nacional de Rosario
(jod1965@hotmail.com)

Parto de cierta conjetura: buena parte del periodismo ha perdido sus principios directrices, se ha impuesto mandatos que no puede cumplir y ha quedado relegado como productor de conocimiento de lo social. Respecto de los mandatos, y según relevamientos empíricos recientes—carentes, no obstante, de problematización teórica—, los periodistas parecen imponerse un desempeño caracterizado por tópicos como el ejercicio irrestricto de la libertad de expresión, el control y distancia de los factores de poder, la capacidad para intervenir en la realidad, la concepción de la profesión como servicio público y el rechazo a las presiones del mercado. Por el contrario, la tendencia es que apenas si alcanzan a dar cuenta de las funciones que les asignan las organizaciones en las que trabajan y que surgen de una profunda socialización, que se da a contrapelo de los procesos de educación formal de los que han participado. Por lo tanto, se expondrán algunas ideas que contribuyan a revertir la tendencia al fin del periodismo, sin alentar ilusiones en los avances en las tecnologías de la comunicación. Por el contrario, me propongo pensar en la recuperación de aspectos básicos del hacer de los periodistas—en tanto práctica profesional—y, en ese sentido, exponer ideas acerca de aportes del paradigma indiciario, con el propósito de que adquiera o, tal vez, recupere un perfil conjetural, en el sentido de situarse en el inicio del conocimiento de lo social, articulado y no antagónico con la producción de conocimiento científico. Para ello, considero indispensable recuperar para la práctica periodística el contacto con los hechos y los actores sobre los cuales narra, de los que se ha alejado como consecuencia de celebrados desarrollos tecnológicos, que los torna cómodos y conformistas, y del sometimiento a los procedimientos de socialización de los medios, a los intereses de anunciantes y a los esquemas interpretativos que imponen sus fuentes estables, cada vez con mayores niveles de profesionalización. Precisamente, la perspectiva indiciaria conduce a la búsqueda y reconocimiento del indicio, de la huella en el lugar de los hechos para dar cuenta de lo profundo y complejo de lo social; a la vez que habilita la capacidad para identificar y construir fuentes que garanticen diversidad y eviten estigmas e invisibilidad; y, así, reconstruir los hechos desde la perspectiva de los sectores subalternos, tal como propone Carlo Ginzburg, el historiador que ha desarrollado el modelo indiciario. Se suman a estas inquietudes otros intereses: contribuir a la reflexión sobre articulaciones entre intervención profesional e investigación científica; reivindicar el lugar de la abducción—en términos peircianos—, la conjetura, como razonamiento preparatorio del conocimiento científico y reconocerla como parte de las incumbencias de los periodistas; reflexionar sobre aportes del paradigma indiciario a las investigaciones en comunicación; y contribuir a jerarquizar los estudios sobre los periodistas y sus prácticas, en especial en un mejor posicionamiento en la agenda investigativa.

EL PERIODISMO TRANSMEDIA EN SALTA

Emilce Adriana Bonifacio López - UNSa
(bonifacio.emilse@gmail.com)
Nicolás Pantaleón Ávalos - UNSa
(napabalos1@gmail.com)

En la era de las redes y en medio de una revolución tecnológica, los medios de comunicación adecuaron sus lógicas de producción y distribución de información a las posibilidades que ofrece Internet. En consecuencia, las redacciones periodísticas se vieron obligadas a incorporar nuevas formas y herramientas para presentar la información. Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría (2017) afirman que este encuentro entre el periodismo y la tecnología

digital “está modificando los procesos tradicionales de investigación, elaboración y difusión de los mensajes periodísticos y, de hecho, hasta la propia barrera entre periodista y público se difumina”. Esos procesos tradicionales son interpelados por la aparición de las redes sociales. Hoy, los medios, periodistas y públicos intercambian información, opiniones y hasta ideas que inspiran el trabajo profesional. A todo esto, el periodismo debería dejar de lado la reproducción de contenidos del medio en papel para la web e intentar “desechar la nostalgia y empezar a gestionar el negocio digital con una lógica digital” (Foglia, 2015). Esto es necesario para contar historias porque como afirma Scolari (2013) “ahora la gente busca no solo contenidos, sino también relatos”. En este sentido, los medios salteños implementaron herramientas digitales con el fin de narrar con nuevas lógicas periodísticas y en relación con su comunidad de consumo. Es la oportunidad de aprovechar la interactividad en el ámbito de la comunicación con el objetivo de atraer a los receptores a la “interacción participativa del mensaje” (Porto Renó & Flores, 2012). Es en este escenario donde aparecen las narrativas transmedias, como un modo de pensar la producción informativa de acuerdo a los nuevos hábitos de consumo, participación e interacción de las audiencias. (Rost & Bergero, 2016). Los medios buscan dependiendo de su esencia lucrar y/o influir (Borrat, 1999) por eso necesitan ser leídos. Los modos modernos de producción, distribución y consumo dan lugar a estas Narrativas Transmedias que según Scolari (2013) son “...un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en la cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”. Por lo tanto, las nuevas maneras de narrar implican una planificación de la gestión periodística que contemple los lenguajes de las multiplataformas y la interacción de usuarios activos y supersegregados. Por ello, se considera necesario investigar sobre las nuevas prácticas de uso y aplicación de narrativas transmedias en los medios locales como La Gaceta Salta, El Tribuno Salta y Que Pasa Salta. Primero para aportar al campo metodológico y de intervención en comunicación que se construye y reconstruye diariamente. Además para indagar en las rutinas periodísticas y conocer sus prácticas periodísticas en relación a lo transmedia enfocándonos en el “hacer periodístico” que responde a un nuevo ser periodista: “multiplataforma, multimedia y multitarea” (Canavilhas J. , 2014) y las modalidades que adquieren las empresas periodísticas en el marco de la consolidación de las nuevas tecnologías.

LA MUERTE DE LAS PRIMICIAS EN MEDIOS DIGITALES DE PERIODISMO HIPERLOCAL

Romina Noelia Fernández Di Santi - Universidad Nacional de Rosario
(noefernandez91@gmail.com)

Las transformaciones tecnológicas en todas las áreas han traído implícitas muchas mutaciones en el periodismo y el oficio del periodista. Desde bajar teclas en una máquina de escribir pasando por publicar noticias desde un celular en pequeñas píldoras de textos, hasta repensar la agenda para usuarios que ya lo han visto todo en redes sociales, son algunas de las tareas que han tenido que llevar adelante. Claro que no han desaparecido, pero se mezclan con otras nuevas demandas del periodismo en la web. De un tiempo a esta parte, las reuniones de redacción de los diarios digitales ya no son las mismas. Mientras antes se discutía qué importancia darle a una primicia y qué lugar ocuparía en la portada, hoy se busca la mejor ubicación en el slider principal del home para el relato de una historia de vida. Son numerosos los medios que han cambiado los copy and paste de los primeros tiempos del periodismo digital por la imposición de agendas propias con una perspectiva Glocal, dejando atrás el esquema de la pirámide invertida y retomando la crónica de largo aliento como el mejor género para lograr la empatía y la viralización de los contenidos. Hechos y personas que las audiencias pueden encontrarse a la vuelta de la esquina. Detrás de cada historia, hay una noticia y detrás de cada noticia se esconde una historia que merece ser contada. El diario “El Tucumano”, de la provincia de Tucumán, tiene por lema “Noticias del más acá” y hace de la crónica un lugar común, cada noticia tiene un valor agregado y su caso es fuente de análisis. En el capítulo denominado “Periodismo Hiperlocal: el valor de contar lo que está cerca” de la compilación “Periodismo Disruptivo” de Gastón Roitberg y Franco Picatto, Cecilia Bazán (2015) asegura que: “Se necesita a periodistas multimedia con un olfato sensible para ‘sentir lo que siente la audiencia’. Es clave caminar las calles de la comunidad para capturar la noticia en un comentario, en el cántico de una hinchada, en una crítica vía Twitter”. La crónica que se ha ido transformando en los medios gráficos, hoy tiene su reivindicación en los medios digitales. El periodismo hiperlocal cobra cada vez más importancia impulsado por la movilidad y la participación de las audiencias, a la vez que las redes sociales son el perfecto complemento para la viralización de los contenidos.

Josefina Furlani Cappelletti, Josefina - UNC
(josefinafurlani@gmail.com)
Facundo Rafael Iglesia Frezzini - UNC
(fr.iglesia@gmail.com)
Paula Luque - UNC
(pau_cordoba@hotmail.com)

Los medios de comunicación masivos a escala mundial han experimentado profundas transformaciones desde el comienzo de siglo, y Córdoba no es la excepción. Fenómenos como la acelerada revolución tecnológica y la irrupción de las redes sociales que facilitan el consumo de información se conjugan con la concentración mediática y la formación de monopolios para pintar un panorama cargado de promesas e incertidumbre. ¿Son estas condiciones las que permitirán el acceso a noticias de mayor calidad y rigor? Esta investigación científica, exploratoria y cualitativa analiza las modalidades y características que adquiere el trabajo periodístico en Córdoba, en un contexto signado por la crisis de los medios tradicionales y los fenómenos de flexibilización laboral. La materia prima principal de este trabajo es el testimonio de diversos trabajadores de la prensa que se desempeñan en distintas plataformas y empresas, que narran en primera persona cómo ciertos cambios operaron en su trabajo cotidiano. Asimismo, la sistematización de material documental del sindicato de prensa de Córdoba, el Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación (CISPREN) constituye un elemento fundamental para poder dar cuenta de los nuevos perfiles laborales que se configuran, como así también la relación con el marco legal que los ampara. Desde una perspectiva materialista y crítica, utilizando conceptos y principios de la economía política de las comunicaciones, es que se analiza el trabajo de los periodistas de Córdoba que trabajan en medios con fines de lucro. Para ello, en primer lugar se contextualiza la situación global (y luego, regional y local) de los medios de comunicación, haciendo hincapié en fenómenos como la concentración mediática, la flexibilización laboral y la convergencia tecnológica, y cómo estos hechos se manifiestan en la provincia. Asimismo, se reconstruye la historia del CISPREN y se especifican los marcos legales que hoy en día regulan la actividad. El grueso de esta investigación lo constituye una descripción pormenorizada de las características que adopta el proceso de trabajo de los periodistas, destacando las fuentes que se utilizan, la polivalencia funcional en la que un trabajador debe ocupar varios roles, la aceleración de los tiempos producto de una utilización específica de las nuevas tecnologías, la relación con la línea editorial de las empresas, las modalidades de contratación, los espacios de posibles resistencias y el rol del sindicato, entre otros. Este trabajo es una propuesta para reflexionar acerca de las implicancias que los actuales rasgos del quehacer periodístico imprimen a los derechos laborales adquiridos y, en consecuencia, a la calidad de la información que se produce al interior de los medios con fines de lucro, a la que diariamente acceden millones de personas que tienen vedadas ciertas porciones de realidad si no es a través del trabajo de los periodistas. Dilucidar cómo se construye la información, entonces, se torna crucial no sólo para quienes la producen, sino también para quienes consumen.

LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA: TELEFONÍA MÓVIL Y PERIODISMO MÓVIL

Dafne García Lucero - UNC
(dafnegl70@gmail.com)
Daniel Alejandro Koci - UNC
(kocidaniel@yahoo.com.ar)

El trabajo propone una primera etapa exploratoria sobre diversos aspectos del periodismo actual caracterizado por la convergencia, la multifuncionalidad y el uso de dispositivos móviles a partir del cual se desarrolla el periodismo móvil. Esta indagación abarca nuevos roles periodísticos, cambios en la relación laboral y modificaciones en el tratamiento informativo que repercuten en las rutinas de trabajo periodístico. En un segundo momento, el texto desarrollará una descripción sobre el impacto de la movilidad en los procesos de producción periodística en base al análisis de plataformas con funciones específicas aplicables a la producción de contenidos móviles. De este modo, la investigación reúne una perspectiva comunicacional en torno a los posibles horizontes para el ejercicio del perio-

dismo móvil y suma otra perspectiva legal al abordar el modo en que estos cambios repercuten en las calificaciones periodísticas establecidas en el Estatuto del Periodista Profesional.

32 AÑOS DE DEMOCRACIA DESDE UNA MIRADA POPULAR

Lucas Agustín García - Universidad Nacional de General Sarmiento
(aguss_garcia10@hotmail.com)

En el marco de la materia Historia de las Técnicas y Medios de Comunicación, de la Licenciatura en Comunicación dictada en la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS), se propone realizar un abordaje analítico en el que se exponga la trayectoria de un medio gráfico (Diario Popular), y el estilo abordado en la reconstrucción de acontecimientos de gran importancia en la historia argentina. Para llevar a cabo dicho abordaje se partirá del análisis de un corpus seleccionado de ejemplares impresos del medio que abarcan un período desde 1983 hasta el 2015. En este sentido, el objetivo de la investigación consiste en vislumbrar el tratamiento brindado por el medio gráfico ante los cambios de mando en las presidencias, y las transformaciones de estilo que se producen en el diario, a partir del transcurso de los años electorales. Se considera relevante llevar a cabo este abordaje, ya que Diario Popular es un medio que se fundó el 1 de julio de 1974, día de la muerte del presidente Juan D. Perón, por lo que en sus primeros años no logró abordar elecciones presidenciales hasta que recién en el noveno año de su existencia, dicho medio pudo presenciar y comunicar sobre el fenómeno electoral con la vuelta de la democracia en el año 1983. Para construir la trayectoria cronológica de este medio gráfico, se tomarán en cuenta los años 1983, 1989, 1995, 1999, 2003, 2007, 2011 y 2015. Teniendo en cuenta esto, para poder cumplir con los objetivos, el problema o criterio a abordar será: “Cómo se manifiesta el estilo en base al tratamiento de las noticias que abordan las elecciones presidenciales en el medio gráfico Diario Popular, a través de los años que van desde 1983 hasta 2015, en relación a las construcciones y transformaciones mediáticas más amplias que se produjeron en el medio gráfico a través de dicho periodo de tiempo”. La hipótesis, en este sentido, plantea la necesidad de llevar a cabo un análisis sobre cómo Diario Popular -como medio de comunicación gráfico y editorial en la sociedad argentina-, a raíz de los diversos años y acontecimientos acaecidos ha modificado el estilo de tratamiento de las noticias electorales a partir de modificaciones en sus contenidos más generales, tomando en cuenta a su público en vísperas de su consolidación como el tercer matutino en circulación en Argentina, en un contexto desfavorable de crisis económica para el mercado impreso argentino.

LA CONSTRUCCIÓN Y EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA EN EL CONTEXTO DE LAS ELECCIONES NACIONALES DE OCTUBRE 2019 EN LA ARGENTINA

María Elisa Ghea - UNLP
(mariaelisaghea@gmail.com)
Patricia Viale - UNLP
(pviale@perio.unlp.edu.ar)
Mariela Alejandra Carnino - UNLP
(macarnino@gmail.com)

El trabajo se enmarca en un proyecto de investigación que abordará el análisis del discurso periodístico político de los diarios en soporte papel: Clarín, La Nación y Página/12, en el contexto de las elecciones nacionales de octubre de 2019 en la Argentina. Este análisis abarcará desde el 22 de setiembre de 2019, que es el inicio de la campaña electoral, al 24 de noviembre que es la fecha límite para una eventual segunda vuelta. Tomará la cuestión sobre el posicionamiento de los medios de comunicación dominantes y hegemónicos en tanto actores políticos, empresariales, económicos, sociales, educativos y culturales que construyen información, la seleccionan y la tratan de una determinada manera. También se intentará determinar cómo influyen en el sentido común y en las subjetividades. En este particular, nos interesa indagar sobre cómo se hace el tratamiento y jerarquización de la información periodística política en el contexto de las elecciones nacionales en la Argentina. En el mundo existe un sistema mediático operado por los grupos de poder. Denis de Moraes en Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica

a la democratización de la información (2013) explica que “tomo la imagen de un árbol para situar las líneas predominantes del sistema mediático actual. En sus ramas se refugian los sectores de información y entretenimiento. Cada rama se une a las otras por intermedio de un hilo conductor invisible -las tecnologías avanzadas- que termina por entrelazar y lubricar a las demás en circuito común de elaboración, irradiación y comercialización de contenidos, productos y servicios. El árbol pertenece a un reducido número de corporaciones que se encargan de fabricar un volumen convulsivo de datos, sonidos e imágenes, en busca de incesante lucro a escala global” (p. 19). Los medios gráficos pertenecientes a grupos de multimedios, como es el caso del matutino Clarín o La Nación, son la agenda sobre la cual el resto de los medios perteneciente a la empresa madre construirán la información y harán el tratamiento. Es el medio gráfico por ahora, más allá de que cada vez se lea menos en soporte papel, el que delinea la postura política del grupo al cual pertenece y sigue cumpliendo un rol fundamental en el juego de la presión sobre, por ejemplo, los gobiernos, el sector gremial, judicial, empresarial. Los modelos de producción, selección y circulación de la información han ido transformándose con las TIC y, en particular, con el uso masivo de las redes sociales. Pero los intereses, intencionalidades y manipulación de la información siguen siendo intentar construir la realidad o, al menos, el de conducirla, para influir en las prácticas sociales y en los imaginarios colectivos mediante la imposición de una agenda de temas que, consideran, debe debatir la sociedad y sobre un estado de la cuestión que debe prestar atención.

DIARIO 'LA REFORMA' DE SAN JUAN: ABORDAJES COMPLEMENTARIOS

Guillermo Kemel Collado Madcur - Universidad Nacional de San Juan
(gcolladom@yahoo.com.ar)

El trabajo se enmarca en el Proyecto “Diario ‘La Reforma’ de San Juan (Argentina): Comunicación masiva y transgresión política”, que continúa la línea de “Estudios de Periodismo”, abierta en 2003 en el Gabinete de Estudio e Investigación en Comunicación de la UNSJ y encuadrada en el constructivismo (Berger y Luckmann, 1966/1968; Verón, 1987; Rodrigo Alsina, 1993). El diario “La Reforma” (1924-1936), no adscribía a un periodismo pretendidamente “objetivo” o “independiente”, aunque en él, así como en otros de la época y el lugar, comienzan a delinearse especializaciones del periodismo y a delimitarse y afianzarse géneros. Se propuso representar a estratos sociales entonces desempoderados. Su aparición coincide con los primeros años de cine y radio en San Juan, por lo que cada medio comienza a delimitar su lugar. Durante su existencia hubo violencia e inestabilidad política, por lo que fue “caja de resonancia” del contexto y “portavoz” de una parte. También entonces se reformó la Constitución Provincial, incorporando por vez primera el voto femenino y la agremiación obrera. “La Reforma” polemizó con otros medios, habiendo tomado todos a un mismo suceso y convertido en distintos acontecimientos. Lo innovador del medio, dado por su tipografía, géneros, publicidades e ilustraciones (tanto fotos como caricaturas), lo hacen un objeto de estudio rico y analizable. Se utilizan como técnicas de recolección de datos la recopilación documental y de procesamiento y el análisis de contenido. Se propone, con esta ponencia, continuar transfiriendo resultados parciales de este proyecto de investigación.

REVERSIONES: REVERSO Y LOS USOS POLÍTICOS DEL FACTCHECKING

Jorge Gobbi - UNTREF- UBA- UCES
(jorgegobbi@gmail.com)

Reverso (reversoar.com) es un proyecto formado por organizaciones de chequeo de datos, como Chequeado, AFP Factual, First Draft y Pop-Up Newsroom, junto con 100 medios de comunicación. En Argentina algunos de estos medios son Clarín, La Nación, Página/12 y otros. Reverso busca chequear informaciones que circulan en las redes sociales y que formarían parte de campañas de desinformación. Los resultados de estos chequeos se publican en los medios asociados. Uno de los objetivos de Reverso es claro: se chequean sólo publicaciones en redes sociales. De esa manera, se centra el foco de la búsqueda de la desinformación únicamente al espacio de las redes sociales, a diferencia de otros proyectos de chequeo de información -por ejemplo, Chequeado-. En ese marco, el proyecto de Reverso puede ser visto como una propuesta de legitimación de los medios tradicionales periodísticos, en tanto refuerza las ideas ya impulsadas por varios medios argentinos alrededor de la campaña del “editor responsable”, que tuvo lugar hace varios meses. Para esta ponencia, nos proponemos analizar cómo esta propuesta presenta algunas

limitaciones. Por ejemplo, qué sucede cuando un medio asociado a la iniciativa de Reverso publicó en su momento una noticia que luego, al circular por las redes sociales, es calificada como “desinformación” -algo que ya sucedió con Clarín y el caso Kicillof / YPF-. En este punto puede analizarse cómo Reverso se presenta finalmente como un aliado de los medios tradicionales y juega un papel más bien político y de legitimación de las prácticas periodísticas. El proyecto de Reverso tiene otros puntos ligados a la capacitación de periodistas en temas vinculados a la desinformación y que complementan las publicaciones realizadas en medios asociados. Para financiar la iniciativa, varias grandes empresas de tecnología participan del proyecto a través de sus propuestas de responsabilidad social empresarial con respecto al periodismo, como los casos de Facebook Journalism Project y Google News Initiative. Esta ponencia forma parte del proyecto UBACYT “Comunicación, discurso y culturas políticas en la democracia hipermediatizada. Abordajes desde el análisis de la interpelación y la construcción de subjetividades” de la programación 2017-2019, dirigido por Eugenia Contursi.

AYER Y HOY DE LAS INTERVENCIONES LECTORAS EN LA PRENSA

Marina Poggi - UNQ – Conicet
(marinapoggicarter@gmail.com)

Las cartas de lectores han sido por excelencia la intervención directa del público lector en la prensa. Un espacio no periodístico que interpela problemáticas puntuales y que, de algún modo, representa las preocupaciones populares. En la actualidad, los comentarios online en las publicaciones periódicas cumplen también esa función, pero los modos de accesibilidad han cambiado sustancialmente en relación con los de antaño, así como también han variado los modos de circulación de la prensa. La propuesta es realizar una primera aproximación analítica de aquellas intervenciones en publicaciones periódicas durante la primera mitad del siglo **XX** en espacios rurales con el objetivo de compararlas con las dinámicas actuales, desde el inicio de la era de Internet. Si bien se entiende que las posibilidades de acceso las hacen esencialmente diferentes, el objetivo es identificar esas diferencias como así también continuidades, tanto temáticas como de estilo enunciativo. Se trata de un trabajo exploratorio, que pretende -mediante estudios de caso- realizar un análisis comparativo de las prácticas de intervención lectora presentes y pasadas. Con dicha intención, se analizarán publicaciones periódicas diversas: revistas especializadas, diarios locales de pueblos rurales y diarios nacionales desde mediados de siglo **XX** (en versiones impresas) hasta la actualidad (en sus versiones online).

LAS PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS EN TALLERES DE ESTUDIANTES PARA ESTUDIANTES

Lourdes Amira Mesa – U.N.Sa
(lulimesa15@gmail.com)
José María Martínez - U.N.Sa
(josem92martinez@gmail.com)

Los talleres de redacción surgieron como propuesta de los adscriptes estudiantes en el año 2014 para reemplazar lo que antes se llevaba a cabo por parte de los docentes en el gabinete de informática de la facultad. Estos talleres son un apoyo extra -opcional- para los estudiantes ingresantes y también sirven para consolidar los contenidos que se dictan en las teorías y prácticas. Esta iniciativa permite una relación más cercana con los estudiantes ya que al tratarse de pares, la afinidad genera una dinámica que favorece el proceso de apropiación de contenidos. La cátedra avala las actividades realizadas presentando anualmente un proyecto ante el Consejo Directivo para que se acredite la participación de los adscriptes y, así también, darle legitimidad a la propuesta. En los talleres se aborda desde una perspectiva enfocada en la práctica de la escritura, retomando los temas dados en las clases de los profesores, pero volcada totalmente a la necesidad de que los estudiantes escriban, se escuchan entre ellos para reflexionar respecto a lo producido y de esa forma generar una instancia de autocorrección colectiva. Los talleres se dictan semanalmente en espacios dentro de la universidad, en tres horarios distintos -para ampliar la oferta y que los compañeros puedan asistir-. En el devenir de las semanas vemos sostenidamente dos tipos de estudiantes: quienes no tienen dificultades con la materia, pero asisten para tener más horas de práctica en la materia, y quienes sí tienen dificultades para la escritura, pero tienen la voluntad de avanzar en su formación. Vemos que todos tienen algo en común,

la iniciativa de mejorarse a sí mismos, para un desempeño más fructífero en la transición de su cursada. Además, este espacio crea un ambiente interactivo, en el cual no nos limitamos sólo a el contenido práctico-teórico, sino que también surgen charlas personales, académicas, ideológicas, entre otras. Desde esta mirada se busca nutrir la formación en las prácticas periodísticas de estudiantes para estudiantes. Se observa que esta iniciativa es importante para desestructurar la forma de llevar a cabo una clase y brindarles confianza a los estudiantes. A lo largo de los años hemos visto que quienes concurren sostenidamente a los talleres suelen afirmarse como estudiantes universitarios y sentirse parte de esta comunidad educativa, no sólo por lo que significa en lo académico sino por las relaciones que construyen para transitar su vida universitaria.

ANÁLISIS DE LA VERSIÓN WEB DE ALGUNOS MEDIOS REPRESENTATIVOS DE LA PRENSA GRÁFICA: ACERCAMIENTO A LA COBERTURA MEDIÁTICA DE LA DES-REGULARIZACIÓN TARIFARIA EN LOS SERVICIOS ENERGÉTICOS DE ARGENTINA DESDE EL DECRETO PRESIDENCIAL 134/2015.

Mauro Alejandro Montone - U.N.Sa
(mauromontone1996@gmail.com)

El conflicto que motiva a la presente labor investigativa debe su origen al desmantelamiento del esquema de subsidios implementado durante los años 2003 y 2015, periodo en el cual, en lo que a política energética respecta, se caracterizó por la pesificación de la tarifa y la fijación de precios. Con el triunfo de la coalición Cambiemos en las elecciones del 2015, el 16 de diciembre de ese mismo año el presidente electo Mauricio Macri mediante el decreto 134/2015 anunció la emergencia energética. Desde el año 2016 se desencadenó un sistemático aumento en el precio del acceso a la energía para el sector residencial de todo el país, que perdura al menos, en los tres años subsiguientes. Tanto por las implicancias en política económica, así como también por las movilizaciones sociales que se generaron a partir de ello; las noticias relacionadas con la disposición tarifaria ocuparon espacios de relevancia y se sostuvieron en la agenda mediática. Resulta pertinente, entonces, plantear el estudio de esta problemática que se impone como un asunto de interés en la agenda de los medios y su correlato con la agenda política y la agenda pública. A su vez, este trabajo se circunscribe en el marco de un proyecto de investigación sobre el fenómeno multidimensional de la pobreza energética; en un abordaje inter y transdisciplinar, que vincula problemáticas clásicamente atendidas desde las ciencias sociales, como aquellas vinculadas a la pobreza, la desigualdad y la exclusión; con otras típicamente trabajadas desde las ingenierías y las ciencias naturales, tales como la distribución, acceso y carga energética. La elección de las noticias en la versión web de diarios no obedece a criterios meramente arbitrarios. Primero se considera a los diarios porque dentro de su convergencia en el sistema mediático, sigue siendo el soporte más cercano a la discusión política, produciendo correlatos en los demás formatos periodísticos y que, a su vez, poseen una alta capacidad de agendar temas en la discusión pública. En segundo lugar, se considera la versión web de los mismos por resultar más accesibles estos que la versión impresa de los diarios. A partir de un análisis relacional en el que se sistematicen categorialmente los ítems de sentido de los corpus textuales de las noticias web, se seleccionarán discursos representativos de ese corpus para un abordaje a nivel semántico. Se pretende transparencia metodológica y coherencia epistémica, de modo tal que se pueda objetivar el proceso interpretativo, evitando la reducción a la simple interpretación desde los saberes básicos subyacentes o al mero conteo de palabras. Se espera obtener una aproximación que dé cuenta de cómo se han configurado discursivamente las cuestiones del acceso a la energía en los medios seleccionados. Con ello, se espera vislumbrar la relación entre la cobertura informativa y la política energética.

LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES DIGITALES Y EL PERIODISMO DE AUTOR 2.0 COMO GÉNERO EMERGENTE

Mariela Parisi - Universidad Nacional de Córdoba
(marielaparis@gmail.com)

En este trabajo se propone la categoría Periodismo de Autor 2.0 como un nuevo género en el discurso inscripto en sitios Web de periodistas argentinos. La investigación está guiada por la siguiente hipótesis de trabajo: en el

periodista existe una necesidad de recuperar el nombre propio como garantía de credibilidad para refundar el contrato con el lector/usuario (Verón, 1985; Scolari, 2014), ante la evidente mercantilización de los medios tradicionales y la transformación de sus rutinas de producción (Becerra, 2014), en donde el periodismo de investigación tiene cada vez menos espacio/tiempo/recursos. La aproximación al estudio del periodismo digital y la construcción de identidades virtuales (Pardo Kuklinski, H.: 2009; Edo, C.: 2009; Cebrián Herreros y Flores Vivar, J.: 2007; Orihuela, J.L.: 2004), está enmarcada en una perspectiva socio-semiótica y considerando el cruce de problemáticas relacionadas al campo del periodismo, la irrupción de las tecnologías digitales y el surgimiento de nuevas maneras de presentación de los periodistas en los soportes digitales. El corpus de estudio está constituido por sitios web personales de periodistas argentinos. El mismo es interpelado como un tipo específico y novedoso de construcción identitaria: la identidad digital de los periodistas que publican contenidos en plataformas virtuales, configurando una presentación especial de sí mismos (el yo digital) predispuesto a la interacción con sus seguidores. El criterio de selección de la muestra se limita a los blogs y sitios personales que corresponden a periodistas/autores profesionales consagrados en su labor, que han logrado reconocimiento público y que mantienen o han desarrollado un trabajo sostenido en medios tradicionales en los que han forjado su trayectoria profesional. Así, aparecen las características que asume la “presentación de sí” (Amossy, 2011) a través de la cual se construye este *êthos* periodístico emergente, como parte del fenómeno de identidades en línea, de individualismos conectados que se ponen en juego mediante tecnologías centradas en el usuario, con una marcada tendencia a la exaltación del yo y la espectacularización de la personalidad (Sibilia, 2010). El tema aparece relevante en cuanto ofrece la posibilidad de indagar en las características y funciones de un fenómeno reciente, con escasos antecedentes de investigación dada su contemporaneidad.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES Y DIGITALES EN EL TERRITORIO SANTACRUCEÑO

María Gabriela Ramos - UNPA

(gramos@uarg.unpa.edu.ar)

Alfredo Oscar Fernández - UNPA

(afernandez@uarg.unpa.edu.ar)

El presente trabajo expondrá los resultados del proyecto de investigación desarrollado en la UNPA – Río Gallegos bajo el título Medios masivos de comunicación en Santa Cruz: un análisis sobre la existencia de medios de comunicación tradicionales y digitales en el territorio de la provincia. El análisis incluirá la situación del mercado laboral del periodismo en Santa Cruz, nuevas alternativas que se están desarrollando, como así también la necesidad de actualización profesional en materia de competencias digitales que requieren los trabajadores de los medios ante el avance tecnológico observado en el sector periodístico. Además, se incluirá la presentación del mapa de medios y el resultado del trabajo de campo realizado desde el proyecto, en función de las particularidades propias del territorio analizado.

LA CONFLICTIVIDAD LABORAL EN LOS MEDIOS DE GRÁFICOS: UN ANÁLISIS CUANTITATIVO

Ricardo Alvarellos - UNLaM – UBA

(alvarellos1957@hotmail.com)

De acuerdo a los datos que ofrece la Dirección de Estudios de Relaciones del Trabajo del Ministerio de Producción y Trabajo, durante el año 2018 hubo 853 conflictos con paro, de los cuales 547 fueron en el Estado y 306 en el ámbito privado. Los trabajadores (huelguistas) comprometidos en estas acciones fueron un poco más de 1,3 millones o dicho de una manera más comprehensiva, 12,3 millones de jornadas individuales no trabajadas (JINT). Este último dato no sólo pone de manifiesto la cantidad de trabajadores involucrados en problemas de empleo y la extensión en el tiempo del conflicto, sino que también configura una dimensión política de las relaciones laborales en un momento determinado. La huelga es un medio legítimo y fundamental del que disponen los trabajadores y sus organizaciones para la promoción y defensa de sus intereses económicos y sociales. Pero también es una acción extrema de un colectivo de trabajadores, en el marco de un conflicto laboral que implica consecuencias a las partes: por un lado, la acción afecta la dinámica productiva y por lo tanto la provisión de bienes y servicios; por otro, al trabajador que adhiere a la huelga quedando expuesto a sanciones por parte del empleador. La huelga no es el primer paso de un

conflicto sino el último; antes hubo instancias de diálogo y negociación que fracasaron. Las organizaciones llegan a estas instancias como última medida. ¿Cómo reflejan los medios en general y los gráficos en particular esos conflictos? ¿Hay una “selección” de conflictos? ¿Los medios difundieron la magnitud de los conflictos ocurridos en 2018, por ejemplo? ¿Es lo mismo decir “hay una crisis económica” que “12 millones de trabajadores sufren problemas de empleo”? ¿cómo se expresa la magnitud de la conflictividad laboral en los medios de comunicación? ¿Es democrática una sociedad que desconoce la conflictividad real? ¿Cuál es el papel de los medios de comunicación en una sociedad democrática? A manera de hipótesis, se cree que la sociedad en general desconoce la magnitud del conflicto laboral que se vive en la Argentina; no sabe, desconoce, que durante el 2018 se perdieron más de 12 millones de jornadas de trabajo y los medios de comunicaciones tienen una responsabilidad mayúscula en esta situación al ofrecer sólo “un fragmento” de las relaciones laborales existentes; la idea “crisis económica” es un eufemismo que enmascara los conflictos e incluso los “invisibiliza”. Esta ponencia se basa en un análisis como resultado de la selección de la prensa gráfica nacional, medios provinciales y locales, tanto impresos como digitales durante el año 2018.

EL ESTUDIO DE LA CRÓNICA PERIODÍSTICA EN MEDIOS REGIONALES DE CÓRDOBA

Gustavo Urenda - UNC
(gustavourenda@gmail.com)
Tatiana Rodríguez Castagno - UNC
(tatianarc@eco.uncor.edu)
Fernanda Juárez - UNC
(juarezfernanda@yahoo.com.ar)

En las carreras de Comunicación y Periodismo, en materias como Redacción Periodística y los Talleres de Lenguaje y Producción Gráfica, sigue siendo medular el estudio de los géneros periodísticos y de las particularidades de los escenarios adonde se desarrolla la profesión. Así, docentes, adscripta/os y estudiantes de dos asignaturas de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba están llevando adelante, de manera articulada, un proyecto de investigación (aprobado por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNC), que tiene como objetivo caracterizar las especificidades del género crónica en medios gráficos regionales cordobeses. Indagar acerca de esta tipología permitirá develar las singularidades temáticas, formales y discursivas que manifiesta, así como la función social que cumple. A su vez, la delimitación del corpus brindará elementos para repensar los modos en que diarios y periódicos del interior se sitúan en las transiciones por las que atraviesa la profesión, concebidas por algunos autores como manifestaciones de la crisis del soporte papel y otros, como crisis del periodismo, en general (Bernárdez y Di Vito, 2017; Lacunza, 2016; Acuña y Rosemberg et.al, 2006). En este marco, se compartirán los primeros avances de esta investigación centrada en tres periódicos, que permiten describir cuáles son los principales condicionantes a la labor periodística en los medios regionales cordobeses, cómo son las rutinas de producción y qué particularidades presenta el género.

REVISTAS DIGITALES DE PERIODISMO NARRATIVO (LITERARIO) EN ARGENTINA

Celina Nora Salvatierra - UNPSJB
(celinanlsalvatierra@gmail.com)

El estudio al que se hace referencia se denomina “La producción de revistas digitales de periodismo literario y la representación del lector en Argentina (2012-2016)”, trabajo que indaga en torno a aquella práctica periodística que emplea herramientas de la literatura para contar historias y que se publica en el entorno digital. Como resultado de una investigación que concluyó en 2018 fue posible identificar algunos rasgos comunes principales entre las publicaciones del corpus: las revistas se producen en virtud de una diferenciación con los contenidos generalistas y, en cambio, no lo hacen en relación con otro tipo de productos tales como las crónicas de papel. Así, la búsqueda principal de la construcción de marca tiene que ver, entre otras cosas, con la elaboración de temarios diferenciados (más cercanos a los que se construyen en redes sociales y otras plataformas). También encontramos que las estrategias de fortalecimiento se adaptan en virtud de ejercicios de prueba y error en la toma de decisiones, suscitando

producciones que van desde el género narrativo tradicional a informes investigativos y ensayos de larga extensión contados en primera persona, haciendo uso del recurso de la secuencialidad, con un mayor empleo de fuentes, entre otros rasgos. Dado que nos interesa especialmente la construcción de la representación de lector en la instancia mencionada, los referentes de las revistas dan cuenta de un lector que no sólo quiere informarse sino interpretar aquello que es de su interés. Estas y otras características son trabajadas en la presente ponencia.

INFÓSFERA Y MEDIOACTIVISMO: ALGUNAS HERRAMIENTAS TEÓRICAS PARA ANALIZAR EL CASO DE LAVACA.ORG

Gabriela Samela - UBA
(gsamela@gmail.com)

La emergencia de Internet conllevó la promesa de una comunicación horizontal apoyada en la interactividad de la red, inédita en otros soportes. Sin embargo, los procesos de concentración de la circulación de contenidos y de los mediadores de las interacciones en la red digital, organizados bajo la lógica algorítmica de control en buscadores y redes sociales, plantearon una contradicción fundamental con aquella promesa. En este trabajo, presentaremos algunas herramientas teóricas para el análisis de movimientos alternativos de producción/circulación de información en Internet en el marco de su configuración actual. Abordaremos el problema a partir de la bifurcación que el medioactivismo produce en el devenir de la infósfera -esfera en la que circulan las señales portadoras de intención cultural- cuya aceleración actual independiza los automatismos técnicos de la voluntad y acción humanas (Berardi 2010) y plantearemos algunas líneas de análisis para el caso del sitio informativo Lavaca.org.

PERIODISTAS: RELACIONES, PRÁCTICAS E IDENTIDAD PROFESIONAL

Susana Molina - Universidad Nacional de Río Cuarto
(susanabeatrizmolina@gmail.com)

Este trabajo es parte de una investigación cualitativa sobre mediatización y periodismo en una ciudad mediana del interior del país, que busca entender el modo en que el cambio mediático y el cambio social se influyen entre sí. Se parte de una perspectiva interaccional, tomando como punto de referencia del cambio las relaciones o vínculos que los periodistas tejen con diferentes actores de su entorno laboral. Para ello se realizaron entrevistas en profundidad a profesionales de la información de medios públicos y privados de gráfica, televisión y radio, formados en el ámbito universitario en su mayoría y con edades que van entre los 25 y los 55 años, todos en actividad y algunos con trabajos en más de un medio y soporte. El análisis permitió conocer en detalle características de las relaciones que los periodistas han llevado y llevan adelante entre sí, con sus jefes, con las fuentes, en el ámbito físico de la redacción, en las redes sociales, con las audiencias o públicos, entre otros vínculos significativos. Las definiciones que encuadran las relaciones en términos de jerarquía y subordinación, por un lado, y de competencia o colaboración, por otro, constituyen referencias simbólicas, sintetizan y organizan una serie de significados en roles y prácticas y aportan información relevante acerca de cómo entienden el ejercicio del periodismo y cómo se autodefinen profesionalmente. Algunos de estos aspectos particulares de la identidad profesional son los que se procurará desarrollar en esta presentación.

CONTINUIDADES Y TRANSFORMACIONES DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN DIARIOS DIGITALES DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA

Gustavo Urenda - UNC
(gustavourenda@gmail.com)
Tatiana Rodríguez Castagno - UNC
(tatianarc@eco.uncor.edu)

La difusión en lengua castellana del término “cyberperiodismo” y las prácticas asociadas a esta nueva fase de la comunicación pública han renovado, en los últimos años, el interés por los géneros periodísticos. Si tomamos como acertada la idea de que toda nueva actividad social conlleva indefectiblemente el nacimiento de géneros específicos (Sánchez y López Pan, 1998: 17), el cyberperiodismo, entendido desde esta perspectiva, pone de manifiesto múltiples transformaciones, como las que se advierten en la estructuración y presentación de las informaciones periodísticas. Si bien al principio sólo se trató de trasladar el periódico en papel al soporte digital, con el tiempo toda la profesión periodística fue mutando en consonancia con las nuevas herramientas tecnológicas disponibles y con las posibilidades que ofrece del nuevo medio interactivo. Desde la segunda mitad del siglo **xx** hasta la última década del pasado siglo, el lenguaje del periodismo gráfico estuvo integrado por la textualidad lingüística, los códigos paralingüísticos y la iconicidad en sus distintos niveles (Verón, 1985). En los medios impresos, los géneros venían delimitados por el espacio disponible en la página; en los medios audiovisuales, por el tiempo de emisión. Ahora, en cambio, en los cibermedios, se han roto las barreras de espacio y tiempo, por cuanto es el propio lector quien determina hasta dónde y hasta cuándo desea leer (Díaz Noci y Salaverría, 2003: 39-41; Salaverría, 2005: 21-37). La hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad propias del cyberperiodismo se constituyen en nuevos recursos de lenguaje, modifican los modos tradicionales de enunciación periodística dando lugar a nuevos géneros informativos y a la hibridación de los existentes. Los géneros, entendidos también como modelos de interpretación, se correlacionan, también, con cambios en los modos de usar y consumir información. Hoy, el periodista ya no tiene el monopolio de la difusión de la información, sino que los protagonistas se encargan ellos mismos de transmitirla. En esta línea de trabajo se parte de la hipótesis de que el periodismo se encuentra en una continua hibridación de lenguajes y géneros. En este marco, se intentará esbozar algunas respuestas a los siguientes interrogantes: ¿Pueden establecerse algunos criterios para reconocer el nivel de desarrollo del lenguaje cyberperiodístico? ¿Cuáles son los géneros nuevos que habilita el lenguaje cyberperiodístico? ¿Cuál es el uso que hacen de este nuevo lenguaje y de los géneros periódicos de la Ciudad de Córdoba en su versión digital y los periódicos “nativos digitales”? Adoptando y modificando en parte la noción propuesta por Ramón Salaverría (2014), los lenguajes y los géneros periodísticos pueden emplearse como indicadores del nivel de desarrollo que experimenta el ciberperiodismo. El autor propone que la mayor peculiaridad de géneros y la mayor “riqueza” del lenguaje cyberperiodístico son indicadores del desarrollo del periodismo digital. Partiendo de dichas premisas, se propone la construcción de “indicadores de desarrollo de lenguaje cyberperiodístico” y de “indicadores de desarrollo de géneros cyberperiodísticos” para ser aplicados al análisis de productos periodísticos y a la formulación de proyectos de medios informativos digitales.

EJE 6. COMUNICACIÓN, GÉNERO Y DIVERSIDADES SEXUALES

LA APERTURA SOCIAL SE REFLEJA EN LA PUBLICIDAD

María Soledad Alonso- Universidad Nacional de Tucumán
(alonsomasoledad@gmail.com)

Cuando en la Argentina (2010) se permiten los matrimonios entre personas del mismo sexo, ciertos sectores de la sociedad comenzaron a abrir sus mentes a otras posibilidades y a reconocer otras identidades. Cabe destacar que se utilizó la expresión matrimonio igualitario para hacer referencia a la reforma del Código Civil, porque se entendía, en una parte de la sociedad, que se trataba de la búsqueda de la igualdad entre sus habitantes. De esta manera, se van construyendo cambios en los grupos sociales, que se moldean a partir de vivencias cotidianas, que la sociedad va legitimando y que la publicidad se encarga de mostrar.

En medio de un panorama complejo, con una intensa lucha social en el medio que tiene aún un largo camino por recorrer, empiezan a vislumbrarse rasgos de un cambio cultural que está en marcha, en materia de igualdad de género. Se muestran jóvenes que asumen su condición de gays, y también las vivencias y posibilidades del matrimonio igualitario. Se trata de romper con las antinomias discriminatorias a las que lleva el machismo.

El discurso mediático tiene un profundo efecto socio y psicopolítico sobre los hábitos de percepción e interpretación de los sujetos. Es en estos hábitos de percepción e interpretación donde se forjan las identidades, tanto individuales como colectivas. Si se privilegia el género en detrimento de la diferencia biológica, esta última se relativiza y se valora otra diferencia entre los hombres y las mujeres, calificada de “cultural” o “identitaria” y determinada por el lugar que ocupan en la sociedad.

MUNDO VIRTUAL, GÉNERO Y SUBJETIVIDAD. EXPERIENCIAS DE MUJERES Y PERSONAS NO CISGÉNERO EN GRUPOS DE FACEBOOK FEMINISTAS: ESTUDIO DE CASOS

Andrea Sol Cialdella- Magister en curso de Comunicación y Cultura, Facultad de Ciencias Sociales, UBA
(andreasol2012@gmail.com)

Este trabajo pretende analizar el caso actual y local “Pedaleá como una piba”, una comunidad de mujeres e identidades no cisgénero, que se han organizado en torno a la práctica de movilidad ciclista. El foco estará puesto en analizar uno de sus objetivos principales como comunidad: conquistar ciertos saberes técnicos propios de la bicicleta y vinculados a su uso en el espacio urbano. También se buscará aproximarse a la narrativa de sus experiencias sociales e individuales en esta práctica de movilidad y en relación con sus objetos técnicos y/o maquínicos. A partir de los propios vínculos generados desde sus comunidades virtuales, se pretende dar respuesta a sus formas en las que habitan el espacio urbano y de actuar en él con objetos y prácticas de movilidad que han sido históricamente consagradas como máquinas de dominio técnico masculinas y han cumplido un papel importante dentro del funcionamiento de las sociedades patriarcales. La intención es echar luz sobre estas problemáticas desde la mirada sobre la técnica de Gilbert Simondon, y su tesis sobre la alienación como producto del no-conocimiento de la naturaleza y esencia de la máquina.

BAJO EL ARCOIRIS: PARA SEGUIR PENSANDO EN LA ESI

Argüello, Fátima Abigai - Universidad Nacional de General Sarmiento
(fatima.arguello6@hotmail.com.ar)

El análisis de los cuentos de la editorial independiente Bajo el arcoíris, permite reflexionar algunas cuestiones de la ESI en la educación. Ante la necesidad de incluir una perspectiva queer en la educación desde los niveles iniciales, se postula que es posible romper con el modelo único de una postura heterosexual y complejizar las formas de concebir a la familia, a partir de cuentos que traten de temáticas relacionadas a la orientación sexual y la identidad de género. El análisis se centra en la literatura infantil y en cómo a partir de los relatos se abordan estas temáticas, pero podría ampliarse para ser transversal a cualquier materia. Se plantea la necesidad de incluir una perspectiva queer que tenga en cuenta el espectro de consideraciones en la construcción de la identidad y en las relaciones interpersonales con los otros, desde una perspectiva de la diversidad sexual que habilite el tratamiento de temas complejos, como los diferentes tipos de familias, las infancias trans, el tratamiento de las masculinidades, los primeros acercamientos a la orientación sexual y la diferencia de roles de géneros respecto de la sociedad. Se postula que es posible incluir una perspectiva queer en la educación desde los niveles iniciales, a partir de cuentos que tratan de temáticas relacionadas a la orientación sexual y la identidad de género, complejizar las formas de concebir a la familia, y de esta manera romper con el modelo único de una postura heterosexual.

LOS INTERCAMBIOS SIMBÓLICOS Y LAS RELACIONES SOCIALES DE GÉNERO COMO EXPRESIONES COMUNICACIONALES

Calello, Tomás- UNGS/UNDTF
(toms_calello@yahoo.com.ar)
Presman, Betina- UNGS/UNDTF
(bpresman@yahoo.com.ar)

En esta ponencia se presenta una problematización de diversas expresiones mediáticas que en diversos contextos socioculturales y territoriales expresan intercambios simbólicos relacionados con las relaciones sociales y políticas de género.

Las preguntas centrales que intenta desarrollar la ponencia son las siguientes: ¿Cuáles son y cómo se traducen los intercambios simbólicos y materiales de las relaciones de género en expresiones mediáticas y periodísticas? ¿Cuáles son las configuraciones de poder basadas en la desigualdad socio-espacial, cultural y de género que se constituyen en contextos favorables para el despliegue de expresiones comunicacionales de la violencia de género? ¿Cuáles son sus significados sociales? ¿Qué emergentes culturales y comunicacionales cuestionarían dichas expresiones mediáticas?

(DE) CONSTRUCCIÓN DE LA MEMORIA VISUAL COLECTIVA. PAÑUELOS VERDES COMO SIGNOS DE DISPUTA FRENTE AL DEBATE POR LA LEY DE INTERRUPCIÓN VOLUNTARIA DEL EMBARAZO (2018-2019)

Cardoso Plaza, Anahí Ailín- Universidad Nacional de Salta
(ailincart@gmail.com)

La presente tiene como objetivo investigar desde la fotografía como memoria algunos aspectos del debate legislativo y social por la Legalización de la Interrupción Voluntaria del Embarazo (ILE) en la Ciudad de Salta, Argentina durante el periodo 2018 y el año electoral 2019.

Durante estos lapsos, se visibilizó y viralizó el pañuelo verde característico de la Campaña Nacional por el derecho al aborto seguro, legal y gratuito a lo largo y ancho del país hermanándolo como insignia de una lucha feminista latente y emergente. Asimismo, cabe recordar que en asambleas legislativas se tornaron posiciones en contra del proyecto de ley tomando como símbolo de identificación el pañuelo celeste.

A través de retratos de les distintos manifestantes en diferentes marchas y pañuelazos se da como resultado final una narrativa audiovisual en donde el trasfondo y posterior análisis responderán a la historización de los pañuelos.

LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER FUTBOLISTA FEDERADA EN LA LIGA JUJEÑA DE FÚTBOL, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE SAN SALVADOR DE JUJUY

Carrizo, Cecilia del Valle- Universidad Nacional de Jujuy
(ailicec_61@hotmail.com)

Vásquez, Omar Eduardo- Universidad Nacional de Jujuy
(omar_1_vasquez@yahoo.com.ar)

Este trabajo enmarcado en el Seminario de Género, Comunicación y Sociedad de la FHyCS-UNJu, tiene como objetivo un análisis sobre la representación de la mujer futbolista federada en la Liga Jujeña de Fútbol, en los medios de comunicación de la ciudad de San Salvador de Jujuy.

Para dar cuenta de la imagen que las mujeres futbolistas consideran tener en los medios, se analiza discurso que se emplea para nombrarlas, el trabajo periodístico en las coberturas de los Torneos Femeninos, quiénes son los actorxs que producen las noticias.

Para llevar a cabo este trabajo de investigación, sobre la representación de las mujeres futbolistas, federadas en la Liga Jujeña Fútbol, en los medios de comunicación de la ciudad de San Salvador de Jujuy, se utilizó la técnica cualitativa, de entrevistas con preguntas abiertas.

El hincapié en el enfoque cualitativo respondió al objetivo de aproximarnos a la percepción de la representación que las mujeres tienen de sí mismas a partir del relato de los medios de comunicación locales.

LEY DEL MATRIMONIO IGUALITARIO, EN LA PRENSA SALTEÑA Y SU TRATAMIENTO EN LOS DIARIOS “EL TRIBUNO” Y “NUEVO DIARIO DE SALTA”. LAS REPRESENTACIONES SOCIALES CONSTRUIDAS EN EL PERIODO JUNIO/ AGOSTO 2010

Cardozo Claudia Patricia- Universidad Nacional de Salta
(laudiapatricia_cardozo@hotmail.com)

La presente ponencia constituye parte de los adelantos de la tesis de grado titulada “Ley del matrimonio igualitario, en la prensa salteña y su tratamiento en los diarios “El Tribuno” y “Nuevo Diario de Salta”. Las representaciones sociales construidas en el periodo junio/ agosto 2010”.

La investigación fue realizada desde el análisis del discurso y tratamiento de la información. Lo que interesa es develar el modo en que las representaciones sociales se construyeron en el tratamiento periodístico de la Ley del Matrimonio Igualitario en los diarios “El Tribuno de Salta” y “Nuevo Diario”. Para ello se realizó una descripción de los discursos de ambos medios y un análisis de los actores intervinientes en el debate mediático que se suscitó en el período en el que se promulgó la ley. A partir del abordaje de un corpus de noticias publicadas en ambos diarios en formato papel (junio- agosto de 2010), el trabajo consistió en el análisis del “tratamiento de la información” en cada noticia y de la construcción de agendas realizadas por cada uno de los diarios, tratando de reconstruir las posturas asumidas por los medios, además de la línea editorial trazada por las empresas frente al tema.

MEMORIA LGBTIQ+: DEL SILENCIO A LOS 30.400

Cruz García, Valentina- Universidad Nacional de Quilmes
(valen.cruz@live.com.ar)

Lassalle Andrés, Juliana- Universidad Nacional de Quilmes
(julianalassalleandres@gmail.com)

Esta ponencia propone aproximarse a la representación mediática que tuvo el discurso del colectivo Lesbianas, Gays, Bisexuales, Travestis, Transexuales y Transgénero, Intersexuales, Queer (LGBTIQ+) sobre la dictadura cívico-militar argentina desde el retorno de la democracia hasta el presente. En este marco, se piensa a la memoria como un

proceso de (de)construcción de hechos traumáticos que tiene un rol central para la estructuración de las identidades en tanto las inscribe en una continuidad histórica y les otorga un sentido. Nuestra hipótesis de partida es que se precisó una base jurídica y sociopolítica que reconociera derechos civiles del colectivo LGBTQ+ para que los medios de comunicación dieran lugar a esta narrativa sobre el pasado de la dictadura militar. Entendiendo a los medios de comunicación como instituciones sociales que producen y reproducen sentido(s) sobre el pasado, nos preguntamos: ¿Cuáles son las condiciones necesarias que permiten la aparición de la narrativa de la comunidad LGBTQ+ en los medios de comunicación? ¿Qué sentidos construye el colectivo LGBTQ+ en sus discursos?

El recorrido se pensará en tres estaciones: la primera -entre 1983 y 2003- caracterizada por el silenciamiento y olvido de este discurso; la segunda etapa -entre 2004 y 2013- en la que se llevan a cabo transformaciones jurídico-políticas que conceden una serie de derechos a la comunidad y un guiño favorable a la búsqueda de memoria, verdad y justicia; la tercera etapa -entre 2014 y 2019- caracterizada por la aparición del discurso del colectivo LGBTQ+ sobre la dictadura cívico militar en el espacio público y mediático. En esta línea, el objetivo general será dar cuenta de la construcción de la memoria que disputa el colectivo LGBTQ+ en el discurso mediático, tanto en los medios de comunicación como en otras producciones -libros y documentos oficiales-.

DE LA SEXUALIDAD Y OTROS CUESTIONAMIENTOS: LOS CASOS DE DOS ARTISTAS PLÁSTICAS JUJEÑAS QUE DISPUTAN LOS ESTÁNDARES

Cruz, Fabián Benjamín- UNJu
(benja_18nov@hotmail.com)

En una sociedad patriarcal que propone la supremacía masculina, ser una artista mujer parece ser un acto de rebeldía para la sociedad jujeña.

En este trabajo se encuentran las entrevistas de dos artistas mujeres, Liliana Berruezo y Bry Angel, que han logrado legitimar sus trabajos desde dos áreas diversas: esculturas de materiales regionales y sexualidad desde el yaoi.

Como metodología de trabajo se realizaron entrevistas a las artistas seleccionadas, con un punto de interés en sus obras, lo que nos lleva a reflexionar sobre los roles de la mujer en el arte jujeño, y mostrar trabajos de artistas “escondidas” obligadas al cuentapropismo - consecuencias de una fuerte neoliberalización - en una sociedad machista y heteronormada.

ARTE Y HOMOEROTISMO EN “SAN SEBASTIÁN”: LAS OBRAS DE IL SODOMA Y RICK HEROLD

Cruz, Fabián Benjamín- UNJu
(benja_18nov@hotmail.com)

En la actualidad me encuentro cursando el Profesorado de Artes Visuales del I.E.S N° 4 “Raúl Scalabrini Ortiz”, por lo que el año pasado en el espacio curricular “Leguaje Visual II”, como trabajo final, se nos encomendó realizar un análisis de obra sobre alguna temática que nos interesara. Desde un primer momento supe que necesitaba buscar algo relacionado con el mundo homosexual, puesto que es una temática que continúa siendo invisibilizada en las aulas de un profesorado teñido de machismo y heteronormativismo.

Bajo esa consigna, mientras hacía la investigación, encontré una serie de obras que se transformaron en un símbolo de juventud y belleza, así como un ícono homoerótico, para los artistas que se inspiraron en un santo para plasmar estas ideas. Esa figura católica es “San Sebastián”, quien murió el 20 de enero de 287 en Roma bajo la persecución de los cristianos a manos del emperador romano Diocleciano (siglo III d.C.).

Para este trabajo tomo dos pinturas, la primera pintada en el siglo XV por un artista conocido como “Il Sodoma” y la segunda pintada cinco siglos después por Rick Herold. Las obras se analizan desde cuatro miradas: mirada histórica, mirada formal, mirada social, mirada iconológica. En ellas podemos ver como la sensualidad, los colores, la incorporación de flechas penetrando los cuerpos de los “San Sebastián”, constituye una escena cargada de erotismo

masculino, sobre un personaje que parecen estar gozando el momento y nos invita a ser sus cómplices.

LA PUBLICIDAD ROSA: ¿PUEDEN LAS MARCAS ASUMIR UN COMPROMISO POLÍTICO REAL CON EL FEMINISMO?

De la Vega, María Josefina- Universidad Nacional de Tucumán
(josedelave@gmail.com)

Con el actual impacto de los movimientos feministas y el alza de la voz a favor de los derechos de las mujeres asistimos a un nuevo contexto como sociedad, donde el paradigma que nos constriñe está en un proceso de deconstrucción y cambio. Mucho se ha debatido y reflexionado acerca de relación constitutiva de la publicidad en la aceptación de los valores culturales sociedad moderna y su mutua incidencia. La publicidad irguiéndose sobre los prejuicios de la sociedad, y legitimándolos para convertirlos en la cotidianeidad. Es en este nuevo contexto que muchas marcas iniciaron una reconversión en sus discursos hacia las mujeres, un discurso para la nueva consumidora y de las próximas generaciones como una estrategia de mercadeo a largo plazo. Lo que cabe preguntarnos ahora entonces es si el feminismo cómo discurso publicitario puede cumplir una función real en la transformación de la sociedad.

En el presente trabajo se plantea el análisis en paralelo de dos campañas publicitarias desarrolladas en el transcurso de 2018-2019 de dos marcas líderes a nivel nacional de productos de higiene femenino donde en contrapartida podremos ver las diferencias radicales en cuanto, por un lado, al feminismo como “femvertising” o mera estrategia de marca sin anclaje en los lineamientos generales de la marca y por el otro, a un acercamiento en una reestructuración de la identidad de marca en coherencia con un “discurso rosa” establecido donde los valores y concepciones mutan de forma integral, ahora lo que cabría preguntarse en última instancia es: ¿pueden las marcas asumir un compromiso político real con el feminismo?

PROMOCIONAR DERECHOS PARA UNA MEJOR CALIDAD DE VIDA EN MUJERES TRANS, DESDE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Flores, Diego Armando- Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales-UNJu
(die.armando.86@gmail.com)
Nieva Aagreda, Mercedes de los Ángeles
(merce.nievaa@gmail.com)

Pensar en el escenario actual del colectivo LGTBIQ, implica reconocer una visibilización con avances y retrocesos. Esta visibilización emerge de la participación continua de diferentes colectivos, quienes al ver arrasados y vulnerados partes de sus derechos, movilizaron mecanismos de luchas ante tales situaciones.

En Argentina en estos últimos años se han dictado leyes que buscan, en principio reconocer la diversidad de identidades de género en la sociedad rompiendo el paradigma binario del mismo pero también poder brindar derechos a este grupo, como por ejemplo, la Ley de Identidad de Género, la Ley de Atención Integral de la Salud para Personas Trans como también la Ley de Matrimonio Igualitario.

En relación a lo dicho, el siguiente trabajo busca analizar y reflexionar el rol de los medios de comunicación en la promoción de los derechos adquiridos para la comunidad de mujeres trans, con el objeto de mejorar la calidad de vida de esta población. La ponencia da cuenta de una serie de entrevistas realizadas a un grupo de mujeres trans de la ciudad de Palpalá perteneciente a la Fundación Damas de Hierro, se indaga las representaciones construidas sobre el rol de los medios de comunicación, la formación de los y las periodistas, el mensaje y las imágenes que se emite en relación a ellas.

RELATOS MEDIÁTICOS. EL DEBATE POR LA LEGALIZACIÓN DEL ABORTO COMO TEMA DE AGENDA EN LA CAMPAÑA ELECTORAL

Gabriela Barcaglioni- Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP
(cintia.laura.abram@gmail.com)

Cintia L. Abramsonas- Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP
(gbarcaglioni@yahoo.com.ar)

El género como categoría de análisis es un recurso valioso para explicar la conformación de las agendas temáticas que se debaten en los medios.

El debate por la legalización del aborto, que marcó un hito en la sociedad y en particular en la actividad parlamentaria en el 2018, repercutirá en la campaña electoral 2019, dado que, interpelará a candidatos y candidatas electorales por el rol primordial que el movimiento de mujeres juega en el escenario político actual.

Consideramos que la campaña electoral 2019 es un escenario que nos permite ver la dinámica que adquiere la vinculación entre legalización del aborto y discurso político.

Nuestro universo de investigación serán los diarios Página 12 y El Día, de la ciudad de La Plata. En tanto, el período a analizar abarca desde el 25 de mayo hasta el 10 de agosto.

Nos focalizaremos en la presencia y/o inclusión del tema legalización del aborto en particular en el marco de la campaña electoral: cómo se comunica el debate sobre la legalización del aborto, qué aspectos se resaltan, cuáles son las voces registradas, qué enfoques son los elegidos y por qué.

Nuestra observación surge del seguimiento realizado, por este mismo equipo de trabajo, durante el año 2018, y que denominamos “La irrupción de las voces feministas en los medios de comunicación”, a propósito del debate parlamentario del proyecto de Ley sobre “La interrupción voluntaria del embarazo”.

INCLUSIÓN SOCIAL Y EXPERIENCIAS ORGANIZATIVAS EN MUJERES QUE ATRAVESARON EL ENCIERRO PUNITIVO

García, Malena- CIC - INESCO - FPyCS – UNLP
(malena_garcia@live.com)

Este trabajo se propone abordar, desde una perspectiva crítica de los derechos humanos, algunas dificultades específicas que atraviesan las mujeres que recuperan la libertad después del paso por el encierro punitivo bonaerense al momento de reposicionarse en la trama comunitaria. A su vez, se puntualizará en las experiencias organizativas de mujeres ex detenidas en el marco cooperativo. Para ello, se tomará el caso de la cooperativa de mujeres ex detenidas “Las Topas”, situada en el barrio Derqui de Caseros, provincia de Buenos Aires. Se intentará abordar los modos en que el castigo penal se extiende más allá de la cárcel: al recuperar la libertad, las mujeres regresan a un contexto de vulneración de derechos que, si bien es previo al proceso penal, se recrudece con los antecedentes penales, cuyos efectos caducan diez años después de cumplida la condena. La dificultad de acceder al mercado laboral formal se incrementa con la deficiencia de las políticas pospenitenciarias. En este sentido, la intervención ineficaz de los organismos encargados de la “reinserción” social de las liberadas redundará en una incapacidad estatal de abarcar la problemática. En este marco, se analizará el aporte de las cooperativas en la inclusión social de las mujeres liberadas.

TESINAS DE COMUNICACIÓN. DE TODOS A TOD@/X/ES

Gutierrez, Andrea- Universidad de Buenos Aires (UBA), Facultad de Ciencias Sociales (FSOC)
(andreaegutierrez@gmail.com)

Hacia el año 2014 había alrededor de 186 tesinas en la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA) que se podían relacionar con los ejes de comunicación, géneros y sexualidades. El listado comenzaba en el año 1994 con “El amor tiene cara de mujer” y finalizaba con la tesina “¿De qué se habla Entre-mujeres? Sexualidad, amor y biopolíti-

cas en la publicación digital femenina del diario Clarín” del 2014, según el orden de publicación, aunque se podían rastrear trabajos previos en 1992. En un artículo publicado para el Congreso Latinoamericano de Comunicación en el año 2015, se recuperaron algunas de esas producciones como un intento de sistematizar los trabajos realizados por los graduados de la Carrera.

Este año, se retomó dicha recopilación con el propósito de revisar esa selección y actualizarla hasta el 2018.

Cabe aclarar que la metodología elegida para realizar el compendio se basó en un grupo de palabras clave mediante las cuales se filtraron del listado de tesinas publicadas, aquellas que contenían en su título alguno/s de dichos términos.

En esta ponencia se pretende exponer los resultados cuantitativos de ese trabajo, divididos por períodos y señalando algunas particularidades de cada uno, así como un breve análisis cualitativo de algunas de esas tesinas.

PERSPECTIVA DE GÉNERO ¿UNA PUESTA EN PRÁCTICA EXPLÍCITA O IMPLÍCITA? ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICACIONES EN LOS CONTENIDOS EN DIARIOS DIGITALES

Lamas Tolay, Georgina Iris -UNJu
(georgina.tolay33@gmail.com)
Gutierrez, Rocio Celeste- UNJu
(rociogutierrez93@gmail.com)

En estos últimos años, la cuestión de género ha resonado en distintos espacios tanto públicos como privados; como ser en los hogares, las escuelas, las calles, etc. Particularmente, se convirtió en un tema de agenda en los distintos medios de comunicación, cabe recordar las marchas del 8M, de Ni Una Menos, el debate por la despenalización del aborto en el 2018, las pujas de la comunidad LGBTIQ+ por la obtención de derechos que les ampare, como ser el acceso a un cupo laboral y a la vivienda. En simultáneo, continuaron y continúan siendo un hecho noticioso los feminicidios.

En esta investigación se planteó analizar el proceso de construcción de significaciones en torno al género en los diarios digitales de referencia dominante y tradicionales de nuestra provincia, El tribuno Jujuy, Pregón, Todo Jujuy; y en particular Jujuy es Noticia. A partir de este análisis lo que intentamos es dar cuenta de los imaginarios colectivos que se producen y reproducen en los mensajes de dichos medios.

De modo que frente a estos acontecimientos este proyecto se propone analizar e indagar la relevancia de los medios de comunicación en la producción y reproducción de significaciones en torno al género. Pretendemos evidenciar la relevancia de estos en la construcción de la realidad social y la necesidad de contar con herramientas que garanticen el derecho a estar informados y que en este no se vulneren otros derechos. Esto último supone, de cierto modo, evitar la reproducción de representaciones estigmatizantes y estereotipadas.

Dentro del ámbito de la audiencia se intenta demostrar como el trabajo ideológico de los medios de referencia dominante se traduce en muchos casos desde la lectura preferencial, pero no dejan de haber otros casos en los que las lecturas son tanto negociadas como opositoras.

EMERGENCIA DEL POSPORNO EN EL PAÍS: REESCRITURAS ERÓTICAS DE LAS HIJAS DEL FUEGO

Landsman, Alhena Paula- Universidad Nacional de Tucumán
(alhenaplandsman@gmail.com)

El trabajo a presentar forma parte de los avances de la tesina de grado de la carrera en Cs. de la Comunicación de la UNT. En ella se desarrollan los fundamentos teóricos de la emergencia de un nuevo lenguaje audiovisual que se ha denominado posporno en el país y en el mundo.

En este sentido, el trabajo de investigación se propone recorrer el género mencionado a través de la película Las Hijas del Fuego, dirigida por Albertina Carri y estrenada en el 2018. Este tipo de proyecto artístico implica, siguiendo a Laura Milano, un activismo político que se manifiesta como crítico respecto del mainstream pornográfico y de la mirada heteronormativa de la sexualidad que sostiene la pornografía comercial, proponiendo formas alternativas de representación y circulación de los cuerpos, el deseo y las relaciones y prácticas sexuales. En este sentido, cabe

destacar que el posporno no es un concepto estable, sino que, en constante tensión. El presente trabajo adopta la perspectiva de Laura Milano, a través de la cual, la pospornografía se caracterizaría por recurrir a diferentes estrategias enunciativas que permiten indagar ya no tanto en lo explícito del sexo (que nos remite a lo genital del porno) sino en la multiplicidad escénica de lo sexual (Milano; 2014). En este sentido se re-piensa las corporalidades y sexualidades construidas en las producciones pornográficas, como meras tecnologías de poder y no esencias previamente definidas.

El objeto de estudio es fundamental para comprender el género ya que se sostiene que la película Las Hijas del Fuego explicita los principios básicos del posporno, actuando de este modo como un manifiesto del género.

LOS PAPÁS EN LA COCINA: EL CASO DEL SPOT “LAS MILANESAS DE PAPÁ” (PATY HAMBURGUESAS)

Lobo, Marcos Emiliano- Facultad de Filosofía y Letras – Universidad Nacional de Tucumán
marcosemilianolobo12@gmail.com

La ponencia tiene como fin el análisis de la transformación en la perspectiva de la sociedad acerca de los roles de género y como la publicidad está empezando a visibilizarla, en este caso, con el spot publicitario “Las milanesas de Papá” del anunciante BRF-Paty. El interés sobre este spot, que se transmitió al aire por la televisión argentina durante el año 2016, radica en el hecho de que muestra un acontecimiento escasamente mostrado en la publicidad de ese tiempo (incluso en el corriente año 2019 es un tópico bastante raro dentro de la publicidad, más aun tratándose de la publicidad en Argentina): se trata de un padre cocinando para su hijo en una secuencia que hace un paralelismo con la serie animada japonesa (o “anime” como se conoce actualmente) de Mazinger Z del año 1972, transmitida durante la década del 80 en Argentina. Sin embargo es notable el hecho de que tal spot no tuvo, en 2016, mucha repercusión a pesar de ser uno de los pocos y más recientes que opta por mostrar un hecho que no se enmarca en el esquema que se venía mostrando en la publicidad con respecto a uno de los estereotipos de género que más presencia sigue teniendo en la sociedad: el rol de los padres en la tarea de cocinar, que, en el imaginario colectivo, aún se considera una tarea asignada al rol de las mujeres, más específicamente, de las madres. En la actualidad posiblemente mostrar tal escena generaría el mismo tipo de repercusión que hace 3 años, tal vez no solo por el avance que está teniendo la mirada de la sociedad sobre las cuestiones de género (incluso hoy ver a un padre cocinando en una publicidad podría parecernos algo minúsculo en comparación a otras cuestiones de género que aún no están del todo libradas de los estereotipos que se le asignaron, sobretodo hablando del ámbito publicitario) sino también por el carácter mismo de tal spot, que apela más a la emotividad que genera (sobre todo en aquellos fans de la serie animada) a tal punto que puede llegar a opacar un hecho de tanta relevancia como lo es el cambio de perspectiva acerca de los roles de género asignados tradicionalmente. Por tal motivo se plantea el análisis de este tipo de publicidades, que no solo quedan como los primeros intentos de la deconstrucción de los estereotipos de género sino como ejemplos del difícil, pero no imposible, trayecto que le queda por recorrer a la publicidad en cuanto a tal perspectiva.

ACCESO A LAS TIC EN MUJERES PRIVADAS DE SU LIBERTAD EN SALTA CAPITAL

Macedo, María Guadalupe - Universidad Nacional de Salta, CONICET / CEAR-UNQ
(macedom.guadalupe@gmail.com)

Poggi, Marina- Universidad Nacional de Salta, CONICET / CEAR-UNQ
(marinapoggicarterm@gmail.com)

La ponencia indagará sobre los accesos a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en mujeres privadas de su libertad en una cárcel provincial de Salta, dando cuenta de las consecuencias en las prácticas de escritura y formación profesional. La propuesta surge desde el acompañamiento en la producción de la revista gráfica titulada “Volver a sonreír”, elaborada en el contexto de privación de libertad desde 2017.

Dentro de la unidad penitenciaria se alojan a más de 120 mujeres, de las cuales 20 trabajan en la elaboración de la revista. El espacio de producción permite la formación profesional como escritoras dentro de un medio gráfico, y la producción gráfica actual implica pensarla desde la utilización de tecnologías para su producción y difusión.

Entonces, la pregunta desde la que parte esta investigación es: ¿Cómo se realiza esta práctica dentro de dispo-

sitivos de control y aislamiento? Ese interrogante implica examinar, entre otros ejes, si las mujeres antes de entrar a la cárcel poseen educación tecnológica, lo cual implica estudiar también las posibilidades de acceso a las TIC en contextos de encierro.

El abordaje metodológico contempla la perspectiva de género, teniendo en cuenta “que la cuestión de género (..) constituye un campo insoslayable para la crítica feminista y constituye un reto para las investigadoras alcanzar en ese terreno las precisiones conceptuales y terminológicas necesarias que hagan posible avances” (Palacio, 1997: 25). Un anclaje necesario para analizar las condiciones y limitaciones a las que las mujeres privadas de su libertad son sometidas, como así también una perspectiva comunicacional -de apropiación tecnológica y saberes digitales- para acercarnos al análisis del acceso y uso de TIC.

Teniendo en cuenta que habitamos en un mundo globalizado y patriarcal que propicia las brechas y desigualdades, la mujer vive cotidianamente con trabas sociales, económicas, y culturales que no le permite acceder ni vincularse con el desarrollo tecnológico. Pero las mujeres se posicionan en la escritura de la revista como actores políticos desde las limitaciones y vulneraciones que viven cotidianamente. Son productoras de cultura y comunicación desde la cárcel, un espacio de vulnerabilidad y exclusión social.

UN RECORRIDO SOBRE LOS CAMBIOS EN EL DISCURSO MEDIÁTICO SOBRE LA MUJER EN ARGENTINA

Maglieri, Adrián Sergio- Universidad Nacional de Quilmes
(antimedia@gmail.com)

La participación de la mujer en los distintos procesos sociales y culturales ha sido creciente en las últimas décadas, y parece enfrentarse a un miedo de siglos que la ha sometido y marginado desde lo discursivo y en la práctica cotidiana en muchos aspectos. Aún queda un largo camino por recorrer para poder alcanzar una situación de justicia entre géneros, un equilibrio en donde el decir del uno sobre el otro, sean equiparables.

Si bien esta transformación parece darse en las calles como lugar central, entre marchas y movilizaciones que exigen igualdad y el fin de una violencia insoportable, se trata, no solo de una lucha para asegurar una mayor participación en distintos ámbitos sociales, laborales y económicos, sino de una batalla también por el discurso, en donde la comunicación juega un rol central en estas conquistas del siglo XXI.

El colectivo de mujeres que marcha por las calles de Buenos Aires desde el 3 de junio 2015 (por la primera gran movilización social bajo la consigna #Niunamenos, que marcó un hito histórico) y por el resto del mundo con distintas consignas, lo hace sabiendo que lo urgente son las muertes que suceden todos los días como consecuencia de la violencia directa de hombres que las matan, pero entendiendo también que deben torcer y modificar definitivamente una estructura discursiva que las ata al pasado y las humilla diariamente desde los sistemas masivos de comunicación, en cada publicidad, en cada serie televisiva, en cada imagen y en cada texto en donde se las ofende y degrada.

Este trabajo, parte entonces de la premisa de: por un lado, recorrer algunos de los avances más destacados que se han instalado en Argentina en el segundo decenio de este siglo, como fruto del proceso de movilización social que se da en toda América latina, expresado en enormes manifestaciones de mujeres (y personas de distintos géneros) que acompañan consignas que han logrado herir o resquebrajar, luego de muchos años, la estructura sólida del llamado “lenguaje patriarcal” (así como lo denomina gran parte del colectivo feminista) y poner en el debate social, la urgencia de un cambio.

Por otra parte, se intenta reflexionar sobre los aportes que hacen falta, para alcanzar una “justicia discursiva” o un equilibrio entre partes, en donde las diferencias se tornen mínimas o al menos, se conviertan en anecdóticas.

REPRESENTACIONES DE LAS “LOCAS” EN LAS CRÓNICAS DE PEDRO LEMEBEL. EXPERIENCIAS LECTORAS DE UN GÉNERO HÍBRIDO

Mendoza, Silvia- Universidad Nacional de Salta
(silvitaedithmendoza@gmail.com)
Barroso, Néstor Alfredo- Universidad Nacional de Salta
(barroso_n88@live.com)

El presente trabajo pertenece al análisis de experiencias áulicas del 2019, en las que se trabajaron algunas crónicas de Pedro Lemebel en Idioma Nacional y Literatura en los sextos años del Instituto de Educación Media. La ponencia analizará un corpus de crónicas urbanas del artista chileno, quien quebranta el Canon Literario Occidental. El corpus está integrado por una selección de narraciones complejas que dan testimonios de problemáticas sociales emergentes en la urbe moderna y latinoamericana, por ejemplo, los relatos plasman las voces de sujetos considerados marginales en un contexto político/histórico particular en Chile, durante la época de la dictadura militar, como es el caso de las travestis.

Asimismo, se analizan los recursos literarios presentes en un género considerado híbrido con secuencias descriptivas y narrativas que se relacionan con el discurso periodístico, sociológico y que también pertenecen al discurso literario, ya que se trata de un género textual que tiene doble objetivo; informar y dar testimonio de la marginalidad en la que se encuentran inmersas las protagonistas, sin dejar de lado la estética de un discurso “bello”. Entre las crónicas se mencionan “La Madonna de San Camilo”, “Noche payasa”, “Su ronca risa loca”, “Esas largas pestañas del sida local” y “Los diamantes son eternos”, consideradas narraciones que construyen el modo de vida de personas que eligieron determinada orientación sexual, que viven en la periferia, que son portadoras de enfermedades de transmisión sexual, que ejercen la prostitución y que son marginadas/discriminadas por su condición de travesti/pobre.

DIVERSIDAD SEXUAL, ANIMÉ E IDENTIDAD

Ordoñez Carabajal, Pablo- Universidad Nacional de Salta
(ocpabolg@gmail.com)

Este trabajo abordará como temática la diversidad sexual en los dibujos animados de la televisión por cable salteña de los 90s, el caso del animé. La investigación busca comprender y describir cómo los dibujos animados de Sailor Moon, Los Caballeros del Zodiaco Y Neon Genesis Evangelion crean subjetividades respecto a cómo identificarse dentro de la diversidad sexual y cómo son vinculaciones sexo afectivas de la misma generadas en los consumidores de televisión por cable del área urbana de la capital de Salta, en contraposición con los discursos religiosos que forman parte instituida de la identidad salteña. Las personas disidentes del área urbana de Salta capital construyen su identidad respecto a la diversidad sexual entre discursos que se superponen, el de las imágenes de los productos que les ofrecen la cultura de masas televisiva como el animé y el de la religiosidad institucionalizada en la identidad del ser salteño, de esta forma van conformando mediante estas apropiaciones el cómo son las personas LGBT.

Este proyecto surge con algunas modificaciones como trabajo final de la materia Seminario de Metodología de Investigación y Tesis del último año de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación y se busca darle continuidad para que sea este una tesis de grado.

La cuestión respecto a la diversidad sexual en Salta se presenta en dos discursos de instituciones muy diferentes, el de la televisión por cable, que tuvo durante los 90 un gran auge y que en el caso de los dibujos animados japoneses se representaban relaciones e identidades diversas que daban forma a subjetividades en contraposición al discurso religioso de la Salta que renueva su pacto de fidelidad como señal de identidad el cual hasta hace poco tiempo contaba con educación religiosa obligatoria en las escuelas públicas de la provincia, la cual está cuarta en crímenes de odio según el informe 2017 del observatorio nacional de crímenes de odio LGBT. Es en este sentido que las apropiaciones o mediaciones que atraviesan a las personas para poder construirse son de vital importancia para esta investigación. El método utilizado será el análisis cualitativo de entrevistas a personas LGBT diferentes que hayan sido consumidoras de animé durante el trayecto de su infancia o adolescencia en la última década del siglo pasado, logrando así una reconstrucción descriptiva y sensorial de cómo fueron los procesos de configuración identitaria y como operaron los discursos que predominaron en esta conformación.

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN DISCURSO RADIAL

Orlando, Mariano- Universidad Nacional de Quilmes
(marianeorlando@gmail.com)

Esta ponencia aporta al campo de la investigación analizando una serie de discursos que abordan el fútbol, la masculinidad e identidades de género en tensión en un corpus formado por las intervenciones de participantes de

programas de radio de interés general, emitidos por radio FM que hemos seleccionado de los últimos dos años.

Pondremos en evidencia de qué manera se negocian las identidades de género en un contexto de transformación con respecto a las percepciones sociales sobre las relaciones entre los géneros. Para lograrlo, relevamos el contexto de producción de los textos a analizar, de manera de poder identificar posibles miradas androcéntricas que hemos corroborado en investigaciones anteriores. A partir de los tópicos “género” y “deporte”. Además, estudiamos qué roles ocupa la masculinidad y cómo se construyen los discursos en torno a esta temática.

Por consiguiente, esta investigación analiza el discurso de los medios, de un día coyuntural en la agenda argentina desde una perspectiva de análisis que se corresponde con las teorías del Análisis Crítico del Discurso (ACD) y género. Bengoechea define a los discursos de género, como “aquellos que representan una cierta visión del mundo en relación a quiénes son los hombres y las mujeres” [y disidencias]. Así intentaremos entender qué representaciones aparecen en el discurso. Y más específicamente cómo estas son negociadas y presentadas en los discursos de deporte, particularmente del fútbol.

CASO JUANA: PRIMERAS APROXIMACIONES PARA ENTENDER EL “CHINEO” Y SU COBERTURA PERIODÍSTICA EN MEDIOS GRÁFICOS DE LA CIUDAD DE SALTA

Ruíz Itati Soledad- U.N.Sa
(itatisoledadruiz@gmail.com)

Salta es una de las provincias con los índices más altos de violencia contra las mujeres. Según las cifras nacionales se encuentra dentro de las tres provincias más afectadas por este flagelo. Por otro lado, al ser un territorio de frontera es diversa culturalmente ya que en ella conviven diferentes etnias y pueblos originarios. Lamentablemente, en estas comunidades todavía existen prácticas que siguen incrementando la desigualdad de género y fomentando la violencia contra la mujer. Allí, tiene origen una práctica ancestral denominada recientemente, chineo, que está sumamente invisibilizada. En el año 2015, uno caso de chineo tomo relevancia mediática cuando la niña wichí de 12 años Juana, nombre de fantasía que se le dio para resguardar su identidad, de la comunidad de Alto La Sierra de la provincia de Salta, sufrió una violación en manada a manos de ocho perpetradores criollos. La niña sufrió todo tipo de violencia y el tratamiento del caso estuvo plagado de irregularidades. Aun así, en el año 2019 se celebró el juicio y sus agresores fueron condenados.

Los medios de comunicación de la provincia de Salta y también los nacionales así como la sociedad toda se hizo eco a través de caso de Juana por primera vez de las vulneraciones que sufren las mujeres originarias, sin embargo, las coberturas que realizaron los medios locales no fueron respetuosas, encontrándose poca o nula presencia de un enfoque de género y de derechos humanos, más bien, recurrieron a las estrategias de banalización, espectacularización y morbo del caso.

A raíz de lo planteado con anterioridad, el objetivo de la siguiente ponencia será reseñar de manera provisoria y desde una mirada interdisciplinaria las investigaciones y trabajos previos que abordan la temática en tanto primera instancia de sensibilización necesaria mediante el uso de la revisión de documentos. Por otro lado, realizaremos tres entrevistas en profundidad a especialistas y referentes locales a fin de complejizar nuestro análisis desde una mirada comunicacional y antropológica.

Estas indagaciones forman parte de las instancias preliminares de investigación respecto a mi tesina de grado que se cuestiona cómo la prensa gráfica de Salta abordó el caso de “Juana”, la niña wichí violada en manada en la comunidad de Alto la Sierra, entre los años 2015, cuando aparece por primera vez el caso en los medios de comunicación y el año 2019 en que tuvo lugar el juicio.

EJE 7. COMUNICACIÓN Y SALUD

ROSTROS MESTIZOS: UNA PROPUESTA COMUNICACIONAL PARA EL ESTUDIO DE ITINERARIOS TERAPÉUTICOS ANCESTRALES EN LATINOAMÉRICA

Canavire, Vanina Belén- UE- CISOR-CONICET-Universidad Nacional de Jujuy
(belencanavire@hotmail.com)

Hace un tiempo venimos indagando en la problemática de los “itinerarios terapéuticos ancestrales”, lo que nos llevó a revisar autores y al análisis de resultados de diversos trabajos. A partir de esta investigación exploratoria, registramos que los principales estudios sobre la temática provenían, en su mayoría, del campo de la antropología, la etnobotánica, y la medicina social. Si bien estas propuestas son de gran valor y constituyen los cimientos del campo de indagaciones sobre este fenómeno social, también dieron lugar a la necesidad de pensarlo desde una perspectiva diferente a las existentes. De allí surgió la inquietud de realizar una propuesta comunicacional, cuya pertinencia está dada tanto por el enfoque particular que la comunicación es capaz de aportar al examen simbólico de los procesos sociales como por la interacción que mantiene, en su calidad de campo de convergencias, con las disciplinas que estudian tales procesos.

De esta manera, el trabajo se sustenta metodológicamente en un análisis crítico de los antecedentes teóricos recopilados, donde intentamos establecer los puntos de convergencia y las disidencias que se establecen entre las distintas posturas, y planteamos su vinculación con categorías propias del campo de la comunicación. Esta tarea analítica queda expresada en las tres premisas que conforman nuestra argumentación principal.

La primera de ellas alude a reencontrar lo “social” de la comunicación, en tanto interpela a una comunicación horizontal que promueva el diálogo y colaboración de saberes y prácticas entre actores con diferencias socioculturales. La segunda premisa se fundamenta en la idea de que la comunicación remite a los procesos de interacción en los cuales se produce, reproduce y transforma la matriz simbólica que es la cultura. Es decir, comunicación y cultura son fenómenos sociales profundamente emparentados. Por ello, los saberes y prácticas sobre “medicina tradicional”, en tanto formas de expresión del patrimonio intangible de una población, pueden ser interpelados desde la mirada comunicacional. Hacer foco en la “patrimonialización” de las prácticas culturales, implica abordar los procesos de construcción identitaria y cohesión social, y es allí donde pueden rastrearse las huellas de la comunicación.

La tercera premisa se enmarca en el campo de la salud y refiere, particularmente, a la emergencia de la “cultura terapéutica” en la época actual. Frente al imperativo de “salud perfecta” y la consecuente expansión de atmósferas terapéuticas y ofertas de sentido que prometen allanar el camino hacia ese estado completo de “bienestar”, cabe preguntarse qué ocurre con los itinerarios terapéuticos locales que parecieran quedar fuera de los límites de la globalización cultural. Ante ello, creemos que la comunicación ofrece herramientas para problematizar este fenómeno y acercarnos a las formas de articulación—convivencia, mixtura, invisibilización—que se producen entre estos distintos saberes.

REPENSAR EL ROL DE COMUNICADOR EN EQUIPOS DE SALUD DESDE UNA MIRADA DE LA INTERDISCIPLINARIEDAD

Flores, Diego Armando-UNJu
(die.armando.86@gmail.com)
Mercedes de los Ángeles Nieva Aagreda, -UNJu
(merce.nieva@gmail.com)

En principio adherimos a una definición de salud, integradora, que posibilita comprender a las personas como un todo integrado, y no como un estado, sino como parte de un continuo dinámico, en el cual las personas pueden gozar de mayor o menor salud y enfermedad. Entendemos a la salud como “el conjunto integrado de capacidades bio-psico-sociales de un individuo o de un colectivo”, estas capacidades están relacionadas entre sí, refieren a un

todo integrado y se pueden identificar capacidades como: vital, de goce, de comunicación, creatividad, de autocrítica y crítica, de autonomía y solidaridad, de integración y prospectiva.

Las experiencias se centran en adscripciones en la cátedra de Comunicación de la carrera de Lic. en Educación para la Salud sede San Pedro como en proyectos de extensión y voluntariados, en relación a ello podemos decir que existe todavía una falencia a la hora de definir el rol del comunicador social ya que el campo es amplio y no solo se circunscribe a los medios de comunicación pero también, es necesario la intervención de los comunicadores a la hora de posibilitar la construcción de mensajes saludables y la comunicación entre pares.

PERSPECTIVAS DE SALUD. UNA MIRADA SOBRE LA IDENTIDAD

Giménez Lanza, Irma Ailín- Universidad Nacional de San Luis
(gimenez.lanza@hotmail.com)

El presente trabajo está planteado en un avance de Tesis de Maestría en Comunicación Institucional de la Universidad Nacional de San Luis. En esta oportunidad se muestra la vinculación entre Comunicación e Instituciones y puntualmente las organizaciones orientadas a la salud pública.

Se parte de la premisa según Leonardo Schavartein (1999) que dice que las instituciones son “aquellos cuerpos normativos jurídico-culturales compuestos de ideas, valores, creencias, leyes que determinan formas de intercambio social (...) es un nivel de la realidad social que se define cuando está establecido. Se relaciona con el Estado que hace la ley y, desde este punto de vista no puede dejar de estar presente en grupos y organizaciones.” (p. 26). Por otro lado, se postulan las perspectivas epistemológicas desde donde es concebida la salud y las distintas concepciones que describen la idea de Salud Pública desde donde se asientan los sistemas sanitarios en Latinoamérica y la Argentina. En este sentido, los autores Enrique Saforcada y Martín de Lellis proporcionan los marcos desde dónde evoluciona en el tiempo el concepto de salud.

Por otro lado, se parte de la idea de Jesús Martín Barbero quien manifiesta que comunicarnos es poner en común, es decir, no tanto llegar a un acuerdo o discutir y llegar al consenso, como hacer común precisamente lo que tenemos, aunque haya desacuerdo. En este sentido la comunicación institucional busca los mecanismos para poner en común y a través de la comunicación interactuar en las organizaciones, a su interior y hacia afuera de ellas.

A partir de esta mirada es que se pretende observar los rasgos identitarios en un Centro de Salud de la Ciudad de San Luis donde se rastrean las huellas discursivas en términos veronianos, que dan cuenta de una noción de salud que les es común y propia.

LA SALUD EN LA PRENSA: DE LA FRAGMENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN A SU RELACIÓN CON LA CRECIENTE MEDICALIZACIÓN DE LA VIDA

Lois, Ianina- UNAJ
(ianilois@gmail.com)
Poccioni, María Teresa- UNAJ
(tpoccioni@gmail.com)
Montori, Florencia- UNAJ
(flor.m23@gmail.com)
Calvi, Lucía- UNAJ
(klvilucia@gmail.com)

La presente ponencia presenta los avances del proyecto de investigación “Temas y problemas de salud en la prensa argentina contemporánea” radicado en el Programa de Dimensiones socioculturales y comunicacionales de la salud de la Universidad Nacional Arturo Jauretche. Específicamente se presentarán las formas de conceptualizar la salud que encontramos en los medios de prensa gráfica entre fines de 2018 e inicios de 2019. Se dará cuenta de que la salud, en tanto eje temático y conceptual, aparece de forma difusa, amplia y extendida en diferentes artículos y notas, como un valor social transversal que incluye dimensiones que van desde lo político, lo económico, lo artístico y deportivo hasta la vida cotidiana y los estilos de vida. Vamos a relacionar esta transversalidad de la noción de sa-

lud, con la idea de medicalización de la vida descripta por autoras como Celia Iriat o Silvia Faraone y desde una serie de aportes de la sociología y la historia como son los desarrollos de Michel Foucault entre otros.

Para el análisis de las noticias que incluyen referencias a la salud producidas por la prensa gráfica de alcance nacional en nuestro país, se parte del supuesto de que la información mediatizada desempeña un rol central en nuestra sociedad, al poner a las personas en contacto con una multiplicidad de mensajes acerca de la salud y la enfermedad, el cuidado, el tratamiento y la prevención, a la vez que contribuye con la configuración de discursos acerca de las formas adecuadas de alcanzar el bienestar y el estado de salud, de la mano de representaciones sobre las características ideales de los cuerpos sanos y saludables.

En este escenario, además de confirmar que las notas de salud, como las de ciencia, forman parte de la agenda diaria de los diarios argentinos, pudimos categorizar varias formas de comprender la salud que van desde cuestiones clásicas como la ausencia de enfermedad, como todo aquello relacionado con la medicina, los avances científicos, los espacios de consulta y atención, como así también lo que hace a los estilos de vida, es decir a las formas de alimentación, a la actividad física, a lo que suele incluirse en la noción de hábitos y hasta cuestiones relacionadas con la belleza y el bienestar. Asimismo, otra categoría que apareció con cierta frecuencia es aquella que invoca la ausencia de la salud como causa de problemas en el mundo deportivo y del espectáculo. En este marco, abrevamos en la perspectiva del discurso social, comprendiendo que las nociones de producción de sentidos, significación social y discursos aportarán la densidad que el análisis requiere.

PRECARIEDAD Y DOLENCIAS COTIDIANAS, INTERRELACIONES COMUNICATIVAS ENTRE FAMILIAS RURALES Y AGENTES DE APS.

Suarez, Maria Eugenia
Universidad Nacional de Salta
(meugeniasuarez@gmail.com)

En esta ponencia exploramos las interrelaciones comunicativas que se producen entre trabajadores rurales del tabaco y los agentes sanitarios a través de la estrategia de APS en la ciudad de Cerrillos (Salta), indagando en los significados y sentidos que le atribuyen a sus dolencias cotidianas y padecimientos cotidianos, el marco normativo de los modelos de prevención y promoción en la que son asistidos, los recursos sanitarios y prácticas de cuidado que son incorporados en los procesos de salud atención enfermedad. Frente a las condiciones de precariedad material, e inestabilidad laboral de las familias, los agentes sanitarios construyen relaciones comunicativas basadas en normas, valores y afectos basadas lo que en términos de Scott se denomina “una ética de la subsistencia”. Lejos de profundizar en las condiciones de vida que producen las afecciones y dolencias a los miembros trabajadores y sus familias, los agentes reintroducen en los diálogos aspectos morales y normativos como formas de asistir los padecimientos. Los fundamentos de la práctica comunicativa como de la práctica asistencial se analizan empíricamente a través del concepto de “economía moral” en “producción, el reparto, la circulación y la utilización de las emociones y los valores, las normas y obligaciones en el espacio social” (Fassin, 2018). A través de un análisis micro sociológico exploramos el lugar de enunciación, siempre en tensión, que construyen los individuos con los agentes de salud.

LA SALUD MENTAL COMO POTENCIAL CAMPO DE INTERVENCIÓN PARA LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: TAREAS, DEBATES Y VACÍOS TEÓRICO-PRÁCTICOS EN EL CONTEXTO DE LA LEY NACIONAL DE SALUD MENTAL 26.657/10

Oberti, Milagros Luján - Universidad de Buenos Aires, UBACYT
(milagrosoberti@outlook.com)

La ponencia que presentaremos se enmarca en una investigación más amplia realizada por la autora para la obtención del título de grado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (FSOC-UBA) en la cual se conceptualizó

lo que hemos denominado Dispositivo de Salud Mental, en referencia al complejo campo de discursos, técnicas y prácticas relativas a la salud mental que tienen lugar en Argentina en la actualidad. El extracto que presentaremos repasará algunos resultados y reflexiones respecto del rol del comunicador y su intervención en el campo de la Salud Mental como potencial territorio teórico-práctico.

La problematización de la configuración contemporánea del campo de la salud mental en la Argentina obliga a considerar como uno de los principales factores que interviene en la reorganización del campo a la sanción de Ley Nacional de Salud Mental N° 26.657/10 (LNSM). Dicha legislación se manifiesta en contexto mundial específico que trae consigo un complejo proceso de reforma en el campo de la salud mental argentina. Desde la década de 1950, luego de la Segunda Guerra Mundial, la reforma psiquiátrica comienza a ser, lenta y conflictivamente, un tema de agenda para desafiar los saldos negativos históricamente resultantes de la vulneración de los derechos humanos. Lo que se pone en juego es un complejo proceso de cambios relativos a las fuerzas institucionales de la lógica manicomial establecida. En países como Italia, Brasil y Argentina, por caso, la tendencia que adquiere más relevancia es aquella vertiente denominada desmanicomialización o desinstitucionalización. Esta irrupción histórica tiene como objetivo superar el modelo hospitalocéntrico y pasar a conformar un modelo comunitario, en otras palabras, operar un tránsito desde un Modelo Médico Hegemónico hacia un Modelo de Atención Primaria de la Salud.

Específicamente, este trabajo comprenderá a los estudios y aportes teóricos de las Ciencias de la Comunicación como posibles aliados estratégicos en el entramado de múltiples y complejas tareas que el campo de la salud mental demanda en tanto planificación, implementación y evaluación de acciones. Dicho esto, en el trabajo repararemos en algunas tareas que la Comunicación puede emprender, entendiéndola a partir de dos vías: como ciencia habilitadora de herramientas teórico-prácticas y como capacidad humana de intercambio simbólico. Daremos cuenta de la multi-complejidad del campo mapeando una serie de problemas, demandas y tareas concretas a realizar teniendo en cuenta actores, espacios, territorios y una multiplicidad de herramientas como talleres, formación, agenda mediática, etc.

El objetivo de la ponencia será, entonces, reponer discusiones y aportes teóricos propios de las ciencias de la Comunicación Social y proponer tareas concretas que se pueden realizar en el campo de la salud mental y las adiciones. Estos temas hoy se nos muestran como un vacío teórico-práctico dentro de la especificidad de nuestros estudios, pero también se vuelven cada vez más relevantes ante la inminente urgencia de una transformación social con respecto a la perspectiva de derechos humanos y salud mental.

INTEGRANDO SABERES PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA/EXTERNA EN INSTITUCIONES DE SALUD

Pascual, Anabel- Universidad Nacional de La Pampa
(m.anabelpascual@gmail.com)

INTERCOM “Intervención desde la Comunicación” es un programa de extensión subsidiado por la Universidad Nacional de La Pampa que aborda desde la docencia e investigación la comunicación para la salud. Desde dos proyectos en territorio y en diálogo con actores de la salud (profesionales y administrativos) del Hospital Lucio Molas y la Asistencia Pública, pertenecientes al Ministerio de Salud de La Pampa, se trabaja mediante la acción planificada, con metodologías participativas y con la ejecución de propuestas en base a la resolución de problemas.

En el proyecto 1 las dificultades se corresponden con el acceso a la información y difusión insuficiente por parte de las instituciones limitada en la mayoría de los casos a carteles en salas de espera, estrategias comunicacionales heterogéneas y dispersas que solo quedan en buenas intenciones. La planificación en torno a la creación de una agencia de salud multimedial como un espacio dialógico entre comunicadores y especialistas en salud, con base en la promoción y prevención será el objetivo central para abordar la salud desde un abordaje integral y multidisciplinar. La difusión de estas producciones periodísticas, educativas y promotoras de salud, pretenden servir de insumo interno (desde dispositivos tecnológicos en las salas de espera) y externo, desde la la página web <https://intercomunlpam.com/>

Siguiendo el marco de desarrollo programático, el proyecto 2 abordará problemas comunicacionales vinculados con el bajo nivel de articulación entre los servicios y el escaso conocimiento sobre las tareas y funciones interna/externa de cada área. Este fenómeno genera malestar entre los trabajadores y los usuarios provocando altos niveles de costo-oportunidad en la puerta de entrada al sistema que es fácilmente mejorable. Abordar la dimensión comu-

nicacional desde la capacitación en comunicación con metodología de taller promueve el encuentro entre pares y aporta junto a los saberes previos, el consenso para pensar desde la comunicación un sentido compartido. Ese proceso implica la reconstitución para su comprensión y explicación de los significados que se van encontrando a la vez que se construyen futuros con un sentido definido.

La universidad en diálogo con las instituciones de salud pública permitió no solo sentar las bases para jerarquizar la importancia de la comunicación en salud, sino también para que los usuarios del sistema puedan visibilizar y tomar la palabra, comentar sus necesidades y preocupaciones acerca de lo que acontece sobre problemáticas de su salud o enfermedad. La tarea emprendida en la institución hospitalaria permitió, de acuerdo con los planteos de Díaz y Uranga (2011), el uso de la comunicación para la participación comunitaria como un derecho ciudadano y una vía para aumentar la eficacia de las iniciativas sobre la propia salud de la institución. Esta experiencia transita su 2do año de ejecución y puso en el terreno real que las instituciones de salud son un espacio pedagógico que necesitan de la intervención de la Universidad. Allí los estudiantes se pusieron a la par de personas involucradas, aprehendieron a brindar ayuda para resolver los problemas detectados y de dicha interacción emergieron propuestas conjuntas (Jorge Castro 2015)

“SORORIDAD ENTRE MUJERES A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES COMO PLATAFORMAS DE EMPODERAMIENTO EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES A RAÍZ DEL INCUMPLIMIENTO DE LA LEY 25.929 DE PARTO HUMANIZADO”

Paz, Juan Pablo- Universidad Nacional de General Sarmiento
(juanpaz_1990@hotmail.com)

Guerrini, Nicolás- Universidad Nacional de General Sarmiento
(nicoguerrini22@gmail.com)

Losada, Mariana- Universidad Nacional de General Sarmiento
(marlosada@hotmail.com)

Mansilla, Sarah- Universidad Nacional de General Sarmiento
(sara_mansilla_01@hotmail.com)

Andrada, Sofía- Universidad Nacional de General Sarmiento
(sofi.constanza1@gmail.com)

En el marco de la materia Metodología de la investigación cualitativa. Cultura y comunicación a cargo del docente Tomás Calello se realizó esta investigación.

En dicha investigación se abordó la sororidad entre mujeres a través de las redes sociales como plataformas de empoderamiento en la provincia de Buenos Aires a raíz del incumplimiento de la Ley 25.929 de parto humanizado.

Para esto, hemos analizado los grupos que se configuran en la red social Facebook, en los cuales convergen mujeres, madres y/o embarazadas que han sufrido y sufren violencia obstétrica, además de casos de mujeres que no pertenecen a dichos grupos pero que también han visto vulnerados sus derechos que se contemplan en la ley citada.

Dado el abordaje presentado se consideró apropiado seleccionar el estudio de caso ya que nos brinda técnicas más pertinentes para desarrollar los casos de violencia obstétrica, siendo estos muy particulares. A través de la indagación sobre las experiencias de mujeres que sufrieron violencia obstétrica se irá recopilando la información.

En ese sentido, se prestó atención a los distintos documentos sobre el parto en general, los porcentajes de cesáreas y las medidas preventivas contra la violencia médica. Además de las entrevistas a las víctimas, se tomará la voz de distintos profesionales de la salud así como organizaciones del mismo tenor.

En lo que refiere al marco teórico, optamos por los siguientes autores: BOURDIEU, P – Poder, derecho y clases sociales. Desclée de Brouwer. Bilbao, 2001. BOURDIEU, P – Razones prácticas. Sobre una teoría de la acción. Editions de Seuil. Paris, 1994. DURKHEIM, E. De la división du travail social, Ed. PUF. Paris 1967. DURKHEIM, E. El suicidio. 1987. FOUCAULT, M – Microfísica del poder. Ediciones de La Piqueta. Madrid, 1992. FOUCAULT, M- Poder y cuerpo. FOUCAULT, M – Vigilar y castigar. Siglo XXI. Buenos Aires, 2008. TAYLOR, S. y BOGDAN, R. (1992), Introducción a los métodos cualitativos de investigación, Capítulos 3 y 4, Editorial Paidós, Barcelona. VASILACHIS DE GIALDINO, I. (1992), Métodos Cualitativos I CEAL, Buenos Aires.

Nuestra hipótesis a desarrollar fue el rol que tienen las redes sociales, en este caso alrededor de la violencia obstétrica, como plataformas de empoderamiento para las mujeres así como un espacio de contención y compren-

sión. Además, a través del entramado de redes, las mujeres pueden acceder a la información necesaria para realizar respectivas denuncias, informarse así como buscar contención y apoyo.

LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN HOSPITALES PÚBLICOS

Poccioni, María Teresa- UNAJ – Universidad Nacional de La Plata
(tpoccioni@gmail.com)

Lois, Ianina- UNAJ – Universidad de Buenos Aires
(ianilois@gmail.com)

Montori, Florencia- UNAJ
(flor.m23@gmail.com)

Ramirez, Soledad- UNAJ – Universidad Nacional de Quilmes
(solramirez1210@gmail.com)

El trabajo a presentar da cuenta de los avances del proyecto de investigación denominado “La gestión de la comunicación en las organizaciones de salud”, aprobado en la convocatoria UNAJ Investiga 2017 de la Universidad Nacional Arturo Jauretche (UNAJ). Su objetivo principal consiste en analizar las áreas de comunicación de hospitales públicos del país para identificar lógicas de trabajo y modelos de comunicación puestos en práctica. Nos proponemos describir las características de las distintas áreas de comunicación existentes en hospitales públicos del segundo y tercer nivel de atención, identificar qué lugar ocupan en la gestión hospitalaria, qué tareas y responsabilidades tienen y cuáles son las estrategias que ponen en práctica. A su vez, nos proponemos pensar la comunicación en los servicios de salud a partir de conceptualizaciones que trasciendan la mirada clásica de la comunicación organizacional, para lo cual consideramos necesario abordar el tema a partir de otros paradigmas tales como el de la complejidad, o el paradigma relacional, o semiótico. Las organizaciones son las relaciones, y se define a la comunicación desde un enfoque interpretativo en el cual se la considera como construcción social en la que los sujetos que interactúan construyen y comparten realidades organizacionales (Andrade Scroferneker et al, 2015). Es por esta línea de pensamiento por donde consideramos apropiado comprender lo que sucede en las organizaciones de salud en la medida en que se puedan pensar como redes comunicacionales, o redes conversacionales. Asimismo esta búsqueda nos ha llevado a discutir en torno a la necesidad de revisar los abordajes metodológicos clásicos para analizar la comunicación en las organizaciones, en tanto los mismos han estado más vinculados a un enfoque herramental e informacional de la comunicación. Presentaremos los primeros resultados del relevamiento realizado en siete de los diez hospitales elegidos para esta investigación. Ellos son: Hospital Cuenca Alta de Cañuelas; Hospital Gandulfo de Lanús; Hospital El Cruce, Néstor Kirchner de Fcio. Varela; hospital Materno Infantil de Salta; Hospital Sommer de General Rodríguez; Hospital Bonaparte; Hospital Posadas y Hospital Néstor Kirchner de Calafate. Restan el Hospital Mi Pueblo de Fcio. Varela; Garrahan y Dr. Ramón Madariaga de Misiones.

EJE 8. COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y SEGURIDAD CIUDADANA.

CONSIDERACIONES DE LA CIUDADANÍA EN Y DESDE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Carriso Martínez, Abigail- UNLP
(abigailcarriso@gmail.com)
Carballo, Edgardo – UNLP
(edgardoestebancarballo@gmail.com)
Salvatierra, Lucas -UNLP
(lucas.salvatierra87@gmail.com)

Las Ciencias Sociales en todas sus disciplinas problematizaron y desarrollaron a lo largo de la historia las distintas formas de considerar a los sujetos y sus prácticas. En este trabajo se propondrá un cruce entre los diversos modos de conceptualizar al sujeto social y algunas aproximaciones acerca de los discursos sociales a los cuales aluden, es decir, a qué matrices de pensamiento responden las referencias que se tienen en la actualidad en relación a los sujetos.

Esta discusión surge dentro del grupo de trabajo del Proyecto de Extensión “Trayectorias Educativas” a partir de las reflexiones y de los trabajos realizados en el territorio con actores de la sociedad civil en instituciones educativas. Entendemos que las prácticas educativas no están configuradas solamente por los discursos estrictamente escolares, sino también por aquellos discursos que son ajenos a ella (medios de comunicación, publicidad, entre otros) pero que asignan sentidos y modos de subjetivación en las distintas interrelaciones.

A partir de nuestro trabajo con las escuelas y de las posteriores reflexiones en torno a la experiencia, podemos dar cuenta de ciertas problemáticas que interpelan a los jóvenes por fuera de las escuelas pero en cierta medida configuran las prácticas dentro de ellas.

La necesidad de trabajar sobre estas problemáticas tiene que ver con sumar herramientas a los chicos y chicas con los que trabajamos con el propósito de que puedan desarrollar e implementar prácticas que favorezcan la construcción de ciudadanías plenas y procesos de autonomización.

Lo que motoriza la producción de este trabajo es la necesidad de entender cuáles son las formas en que los grupos y las instituciones de la sociedad configuran al joven en tanto ciudadano y en qué medida los campos del Derecho y de la Comunicación pueden aportar al trabajo con las comunidades educativas en relación con el resto de los espacios públicos de participación.

Todo esto, a su vez, se complejiza en contextos donde conquistas y derechos humanos básicos se ven cuestionados y vulnerados por discursos que excluyen y estigmatizan a los sectores populares y por la retirada de políticas públicas que inciden de forma estructural en las disposiciones de la sociedad.

DESAPARECER LA MUERTE. EL ETHOS EN LA RECONSTRUCCIÓN JUDICIAL SOBRE EL FEMICIDIO DE PAOLA ÁLVAREZ EN SALTA (2017)

González, Diana Guzmán – CEA/UNC
(dianaguzmangonzalez@hotmail.com)

En este trabajo pretendemos realizar, a partir de los aportes del Análisis del Discurso, el abordaje de un fragmento textual documentado durante el proceso investigativo del femicidio de Paola Mariana Álvarez, crimen cometido en la provincia de Salta en mayo del año 2017. El caso integra el corpus previsto para su tratamiento en la tesis propuesta para el Doctorado en Semiótica (CEA-UNC), debido a que presenta rasgos que permiten interpretar una motivación criminal vinculada a las desigualdades de género y la prevalencia de una estética deshumanizante.

El femicidio, al igual que los crímenes que conforman el objeto de estudio doctoral, da cuenta de representaciones, estrategias discursivas, modos de decir y de visibilizar los cuerpos de las víctimas por parte de los asesinos en las declaraciones efectuadas en contextos judiciales, redes de comunicación social y presentaciones escritas de los

abogados defensores.

El análisis problematizará la elusión de responsabilidad por parte del imputado durante en las instancias previas a su detención como sospechoso en la investigación de la muerte violenta. Presentaremos la palabra del acusado documentada en el expediente judicial, a través de la cual el imputado pretende mostrar una imagen benevolente de sí mismo que resulta contradictoria con los sucesos que describe.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN AL SERVICIO DE LA CONSTRUCCIÓN DE SEGURIDAD CIUDADANA: CASO CIUDAD DE YERBA BUENA, TUCUMÁN.

Dulout, Ileana Inés- UNT
(idulout@gmail.com)

La seguridad pública es un servicio de responsabilidad estatal y en principio, todos los habitantes de una ciudad o municipio, como escalón básico de gobernanza del estado, son receptores de dicho servicio. Sin embargo en casos como el de la ciudad de Yerba Buena, provincia de Tucumán, se ha puesto en funcionamiento un sistema de acción donde los vecinos cumplen un rol participativo en la prevención del delito, acercándose a las fuerzas de seguridad, municipales y provinciales, para determinar las necesidades de seguridad local y formas conjuntas de participación.

El objetivo de este trabajo es mostrar como con el apoyo de internet y medios de comunicación no tradicionales, la participación ciudadana ha desarrollado un sistema de prevención del delito de manera zonal, en conjunto con las fuerzas de seguridad, mediante la disuasión planificada por la información compartida a través de los medios antes nombrados.

A partir de un análisis cuantitativo y cualitativo del caso de la ciudad de Yerba Buena, se mostrará el funcionamiento y resultado en la construcción de seguridad ciudadana con la participación de los diferentes actores sociales. Vinculando la teoría de la prevención comunitaria del delito con las tecnologías de la información y la comunicación.

NUEVAS AMENAZAS, DEMAGOGIA PUNITIVA Y “BOLSONARIZACIÓN” DE LA POLÍTICA. LA ESPECTACULARIDAD EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO PARADIGMA DE SEGURIDAD

Schmitt, Nancy- Universidad Nacional de Lanús
(nanschmitt@hotmail.com)

La llegada al poder del gobierno de Cambiemos, el 10 de diciembre de 2015, implicó una serie de intervenciones políticas y cambios normativos que ponen en cuestión los consensos básicos interpartidarios que, con sus marchas y contramarchas, se han ido tejiendo desde el retorno democrático en 1983. Desde nuestro trabajo entendemos que estos cambios se enmarcan en un nuevo entramado geopolítico regional diseñado por Estados Unidos y que se expresa en el Paradigma de las “Nuevas Amenazas”. Esto conlleva un cambio en la definición de la Seguridad, presentando al delito y a los diversos actores involucrados, como una amenaza a la soberanía, la seguridad del Estado y la seguridad nacional; así como la definición de nuevos “enemigos internos”.

El nuevo paradigma securitario conforma uno de los elementos clave de las nuevas interpelaciones ideológicas del renacido neoliberalismo en Argentina que, a fin de generar nuevos consensos, construye un discurso cada vez más asentado en la “demagogia punitiva” y la “bolsonarización” de la política, instalando la falsa dicotomía entre un “garantismo” que conduciría a la impunidad de los delincuentes, y su contracara, “la mano dura” ejercida por las Fuerzas de Seguridad. Si bien el discurso dominante de todos los funcionarios del gobierno se orienta en este sentido, una figura emerge con fuerza ofreciendo al ciudadano mejoras rápidas con recetas fáciles para terminar con el flagelo de la inseguridad, la Ministra de Seguridad Patricia Bullrich. La espectacularidad de su aparición pública a través de los medios de comunicación y la utilización de las redes sociales es utilizada como plataforma a partir de la cual se apela a la estigmatización y criminalización de pueblos originarios, extranjeros y menores, la judicialización de la protesta social, la reivindicación de la portación de armas en manos de civiles, el cambio en el protocolo de Seguridad, conocido como “Doctrina Chocobar”, o la reglamentación del uso de las pistolas Taser.

Considerando esto, analizaremos los cambios normativos en Seguridad a la luz de los discursos de la Ministra de Seguridad y las operaciones ideológicas que sustentan la demagogia punitiva a través de un análisis crítico de su discurso.

LA COMUNICACIÓN COMO CAPITAL TRANSPOLÍTICO EN COMUNIDADES LATINOAMERICANAS SOCIODIGITALIZADAS: CASO COMUNIDADES OAB Y ALDRJ EN BRASIL.

Tissera, Virginia- Universidad Nacional de Villa María (Córdoba)
(tisseravirginia@gmail.com)

La expansión de las redes de servicios de telecomunicaciones y sus desarrollos tecnológicos fueron ampliando las posibilidades participativas y la magnitud que obtiene el fenómeno en la actualidad se evidencia como una herramienta de directa contribución a la vida política de los sujetos. La multiplicidad de movimientos y recambios alrededor de este nuevo mapa generó el surgimiento de proyectos políticos que, en palabras de Preciado Coronado (2014), tienen una “nueva gramática democrática de resistencia y reconocimiento de agendas sociales relacionadas con la integración autónoma latinoamericana”.

Tomando un aporte de Baudrillard, Trivinho (2006) remarca que esta puesta en escena de la comunicación como capital simbólico (información transfronteriza) en la política internacional supone la generación de una sensación instalada de “hiperrealismo”. Así, las nuevas expresiones del conflicto social en América Latina, tomando como casos de estudio las comunidades del ámbito jurídico OAB y ALDRJ en Brasil, manifiestan – como en otras regiones del mundo – una activa participación ciudadana en esos términos.

La investigación, sobre la que se basa esta presentación, se propuso abordar las nuevas expresiones del conflicto social partiendo por identificar, sistematizar y describir analíticamente las formas de comunicación y participación ciudadana que implican, en palabras de Rodríguez & Theiler (2016) la construcción de “realidades sociodigitalizadas”.

El presente artículo propone abordar los ejes y categorías, como así también los resultados arrojados por dicha investigación, a los fines de aportar una nueva visión y crítica reflexiva acerca del escenario brasileño en torno a las nuevas posibilidades que presenta la comunicación como fenómeno transfronterizo. En este sentido se plantean ejes de abordaje en relación a la ebullición de las comunidades cibernautas en redes, que definen su carácter transfronterizo operando por encima de las fronteras naturales, sociales, psicológicas y hasta artísticas.

El aporte permite pensar la democracia desde el rol activo de las comunidades, desde diferentes marcas narrativas, y complejizar la condición transpolítica de la comunicación, como catalizadora de los procesos de generación de esas nuevas narrativas.

LA CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA DE LA (IN)SEGURIDAD. EL “CAMBIO” DE PARADIGMA DE LAS POLÍTICAS DE SEGURIDAD A PARTIR DE LA “DOCTRINA CHOCOBAR”

Valdez, Mariana- U.N.Sa
(mvluly73@gmail.com)

Analizar hoy la noción de la seguridad en el discurso político y mediático, tiene que ver en principio con una relación casi directa con los índices de criminalidad y con las políticas públicas que proponen los gobiernos para combatir la inseguridad. Actualmente suele ser ubicada por la mayoría de la ciudadanía como uno de los problemas principales o más preocupantes del país, junto con la pobreza y la desocupación. Los hechos delictivos que son calificados por la prensa como de “inseguridad”, ocupan secciones importantes en los diarios, en los noticieros televisivos y en la radio. Casos como el secuestro y asesinato de Axel Blumberg, Candela Sol Rodríguez, o el más reciente caso Chocobar, fueron altamente mediatizados.

El análisis del discurso mediático reviste un carácter de gran importancia a la hora de analizar cómo, desde una visión de espectacularización, se publican noticias cargadas de sentido que van mapeando y delineando el sentir de la sociedad en lo urbano, en lo privado y en lo individual. Esto no quiere decir que, como audiencias, creamos todo lo que los medios nos dicen como realidad. Sin embargo, se debe considerar que es importante su presencia en la sociedad y que su discurso, de alguna manera, da una muestra de las diferentes problemáticas por las que atraviesa una sociedad, siempre desde una visión parcializada y política.

En este trabajo se intentará dar cuenta cómo, a partir del análisis de las declaraciones de la Ministra Patricia Bullrich sobre el caso Chocobar, es posible encontrar huellas discursivas que van a favor o en contra del nuevo paradigma de seguridad, que se instaló en la sociedad actual, desde la asunción de la actual gestión de gobierno de Cambiemos.

EJE 9. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS.

GILLETTE Y LOS ESTEREOTIPOS DE MASCULINIDAD

Agustín Mazuy- UNT
(agustinmazuy@gmail.com)

En esta ponencia, lo que se busca es analizar la estrategia publicitaria llevada a cabo por la marca Gillette perteneciente a la empresa Procter & Gamble. Para lo que se valdrá principalmente de tres spots publicitarios, que se dieron a conocer este año, estos son:

- “We Believe: The Best Men Can Be”
- “Every Hero Sweats”
- “Hay Que Ser Muy Hombre”

El primero de estos comerciales es el que ocupa un lugar central en esta ponencia, ya que fue el que más revuelo mediático causó, en ese spot primero podemos ver como buscan hacernos reflexionar sobre ciertas actitudes y comportamientos incorrectos que durante mucho tiempo estuvieron ligados al concepto de masculinidad, después el comercial invita a los hombres a llevar a cabo un cambio que ayude a combatir esos comportamientos poco deseables y que ya no deben de tener lugar en la sociedad actual.

Este spot fue muy polémico, principalmente en los Estados Unidos donde desencadenó distintos tipos de reacciones, tanto alabanzas por parte de algunos sectores como así también fuertes críticas y hasta podría decirse que enfrentó un intento de boicot a pequeña escala.

Los otros dos spots son utilizados como complemento para intentar descifrar cual es la estrategia que está siguiendo la empresa, para esto también se hará uso de toda la bibliografía disponible y que pueda ayudarnos a comprender que es lo que la empresa busca generar y finalmente intentar determinar si la campaña fue un éxito o por lo contrario un rotundo fracaso.

También se busca determinar cuál es la razón que llevo a Gillette a querer dar un cambio tan rotundo con respecto a sus anteriores publicidades y que influencia tiene el actual contexto cultural norteamericano en su decisión.

LA DIMENSIÓN TERRITORIAL DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA LOCAL. EL CASO DE LA CONSTRUCCIÓN DE MARCA TERRITORIO “CÓRDOBA, CAPITAL SOCIAL”

Álvarez Nobell, Alejandro- UNC
(aalvareznobell@unc.edu.ar)

Los recientes estudios sobre el desarrollo de la comunicación estratégica en la región (LCM, 2019) indican que uno de los mayores crecimientos se viene sucediendo en el sector público: con mayor profesionalización; nuevos y más ámbitos de trabajo y funciones; pero fundamentalmente con una clara función directiva y política. En ese marco, los gobiernos locales son los principales actores, y la dimensión relacional y territorial de la política un escenario fértil para la gestión de comunicación.

La presente ponencia busca poner en tensión la gestión de comunicación en su estrategia de identidad visual con la dimensión territorial de la comunicación pública local; a partir del análisis del caso de la construcción de la marca territorio “Córdoba, Capital Social” que llevó adelante la ciudad de Córdoba durante el período 2016-2019.

Se partió de un diagnóstico que determinó una percepción de marca altamente fragmentada, carente de atributos de identidad claros y sin considerar los principios de participación, transparencia y colaboración que definen a los gobiernos locales en la actualidad.

El concepto “Capital Social” permitió, mediante un sistema visual articular mensajes claves y acortar la distancia entre gobierno y vecinos, con énfasis en la creación de comunidad a partir del uso del término “Social” como el ele-

mento inclusivo e integrador. El mismo funcionó como una marca paraguas, un discurso amplio que abarcó todas las producciones del área de comunicación

Al mismo tiempo, se desarrolló un sistema con un anclaje en la idea “Córdoba Me” seguidos de acciones como “cuida, capacita, activa, incluye”, entre otros.

En materia de gacetillas de prensa, en 24 meses se realizaron casi 2400 envíos a medios que mencionan el término. En entornos digitales, el hashtag #capitalsocial y las menciones a Capital Social registraron un total de 20.923 eventos (Twitter y Facebook).

Estos recursos, entre otros utilizados por la Municipalidad permitieron articular propuestas de participación y empoderamiento ciudadano, saliendo de un rol pasivo y e interpelando a los ciudadanos en sus propias capacidades.

CAPITALISMO DE LA EMOCIÓN, LA FELICIDAD ASOCIADA AL CONSUMO EN EL DISCURSO PUBLICITARIO: CASO SANTANDER RÍO

Parajon Joppich, Catalina - UNT
(catuparajon@gmail.com)

Esta ponencia busca ilustrar con un ejemplo concreto la forma en que se legitima en el discurso publicitario una relación directa entre la posibilidad de consumo y la felicidad. La felicidad es vista en este marco como una emoción y, a la vez, como un valor que se ha legitimado socialmente a través del discurso publicitario convirtiéndose en una aspiración, un deseo e incluso una necesidad. El consumo se presenta en este discurso como una posibilidad de acceso a dicha felicidad.

Entre sus múltiples discursos publicitarios, Santander Río lanza su spot “Supergestito Superclub” donde ilustra esta asociación discursiva entre felicidad y consumo. A partir de la mencionada pieza publicitaria, esta ponencia aborda la cuestión tomando como eje la centralidad de las emociones en el discurso publicitario, que reemplaza al foco en el producto y hace encuadrar este discurso así, en lo que Byung-Chul Han llama “Capitalismo de las Emociones”.

Por otro lado, se aborda en esta ponencia el Fetichismo de la Mercancía, tomando la noción marxista, que también se encuentra ilustrada en el spot publicitario elegido del banco Santander Río. La felicidad, los beneficios, la posibilidad de consumo a la que da acceso el producto o servicio que ofrecen en esta oportunidad, enmascaran los costos, los riesgos y los procesos menos beneficios que implican también la contratación del servicio Superclub.

Este trabajo toma como metodología la descripción y se sostiene en la reproducción del spot publicitario mencionado con elementos gráficos y audiovisuales. Busca concluir, después de un análisis general, en las consecuencias que trae la legitimación de un discurso que asocia felicidad a consumo, entre ellas, la segmentación social según los hábitos de consumo de las personas, el aumento del valor simbólico de los productos o servicios en un capitalismo sostenido por el discurso publicitario emocional y la profundización de la brecha económica y social actual.

IMAGEN Y MARCA PAÍS: ABORDAJES LATINOAMERICANOS

Varela, Diana - Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Abierta Interamericana
(diana.varela01@gmail.com)

La imagen de un país es resultado tanto de su historia, su geografía, su música y su arte como también de sus tendencias ideológicas.

La asociación terminológica entre Marca y País deviene de la traslación del concepto de marca proveniente del diseño gráfico a un espacio del marketing. De este modo, se amplifica su conceptualización vinculándose con lo territorial, lo jurisdiccional y lo nacional entendido no solo desde la diferenciación etnológica o idiosincrática entre países, sino también desde ámbitos principalmente comerciales. Por ello, Lina Echeverri la define como “estrategia para capitalizar la reputación de un país en mercados internacionales. (...) propuesta de valor de lo que ofrece un país a visitantes e inversionistas.”

El concepto Marca-País surge de la necesidad de los gobiernos y de los sectores empresariales de forjar una iden-

tividad propia y particular frente a mercados globales altamente competitivos. Si bien suele confundirse con una campaña de promoción, ello es sólo una de sus capacidades pues, en la praxis, va a adquirir una relevancia distintiva según las potencialidades de cada país y según su estrategia de posicionamiento internacional.

En ese sentido, destacamos la opinión de Guillermo Brea quien considera que toda marca país “Debe satisfacer aspiraciones y expectativas comunicacionales de carácter institucional, mercantil, político, cultural y turístico en contextos diversos, fluctuantes y por momentos paradójicos.”. Adherimos a esta enunciación pues ese acento en lo comunicacional y lo cultural es lo que jerarquiza y revaloriza la conceptualización del tema Marca-País como veremos en el caso Marca Argentina.

Por ello, toda marca país debe poseer una cierta carga de polisemia y ambigüedad que determina la creación de un signo que evidencie un alto grado de abstracción y, simultáneamente, que sea capaz de vincular el concepto de globalidad con las propiedades del ámbito local. Tal exigencia implica crear una propuesta proyectada como un sistema abierto, pensado para evolucionar en el tiempo y con capacidad de responder a las demandas que el devenir le imponga.

Yendo concretamente al momento del diseño, en su construcción contamos con tres signos fundamentales: el signo tipográfico, el signo formal y el signo cromático que se materializarán en un logotipo, un imagotipo y una paleta cromática determinada.

En cuanto a retórica, la imagen integral que configura la marca país debe satisfacer plenamente el requisito de mencionar el todo haciendo referencia sólo a una parte. Y ello debe ser tan potente que logre despertar “en nuestras mentes con la sola mención a las raíces, todo el modo de hacer, las sutilezas y el universo que distingue a las creaciones espirituales y materiales del hombre.”

Este trabajo recorta el corpus gráfico y analiza tres casos prototípicos: Argentina, Perú y México. Tal recorte se fundamenta en la relevancia histórica y la potencia iconográfica-simbólica de cada uno en la configuración relacional latinoamericana.

LA ENSEÑANZA CRÍTICA DE LA PUBLICIDAD COMO FORMA DE ENTENDER EL NEOLIBERALISMO

Molina, Fabián Silva - Filosofía y Letras – Universidad Nacional de Tucumán
(fsilvamolina@flo.unt.edu.ar)

El neoliberalismo es un fenómeno integral, multifacético, en permanente mutación que atraviesa de tantas maneras nuestro presente que, para abordarlo, es necesario un enfoque interdisciplinario.

Las Humanidades aparecen como un conjunto de saberes, ciencias y disciplinas que, aunque con pocas conexiones internas, presenta mayores perspectivas de desarrollar herramientas para abordarlo.

La interdisciplinariedad es una materia pendiente en los claustros. Es necesario construirla, fortalecerla y sostenerla para poder practicarla con equidistancia en los diferentes saberes.

Hace rato que sabemos que la ecuación fundamental del capitalismo, esa que reza, “mayor producción, en menor tiempo y a menor costo”, a la larga, iba a terminar volviéndose en contra...

Hace décadas que las Ciencias vienen advirtiéndolo sobre la aceleración del capitalismo, sobre la voracidad del capitalismo financiero. Hoy el capitalismo avanza a una velocidad de vértigo y carecemos de herramientas idóneas para estudiarlo.

Pensamos que el neoliberalismo requiere formar a la sociedad. El enorme avance tecnológico apropiado por el capitalismo cognitivo requiere un entrenamiento, una adecuación para que brinde su beneficio. Y esa capacitación sobre el uso de las nuevas tecnologías, ese rotundo cambio en los hábitos sociales requiere una adecuación social que necesariamente generará un nuevo sistema simbólico. Necesita un sistema discursivo que le permita hacerlo. Entendemos que ese sistema discursivo, ese que debe generar el imaginario social, ese que debe enseñar a la sociedad cómo debe leer su sistema simbólico, ese sistema discursivo, sin lugar a dudas, es la publicidad.

Esta afirmación se centra en la de Eliseo Colón Zayas, que citado por David Harvey nos dice que la publicidad “...reorienta la experiencia semiótica de la sociedad”.

Es en las carreras de Ciencias de la Comunicación la publicidad adquirió status académico; de esa manera comienza a ser objeto de estudio desde un costado no instrumental, desde una perspectiva científica.

El objetivo de este trabajo es aportar a un marco teórico y metodológico para generar herramientas más idóneas para entender un fenómeno como el neoliberalismo. Su sistema discursivo contiene todos los elementos que se utilizaron para que hoy, el neoliberalismo se erija frente al mundo como una utopía presente. Esos elementos,

las herramientas usadas para imponer este sistema como la única forma de estructuración social, son fundamentalmente discursivas, comunicacionales, propias del objeto de estudio de nuestras carreras. Son las carreras de comunicación el marco en el que mejor se puede estudiar este fenómeno y es la publicidad la que brinda la posibilidad de estudiarla apenas aparecen.

EL COMMUNITY MANAGER Y SU ROL EN INSTITUCIONES PÚBLICAS TUCUMANAS

Frías, Cecilia Noelia - Universidad Nacional de Tucumán
noeliafrias86@gmail.com

La comunicación en Argentina se fue direccionando y re direccionando año tras año por el avance de las nuevas tecnologías, las demandas sociales y las necesidades del sistema capitalista.

La digitalización ha provocado que estemos íntimamente conectados todo el tiempo y en todo lugar. Sin ir más lejos, como actores sociales somos consumidores consientes y constates de las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, entre otras. A su vez, las empresas e instituciones no son ajenas a estos canales para garantizar una comunicación más efectiva, eficiente y estratégica a la hora de dirigirse a público objetivo, pero para que estas puedan ser eficientes en este campo necesitan que un profesional académicamente formado y es aquí donde pretendo detenerme con este trabajo. Este profesional es el llamado Community Manager es un gestor de redes y creador de contenidos capaz de conformar un entorno (digital) adecuado para que los usuarios puedan, conversar, interactuar, recibir información efectiva y de acuerdo a sus necesidades, a su vez, este espacio tiene que permitir a los usuarios a generen contenidos en relación a la marca, su el escenario no es de confianza el usuario no depositara información

Al hablar de Comunicación y era digital, con este trabajo busco profundizar, legitimar, y develar la importancia del rol del comunicador como Community Manager. La tarea de este profesional está centrado en la gestión de comunidades virtuales en torno a las empresas e instituciones, controlando los flujos comunicacionales, las opiniones del target, planteando como uno de los objetivos principales la participación, interacción y la generación de contenidos atractivos y estratégicos. Para profundizar esta investigación desde la perspectiva del marketing digital y la comunicación, utilizare a Seth Gohin por ejemplo.

En el caso de Tucumán el rol de este profesional no se encuentra muy valorado, y desde no hace muchos años las empresas e instituciones tomaron conciencia de la importancia de tener un comunicador en sus instituciones o empresas. Es por esto que como campo de investigación tomaré los departamentos de comunicación y algunas Fan Page de instituciones públicas de Tucumán para poder visibilizar estrategias, efectividad y crecimiento.

“RIBEIRO Y EL USO DE CÓDIGOS CULTURALES COMO ESTRATEGIA DE CONSUMO Y REFUERZO DE ESTEREOTIPOS”.

Giovannini Soulé, Ernestina- Facultad de Filosofía y Letras - Universidad Nacional de Tucumán
(ernestinagiovan@gmail.com)

La ponencia está orientada a analizar el empleo de ciertos códigos culturales en el lenguaje publicitario como estrategia de consumo, tomando el caso del spot publicitario de la empresa argentina de electrodomésticos Ribeiro, la cual es emitida en el contexto del inicio de la Copa América 2019 y el Día del Padre, y la misma está dirigida a hombres con “micro tele”.

Bajo el lema de “el tamaño sí importa”, el spot hace uso del recurso expresivo de la metáfora, comparando así, la molestia (impuesta en la sociedad patriarcal) que genera tener el miembro genital masculino pequeño con tener un televisor pequeño. Esta serie de spots comienzan con el texto: “según un estudio, 6 de cada 10 hombres la tiene chica”, y posteriormente se caracterizan escenas de la vida conyugal en la que los hombres se muestran visiblemente deprimidos junto a su pareja por esa problemática, que finalmente, relacionan con un televisor.

Este trabajo tiene como finalidad llegar a la conclusión de la importancia del uso de ciertos códigos culturales en el lenguaje publicitario para imponer una necesidad de consumo que cada vez se incrementa y exige más con el simple incentivo de obtener lo más novedoso que nos ofrece el mercado. Al mismo tiempo, se intenta desentrañar cómo se refuerzan las masculinidades hegemónicas con ayuda del discurso publicitario. Dichas encarnan una

forma de organización social que se ha desafiado y cambiado sociológicamente, en la sociedad. Dentro de estas características, se les asigna a la masculinidad hegemónica: virilidad, caballerosidad, superioridad, fortaleza, temple, competición, entre otros. Esto lleva a una división social del trabajo desigual donde el varón tiene un lugar en el mundo asociada a la fuerza de trabajo y la mujer al de la reproducción, y en el caso del spot, privilegia a los hombres que portan un miembro viril robusto (o un televisor 50 pulgadas), vinculando esto directamente como una cualidad que les otorga poder, en contraposición a quienes tienen el miembro más pequeño posicionandolos en situación de inferioridad, subordinación o vulnerabilidad respecto a su condición de varón.

FETICHISMO DE LA MERCANCÍA EN EL CAPITALISMO DE LA EMOCIÓN. CASO INDUSTRIAS CÁRNICAS

Juárez, Rocío Agustina- Facultad de Filosofía y Letras-Universidad Nacional de Tucumán.
(roagustinaj@gmail.com)

Pino Ondry, Antonella- Facultad de Filosofía y Letras-Universidad Nacional de Tucumán.
(antopino123@gmail.com)

Este trabajo de investigación pretende abordar el concepto de “fetichismo de la Mercancía”, de Karl Marx, aplicado al corpus publicitario de industrias de producción cárnica. Dicho concepto aborda la apariencia fantasmagórica de las mercancías independiente de sus procesos de producción, generando una relación directa de mercancía-sujeto. Todo este proceso se enmarca en lo que se denomina “Capitalismo de la emoción”.

Para ello citamos además al filósofo surcoreano Bryung Chul-Han, quien toma tanto a la crítica Marxista como a la Michel Foucault para hacer efectiva su teoría acerca del neoliberalismo y sus procesos mediante los cuales utiliza la emocionalidad en los consumidores, donde tal desarrollo se enmarca dentro de lo que se denomina “El capitalismo de la emoción”, en el libro Psicopolítica de Chul-Han.

Por medio de este trabajo se deja en claro, entonces, cómo la comunicación toma preponderancia en la publicidad, que se sirve de emociones como materia prima, para vender a las personas productos de los cuales ha sido ocultado el proceso y condiciones de producción. Para ejemplificar esto, el corpus publicitario elegido es el de industria cárnica, específicamente de grandes cadenas de comida rápida. Con todo lo antes dicho y analizado estos procesos, se arriba a la conclusión de que la publicidad en el capitalismo de emociones explota la parte volátil, atemporal pasajera de las emociones antes que de sentimientos, dejando de lado ya la parte racional.

“PRIMERA APROXIMACIÓN A LAS ASIGNATURAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL INSTITUCIONAL, EN LOS PROGRAMAS DE ESTUDIOS DE CARRERAS DE GRADO DE COMUNICACIÓN DE UNIVERSIDADES ARGENTINAS”

Páez, Lilian Viviane - Universidad Nacional de Córdoba
(lianpaez@yahoo.com.ar)

Boiero, María Soledad - Universidad Nacional de Córdoba
(mariasoledad.boiero@gmail.com)

En la presente ponencia, vamos a exponer las asignaturas vinculadas a la Comunicación Digital Institucional y los principales ejes temáticos presentes en los programas de las carreras de grado de universidades nacionales.

Se trata de un avance descriptivo y una serie de consideraciones preliminares de la primera etapa del proyecto de investigación aprobado por Secyt para los años 2018-2021: COMUNICACIÓN DIGITAL EN INSTITUCIONES / ORGANIZACIONES: ANÁLISIS COMPARATIVO DE PROGRAMAS DE ASIGNATURAS AFINES DE CARRERAS DE GRADO Y DE POSGRADO DE DEPENDENCIAS UNIVERSITARIAS INTEGRANTES DE REDCOM (Red de Carreras de Comunicación Social) Y FADECCOS (Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social) DE ARGENTINA, EN LA ACTUALIDAD.

El proyecto busca conocer las relaciones entre los programas de asignaturas de carreras de grado y de posgrado que abordan la comunicación digital en instituciones/organizaciones, respecto a los ejes temáticos y desarrollos

teóricos de cada uno. El ámbito de estudio abarca inicialmente 46 dependencias universitarias integrantes de RE-DCOM y FADECCOS de Argentina, en la actualidad. La duración del proyecto es de cuatro años y está pautado en cuatro etapas a desarrollarse en ese periodo.

Para esta primera descripción trabajamos con las cuarenta y seis unidades académicas mencionadas explorando las asignaturas, los temas y/o ejes temáticos ofrecidos en los programas de las carreras de grado. Utilizamos una perspectiva metodológica cuantitativa a través de la técnica de revisión documental a fin de relevar datos básicos que aporten una descripción pormenorizada de lo antes mencionado. Los datos se recabaron de la información publicada por los sitios oficiales de las dependencias universitarias.

El objetivo será dar cuenta de la sistematización descriptiva obtenida y de las conclusiones iniciales a las que arribamos para empezar a construir el panorama de la situación de la enseñanza de la Comunicación Digital Institucional en la educación superior Argentina.

“LOS HATERS ANDAN DICIENDO: CONSTRUCCION DE LA IMAGEN EN LOS MEDIOS DIGITALES”

Luna, Florencia Nicole- Universidad Nacional de Tucumán
(flopy2721@gmail.com)

Moreno, Leonor del Carmen- Universidad Nacional de Tucumán
(morenoleonordelcarmen@gmail.com)

Vamos a hacer una lectura denotativa, sino también vamos a profundizar en lo connotativo, en la lectura de los recursos utilizados, la ideología presente y el mensaje que se vende.

Para tal trabajo nos vamos a basar en el autor Byung Chul Han, tomando conceptos tanto de su libro “En el enjambre” y “La expulsión de lo distinto”.

En cuántos al primer spot “Se dice de mí”, se produce con alas imágenes de reconocidas figuras de Argentina, en base al tema de la reconocida cántabra Tita Merello, en éste la marca ofrece una reacción distinta de las mujeres frente a un contexto donde los prejuicios siguen latentes; pero también en donde su presencia y su voz se levanta contra ellos con más fuerza.

Como en toda publicidad, existe un segundo mensaje más allá de lo que hay a simple vista y nos referimos al mensaje que vende el anuncio publicitario. Es un mensaje directo a la mujer quien consumiendo el producto Sprite, se siente más fresca pese a los comentarios negativos de la sociedad.

Con respecto al segundo spot que analizaremos “Facing the hater”, se muestra a un usuario de las redes sociales el cual agredió a muchas personas en la web, el mismo se encuentra sorprendentemente con las personas a las que atacó, con el fin de mostrar a la marca Sprite como reconciliadora entre los usuarios.

Vamos a realizar un recorrido de análisis profundo en estas publicidades de Sprite, y vamos a marcar continuidades y rupturas entre ambos, los cuales se engloban en la campaña “#IloveUHater” y “temporada de haters” de la marca.

“QUILMES, HECHA CON CARIÑO”: LA EMOTIVIDAD COMO RECURSO DEL CAPITALISMO NEOLIBERAL

María Lourdes Garzón- Universidad Nacional de Tucumán
(lulii.garzon.m@gmail.com)

Sofía Indiana Suárez- Universidad Nacional de Tucumán
(sofiaindianasuarez@gmail.com)

Éste trabajo de investigación plantea relacionar la teoría del capitalismo emocional con de spot publicitario “Quilmes: hecha con cariño”.

Al aplicar la teoría posmoderna y neoliberal del capitalismo emocional, hay que tener en cuenta que presenta características que afectan directamente con el pensamiento de las y los consumidores haciendo hincapié en sus emociones y/o sentimientos de libertad, por lo que es más fácil para los publicistas o los generadores del discurso comunicacional utilizar recursos como flashback, niñez entre otras estrategias que generen emociones.

En éste análisis se tomará como referentes a los siguientes autores:

Eva Illouz, socióloga y escritora marroquí que su foco de investigación fue siempre el campo del consumo, marketing y publicidad. En varios de sus libros como “Intimidades congeladas” y “La salvación del alma moderna” examina como las emociones aparecen en el ámbito de la producción económica. Nos cuenta también un poco historia, por ejemplo, que el puente económico-emocional apareció en la década de 1920 en Estados Unidos, como una nueva forma de concebir el proceso de producción post guerra.

Byung-Chul Han filósofo y ensayista surcoreano, que mediante su libro “Psicopolítica” hace una crítica hacia las nuevas técnicas de poder del capitalismo neoliberal y afirma que la psicopolítica es, aquel sistema de dominación que, en lugar de emplear el poder opresor, utiliza un poder seductor, inteligente y emotivo para conseguir que los hombres se sometan por sí mismos a la dominación.

También se puede destacar que mediante ésta publicidad la cerveza “Quilmes” quiere remarcar su trayectoria y establecer en el mercado que es la clásica número uno; buscando reposicionarse por encima de las “cervezas artesanales”, consideradas como una nueva tendencia.

Se utilizará como método de análisis la descripción, se tendrá en cuenta bibliografía basada en el tema en cuestión.

DREAM GAP DE BARBIE, DOS LADOS DE UN DISCURSO.

Lorena Monjes Morra- UNT
(lore.monjes99@gmail.com)

En este trabajo voy a analizar dos puntos de vista de un mismo spot. Se trata de la campaña Dream Gap, llevada a cabo por Barbie, la marca de muñecas perteneciente a Mattel, que en el último tiempo ha intentado sacarse de encima el peso de años de representar e impulsar una idea de mujer que marcó por décadas la infancia de millones de niñas y niños alrededor del mundo. Una Dream gap, o brecha de los sueños en español, es el nombre de la campaña con el que la marca fabricante de juguetes busca ahora concientizar a nivel público sobre la obstrucción de determinados factores en el desarrollo pleno de las niñas.

Por un lado predicán por mejorar el futuro de las niñas, llenándolas de estímulos y motivándolas al ver a grandes mujeres logrando grandes cosas. Remarcan la desigualdad de condiciones que tienen en comparación con un niño, y reivindican a la muñeca, posicionándola nuevamente como un ejemplo a seguir que inspire a llegar lejos.

Por otro lado, es una empresa acompañada no solo por un pasado cuestionable desde la lupa del siglo XXI, sino que inclusive en el mismo spot, no pueden dejar atrás muchos estereotipos de los que también deberían deshacerse, además de la obvia intención de venta detrás de esto.

En conclusión, me cuestiono, ¿Realmente la marca intenta dar un giro y unirse a las causas por las que lucha el feminismo? ¿O en realidad es una estrategia más para subir las ventas, adecuándose al panorama actual que se está viviendo globalmente? Más allá de la campaña, ¿Realmente quieren hacer un cambio significativo?

FORTNITE: EL NEOLIBERALISMO EN LÍNEA

Saientz, Gustavo Eduardo - Facultad de filosofía y letras-Universidad Nacional de Tucumán
(avitodroid@gmail.com)

El presente trabajo tiene como objetivo fundamental demostrar como un producto aparentemente “inocente”, como un videojuego puede estar determinado por los rasgos ideológicos más profundos del sistema capitalista y de la sociedad de consumo neoliberal. El neoliberalismo no funcionaría si las personas fuéramos distintas: “la gente se vende como auténtica porque “todos quieren ser distintos de los demás”, lo que fuerza a “producirse a uno mismo”. Y es imposible serlo hoy auténticamente porque “en esa voluntad de ser distinto prosigue lo igual”. Resultado: el sistema solo permite que se den “diferencias comercializables”. Cuanto más iguales son las personas, más aumenta la producción; esa es la lógica actual; el capital necesita que todos seamos iguales”. Tomando como referencia las definiciones de Han, el neoliberalismo se podría definir como: Un régimen de igualdad, en un sistema que homogeniza a los individuos para aumentar el consumo, buscando la diferenciación de los individuos a través de la comercializa-

ción de “diferencias”, ya no como un sistema económico sino como una lógica productiva en el marco de un modo de producción capitalista neoliberal. Son las nuevas fuerzas productivas que friccionan claramente con los restos de las relaciones de producción todavía existentes, provenientes del modelo fordista. Hay una desregulación de la mano de obra y se elimina al estado como mediador entre el dueño de los medios de producción y la fuerza productiva.

La función de los medios de comunicación en un régimen de igualdad, en un sistema que homogeniza a los individuos para aumentar el consumo, buscando la diferenciación de los individuos a través de la comercialización de “diferencias”, ya no como un sistema económico sino como una lógica productiva. Y donde los modos de producción capitalista neoliberal, son las nuevas fuerzas productivas que friccionan claramente con los restos de las relaciones de producción todavía existentes provenientes del modelo fordista, Los medios de comunicación tienen una doble función por un lado la de legitimar ideológicamente al sistema productivo y por otro lado se transforman en la plataforma de este nuevo sistema.

Fortnite no solo es un éxito de marketing, sino también una plataforma simbólica diferente donde se plantea un escenario necesariamente singular y similar al concepto de mundo globalizado, necesario para el aceleramiento del consumo y que forma parte de lo que se denomina capitalismo de plataforma, se puede observar a través del mismo como se puede generar un discurso hegemónico bajo las reglas posmodernas del no espacio, o de ejecutar un video juego casi como si fuera una “tarea de ocio”.

Ante estas características y el rotundo éxito del videojuego habrá que preguntarse si Fortnite no representa las condiciones de un nuevo orden mundial, o solo se trata de un inocente videojuego para la distracción y el entretenimiento.

LA REALIDAD AUMENTADA Y LA HUMANIDAD DISMINUIDA

Tapia, Nancy del Milagro Marco- Facultad de Filosofía y Letras-Universidad Nacional de Tucumán

(marcotapianancy@gmail.com)

Como título puede sonar atractivo, como pronóstico, aterrador. La calificación constante a la que nos sometieron las redes sociales, las plataformas de streaming y particularmente Google a través de sus distintas aplicaciones, provocaron una revolución en nuestra cultura y en nuestra manera de interactuar con el entorno. Nuestro gusto se refina, se equipara al del resto del mundo, se globaliza. Somos más exigentes con aquello que consumimos, somos críticos de cine, de teatro, de comida, de paisajes. La generación “like”, población específica que nació con el internet y que incorpora términos cibernéticos para la comunicación usual o analógica, son el público que decide quién triunfa y quién pasa al olvido.

Para hacer de este trabajo un análisis más extenuante de estos patrones también presentes en la publicidad recurriremos a dos series de comerciales: en primer lugar, la campaña de Sprite: “I Love you hater”, la cual consistió en reunir referentes de la farándula que a diario son acosados por mensajes de odio de parte de perfiles en distintas redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube. Los artistas compusieron canciones con estos mensajes apelando a la moraleja de que ellos pueden seguir con sus vidas, su éxito y su grandiosa demostración de talento pese a la crítica destructiva de perfiles anónimos o avatares no identificables.

La segunda campaña es #LaysSinAire. Esta consiste en reunir a una serie de “twitteros” o comentaristas de distintas naciones (Argentina, Chile, México) en una suerte de Focus Group donde dos científicos de Lay's les muestran cómo es el proceso de rellenado del paquete. Estas personas, tomadas como unidades de análisis para un experimento, exigen que se le saque el aire al paquete para que el producto contenga únicamente aquello por lo que se lo compra: papas fritas. Con esta serie de spots, Lay's no solamente pretende justificar las dimensiones de su packaging y la cantidad de aire que posee, sino que hace frente a un meme/ chiste del que se hace uso cada vez que cuele la oportunidad. La moraleja aquí es que, del mismo modo que los personajes son “críticos” de las papas, son consumidores felices una vez que comprenden que el aire es necesario. A la resignación, le sigue el autoconvencimiento, “nos hacen un favor al traer menos frituras”. Al fin y al cabo, más papas equivalen a más calorías y be healthy, healthy food, body fit no serían posibles de ese modo.

Somos convencidos mediante el discurso publicitario que tenemos lo que necesitamos o por lo menos, lo que nos merecemos. La realidad que percibimos mediante los dispositivos se ve aumentada por estímulos audiovisuales, visuales y emocionales a los que somos sometidos por la publicidad y sus distintos mecanismos. Nuestra humanidad, por el contrario, se ve disminuida, pensamos y actuamos en términos que respetan patrones y parámetros

que el mismo mercado diseña para unificar la demanda.

“LE HACE FALTA UNA CAGADA PARA QUE APRENDA”: LA SOCIEDAD, INSTITUCIÓN SENAF Y MEDIOS DIGITALES ANTE EL MALTRATO INFANTIL

Mayoral Brañiz, Yanina Maria Belén- Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales-Universidad Nacional de Jujuy
(narutoyani@hotmail.com)

Ontiveros, Dana Silvina- Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales- Universidad Nacional de Jujuy
(ontiveros203@gmail.com)

En el siguiente trabajo de investigación planteo la siguiente pregunta: ¿De qué forma influye la institución “Secretaría de Niñez, Adolescencia y Familia” en la construcción de opinión pública sobre el maltrato infantil en la comunidad jujeña desde el día 23 al 29 de abril del año 2018?. Para resolver la problemática planteada e indagar sobre la opinión actual que existe en San Salvador de Jujuy sobre el maltrato infantil se tuvo en cuenta por un lado el rol que juega la institución SENAF, como organismo del Estado que procura defender los Derechos de los Niños/as y Adolescentes, por otro lado, algunos medios online importantes de Jujuy.

De acuerdo a lo planteado anteriormente, para llevar adelante la investigación sobre esta problemática se pudo recabar información mediante el relevamiento de los medios digitales, El Tribuno online, Periódico Lea, La Voz de Jujuy, Unju Radio, Todo Jujuy y Jujuy Online, con el fin de señalar la construcción social que crea sobre la institución del SENAF.

Asimismo, se indago en la opinión pública que tienen los jujeños sobre la función que cumple la institución “Secretaría de Niñez, Adolescencia y Familia”. De acuerdo a los datos obtenidos se pudo percibir que la mayoría de los jujeños entrevistados y encuestados tienen desconocimiento sobre la institución y su funcionamiento. Esto se debe a que el SENAF presenta problemas en la comunicación tanto interna como externa, es decir, el mal funcionamiento en su organización y comunicación institucional. Las grandes falencias que persisten en este organismo público, entre sus miembros y la falta de promoción del mismo, no es lo único que se pudo denotar en el presente trabajo, ya que los medios actuales en la plataforma digital también tienen una cierta responsabilidad, por un lado, de colaboradores de una construcción de imagen institucional y de informar contenido con el efecto de poder ser reproductores o construir una representación social de lo que es el maltrato infantil.

“EL BUEN COMUNICAR PARA EL SUMAK KAWSAY” LA COMUNICACIÓN EFECTIVA, UN TRABAJO EN EQUIPO

Nieto Royano, Paola- Facultad de Filosofía y Letras-Universidad Nacional de Tucumán
(paalaroyano@gmail.com)

Lüdemann, Camilia Stefania- Facultad de Filosofía y Letras-Universidad Nacional de Tucumán
(stefanialudemann@gmail.com)

Este trabajo se realizó en el DIAT Tucumán “Sumak Kawsay”, desde el área de Comunicación del mismo dispositivo en coordinación con practicantes de la materia Comunicación Institucional de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UNT.

El DIAT Tucumán, es un dispositivo de la SEDRONAR en cogestión con la Municipalidad de San Miguel de Tucumán, diseñado para abordar las problemáticas de consumo, teniendo como eje la promoción, prevención y asistencia, articulando con otras instituciones bajo la perspectiva de salud integral y el paradigma de la restitución de derechos a los sectores vulnerados de la comunidad.

Tras el diagnóstico y las propuestas de intervención elaboradas por los estudiantes de comunicación, resultado de sus prácticas, se dio espacio para la elaboración de una tesina final de Coaching Ontológico Profesional en donde se trabajó la comunicación interna del equipo, vale decir de la comunicación entre los integrantes.

Puesto que un equipo constituye un conjunto de sistemas comunicacionales, y siendo considerada la comunicación la base del trabajo en equipo, a lo largo de esta experiencia; investigación, desarrollo e intervención se hizo foco en la comunicación entre los miembros, su impacto en las relaciones internas y en los resultados obtenidos por

la institución.

En este equipo las conversaciones generadas entre sus miembros son una herramienta imprescindible en la tarea cotidiana, ya que a través de ellas coordinan acciones, planifican y acuerdan estrategias de intervención.

La propuesta desde el Coaching Ontológico fue trabajar con este equipo la comunicación y las conversaciones mostrando los beneficios de una comunicación efectiva e interviniendo sobre el equipo, generando el compromiso de comunicarse efectivamente y de esta manera limpiar los canales y espacios intermedios para facilitar la coordinación de acciones y potenciando el trabajo conjunto dirigido al resultado-meta.

GENERACIÓN NÓMADA Y ACCESO A LA VIVIENDA: UNA MIRADA DESDE LA PUBLICIDAD

Osorez Ferreyra, Gabriela Leticia- Universidad Nacional de Tucumán - Cátedra de Comunicación Visual Gráfica 1 y 2
(gleticia897@gmail.com)

El fenómeno publicitario es omnipresente en nuestra cotidianeidad y se encuentra atravesado por diferentes principios de organización. La denominada “gran publicidad” no enuncia productos, sino que tiene como finalidad presionar de modo sistemático sobre la demanda de bienes de gran consumo cuyos destinatarios básicos son los consumidores/fuerza productiva (Baudrillard, 1970) y en cuya producción se ha concentrado la mayor parte del capital disponible, con objeto de que aquélla responda de la manera más fiel posible a las necesidades de la producción; necesidades a su vez centradas según la óptica interna del sistema capitalista, en la expansión indefinida de la producción como medio indispensable de la generación de beneficios (Caro, 2017, p.74). En particular, Wanderlust –expresión que puede traducirse como ‘pasión por viajar’- se presenta como una “gran publicidad” que expresa una forma de vida en donde lo fundamental es viajar y vivir experiencias alejadas de la agobiante rutina del trabajo o el estudio. Tal discurso interpela principalmente a los millennials (jóvenes de 20 a 35 años), segmento que con el tiempo ha adquirido la costumbre de viajar y cuyo número crece exponencialmente.

El presente trabajo tiene como propósito reflexionar sobre la tendencia Wanderlust, y su relación con la generación millennial en torno a su acceso a la vivienda propia. Al comenzar este proyecto, en términos generales, nos propusimos realizar un aporte desde el estudio de la publicidad sobre el rol que juega el fenómeno publicitario en las representaciones discursivas que propone Wanderlust. En particular, nuestros objetivos fueron analizar las características de las representaciones discursivas en Wanderlust en torno a la generación millennial en relación con sus posibilidades de acceso a la vivienda propia y analizar las estrategias subyacentes de dicho abordaje.

PRODUCT PLACEMENT - CAMBIOS EN LA PUBLICIDAD TELEVISIVA

Miller, Patricio - Facultad de Filosofía y Letras – Universidad Nacional de Tucumán
(patomiller14@gmail.com)

Este trabajo de investigación aborda la técnica de marketing: Product Placement (posicionamiento de producto). Consiste en una referencia a cierta marca o producto dentro de otro texto, ya sea cine, televisión o hasta libros.

Empezando por su historia, que puede rastrearse hasta fines del siglo XIX, pasando por los inicios del cine, hasta el siglo XXI donde su uso es mucho más amplio.

Además, analiza un posible cambio en la publicidad tradicional, considerando el continuo crecimiento de plataformas de streaming premium (Netflix, HBO Go, etc.), y que cada vez menos jóvenes ven televisión “tradicional”.

Tomar en cuenta el rumbo que está tomando la televisión hacia el On Demand, donde las pausas comerciales son inexistentes, por el momento.

Como método de análisis utiliza dos ejemplos de product placement en series modernas, para diferenciar las distintas maneras en que puede ser utilizada esta técnica:

Rick y Morty, para analizar las maneras en que un producto cultural puede influir sobre una marca y el mercado.

Stranger Things, donde hay una abundancia de marcas, que se integran (en su mayoría) sin problemas a la historia.

Para finalizar elabora sobre las dificultades que puede tener el consumidor por esta técnica:

¿Cómo puede el espectador diferenciar entre una publicidad explícita e implícita?

¿Hay alguna forma de regular el product placement?

Y como ejemplo Gran Bretaña, donde está muy regulada: Su uso está prohibido en la BBC, para programación de noticias y de niños.

INFLUENCERS VS ESTADO: ¿UNA NUEVA INSTITUCIONALIDAD?

Sabra, Rodrigo Ernesto- Universidad Nacional de Tucumán
(rodrigossabra@gmail.com)

Estamos atravesando un tiempo donde las relaciones para con los otros no se basan solamente en situaciones presenciales. Vivimos una era donde la tecnología logró romper las barreras físicas del espacio para poder estar presentes en varios lugares en el mismo momento. Seguido de este cambio que envuelve a la sociedad, también se produce la apropiación de estas tecnologías y nuevas formas de comunicar por parte de las instituciones y órganos estatales. Pensar, hoy por hoy, que un municipio o un político pueden estar ajeno a las redes sociales es una idea arcaica, ya que su público objetivo, al que quiere, debe o necesita comunicar, se encuentra en estos lugares impalpables.

Las redes sociales representan una gran cantidad de nuevas facetas dentro de las relaciones comunicacionales humanas que vivimos día a día y este trabajo busca poner en lugar de discusión la idea de una nueva institucionalidad dada por estos avances tecnológicos. Basados en la bibliografía aportada por el filósofo y ensayista coreano Byun Chul Han intentare despejar estas situaciones dadas y analizar qué rol ocupan los influencer (a quien definiremos como personas con relevancia mediática digital) en este marco de acción de las redes sociales, su rol frente a la opinión y el estado.

PROYECTO DE EXTENSIÓN: VISTIENDO PRODUCTOS RIOJANOS

Varela, Rodolfo- UNLR
(rodovarela01@gmail.com)
Parada Larrosa, Alfred- UNLR
(alfredoparadalarrosa@gmail.com)

Convocatoria de proyectos de vinculación tecnológica. UNIVERSIDAD AGREGANDO VALOR. Secretaría de Políticas Universitarias.

Director del Proyecto: Lic. Rodolfo Varela
Problemática

Para muchos productores del interior de la provincia de La Rioja, y particularmente de Aimogasta, Departamento Arauco, poder dotar de identidad visual profesional a sus productos es una tarea realmente difícil. No todos los productores de la zona de Aimogasta cuentan con los recursos necesarios para la contratación de profesionales de la comunicación.

Sus productos son de excelente calidad pero su presentación (marca y etiqueta) no están a la altura de sus elaboraciones. Tampoco cuentan con un sistema básico de promoción gráfica como afiches, Banners (lona), tarjetas de presentación y folletería para presentar a sus clientes en ferias y exposiciones.

Se busca ingresar a nuevos mercados con una impronta y un respaldo gráfico que tenga total congruencia entre el producto ofrecido y su diseño estético.

Breve descripción de la actividad.

El proyecto se basó en la creación, diseño e impresión de marcas, etiquetas, afiches, banners lona, tarjetería y folletería para revalorizar y brindar rasgos identitarios a productos elaborados por pequeños productores de Aimogasta, La Rioja.

El punto de partida fue el análisis gráfico de etiquetas de diferentes productos relacionados a la industria olivícola. A través de un análisis connotativo y denotativo de los elementos compositivos se determinaron patrones, usos y lenguajes tipográficos, cromáticos y visuales de estas piezas gráficas. Como segunda instancia del proceso fue necesario realizar un abordaje a la realidad de los pequeños productores de Aimogasta para conocer sus productos, fincas y las instalaciones donde se elaboran, es decir todo lo relacionado al lugar de origen y su realidad.

Se realizaron talleres de fotografía y de arte publicitario donde los alumnos volcaron su creatividad para resolver virtuosamente la problemática planteada.

Una vez realizadas las fotografías y las primeras aproximaciones a las piezas finales (bocetos) se desarrolló el proceso de diseño. Cuando se aprobaron los trabajos se enviaron a imprenta para luego ser entregados a cada productor.

Objetivos

Objetivos generales

> Generar lazos concretos con una parte del sector productivo riojano que no cuenta con los recursos necesarios para dotar a sus productos de una identidad acorde a la realidad de los mercados.

> Aportar desde las cátedras Fundamentos de la Comunicación Publicitaria y Diseño y Dirección de Arte publicitario la creación y el diseño de etiquetas para revalorizar e identificar los productos elaborados por pequeños productores de zona de Aimogasta, La Rioja.

> Aplicar los contenidos aprendidos durante el cursado y en las capacitaciones en un trabajo profesional de real aplicación en el campo.

Objetivos Específicos

- 1- Conocer las particularidades de los pequeños productores de Aimogasta, los modos y el nivel de producción.
- 2- Diferenciar y clasificar los productos y envases contenedores de los mismos.
- 3- Crear un sistema de comunicación básico compuesto por etiquetas, afiches, tarjetas y lona impresa para la presentación de los productos.

COMUNICACIÓN

Paz, Juan Pablo- UNGS
(juanpaz_1990@hotmail.com)
Guerrini, Nicolas- UNGS
(nicoguerrini22@gmail.com)
Malceñido, Rosalía- UNGS
(rosaliez207@gmail.com)
Chamorro, Marcos- UNGS
(marcosch2107@gmail.com)
Gimenez, Melina- UNGS
(melinairr@gmail.com)

En el marco de la materia Comunicación Institucional a cargo del docente Pablo Gullino hemos realizado este plan comunicacional para el programa “En Acción” de la fundación “Actuar Hoy”. La organización se encuentra ubicada en la calle 9 de julio 930, Barrio Santa Helena en la localidad de Los Polvorines, partido de Malvinas Argentinas, provincia de Buenos Aires.

Los eventos barriales brindan propuestas en las que se combinan el compromiso y la diversión, así como la reflexión y la participación comunitaria. A través de sus distintos programas de desarrollo comunitario, “En Acción” se propone la promoción integral de adultos, jóvenes y niños. Del mismo modo, promueve la transformación social y la construcción de sueños comunes.

En relación al marco metodológico, el grupo planificador se inclinó por técnicas cualitativas, realizamos entrevistas abiertas y semi-estructuradas, registro de campo y observación participativa-activa para lograr un acercamiento a nuestro objeto de estudio a modo de centrarnos y comprender las significaciones sociales que atraviesan la organización. A partir de realizar un diagnóstico, nuestro equipo de trabajo decidió trabajar con la comunicación externa de la organización para poder crear una mayor difusión de las actividades debido a su poco conocimiento por parte de los vecinos de la zona. Nos centramos en la actividad fútbol integrado mixto, analizamos los posibles públicos y en base a estos creamos una serie de programas y proyectos apoyados en piezas gráficas para reforzar las estrategias.

El trabajo lo realizamos con un marco conceptual que está integrado por COSTA, Joan. Imagen corporativa en el siglo XXI. La Crujía, Bs.As. 2003, pp.193/212. WEIL, Pascale. La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión. pp. 25/36; 71/87 CAPRIOTTI, Paul. Planificación estratégica de la imagen corporativa. Ariel Comunicación,

Barcelona (1999) pp. 35/51.

El equipo eligió “En Acción” por su trayectoria, su compromiso social y porque creemos que es una buena opción para integrar a los niños y niñas a través del deporte y fomentar los valores, es por eso que nuestra principal estrategia está dirigida a los colegios primarios y secundarios del barrio y sus alrededores. Proponemos realizar reuniones con los directivos de las escuelas para presentarles el proyecto, dar charlas a los chicos y luego repartir volantes a los padres y madres para que puedan llevar a sus hijos a las clases de fútbol. También se realizarán jornadas en las que se invitara a las escuelas para que puedan ver de qué se trata la actividad del fútbol integrado, como la organización toma al deporte como una herramienta de contención, socialización y amistad, además se promueven actividades físicas fundamentales para el crecimiento armónico de los niños.

Por último, creemos que sería relevante que se puedan cumplir los objetivos planteados porque servirán para fortalecer aspectos de la comunicación externa, aumentarán los públicos y la difusión de la organización.

EJE 10. COMUNICACIÓN, CULTURA, ARTE Y ESTÉTICA

IMAGEN DRON. RÉGIMEN ESCÓPICO Y CAMBIOS EN LA CULTURA

Adrián López – UNGS
(adrian.lopez1085@yahoo.com.ar)

Este trabajo presenta un avance de investigación que pertenece a un proyecto más amplio que propone abordar y teorizar acerca de cómo se configura un régimen de visibilidad de las multitudes a partir del análisis de las representaciones mediáticas articuladas en torno de algunos de los acontecimientos multitudinarios recientes más relevantes en nuestro país.

LA INCORPORACIÓN SISTEMÁTICA Y COTIDIANA DE IMÁGENES EN LOS MEDIOS ARGENTINOS: EL CASO MARTÍN MALHARRO COMO CRONISTA GRÁFICO (1894-1902).

Virginia Spinelli – UNLa
(virspinelli@gmail.com)
Juana Garavaglia – UNLa
(garavaglia.juana@gmail.com)
Alejandra Ojeda – UNLa/IEALC / UBA
(aojeda@datamarkets.com.ar)

En la cultura contemporánea, las imágenes que producen y reproducen los medios gráficos se nos presentan como una axiomática herramienta de comunicación, constitutiva de ellos, insoslayable al momento de abordar un análisis sobre los mismos. Sin embargo, la incorporación de estos dispositivos visuales, que ha sido internalizada por emisores y receptores, resulta de una construcción configurada a través de una larga y propia trayectoria. Los inicios de este proceso en Argentina se remontan al siglo XIX, consolidándose hacia principios del S XX, a partir del surgimiento de la industria cultural (Rivera 1998) y la consiguiente profesionalización de los oficios gráficos (Ojeda, 2017).

En la era de las fake news, en la que los receptores hemos desarrollado, al menos, cierta conciencia crítica respecto del uso de las imágenes, es de interés revisar esta trayectoria.

En su etapa inicial, la visualidad presente en los diarios, suplementos y posteriormente revistas, estaba comisionada a dibujantes y grabadores, por lo cual, el emplazamiento de ilustraciones que refieren a un suceso de la actualidad en los periódicos remite no solo al género de noticias sino también a problemas que conciernen a las estrategias narrativas de los modos visuales, a la confianza que el siglo XIX tenía en la representación icónica, su eficacia como documento y a la creencia en el valor emanado de la subjetividad del punto de vista del artista como testigo de un hecho (Szir 2013).

En este contexto, nuestro trabajo se propone abordar la obra gráfica publicada en los diarios La Nación y La Prensa del artista Martín Malharro, tradicionalmente identificado por el carácter impresionista de su pintura, a quien la historiografía contemporánea, ha revisado teniendo en cuenta otros aspectos de su producción, tales como su labor pedagógica, o su desempeño como crítico e ilustrador para los medios gráficos.

Malharro, colaboró con los diarios y revistas locales como dibujante, desarrollando una prolífica producción, convirtiéndose en uno de los protagonistas en el proceso de la incorporación sistemática y cotidiana de la imagen a la prensa diaria y de las luchas por el reconocimiento y la posibilidad de vivir del oficio.

Se trabajará con las imágenes producidas entre 1894 y 1902. Se expondrán algunas de las piezas en las que, actuando como cronista de hechos policiales, desarrolla diversos recursos, convirtiéndolos en elementos expresivos para comunicar lo requerido por la tarea que se le ha comisionado.

El presente trabajo se enmarca en la investigación en curso: “Vivir del oficio: dibujantes, grabadores y litógrafos en la modernización de la prensa diaria argentina (1894-1916), entre el empleo y el negocio independiente.”, radica en el Instituto de Cultura y Comunicación de la Universidad Nacional de Lanús.

¿QUÉ ENTRA EN LAS MEZCLAS? EL AMV COMO PRÁCTICA DE DISTINCIÓN FAN

Álvarez Gandolfi, Federico – CONICET/IIGG/FSOC/UBA
(federicoalvarezg@gmail.com)

El objetivo de esta ponencia consiste en presentar un abordaje exploratorio de una forma específica del Vidding, realizado por fans de objetos de la cultura de masas japonesa: la producción de Anime Music Videos (AMV). Ambas prácticas socioculturales y creativas se basan en selecciones y combinaciones de diferentes canciones con escenas de contenidos mediáticos, desde series y películas occidentales hasta animaciones niponas. No obstante, los AMV presentan particularidades que, en principio, responden a las características distintivas de los productos en los que se basan: en efecto, dentro de la oferta hegemonizada por los Estados Unidos, los animés se presentan como una opción “alternativa”, tanto en un nivel narrativo como en un nivel estético (Napier, 2001).

Por lo tanto, aquí se propone reconstruir las propias lógicas y los criterios valorativos que atraviesan la producción de AMV mediante una sistematización, descripción e interpretación de las regularidades combinatorias que rigen su creación. Para ello, se conformará un corpus analítico a partir de variables cuantitativas que determinan la “popularidad” y la representatividad de los contenidos en Internet (Burgess y Green, 2009), como por ejemplo el número de visualizaciones en YouTube y el número tanto de comentarios como de reacciones en grupos de Facebook, plataformas digitales a través de las cuales los fans argentinos del animé—también conocidos como “otakus”—comparten y ponen a circular dichas obras audiovisuales.

Así, luego de tipificar los AMV más populares, se reflexionará sobre las implicaciones que los criterios valorativos que los atraviesan tienen en la configuración de una comunidad de fans del animé o fandom otaku. Las apreciaciones estéticas que estos fans hacen respecto de las canciones y las escenas combinadas, así como respecto de la edición de los videos, permiten ilustrar la persistencia de lógicas de distinción, en un colectivo fan y un ciberespacio que usualmente son caracterizados como lugares “horizontales” y “descentralizados” propicios para el desarrollo de una “cultura participativa” basada en la colaboración (Jenkins, Ito y boyd, 2016).

IMAGEN Y APROPIACIONES DEL ESPACIO PÚBLICO EN EL CULTO A LA VIRGEN DE URKUPIÑA EN SALTA.

Beatriz Juárez – UNSa/UNC/CONICET
(beatrizjuarez007@gmail.com)

En este trabajo analizamos de qué manera las prácticas que los/las devotos/as de la Virgen de Urkupiña llevan a cabo en las calles (procesiones y fiestas) operan apropiaciones de carácter estético del espacio público y expresan la pugna por su uso frente a la resistencia de los sectores conservadores de la Iglesia y de la sociedad.

Para analizar esta toma estética de las calles recuperamos, por un lado, una práctica distintiva del culto: la intervención de la imagen de la Virgen. Esta consiste en el cuidado y la transformación de su apariencia a través del maquillaje, la confección y diseño de vestidos, zapatos, pelucas, joyas, y la inclusión de efectos personales (cadenitas, relicarios, fotografías de parientes difuntos o enfermos) y elementos de la identidad salteña (la incorporación de la vestimenta femenina de ‘gaucha’). La imagen de Urkupiña no solo se inserta en la dinámica de la devoción a cambio de la gracia de la Virgen, sino que, al colocar a los/las devotos/as en una posición más activa e inventiva, expresa el vínculo específico que cada uno de ellos/as establece con ella, marcado por convicciones, el gusto estético, experiencias de fe y espiritualidad, lugares de procedencia social y cultural, ideas sobre la feminidad y la belleza, la cercanía o distancia respecto del culto católico, entre otros.

Por otro lado, analizamos el carácter peregrino de la imagen de la Virgen y de qué manera el ajuar de la Virgen, en su trayecto desde las casas de los devotos a la calle, adquiere nuevos ornamentos que configuran un montaje de elementos de la cultura criolla y andina (papel picado, relicarios, ‘alasitas’), temporalidades, afectos y deseos, que subvierten las jerarquías sociales y las formas hegemónicas de practicar la religión. Este montaje que se produce durante la peregrinación de la Virgen en las calles de la ciudad, constituye una ‘tercera imagen’ que abre una nueva territorialidad social marcada por una espiritualidad de matices estéticos y políticos singulares.

EL CONCEPTO DE CULTURA EN TIEMPOS DE WIKIPEDIA

Bordoy, Giselle – FSOC/UBA
(bordoygiselle@gmail.com)

Wikipedia es la enciclopedia más grande del mundo, el contenido que tiene en su plataforma ya ha superado 5 veces el contenido que se encuentra en la Enciclopedia Británica. Esta enciclopedia online se encuentra traducida en más de 300 idiomas, entre los que se incluyen lenguajes de pueblos originarios y lenguas en vías de desaparición.

En una era donde podemos acceder a la información y al conocimiento al instante encontrar una plataforma abierta, colaborativa y que todo el contenido sea creado por una comunidad de voluntarios es una rareza. No sólo por el contenido que aloja sino por el sistema de gobernanza en línea que se utiliza para decidir cuál es el contenido que se va a presentar en los artículos.

En esta ponencia lo que se trabajará es en entender cómo es la construcción de sentido en una plataforma dinámica y colaborativa y como Wikipedia se convierte en el campo de batalla y en un espacio para construir cultura. Se planteará el concepto de importancia académica y el trabajo de fuentes necesarias para generar la categoría de relevancia enciclopédica. Una vez presentadas las fundamentaciones y bases formales del trabajo se verán diferentes maneras donde se construye cultura dentro de la enciclopedia comenzando por la militancia por el lenguaje y desde una perspectiva de los derechos humanos.

INTERVENCIONES ESTÉTICAS DE LAS MULTITUDES FEMINISTAS EN EL ESPACIO PÚBLICO. ARTE Y PERFORMANCE EN LA CALLE.

Cecilia Vázquez - UBA/UNGS
(cvazquez@ungs.edu.ar)

Este trabajo propone indagar en las intervenciones estéticas que se despliegan en el espacio público en la Ciudad de Buenos Aires con motivo de concentraciones multitudinarias del colectivo feminista. Realizadas en el marco de demandas de ampliación de derechos civiles y/o reclamos de justicia, estas manifestaciones son singulares por las articulaciones que produce entre la política y estética.

El trabajo forma parte de una investigación mayor que se propone analizar los modos en que las representaciones mediáticas de las multitudes van creando un régimen de visualidad de esos conglomerados de personas quienes a su vez, construyen su visibilidad pública cada vez que ocupan los centros cívicos de distintas latitudes. En este sentido es que se puede plantear que el régimen de visualidad mediático se articula de maneras no lineales, complejas y cambiantes, con otros regímenes de visualidad (como por ejemplo el artístico, el publicitario, el urbano, el político, entre otros) que son tanto históricos como contemporáneos. De modo que observar la estetización de eventos contruidos como acontecimientos multitudinarios (Verón, 1998), implica seguir cómo esas acciones estéticas se representan en superficies mediáticas y supone la reelaboración del concepto de régimen de visualidad mediático ya que las propias multitudes feministas introducen modos renovados y contingentes de inscribir sus consignas políticas. Se trata de establecer algunas de las modalidades en las que la sociedad hace inteligible su realidad y sus conflictos, como la arena pública en donde lo social define sus posibilidades expresivas y de intervención en asuntos que la involucran (Vázquez 2011).

En términos teórico metodológicos, las dimensiones estéticas y performáticas de las multitudes se abordan en diálogo comprensivo con los aportes de los Estudios Visuales y de la Sociología de la Cultura. El trabajo se ubica en las dinámicas performáticas que se establecen entre las acciones de intervención de las manifestantes y las operaciones de captura mediáticas. La premisa que guía esta indagación es que, a través de acciones de arte diversas, el colectivo feminista despliega diferentes recursos (performances, teatralizaciones, pegatinas, la estilización del propio cuerpo en la calle) a través de los cuales se elaboran y sostienen de modo colectivo sus demandas y reclamos. Para dar respuesta a las modalidades en que estas estéticas significan el cuerpo y las demandas vinculadas al género y a la diversidad, se analiza un corpus de imágenes que circulan asiduamente en las plataformas digitales, las cuales por sus modos de publicación y circulación permiten dar cuenta de las operaciones de sentido que se producen cuando se representa a las multitudes en ese soporte (Vázquez y López, 2019).

REFLEXIONES ESTÉTICO-POLÍTICAS SOBRE LAS FOTOGRAFÍAS DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES. EL CASO DE “SIETE VIDAS” DE GASTÓN IÑIGUEZ.

Deharbe, Diana Carolina – ICSOH/CONICET/UNSa
(dianadeharbe88@gmail.com)

El objetivo de la siguiente ponencia será reflexionar sobre los modos visuales en los cuales se representa la violencia contra las mujeres a través del análisis semio-pragmático del ensayo fotográfico (Vásquez Escalona, 2011) del fotógrafo y fotoperiodista salteño, Gastón Iñiguez, titulada: Siete Vidas, Sobrevivir a la violencia machista.

Las fotografías presentadas bajo el formato de un fotolibro, se nutren de los relatos de siete mujeres víctimas de violencia que aparecieron publicados a finales del año 2016 en el Semanario Cuarto Poder de la ciudad de Salta y que sirvieron de disparador para el armado del ensayo.

Nuestras reflexiones se hayan enmarcadas en una perspectiva semiopragmática (Lotman, 1996) utilizando herramientas teóricas que recuperan los aportes teóricos de Roland Barthes (1986, 1989, 1994) para pensar la relación entre los códigos actuantes en las imágenes, la decodificación y la codificación, así como también la relación entre las palabras e imágenes. Recuperaremos también los aportes de la semiótica de la imagen para realizar un análisis formal de las fotografías (Aumont, 1992; Joly, 1994; Zunzunegui, 2010).

Finalmente, avanzaremos en un análisis de las dimensiones estético-político presentes en las fotografías, haciendo hincapié en las políticas de la mirada (Reguillo, 2008) que sustentan en tanto representación de las violencias (Imbert, 1992) desde el pensamiento histórico-filosófico ligado a la historia y crítica del arte de Didi-Huberman (2014), los planteos de Soulages (2005) y Benjamín (2018) sobre la estética de la fotografía.

MUESTRA LIBRO OBJETO: ENTRE LA EXPERIMENTACIÓN Y LO VINCULAR

Grubert, María Lucrecia – FCEdu/UNER
(marialucreciagrubert@gmail.com)
Hernández Ross María Florencia – FCEdu/UNER
(mfhross@hotmail.com)

Durante 2016/2017, a partir del Proyecto “Recuperar el cuerpo” presentado en la convocatoria “Universidad, Diseño y Desarrollo Productivo”, se realizó un libro objeto de lectura colectiva. La convocatoria suponía llegar a un prototipo de producto; pieza que fue trabajada con estudiantes y docentes de la Facultad de Ciencias de Educación (UNER).

Lo que fundamentó dicha propuesta fue revalorizar el papel del cuerpo en la educación, específicamente en los últimos grados de la Escuela Primaria; como un intento de dar respuesta a la postura, cada vez más frecuente, que prioriza aquellas actividades y procedimientos de corte racional en demérito de todo el instrumental sensorial de los estudiantes. Esto significa una reflexión sobre los sentidos y el conocimiento, y las implicancias cognitivas que pueden tener los lenguajes comunicacionales asociados.

El libro terminado incluye técnicas pop up, ingeniería en papel, generación de sonidos mediante fricción, codificación en braille y morse, incorporación de códigos qr, realidad aumentada y otras técnicas que invitan a los lectores a sumergirse en una aventura sensorial única.

A mediados de este año realizamos una muestra didáctica y la creación de un espacio de experimentación en la facultad, en el mismo edificio donde funciona el Centro de Producción en Comunicación y Educación, donde se encuentra ubicada nuestra área de trabajo: Área gráfica.

La propuesta que compartimos en esta oportunidad se basa en la presentación de la Muestra, lo planificado y lo concreto, los cambios de escala, y los ejes que nos llevaron a diseñarla como un espacio de experimentación, donde el visitante debía involucrarse al máximo

Mediante la exposición de este libro–objeto y la posibilidad de experimentar con el mismo, buscamos que los lectores, tanto niños como adultos, activen todo su instrumental sensorial en un recorrido lúdico que implique la cooperación al momento de poner el cuerpo en la lectura. La muestra es un eslabón más dentro de un largo proceso de producción e investigación, con otras instancias de trabajo como lecturas, experimentación, desafíos y toda la lógica que implica ser parte de la universidad pública.

LA PROFESIONALIZACIÓN DE LOS OFICIOS GRÁFICO-VISUALES EN EL PERIODISMO ARGENTINO DE COMIENZOS DEL SIGLO XX. EL CASO DE CARAS Y CARETAS ENTRE 1898 Y 1900.

Guillermo Kozlowski – IEALC/FSOC/UBA
(guille.kozlowski@gmail.com)

El año 1898 presenta gran cantidad de novedades en la historia de las empresas gráficas, tanto diarios como revistas (Rivera, 1998; Ojeda y Moyano, 2015), enmarcando innovaciones técnicas, inversiones de capital y nuevas herramientas de gestión empresarial, así como la aceleración del proceso de profesionalización de los oficios ligados a la escritura para las industrias editoriales y culturales (Rivera, 1998), y de aquellos ligados a la imagen visual impresa (Ojeda, 2016; Moyano, Ojeda y Sujatovich, 2017). En ese marco, cupo a la revista Caras y Caretas, fundada en 1898, presentar innovaciones y conformar una experiencia notoriamente pionera en la conformación de las industrias periodísticas del siglo XX.

Es el objetivo de este proyecto relevar el material visual presente en la revista para desde allí identificar quiénes fueron los trabajadores del campo de la imagen visual que participaron en sus primeros dos años de existencia (1898-1900), partiendo de la hipótesis de que el prestigio que permite firmar trabajos y obtener renombre se relaciona más con la inscripción en el campo de las relaciones políticas y sociales o el naciente campo cultural y artístico, que en el prestigio mismo de la actividad para las publicaciones periódicas. De allí que quienes no poseen vinculaciones con esos otros campos, tienden a quedar en el anonimato, más allá de cuál fuese su contribución efectiva al desarrollo de la comunicación visual en la prensa.

EL SONIDO DE LOS OTROS

Luciano Torres – UNCS
(lstorres@campus.ungs.edu.ar)

El presente trabajo aborda un fenómeno de la cultura musical argentina. Se trata de Eduardo Skay Beilinson, ex guitarrista de Patricio Rey y sus redonditos de ricota y actual cantautor solista.

El conjunto se consagró como un fenómeno musical y cultural masivo, cuyo surgimiento y consagración no se realizó a través de los circuitos convencionales. La propagación tanto de la imagen como del producto de la banda se realizó mayormente por canales comunicacionales alternativos: esquivando los medios masivos de difusión y apelando a la comunicación más tradicional: afiches, panfletos, anuncios en los mismos shows, y por supuesto el famoso boca en boca.

El interés de sus seguidores se inicia con la música, pero trasciende lo simplemente musical. Los recitales se convirtieron en un espacio para la recreación colectiva que excede los límites temporales y espaciales del espectáculo musical. Los seguidores construyeron una identidad a partir de la música y la imagen de la banda, dando lugar a una movilización masiva como nunca antes existió en la cultura del rock nacional. Apelando a la religión para equiparar el sentimiento de pertenencia y el fanatismo que despertaba en sus seguidores, los recitales fueron bautizados con el nombre de ´´misas ricoterás´´. Sus seguidores se bautizaron a sí mismos como ´´ricoterós´´ y su característica distintiva fue, a lo largo de los años de existencia de la banda, su devoción inquebrantable para con la banda.

Luego de la disolución del grupo, los artistas principales tomaron caminos separados.

Esta subdivisión de la banda en dos grandes fenómenos musicales que fue para sus seguidores. Es decir que, desde noviembre de 2001 en adelante, los fanáticos no pudieron asistir ya nunca más a otro recital de Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota. Debieron, entonces, ver a sus integrantes por separado en sus etapas solistas. Sin embargo, a medida que fueron transcurriendo los años y los artistas en cuestión fueron diversificando sus estilos, el público optó por la preferencia entre uno y otro. El presente trabajo pretende indagar en las interpretaciones y recepciones que hacen los públicos de los artistas y los eventos. Investigar si es que existe una distinción entre los seguidores de Skay Beilinson y los del Indio Solari. Si es que los seguidores de Skay reconocen en él una evocación del purismo musical de su anterior banda. Además, ahondar en la subdivisión del fenómeno para determinar si es que existe un movimiento contrahegemónico liderado por Skay, dentro de una contrahegemonía ya impuesta por Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota en el circuito musical argentino. Finalmente, y no por eso menos importante, partimos de la suposición de que el movimiento ´´ricotero´´ ya no se identifica exclusivamente con la imagen del Indio Solari.

El propósito de este trabajo es ahondar en esta distinción y explorar esta subdivisión del fenómeno desde su

lado más rupturista. El eje de la investigación se centrará exclusivamente en Skay Beilinson, en sus recitales y en su público.

LA REGIÓN BAILADA. UNA APROXIMACIÓN A SENSIBILIDADES DE LA NORPATAGONIA

Julia Elena Kejner – IPEHCS/UNComahue/CONICET
(juliakejner@gmail.com)

El año 1898 presenta gran cantidad de novedades en la historia de las empresas gráficas, tanto diarios como revistas (Rivera, 1998; Ojeda y Moyano, 2015), enmarcando innovaciones técnicas, inversiones de capital y nuevas herramientas de gestión empresarial, así como la aceleración del proceso de profesionalización de los oficios ligados a la escritura para las industrias editoriales y culturales (Rivera, 1998), y de aquellos ligados a la imagen visual impresa (Ojeda, 2016; Moyano, Ojeda y Sujatovich, 2017). En ese marco, cupo a la revista Caras y Caretas, fundada en 1898, presentar innovaciones y conformar una experiencia notoriamente pionera en la conformación de las industrias periodísticas del siglo XX.

Es el objetivo de este proyecto relevar el material visual presente en la revista para desde allí identificar quiénes fueron los trabajadores del campo de la imagen visual que participaron en sus primeros dos años de existencia (1898-1900), partiendo de la hipótesis de que el prestigio que permite firmar trabajos y obtener renombre se relaciona más con la inscripción en el campo de las relaciones políticas y sociales o el nascente campo cultural y artístico, que en el prestigio mismo de la actividad para las publicaciones periódicas. De allí que quienes no poseen vinculaciones con esos otros campos, tienden a quedar en el anonimato, más allá de cuál fuese su contribución efectiva al desarrollo de la comunicación visual en la prensa.

EL CONCEPTO DE INTELLECTUAL: UN SIGNIFICANTE REBASADO EN EL CONTEXTO POLÍTICO ACTUAL

María Marta Luján – FFyL/UNT
(mariamart106@hotmail.com)

El trabajo se propone realizar una cartografía del campo intelectual argentino actual, en el marco de la contienda electoral.

Pensar el rol en dicho contexto, impone, como condición previa, reconstruir lo que Lawrence Grossberg denomina una “historia política del presente” y analizar en qué medida, en dicha coyuntura, el campo intelectual establece relaciones con el poder y produce, de acuerdo a los vaivenes de dichas relaciones, reubicaciones en el interior del mismo campo.

Nuestro criterio, por lo tanto, es político-cultural antes que sustancial o socio-profesional, por lo que comprendemos por intelectuales a aquellos sujetos que, dotados de un capital cultural específico, intervienen en el debate público a través de sus obras, sus escritos y sus tomas de posición.

Nos proponemos abordar al campo intelectual como “una configuración de relaciones constantemente abiertas a la rearticulación”, unidad relativa, en tanto y en cuanto se re-sitúa y autodefine en una situación histórica concreta.

En el contexto actual, las derivas del significante intelectual están signadas por el viraje ideológico político de los últimos años, en el que no sólo se ha reconfigurado el campo, sino que tanto la representación como los criterios de legitimación en el interior del mismo han sufrido una mutación acorde a la ideología neoliberal y pragmática de su funcionalidad.

A la luz de las nociones teóricas en torno al intelectual, universal o especialista (Michel Foucault) del experto, (Enzo Traverso), de legislador o intérprete (Zigmunt Bauman) del intelectual “anfíbio” (Maristella Svampa) se procurará reconstruir el mapa del campo, las ubicaciones de los agentes al interior del mismo, los criterios legitimadores, y las representaciones de sí de las figuras intelectuales en el contexto argentino presente.

Se abordarán los diferentes espacios intelectuales en tanto formaciones ligadas a proyectos ideológicos y políticos que se disputan la conducción hegemónica del país.

En tal sentido, se retomarán agrupaciones residuales, que se enfrentaron durante el kirchnerismo como Carta abierta, Manifiesto Argentino o Club Político Argentino, Plataforma 2012 o Argumentos y sus derivas en la coyuntura.

tura actual; se analizará la aparición de colectivos emergentes, que resignifican el rol del intelectual y rediseñan el mapa: Agenda Argentina, Espacio de pensamiento crítico, Grupo Fragata, Grupo Callao, Consejo presidencial 2030, Pensar, etc.

En la contienda electoral, cada agrupación política acude a sus thin tanks, a sus intelectuales orgánicos, que ofician como escribas de sus relatos; en las propuestas, la operación de fabricar alteridades, constituye una estrategia clave de la batalla ideológica y cultural; dicho efecto de fronteras constituye un modo de situarse frente al otro desde la diferencia, procurando captar las angustias y expectativas que flotan en el imaginario social en torno a ciertos puntos nodales. En la batalla cultural, se apela a las representaciones sociales, a las creencias colectivas y a las tradiciones sedimentadas como así también, a la reformulación de las categorías –flotantes- de memoria, Nación, pueblo, democracia, ciudadanía, entre otras.

LA REVISTA PBT Y EL APOORTE A LAS ARTES GRÁFICAS EN LA PRENSA ARGENTINA (1904-1908). UNA EXPLORACIÓN DE LOS ILUSTRADORES Y SU PRODUCCIÓN VISUAL.

Laura Tarasiuk Ploc – UNLA
(litarasiukploc@unla.edu.ar)
Mariano Wiszniacki – UNLA
(marianwis@gmail.com)

El presente trabajo busca explorar las características de las ilustraciones y la labor de los oficios gráficos visuales en la revista PBT en sus primeros años (1904-1908), con el objetivo de construir una tipología de las producciones visuales de los ilustradores que construyeron la visualidad de la publicación. También posibilita adentrarse en el análisis de las labores de los ilustradores dentro de las artes gráficas y un aporte de datos para la reconstrucción de sus biografías.

El corpus de este trabajo ha sido seleccionado en modalidad aleatorio sistemático, obteniendo un total de 53 ediciones que fueron observadas. Se realizó un relevamiento de cada una de las ilustraciones identificando las firmas de los ilustradores y clasificando por tipologías de imagen. Posteriormente el análisis se focalizó en la producción de aquellos ilustradores que participaron en secciones de la revista o tipologías fijas de manera regular durante un período continuo superior a 4 publicaciones.

A su vez, se enmarca esta contribución dentro del Proyecto de Investigación en curso “Vivir del oficio: dibujantes, grabadores y litógrafos en la modernización de la prensa diaria argentina (1894-1916), entre el empleo y el negocio independiente” dirigido por la Dra. Alejandra Ojeda en la Universidad Nacional de Lanús.

NOSTALGIA DE UNA UTOPIA: “VAPORWAVE”, UN ESTILO DE ARTE CONTEMPORÁNEO Y DIGITAL. EL CASO DEL ARGENTINO “BBRAINZ”

Mateo Martrola –
(mortolamateo@gmail.com)

El trabajo consiste en un análisis semiótico del Vaporwave, un estilo de arte contemporáneo y digital, con especial foco en la obra del argentino Bbrainz. El Vaporwave surgió en Internet a comienzos de la década del 2010 con los trabajos de artistas como James Ferraro, Daniel Lopatin, Ramona Xavier y Blank Banshee, quienes -haciendo uso del desvío artístico debordiano- se apropiaron de distintas producciones artísticas y de la cultura masiva de los 80 para resignificarlas en los albores de la Web 2.0. La producción de los artistas Vaporwave ha significado, en los últimos años, una considerable influencia para distintas estéticas presentes tanto en redes sociales y plataformas digitales como en la publicidad y el diseño gráfico en medios masivos. En ese sentido, entender las características retóricas, temáticas y enunciativas -en términos de Oscar Steimberg- es fundamental para comprender al Vaporwave como un estilo artístico con identidad propia y comportamientos previsibles. Como muchas prácticas digitales, el Vaporwave posee un carácter transnacional y deslocalizado que lo convierte en un estilo defendido y promocionado por artistas de diversas nacionalidades. Durante 2013 y 2016, el joven neuquino Matías Leopoldo -conocido por su alias Bbrainz- fue uno de los artistas Vaporwave de mayor renombre en la comunidad digital global. De este modo, el propósito del

trabajo es, por un lado, describir las características semióticas de este influyente estilo de arte a través de la obra de Bbrainz y, por otro lado, comprender a la misma como una pieza clave en la identidad del Vaporwave a nivel global.

SISTEMATIZACIÓN COMUNICACIONAL: LA ORGANIZACIÓN DE LA PRIMERA GALERÍA ARTÍSTICA ITINERANTE EN LA FACULTAD DE HUMANIDADES, UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

Romina Mendía Vitancor – UNSa
(romina.mendiav@hotmail.com)

Este trabajo se enmarca en el Proyecto KIKUYO, una propuesta de Gestión por parte de las autoridades de la Facultad de Humanidades, UNSa, en los años 2016 – 2019. Dentro del mismo existen diferentes áreas, una de ellas es KIKUYARTE, donde se busca indagar sobre los desafíos que giran en torno al arte emergente y/o el arte auto gestionado, entre otros objetivos.

En octubre de 2018 presentamos la propuesta de montar una galería de artes visuales: escultura, pintura, fotografía, grabado y dibujo. Esta galería se ubicaría dentro de las instalaciones del primer piso de la facultad. Tal iniciativa fue pensada para realizarse en diferentes lugares de la universidad. Afortunadamente, obtuvimos la aprobación y el apoyo político - académico de los diferentes estamentos de la comunidad universitaria.

DIMENSIONES ESTÉTICO-POLÍTICAS Y COMUNICACIONALES DE LAS PUBLICACIONES EXPERIMENTALES DE ARTE CORREO DE G.E MARX VIGO EN LOS AÑOS SETENTA

Marcela Navarrete – UNSL
(navarrete.h.marcela@gmail.com)

A principios de los años setenta, las publicaciones informativas y experimentales constituyen un espacio de visibilidad y juego poético que, progresivamente, adquiere relevancia en el arte correo (conocido internacionalmente como mail art).

De manera sucinta, se define al arte correo como una tendencia o corriente artística en la cual se intercambian trabajos artísticos que mixturan técnicas y formas de expresión artística con los formatos postales (estampillas, sellos, postales, etc.). La producción y circulación se produce en una red conformada por artistas participantes, a través del correo postal, y como espacios de recepción o reconocimiento, lugares de exhibición alternativos al sistema artístico tradicional.

Esta tendencia surge relacionada con prácticas vanguardistas conceptuales de los '60 en Estados Unidos y Europa, mientras que en América Latina está ligada al intercambio de publicaciones de Poesía Visual entre artistas experimentales.

Estas publicaciones a las que este trabajo se refiere, surgen primero en los centros culturales hegemónicos de ese momento. La artista Anna Banana edita el Banana Rag, un newsletter que funciona como uno de los primeros foros y noticieros del medio. También, ligado a otras publicaciones como FILES o Artistamp News, el artista japonés Nam June Paik, despacha regularmente obras por correo bajo el título The Monthly Review of the University for Avant-Garde Hinduism, la cual constituye una parodia de ciertas revistas de la ciencia esotérica de la época.

En América Latina, a mediados de los '70, los artistas comienzan a participar en revistas que están en circulación y a generar sus propios proyectos editoriales de arte correo. La práctica colaborativa y la reciprocidad son sustanciales y existe una pauta de comunicación tácita en la tendencia, que da prioridad a la participación y la descentralización. De esta forma, estos modos de producción editorial constituyen un antecedente significativo de las formas colaborativas y descentralizadas actuales, en las redes digitales.

En este trabajo, se presentan a las publicaciones que se editan en los años setenta en Latinoamérica, señalando sus características centrales, formato y modos de circulación, para luego centrarme en el análisis de las publicaciones creadas por dos artistas argentinos: Graciela Gutiérrez Marx y Edgardo Vigo, quienes entre 1977 y 1983, forman una firma conjunta 'G.E Marx Vigo' y con ésta participan de múltiples proyectos de Arte Correo y llevan a cabo los propios.

Este análisis pone el foco en las interrelaciones estético-políticas y comunicacionales de las publicaciones que

desarrollan en forma conjunta y en otros, de origen individual, pero en los que comparten el mismo espacio de publicación.

En la ponencia se expone parte de los resultados de mi investigación sobre arte correo que fue presentada y aprobada en la tesis de maestría.

EL USO ESTÉTICO EN CAMPAÑA ELECTORAL. ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS PRÁCTICAS COMUNICACIONALES.

Selena Yoseli Garzón – UNSa/SRT
(yoseligarzon3@gmail.com)

El presente trabajo pretende reflexionar y exponer la relación entre el concepto referido a estetización de la política, y las formas en las que se llevaron adelante las campañas políticas en el año 2015 a partir de la comparación de los spots publicitarios del partido político Cambiemos, quien postuló a Mauricio Macri como presidente para la Argentina y del Frente para la Victoria quien postuló a Daniel Scioli.

Si bien se hará hincapié en los spots de Cambiemos en el desarrollo, se ejemplificará a partir de dos spots específicos del Frente para la Victoria, una manera distinta de tratar y comunicar a las personas.

Para ello, se caracterizará cada video de acuerdo al título, fecha, dirección web, nombre del canal de Youtube, la cantidad de visitas al video y las frases o palabras claves en los que se hacen hincapié durante la presentación del spot publicitario.

LA ORIGINALIDAD DE LA COPIA. SOBRE EL AURA, LA REPRODUCTIBILIDAD Y EL ARTE CONTEMPORÁNEO.

Victor Lenarduzzi – FSOC/UBA
(victorlenarduzzi@gmail.com)

En esta reflexión nos proponemos reconsiderar y problematizar los aportes formulados por Walter Benjamin para el análisis del arte y la reproductibilidad técnica en el contexto estético del arte contemporáneo y la cultura mediática. En ese marco nos resultan significativas las lecturas propuestas por Boris Groys en torno a las nuevas operaciones que se pueden pensar en torno a la reproductibilidad a partir de una lectura reactualizada de las problematizaciones benjaminianas, para indagar sobre nuevas potencialidades teóricas y sus posibilidades para descifrar las transformaciones de la cultura contemporánea. Nos detenemos especialmente en el problema del aura, la relación entre original y copia, los desafíos que permiten encarar formas como la instalación y la performance, etc.

EL MEME COMO UNIDAD DE INFORMACIÓN: ENTRE LO VIRAL Y LO SOCIAL

Andrea Vera – UNSa/SRT
Enrique Mercado – UNSa/SRT
(kiquemercado@gmail.com)

La noción de meme como categoría conceptual nace dentro de la Teoría de la Difusión Cultural, y se refiere a la carga de información cultural que se transmite de una generación a la siguiente. En este sentido el meme se hospeda en la mente de uno o más individuo y se concibe como una unidad cultural que se traspasa de una mente a otra. Así, llega a establecerse en la estructura mental como una idea que se reproduce a sí misma.

Ahora bien, ¿cómo puede traspasarse esta cuestión en el ámbito de las redes sociales? ¿Cómo se produce y se transmite un meme como información-idea en el espacio virtual de un usuario a otro? ¿Cómo constituyen las percepciones en el entramado social a partir de ello? Estas son algunas de las cuestiones que intentaremos abordar en este trabajo.

Es necesario realizar una indagación sobre las reconfiguraciones que producen los usuarios al generar este tipo de contenidos. Por otra parte, también interesa conocer en qué niveles relacionales se producen, las influencias contextuales de la época que intervienen en su producción y los sustentos que alimentan este tipo de expresiones. El meme, como una unidad cultural, se transmite, no directamente de una mente a otra, sino de un dispositivo a otro. Sin embargo, hay una cuestión substancial a tener en cuenta: la transmisión de esta unidad se ve completamente potenciada por la capacidad de viralización de contenido que posee la Internet. Nos encontramos con un contenido que es capaz de transgredir fronteras y tener un alcance global.

Esta nueva manifestación del lenguaje se presenta como una tendencia en las redes sociales. Da lugar a generalidades y, de cierta manera –por su alcance– constituye contenidos que se instalan en el flujo informativo. Sin embargo, con la misma facilidad con la que se difunden, desaparecen y son reemplazados por nuevos contenidos; pero ya nada es igual, siempre algo ha cambiado.

EJE 11. ANÁLISIS DEL DISCURSO Y ESTUDIOS DEL LENGUAJE

EL LENGUAJE Y LA SOSPECHA. ENUNCIACIÓN, ARGUMENTACIÓN Y LÉXICO

Laura Abratte – UNC
(lauraabratte@hotmail.com)

Desde el área de comunicación de ANDHES (Abogadas y Abogados del Noroeste argentino en Derechos Humanos y estudios sociales) oficina Jujuy, investigamos las formas en que los medios de comunicación jujeños vulneran derechos humanos fundamentales en sus coberturas mediáticas. Como parte de ello, en esta ponencia presentamos un análisis exploratorio e interpretativo de la cobertura mediática de los medios digitales Jujuy al día, El tribuno de Jujuy y el Submarino; sobre el caso de una niña embarazada víctima de abuso sexual, a la que se le negó el acceso a una Interrupción Legal del Embarazo (ILE), en la localidad de San Pedro, provincia de Jujuy, durante el mes de enero de 2019.

Profundizamos en cómo los medios analizados vulneran derechos fundamentales en la construcción del hecho noticioso, teniendo en cuenta por un lado, aspectos formales y de jerarquización en la sección o apartado del diario, el espacio en la agenda, fuentes, títulos y fotografías o ilustraciones; por otro, las y los actores sociales que intervienen en el hecho noticioso y las instituciones a las cuales representan; por último, las estrategias discursivas utilizadas por el enunciador, cómo se denomina a la víctima y la manera en que se reproducen estereotipos y formas de dominación.

LA “OTREDAD” DE LA PARANÁ MODERNA: DISCURSOS, IDENTIDADES E IMAGINARIOS SOTERRADOS

Ana Laura Alonso – UNER
(alonsoanalaura77@yahoo.com.ar)

En esta ponencia se presentan los primeros avances del Proyecto de Investigación: “Comunicación y Cultura urbana. La construcción social de la otredad en la Paraná Moderna: “otros” sujetos, prácticas y espacios (Finales del siglo XIX-Principios del XX)”, desarrollado por la Cátedra Comunicación y Conocimiento, de la Lic. en Comunicación Social, de la Facultad de Ciencias de la Educación, de la Universidad Nacional de Entre Ríos.

Su objetivo principal es historiar las “otredades” de la cultura urbana de Paraná, entre finales del siglo XIX y principios del XX: actores, espacios e imaginarios soterrados por discursos hegemónicos interesados en instituir la imagen de una ciudad moderna.

Entendida como escenario de comunicación y cultura, la ciudad es clave explicativa de dinámicas culturales que intervinieron en la construcción de identidades, espacios e imaginarios invisibilizados por los discursos dominantes (Foucault, 2000). Los modos de producción, circulación y apropiación de significaciones socialmente construidas e históricamente transformadas, constituyen el terreno a explorar.

Desde esta perspectiva, la pregunta por la ciudad intenta comprender cómo lo imaginario, instancia creadora de sentidos (Castoriadis, 1975; Baczko, 1984), intervino en historias urbanas que, habiendo formado parte de la Argentina Moderna, no han sido exploradas. La mirada no se dirige hacia las grandes ciudades, que en ese momento pasaron del mundo urbano al mundo metropolitano, sino hacia una de esas “otras” ciudades argentinas, capitales de provincia, más pequeñas y de más lenta transformación: la ciudad de Paraná, capital de Entre Ríos.

Valiéndose del paradigma indiciario (Ginzburg, 1995) se rastrean indicios de transformaciones materiales y discursividades locales que permiten conjeturar cómo los imaginarios y la ciudad se fueron construyendo mutuamente (Gorelik, 2002). Específicamente, cómo, en el marco de esa construcción mutua, la “otredad” –proyección imaginaria de la diferencia– fue encarnado en “otros”: sujetos, prácticas y espacios concretos, soterrados por discursos hegemónicos interesados en instituir la imagen de una ciudad moderna.

Entre cambios espaciales y discursividades locales (prensa, literatura, fotografía, cartografía, crónicas de viaje, documentos oficiales), se indagan: la irrupción de los trabajadores y su repertorio de confrontación, la participación

de las mujeres en la lucha obrera, el problema de los niños mendigos, la peligrosidad de las clases menesterosas, los paisajes bochornosos de la ribera, los extramuros de la ciudad, los andurriales y burdeles, las huellas de coloniaje, las costumbres campechanas, los focos infecciosos y las corrupciones atmosféricas, que “manchan la ciudad de alabastro”.

Desde un abordaje genealógico (Foucault, 2000), la reconstrucción de la densidad cultural e histórica de lo urbano suscita la insurrección de imaginarios y de identidades soterradas que posibilitan poner en perspectiva los modos hegemónicos de imaginar la ciudad contemporánea.

NIÑAS, NO MADRES: UN ANÁLISIS SOBRE EL TRATAMIENTO MEDIÁTICO EN JUJUY

Pablo Gonzalo Aleman – ANDHES/UNJU
(pablogonzaloaleman100@gmail.com)

José Oscar Castro – ANDHES/UNJU
(josyy.theramones@gmail.com)

Ivana Pamela Juárez – ANDHES/UNJU
(sonqoy.ju@gmail.com)

Desde el área de comunicación de ANDHES (Abogadas y Abogados del Noroeste argentino en Derechos Humanos y estudios sociales) oficina Jujuy, investigamos las formas en que los medios de comunicación jujeños vulneran derechos humanos fundamentales en sus coberturas mediáticas. Como parte de ello, en esta ponencia presentamos un análisis exploratorio e interpretativo de la cobertura mediática de los medios digitales Jujuy al día, El tribuno de Jujuy y El Submarino; sobre el caso de una niña embarazada víctima de abuso sexual, a la que se le negó el acceso a una Interrupción Legal del Embarazo (ILE), en la localidad de San Pedro, provincia de Jujuy, durante el mes de enero de 2019.

Profundizamos en cómo los medios analizados vulneran derechos fundamentales en la construcción del hecho noticioso, teniendo en cuenta por un lado, aspectos formales y de jerarquización en la sección o apartado del diario, el espacio en la agenda, fuentes, títulos y fotografías o ilustraciones; por otro, las y los actores sociales que intervienen en el hecho noticioso y las instituciones a las cuales representan; por último, las estrategias discursivas utilizadas por el enunciador, cómo se denomina a la víctima y la manera en que se reproducen estereotipos y formas de dominación.

CFK Y MM EN LAS TAPAS DE LA REVISTA NOTICIAS: IMAGEN, PODER Y GÉNERO

Ana Aymá – UNQ
(anaayma@gmail.com)

El desarrollo de las investigaciones en semiótica social (van Leeuwen, 2008) dentro el campo de los estudios críticos del discurso (Fairclough, 2003; Chouliaraki y Fairclough, 1999) y la centralidad de los “discursos multimodales” (Kress, 2010; van Leeuwen, 2008; Kress y van Leeuwen, 2001; Kress y van Leeuwen, 2001, 2004) como objeto de estas investigaciones han demostrado las potencialidades y resultados de este enfoque para pensarlo como parte de una teoría social de la comunicación (Kress, 1993: 184). Desde este marco, nos proponemos estudiar los diferentes recursos visuales que se despliegan en un corpus constituido por tapas de la Revista Noticias, estableciendo un análisis comparativo, desde una perspectiva de género, entre tapas dedicadas a la figura de Cristina Fernández y tapas dedicadas a Mauricio Macri en tiempos de sus respectivas presidencias. Sabemos, como señala Judith Butler (2015) partiendo de la teoría de la performatividad y los actos de habla, que los roles de género en nuestras sociedades son el resultado de una serie de discursos y acciones que los producen y sostienen como tales en las prácticas de la vida cotidiana. Es decir que la unidad de género es la consecuencia, el efecto, de una práctica constante y reguladora que intenta uniformizar la identidad de género, y que sucede mediante la fuerza performativa de la repetición. En este sentido, tomamos la hipótesis de Butler y la llevamos más allá: la ficción reguladora del género no solo consiste en un mecanismo de reproducción cultural de identidades, sino en un mecanismo prescriptivo y sancionatorio que procede mediante el establecimiento de ciertos atributos negativos asociados de manera naturalizada a las formas

en las que las mujeres se comportan. En este sentido, al abordar la relación entre género, política y medios de comunicación, C. Walsh advierte que el control metadiscursivo ejercido específicamente por los medios, constriñe el proceso iterativo de formación de identidades genéricas (Walsh, 2001).

Entonces, nos proponemos aquí observar e identificar esas reiteraciones en la conformación de un discurso visual específico.

Cabe destacar que consideramos que las tapas de revista constituyen un dispositivo privilegiado para ver formas de construcción de significados y de identidades en juego (Cingolani, 2009), en tanto se comprueban en ellas redundancias tanto en aspectos de la organización visual como en las tematizaciones desplegadas en imágenes.

Como resultados preliminares podemos ver que mediante una variedad de recursos semióticos y estrategias discursivas multimodales, específicamente desde el análisis de las metafunciones representacionales e interpersonales, se constata que, aunque el tratamiento visual es en principio similar y hasta de repetición de recursos para la representación de las dos figuras políticas tratadas, desde el análisis de los significados construidos se constata el establecimiento de un pacto de lectura diferenciado y sostenido en la línea de tiempo para cada una. Estas diferencias pueden ser leídas observando la reproducción de un repertorio de estereotipos de género para cada caso.

TOMAS DE TIERRAS: ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO DE NOTICIAS DE MEDIOS NACIONALES SOBRE EL CONFLICTO HABITACIONAL EN LEDESMA EN EL 2011

Balceda Sofia Melina – UNJu
(melinabalceda9@hotmail.com)

Es interesante el estudio de Libertador General San Martín, Ledesma de la provincia de Jujuy en Argentina, porque la configuración urbana se inició con la llegada del ingenio azucarero, ocasionando una concentración latifundista de la tierra y un predominio del monopolio de la producción industrial. Todo esto provocó una insuficiencia habitacional que se hace presente hasta la actualidad. Lo cual, la llevó a ser una de las más afectadas de la provincia por la falta de un lugar para vivir.

Es en Libertador donde se dio la lucha por la tierra urbana y donde se ausentaron las respuestas por parte del sector gubernamental. Por lo tanto, esta situación llevó a que muchas familias de los sectores populares urbanos tomaran tierras como así también viviendas construidas por el Estado, para saciar su demanda habitacional. Dado que, solo a través de este mecanismo, numerosos ledesmenses lograron acceder a la ciudad, de una manera ilegal y precaria, manteniendo y reproduciendo su situación de desigualdad estructural.

Por esta razón, efectuaremos un análisis crítico del discurso de tres noticias publicadas en los diarios digitales La Nación, Página 12 y ANRed. Donde tendrá como eje la relación entre los actores sociales que tomaron parte en las tomas de tierras de dicha ciudad: la Corriente Clasista Combativa (CCC) - Gobierno Provincial - Ingenio Ledesma.

Para ello, realizamos un relevamiento y sistematización de todas las noticias en formato digital, publicadas en julio del 2011 y luego, seleccionamos estas tres que tienen diferente línea editorial. Con las cuales creemos que articulando los aspectos mencionados, podremos efectuar una reconstrucción de los hechos sucedidos en dicho conflicto habitacional.

LOS DISCURSOS DE ODIOS Y LA EROSIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO DEMOCRÁTICO

Pablo Elián Carrasco – UBA
(pavlods@gmail.com)
VictorTaricco – UBA
(vtaricco@gmail.com)

Las últimas elecciones presidenciales en Estados Unidos y Brasil han convocado la atención de numerosos estudios por el uso de redes sociales para influir sobre el electorado, pero también por la expansión de los denominados discursos de odio. Argentina no está exenta de este proceso donde el autoritarismo crece a nivel regional. Así lo muestra los estudios que Ezequiel Ipar y el Observatorio crítico de la Opinión Pública (CCC) realiza sobre intolerancia política y que muestra un crecimiento exponencial en la Argentina entre el 2010 y el 2018.

Para nuestro trabajo asumimos como válida la noción de discursos de odio de UNESCO (2015), que los define como expresiones para acosar, perseguir, segregar, justificar la violencia o la privación del ejercicio de derechos, generando un ambiente de prejuicios e intolerancia que incentiva la discriminación, la hostilidad o los ataques violentos a ciertas personas o grupos de personas; por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica o cualquier otra condición social. Asumiremos, junto a Torres y Taricco (2019), que los discursos de odio son discursos sociales en la medida que están constituidos por ciertas reglas de encadenamiento que organizan lo decible un determinado momento histórico. Estos encadenamientos discursivos prescriben formas legítimas del decir que, al hacerse un lugar en el todo indiferenciado del murmullo social, tienen “eficacia social y públicos cautivos” (Angenot, 2012).

A esta definición de los discursos de odio como discursos sociales sumaremos también la estratificación propuesta en el documento del CELE-UP “Los discursos de odio como amenaza a los derechos humanos” (Torres y Taricco, 2019) en el que se plantea que este tipo discursos pueden producir tres tipos de daño: la violencia física, el impedimento del ejercicio de derechos o la limitación a la expresión en el espacio público.

En este contexto de intolerancia política y de creciente importancia de las redes sociales en la circulación de discursos, la conformación de creencias y enunciados con valor de verdad, este trabajo analiza un corpus de tweets generados en el mes previo a las Primarias Abiertas Simultáneas Obligatorias Argentinas con el objetivo de identificar la circulación de los discursos de odio en la contienda electoral según la clasificación propuesta, que diferencia entre discurso de odio (en singular), discurso discriminador y discurso de hostigador.

CRÓNICAS POÉTICAS QUE INAUGURAN LA LITERATURA DE DENUNCIAS

Reynaldo Castro – UNJu

(netaforas@gmail.com)

Rivero Carlos – UNJu

(chanorivero2015@gmail.com)

Domingo Zerpa denunció, por medio de dos romances, el asesinato de Rafael Tauler y también exaltó el valor de indios sublevados de la puna jujeña. Si bien antes de estas producciones existían coplas que denunciaban atropellos y abusos del poder, estos textos son pioneros en la literatura de denuncia que asume un autor que, a lo largo del tiempo, se constituirá como uno de los fundadores de la literatura jujeña.

Estos romances, ninguneados por la crítica local, son leídos nuevamente con las herramientas del análisis crítico del discurso y con la ayuda de la historia social para contextualizar la época y evaluar intenciones comunicativas del poeta de Abra Pampa.

Las formas que adquieren estas denuncias constituyen marcos sociales en los que se apoyarán distintos textos de denuncias posteriores.

REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE EL CARNAVAL EN TUCUMÁN

Claudia Carina Albarracín – UNT

(ccalbarracin@hotmail.com)

El carnaval es una fiesta popular cuya historia se remonta a varios miles de años antes de Cristo, y cuya tradición se fue difundiendo por América desde la época de los colonizadores. Esta festividad ha representado la cultura folclórica con la idea de eterna renovación en un tiempo en el que el pueblo se permite festejar en las calles de diferentes modos según la región de referencia. Luego de mucho tiempo, en nuestro país en 2010 la presidente Cristina Fernández firmó un decreto por el cual, desde el año siguiente, comenzarían a ser feriados los días lunes y martes de carnaval. En el documento no solo se reconoció el beneficio económico para los consumos locales que traerían estos días no laborales, sino, que, además, se identificó el carnaval como una de las manifestación más genuinas de las diferentes culturas que habitan nuestro territorio, que fomenta la trasmisión de valores que nos identifican, permitiendo la integración social y cultural. Sin embargo, a lo largo de los años se ha podido observar la controversia por la medida tomada en diferentes medios de comunicación. El incremento de feriados anuales abrió el debate

sobre su impacto económico y provocó una fuerte resistencia en ámbitos conservadores, de la industria y de algunos sectores comerciales.

En Tucumán los cuatro ejes cardinales tienen su fiestas diferenciadas: hacia el oeste se concentran las costumbres de origen aborígen, la Fiesta Nacional de la Pachamama en Amaicha del Valle, es la más conocida; en el centro y sur se expresan los festejos con comparsas como en Aguilares o Monteros; y, en el este los bailes en los clubes de Ranchillos, Leales y Lastenia, lugares en los que las fiestas duran más de un mes. En este trabajo abordamos los comentarios de las notas del diario virtual La Gaceta durante los años 2015 y 2019, comprendiendo un periodo que abarca las dos últimas presidencias.

Entendemos que estos son discursos por naturaleza ideológicos ya que expresan cierta postura de los lectores respecto a una determinada temática, constituyendo verdaderos espacios de disputa por el poder discursivo. En los mismos se pudo observar, con la propuesta metodológica del Análisis Crítico del Discurso, diferentes representaciones sociales que reprodujeron ideologías populares, religiosas y capitalistas sobre el mismo fenómeno. Las mismas fueron sostenidas por dos grupos ideológicos diferenciados: por un lado, conservadores de antiguos pensamientos religiosos y empresarios comerciales, y por otro, populistas y oficialistas del gobierno kirchnerista. Las prácticas sociales relacionadas al carnaval no solo se concibieron como culturales, sino, también como politizadas y polarizadas, representando distintos niveles sociales y económicos.

ARTE ELITISTA Y CULTURA POPULAR EN EL CINE ARGENTINO. ANÁLISIS DEL LENGUAJE CINEMATOGRAFICO DE LAS PELÍCULAS “EL HOMBRE DE AL LADO” Y “EL CIUDADANO ILUSTRE” DE LOS DIRECTORES MARIANO COHN Y GASTÓN DUPRAT

Gaspar de Jesús – UNLaM
(gaspardejesus94@gmail.com)

A lo largo de su carrera, los directores argentinos Mariano Cohn y Gastón Duprat buscaron polemizar con ciertos aspectos de la sociedad. En este sentido lo que más se destaca a lo largo de su filmografía es una visión crítica de lo que se entiende por arte y el cruce que se produce entre lo “culto” y lo “popular”.

A partir de indagar sobre cómo se construye la figura del artista frente a su entorno, este informe académico de investigación se propuso interpretar la validación de la figura del artista frente a su entorno diegético en las películas seleccionadas.

Mediante el análisis del discurso de *El hombre de al lado* (2010) y *El ciudadano ilustre* (2016) a partir de las teorías de enunciación cinematográfica este trabajo se propone comprobar que en el discurso audiovisual de Mariano Cohn y Gastón Duprat se construye la figura del artista desde una concepción de arte elitista que subestima a la cultura popular.

A través del siguiente informe de investigación se comprobó que la figura de los artistas en ambos films seleccionados se construye críticamente mediante una subestimación hacia lo popular. Si bien dicha característica se da en las dos películas, la crítica es más notoria en *El hombre de al lado* (2010) ya que en *El ciudadano ilustre* (2016) los directores buscan generar polémica en la tensión que se presenta entre el artista protagonista y el pueblo de Salas.

CONSTRUCCIÓN MULTIMODAL DE PROBLEMÁTICAS RELACIONADAS CON LA VIOLENCIA SOBRE LA NIÑEZ EN LOS MEDIOS DIGITALES DE SAN JUAN

Gladys Deguer – UNSJ
(gladysbda@hotmail.com)

Las noticias relacionadas con la violencia y el abandono que sufren los niños y las niñas de nuestras comunidades suelen tener un gran desarrollo y continuidad informativa en los medios de comunicación. La inmediatez de lo digital asociado a la urgencia informativa de los tiempos que transitamos hacen que estos casos se transformen en noticias resonantes a las que se adosan diversos enlaces con detalles de último minuto, comentarios espontáneos de los lectores, registros fílmicos y fotográficos. Estos nuevos modelos de comunicación poseen la capacidad de ex-

presar diversos tipos de potencialidades de representación. De esta forma, los discursos periodísticos que circulan en medios digitales, en particular, se convierten en dispositivos discursivos portadores de significaciones que impliquen construcciones sociales ideológicas relacionadas con distintas problemáticas. Analizaremos el comportamiento de los medios digitales de San Juan, a través de un grupo de textos producidos como consecuencia de un caso que conmocionó a la opinión pública de esta provincia: una mujer joven asesinó al bebé que dio a luz y lo arrojó a los fondos de una casa vecina. Además de la representación de los actores, los espacios se configuran como síntesis y metáforas de las acciones que se desarrollan.

Entendemos que para hacer frente a las modificaciones y lograr sus interpretaciones profundas, no puede trabajarse con sistemas teóricos aislados, sino que se requiere un abordaje teórico múltiple que dé cuenta de las complejas formas en que se estructuran las naturalizaciones, estigmatizaciones y la ideologías que subyacen en estos, aparentemente objetivos, dispositivos del discurso periodístico. Por estas razones, las teorías sobre las que se asienta la propuesta son: el Análisis Crítico del Discurso (ACD), los Estudios Críticos de los Discursos Multimodales (ECDM) y la Lingüística Cognitiva (LC).

ABORDAJE MULTIMODAL DE LA JUSTICIA POR MANO PROPIA: ANÁLISIS DE UN CASO DE LINCHAMIENTO EN LOS MEDIOS DIGITALES DE SAN JUAN, ARGENTINA

Gladys Deguer – UNSJ
(gladysbda@hotmail.com)
Gabriela Llull – UNSJ
(gabrielallull@gmail.com)

A mediados de marzo de 2018, un caso conmocionó a la comunidad sanjuanina y a la opinión pública nacional: luego de un aparente intento de robo, un adolescente fue linchado por vecinos y, posteriormente, murió a causa de los golpes recibidos. La presencia de esta noticia en los medios de comunicación fue contundente, tanto por la amplitud de cobertura como por la participación de los lectores que tomaron partido en relación con el hecho. Siguiendo a Galtung (2003) se advierte en este acontecimiento la presencia de las tres formas de violencia: directa, institucional y cultural. Cada una de ellas puede detectarse en las formas con las que se representan, a través de los medios digitales, los diversos actores que participaron directa o indirectamente en este caso.

A partir de esta realidad, proponemos analizar cómo la representación de la violencia y de los hechos calificados como violentos, y de sus actores es construida por los medios de comunicación digitales de la provincia de San Juan, a través de la asignación de diferentes significados desde una perspectiva multimodal. La gran cantidad de registro fotográfico, audiovisual, que acompaña a los cuerpos lingüísticos hace interesante analizar las formas en que las imágenes actúan, al igual que la lengua, en la configuración de los significados. La gramática de la multimodalidad evidencia los paralelismos y las analogías entre los diversos aspectos a los que se puede acudir cuando se construye significación.

Sin embargo, para lograr interpretaciones profundas, no puede trabajarse con sistemas teóricos aislados, sino que se requiere un abordaje teórico múltiple que dé cuenta de las complejas formas en que se estructuran las naturalizaciones, estigmatizaciones y las ideologías que subyacen en estos, aparentemente objetivos, dispositivos del discurso periodístico. Además de los Estudios Críticos de los Discursos Multimodales (ECDM), las teorías sobre las que se asientan la propuesta son: el Análisis Crítico del Discurso (ACD) y la Lingüística Cognitiva (LC).

MEDIATIZACIÓN E INTERPELACIÓN POLÍTICA: LOS SPOTS DE MAURICIO MACRI EN LAS PASO 2019

Facundo Romero – UBA
(facundoeromero@gmail.com)

La interacción entre discursos de los medios masivos de comunicación y los denominados “nuevos” medios basados en las tecnologías digitales, se presenta como un hecho de creciente importancia social. En particular en el objeto que nos ocupa, el discurso político, se pueden identificar transformaciones significativas en los modos en que

líderes e instituciones se dirigen a los ciudadanos y en las formas en las que estos intervienen en el debate público. En la Argentina, el gobierno del frente Cambiemos, que en la actualidad se presenta a elecciones como Juntos por el Cambio, se muestra a sí mismo como un exponente de la comunicación digital, de manera que pone a los medios sociales como punto nodal para establecer su relación con sus seguidores y persuadir a los indecisos. Sin embargo, esto no implica el abandono de otras formas de comunicación previas más estabilizadas y generalizadas entre los partidos

Esta ponencia presenta resultados preliminares de investigación sobre la campaña electoral televisiva de las Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO) presidenciales 2019, en el marco del estudio de las subjetividades políticas y la interpelación en las democracias hipermediatizadas. En particular, se indagaran los spots de Mauricio Macri distribuidos en los canales de televisión nacionales desde un enfoque semio-discursivo. Como hipótesis de trabajo, se sostiene que dichas piezas conjugan rasgos de géneros discursivos propios de los medios uno a muchos y de los medios interactivos. Por lo tanto, se buscará indagar las particularidades enunciativas que allí se encuentren y ponerlas en diálogo con los modos en que dicha fuerza política apuesta a conformar un colectivo de identificación.

En esa línea, se intentarán establecer relaciones con lo observado en mi tesina de grado en la que estudié el canal de YouTube y la página de Facebook de Macri en la campaña electoral 2015. Allí se identificó como central el peso de una enunciación que se muestra como poco profesional en los videos de campaña y orientada a mostrar un diálogo con el político a partir de efectos de sentido que remiten a la autenticidad de sus visitas. Dicho antecedente permitirá plantear interrogantes sobre la permanencia de los modos en que esta fuerza interpela a sus destinatarios.

IDENTIDADES POLÍTICAS REACTIVAS EN LA COBERTURA MEDIÁTICA DE LOS COMICIOS ELECTORALES BRASILEÑOS DE 2018 POR CNN EN ESPAÑOL. UN ANÁLISIS DISCURSIVO DE LA REPRESENTACIÓN DE JAIR BOLSONARO COMO “EL MAL MENOR”

Florencia Galzerano – UNLaM
(florgalzerano@gmail.com)

Muchas de las corporaciones mediáticas transnacionales han operado históricamente, en tanto actores de poder fáctico, difundiendo representaciones políticas plausibles de ser ubicadas en la órbita ideológica liberal-conservadora. En los últimos años, a través de la selección de contenidos y la utilización de diversas estrategias retóricas, algunas se han dedicado a denostar sistemáticamente a los proyectos que, de diversos modos, han realizado transformaciones nacional-estatales asociadas a formas “populistas” o “socialistas” de gobierno durante la primera larga década del siglo XXI en Latinoamérica.

Actualmente, el denominado “fin de ciclo” de gobiernos de centro izquierda en la región se ha consolidado, mientras que los discursos de los representantes y referentes políticos de los nuevos gobiernos, en la búsqueda de construcción de su identidad y legitimidad, se han asimilado a los tópicos que antagonizan explícitamente con los proyectos políticos anteriormente mencionados, y que han sido difundidos mediáticamente de modo extendido.

En este contexto, el trabajo se propone analizar, desde una perspectiva socio-discursiva, la cobertura de la última contienda electoral en Brasil realizada por el canal televisivo CNN en Español. El corpus de análisis lo constituyen las emisiones del programa Mirador Mundial durante las jornadas de la primera vuelta y del ballottage en octubre de 2018, a través de las cuales, el candidato a presidente por el Partido Social Liberal, Jair Bolsonaro, se impuso sobre el candidato del Partido de los Trabajadores, Fernando Haddad; resultando electo el nuevo presidente del país.

El análisis crítico del discurso (Van Dijk, 2005) que propone esta investigación se orienta a la identificación de regularidades semánticas y retóricas para la conformación de representaciones sociales (Raiter, Zullo, Sánchez, 2001) respecto de la situación política de Brasil, en general, y del candidato presidencial electo, en particular.

El objetivo es identificar las controversias y estigmatizaciones socio-políticas que CNN en Español moviliza a partir de diversas estructuras lógico-argumentativas, deducciones, afirmaciones, y elecciones lexicales realizadas por los interlocutores que intervienen en el programa; para demostrar que, través de la construcción de una polarización explícita con los denominados “populismos” o “socialismos” en Latinoamérica, se configuran “identidades políticas reactivas” (Alem, 2007) que contribuyen a representar a Bolsonaro como “el mal menor”; al tiempo que se define una “reacción jerarquizadora” (Pizzorno, 2012) que responde al re-establecimiento de un orden socio-político liberal en lo económico y conservador en lo social, signado por un ethos refundacional y autoritario.

PERIODISMO DIGITAL EN SALTA: TRANSFORMACIONES DEL DISCURSO PERIODÍSTICO SALTEÑO Y DE LAS PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO. AVANCES DE INVESTIGACIÓN

Sergio Gustavo Grabosky – UNSa

(sergrabs@gmail.com)

Aimetta Fedra – UNSa

(fedra.unsa@gmail.com)

Claudia Patricia Cardozo – UNSa

(claudiapatricia_cardozo@hotmail.com)

Se presenta este avance de investigación en el marco del proyecto: “Nuevos Formatos Discursivos: Periodismo Digital y Narrativas Transmedia” (Consejo de Investigaciones de la Universidad Nacional de Salta -CIUNSA N° 2681-) que aborda desde una perspectiva cualitativa el periodismo digital en el marco del actual ecosistema comunicacional y con el objetivo de lograr construir una descripción del panorama de la comunicación informativa salteña enmarañada en el ciberperiodismo. La investigación se encuentra en el primer año de desarrollo y el trabajo realizado hasta ahora consistió en relacionar los aportes teóricos metodológicos del campo del periodismo digital con las características de nuestro propio contexto local. También pudimos establecer dimensiones que se tendrán en cuenta para el análisis del fenómeno comunicacional observado: las transformaciones discursivas; las prácticas de escritura periodística y de consumo y las rutinas periodísticas. En este trabajo en particular se presenta el primer nivel de análisis descriptivo del campo comunicacional salteño a partir de las entrevistas en profundidad realizada a periodistas de los medios que conforman el corpus: Qué Pasa Salta, Diario el Tribuno y La Gaceta. La reflexión busca dar cuenta de los vínculos y modos locales para la incorporación y/o adaptación a la lógica digital y de la internet participativa o interactiva, a partir de un análisis inicial de las condiciones de acceso y las múltiples temporalidades que conviven en la provincia -sociedad abigarrada, en términos de René Zavaleta (1988)- y de los primeros datos obtenidos hasta la fecha.

SENTIR LA GRIETA

Lucas Agustín García – UNGS

(aguss_garcia10@hotmail.com)

Denise Mariana Córdoba – UNGS

(denisecordoba96@gmail.com)

Aylén Magalí Escalante – UNGS

El presente trabajo forma parte del Seminario de Medios, Política y Ciudadanía, de la Universidad Nacional de General Sarmiento (UNGS). El tema que abordamos corresponde a la idea de la “grieta”, como modalidad de describir ciertos hechos políticos. Dicha frase se instaló por el periodista Jorge Lanata en la entrega de los premios Martín Fierro el lunes 5 de agosto de 2013.

A partir de entonces, analizamos una serie de fragmentos audiovisuales, donde se puede vislumbrar el diferente uso -según el contexto- que se le asigna a dicho término. Tomamos como caso para el análisis, fragmentos del programa PPT (Periodismo para Todos), como así también contenidos de la señal TN, correspondiente al Grupo Clarín, y la entrega de los Premios Martín Fierro 2013. Asimismo, completamos el corpus con el programa de Andy Kusnetzoff llamado PH (Podemos Hablar). En función de este corpus nos interesa indagar: ¿Cómo se construye al sujeto político? ¿Qué idea de política sostienen los programas televisivos seleccionados?

La representación de este conflicto político en los discursos televisivos comprende la promoción del término la grieta que se extiende a escenas de la vida cotidiana y el anclaje simbólico del conflicto político con el plano de lo moral y lo sentimental.

Para nuestro análisis nos es imprescindible entender la relación del discurso televisivo con las representaciones, el sujeto y la política. En esta línea decidimos incorporar conceptos teóricos de Chantal Mouffe en “En torno a lo político”, de Giovanni Sartori en “Homovideos”, y de Álvarez Broz, M., Rodríguez, Settani M. C. y Vázquez, M. en “Plumas pipas y ceviches. Representaciones subalternizantes de los medios de comunicación contemporáneos”; entre otros.

EL CAMBIO ESTÁ DENTRO NUESTRO: UN ACERCAMIENTO A LA DISCURSIVIDAD ESPIRITUAL DE CAMBIEMOS

Matias Gallardo – UNC
(gmatias_2@hotmail.com)

El Proyecto marco desde el cual se propone este plan de trabajo se planteó el análisis, desde una perspectiva Socio-semiótica, del dispositivo de enunciación de la discursividad de Cambiemos (Verón, 1986, 1987), sus principales tópicos temáticos y las disputas de sentido que se dan en relación a otras formaciones antagónicas. Para esto, se relevaron diferentes discursos políticos y mediáticos, a partir de las cuales se elaboró una descripción general de la discursividad de esta identidad política hegemónica (Angenot, 1989), entendida como pospolítica, pathémica, lúdica, individualizante y adversativa en relación al “populismo”. En este contexto, La presente ponencia pretende, a partir de las ya nombradas perspectiva teórica y categorías metodológicas, dar cuenta del lugar que ocupan en la identidad de Cambiemos y en su gestión las llamadas “nuevas espiritualidades”. Para ello, el trabajo va a centrarse en la producción audiovisual del canal de youtube de Alejandro Rozitchner, escritor y asesor del Mauricio Macri. En este sentido, la finalidad será registrar la aparición resignificada de estos componentes “espiritualistas” para la descripción tanto del propio “ethos” partidario como de nuevas formas de subjetividad contemporáneas, y evaluar su funcionamiento en un contexto discursivo postideológico.

PERIODISMO DIGITAL EN SALTA: TRANSFORMACIONES DEL DISCURSO PERIODÍSTICO SALTEÑO Y DE LAS PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO

Sergio Gustavo Grabosky – UNSa
(sergrabs@gmail.com)
Esteban Ismael Bordón – UNSa
(bordon.ismael@gmail.com)

Todo consumidor de noticias en la red se enfrenta a la ruptura de las nuevas textualidades, en relación con la tradicional forma de comunicar de la noticia clásica, propia del periódico en formato papel. Las decisiones de producción que innovan y transforman el género producen características nuevas, que se pueden observar de manera simultánea en múltiples niveles discursivos -superestructural, macro y microestructural-. ¿Cómo son las noticias que se publican en periódicos online salteños? ¿A qué estrategias discursivas responden las decisiones de formato y estructurales que se pueden observar como particularidades de las noticias producidas en el ciberperiodismo provincial? ¿Hay diferencias en las producciones de los medios nativos y migrantes? El presente trabajo surge de estas preguntas y ensaya algunas respuestas a partir del cruce entre las teorías sobre discurso periodístico y el abordaje de un corpus concreto de producciones. Las mismas serán consideradas siempre desde una perspectiva estratégica y comunicacional, por lo que será imprescindible pensar estas transformaciones formales en relación con lo interactivo propio del ecosistema comunicacional contemporáneo, en la red.

LOS RUBIOS QUE SOSTIENEN A LOS MOROCHOS. UN CASO DE CIRCULACIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN SOCIAL

Claudio Tomás Lobo – UNSL
(claudio.t.lobo@gmail.com)
Pablo Daniel Parra – UNSL
(pablodani87@hotmail.com)

Se propone aquí el estudio de caso de circulación contemporánea tomando en cuenta los dos sistemas mediáticos: de los medios masivos y el de las redes sociales. El caso abordado surge a partir de la publicación del documento “Leyes para la transformación productiva” por parte del Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación en el marco

de sus estrategias productivas 2019 en el mes de febrero de 2019. El documento plantea “cambiar la conversación productiva” para “romper las barreras que impiden el crecimiento”. El gráfico que generó el proceso de circulación se encuentran en el capítulo “Nuevo marco tributario para el desarrollo de Emprendedores y PyMEs”. En ese documento el Gobierno afirma que un porcentaje bajo de la población sostiene con sus impuestos, el total de la economía: “...un 20% de contribuyentes aportan el 99,4% de la recaudación”. Este informe generó un proceso de circulación intersistémica con mayor presencia en el sistema de redes, lo que se fue visualizando como un caso de ‘discriminación’ por parte del organismo oficial.

ENTRE DISFRACES Y APARIENCIAS: ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO DEL PRESIDENTE DONALD TRUMP

Andrea Belén López – UNSa
(bandrealopez14@gmail.com)

Entre las prácticas sociales más importantes se encuentra el lenguaje. Este contribuye a configurar todos los aspectos de la vida humana. No sólo no podemos renunciar a usarlo, hacerlo, desconfiar de él mientras lo usamos y hacemos, vapulearlo, asediarlo con nuestros rencores y admirarlo ilimitadamente: tampoco podemos renunciar a estudiarlo. Por esta razón, en este trabajo nos interesa examinar uno de los discursos del actual presidente de los EE. UU. Donald Trump a quien podríamos considerar como una figura política especialmente curiosa. No se trata de un personaje político tradicional, sino de uno atípico, políticamente “incorrecto”. Creemos que su discurso conforma una gran fuente de estudios, no sólo por las problemáticas que aborda, sino por cómo lo hace.

Para estudiar su discurso nos valdremos del aparato teórico denominado Análisis Crítico del Discurso (ACD) cuyo representante es Teun A. van Dijk. El ACD es una perspectiva diferente de teorización, análisis y crítica sobre el discurso. Este marco teórico estudia el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son reproducidos en el discurso en un determinado contexto, a la vez que busca resistir contra la desigualdad social desde una mirada crítica que deconstruya las representaciones ideológicas que subyacen en los discursos sociales. Como primera hipótesis de trabajo, podemos decir que en la estructura semántica del texto se observa una mirada estigmatizadora de los migrantes latinoamericanos, quienes son representados como sujetos violentos y terroristas que atentan contra la pacífica vida del pueblo norteamericano. Asimismo, es interesante ver cómo operan los campos semánticos y las estrategias argumentativas para deslegitimar al partido demócrata.

Mediante este trabajo buscamos dejar en claro que, las ideologías están condicionadas por el uso del lenguaje y el discurso, ya que influye en la manera de adquirirlas y aprenderlas. El discurso y el lenguaje constituyen la base sobre la que se acentúan y desdibujan la información y las opiniones ideológicas controladas.

RACISMO Y REPRESENTACIONES SOCIALES- “LOS PIBES CHORROS”

Marco Andrés Raspa – UNJu
(marcoraspa995@gmail.com)

En la presente experiencia metodológica se analiza las representaciones sociales que surgen en torno al racismo, por parte de organismos de seguridad como la policía y el modo en el que lo reproducen los medios. Por ello para su análisis se toma como ejemplo explícito y apoyo teórico, un discurso plasmado en el diario digital QUE PASA JUJUY. com.ar, que lleva como titular, “La policía de Jujuy los detuvo por ser “morochos, pobres y usar gorras” publicado el día (05/09/2016); también se tuvo en cuenta los comentarios de dicha noticia plasmados como opinión pública de la comunidad jujeña. La centralidad de la ponencia es identificar cuáles son aquellas valoraciones, actitudes, acciones, situaciones, acontecimientos, objetos, personas, creencias y otras diversas formas de reconocimiento que aportan más datos al análisis de lo que expuso el medio como emisor en cuanto al accionar de la policía hacia los jóvenes y organismos que legitiman estas formas de violencia y descubrí las representaciones sociales presentes en el discurso en cuanto al racismo ya que es algo que se ha naturalizado de una manera compleja dentro de la sociedad que merece ser estudiado y reflexionado.

Para el análisis se utilizó como técnica metodológica el Análisis del Discurso ya sea, representaciones sociales, Modalizadores, Subjetivemas, Deíticos, metáforas, formas de ocultamiento entre otros.

Las representaciones dentro de los discurso el cual es aplicado el racismo se identifica la discriminación e injusticia, desigualdad hacia los jóvenes se llegan a distinguir e identificar cómo los “pibes chorros” de barrios bajos que visten de un forma poco común portan un rostro de delincuentes entre otras características que no los favorece por pertenecer a sectores marginales. No obstante, la policía no tiene derecho ni el poder de abusar de los derechos de los jóvenes y romper con el orden judicial, violar los límites que tienen impuestos en su profesión y se ganan la representación de la “maldita policía”. Que con la ayuda de los sectores mucho más poderosos del gobierno que legitiman sus acciones mediante el tipo de poderes que se les da y la forma de control hacia la sociedad, que se reaviva año tras año y sigue arrastrando el pasado de gobiernos de “mano dura”.

LA LÍNEA EDITORIAL DE PRENSA Y SUS IMPLICACIONES EN EL DISCURSO SOCIAL. ESTUDIO COMPARADO: LA TRANSICIÓN CHILENA (1990-2006) Y FRENTE NACIONAL EN COLOMBIA (1958-1974)

Marelbi Olmos – UTB
(molmos@utb.edu.com)

La investigación indagó acerca del papel que jugó la prensa, específicamente, El Tiempo en Colombia y El Mercurio en Chile, en el período de transición desde regímenes autoritarios, tomando como referencia al período posterior a la dictadura del general Rojas Pinilla, conocido como el Frente Nacional en Colombia (1958-1974) que consistió en la alternancia de la presidencia de los partidos tradicionales liberal y conservador como una forma de terminar con la violencia bipartidista surgida en Colombia.

El otro referente para el análisis comparativo es el momento llamado de la Transición en Chile a partir de 1990, donde hubo cambio de gobierno militar a gobierno de la Concertación. Aquí se marca un límite en la investigación hasta 2006, con la muerte del general Augusto Pinochet.

Es una investigación cualitativa con un enfoque Socio crítico, tomando como base la perspectiva de autores como Teun Van Dijk y Marc Angenot y desde una mirada latinoamericana, se tomaron como referentes los conceptos de Eliseo Verón (1987, 2013).

El objetivo general de la investigación buscó realizar un análisis comparado desde la línea editorial de prensa durante procesos de transición desde Estados autoritarios a otras formas de gobierno durante el Frente Nacional en Colombia (1958-1974) y la Transición en Chile desde 1990 hasta 2006 y sus repercusiones en el discurso social.

Es una investigación de tipo cualitativa. Para el análisis del corpus, su sistematización y relacionamiento, se utilizó el software de AtlasTi 7.1, con muestra de semana compuesta. Para el diario El Mercurio, se tomó como momento hito el año 1990, año demarcado para el inicio de la Transición hasta 2006 (123 editoriales). Para el diario El Tiempo, se tomó, como referente el año de inicio del Frente Nacional (1958) hasta 1974 (93 editoriales).

Se evidenciaron cuatro súper categorías de análisis: Postulados ideológicos: El papel de la prensa y su posición frente a hechos que tenían o no relación con la filosofía del medio. Asuntos sociales: Los temas de carácter social de los que se ocupaban los editoriales, la relevancia para ser abordados de acuerdo a los intereses de la comunidad o del mismo diario (Mellado, Cabello y Torres, 2007). Roles periodísticos: El abordaje a la audiencia, su vinculación al debate entre servicio público y competitivo frente al resto de medios. Determinó el rol que los diarios asumieron como legitimadores o pasivos al gobierno o si actuaron como veedores o proactivos (Hanitzsch, 2007). Y, por último, Política: Estableció las relaciones entre el periodismo y el poder político en ambos discursos editoriales.

ENTRE PRINCESAS Y HEROÍNAS: LA CONSTRUCCIÓN DE REPRESENTACIONES DE GÉNERO Y NIÑEZ EN LA LITERATURA INFANTIL

Brenda Marques dos Santos – UNLP
(breen.16.94@gmail.com.ar)

La presente ponencia tiene como objetivo dar cuenta de ciertas conclusiones arribadas a partir del mi Trabajo

Integrador Final (TIF) de finalización de la Licenciatura en Comunicación Social. En el mismo, se buscó revisar las nociones sobre la niñez y el género a través de un análisis comparativo entre la colección de princesas de Disney y las colecciones de Antiprincesas de Nadia Fink y el libro “Cuentos de buenas noches para niñas rebeldes” de Elena Favilli y Francesca Cavallo. De esta manera, el objetivo general fue indagar las representaciones en torno al género y a la niñez en las en cuentos clásicos de la colección de Disney y en las colecciones contemporáneas de “Antiprincesas” y “Cuentos de Buenas noches para niñas rebeldes” para dar cuenta de los múltiples sentidos que se construyen, disputan y legitiman en un determinado contexto histórico.

En este sentido, se realizó el trabajo bajo la perspectiva en la cual las representaciones sociales en las producciones culturales pueden dar cuenta como es concebido un determinado grupo social en un determinado momento histórico. En el campo de la literatura infantil tradicional, los cuentos se caracterizan por representar diversos estereotipos de acuerdo a su época.

A su vez, el trabajo se llevó a cabo bajo la perspectiva de la Sociología de la Literatura (Sarlo y Altamirano, 1977). La literatura es entendida aquí como un hecho social, es decir, no como un texto aislado sino enmarcado en un contexto particular. Es por ello que se recuperan los aportes realizados desde la sociología de la literatura con el propósito de explorar una doble dimensión de lo literario, la literatura entendida como fenómeno social y sobre la inscripción de los textos literarios de las representaciones de una época y de las cuestiones sociales (Sapiro, 2016). En este sentido, las representaciones permiten observar cómo es concebido un determinado grupo social en un determinado momento histórico.

A su vez, en el trabajo se intentó responder el interrogante acerca de las representaciones sociales que se configuran en la literatura sobre los niños y niñas desde los estudios culturales. Pensar a la niñez desde una perspectiva sociocultural implica reconocer su carácter de construcción social y variable en términos históricos, que está en puja permanente (George H. Mead, 1982; Berger y Luckmann 1968; James y Prout, 1997). Las representaciones de cada sociedad determinan de qué es ser niño/a y cómo deben ser sus identidades y comportamientos, sus prácticas, las cuales varían histórica y socialmente.

VIOLENCIA OBSTÉTRICA Y ABORTO: LA CONSTRUCCIÓN DEL SUJETO DEL DISCURSO EN LA PRENSA GRÁFICA DE TUCUMÁN (2016-2017). EL CASO DE BELÉN

María Paula Moya
(mpmoya89@gmail.com)

Este trabajo consta de un análisis crítico del discurso acerca de las noticias sobre violencia obstétrica y aborto publicadas por la Gaceta, en su formato on línea, durante el periodo 2016-2017. Las noticias abordadas son específicamente sobre el caso de Belén, una joven tucumana de 28 años condenada a ocho años de prisión en el año 2014, tras haber sufrido un aborto espontáneo. La hipótesis de este trabajo se basa en verificar el rol del medio provincial cómo visibilizador/invisibilizador de la violencia obstétrica acaecida sobre las mujeres pobres y abortantes de la provincia de Tucumán. La metodología de estudio seleccionada para este trabajo (un corpus de 17 noticias) está basada en los aportes teóricos que nos brinda el enfoque del ACD, cómo así también en un minucioso análisis lingüístico en búsqueda de los subjetivismos verbales y nominales (huellas discursivas) que nos lleven a localizar al sujeto del medio como creador de tal discurso. Los aportes teóricos de género, y los marcos legales vigentes en materia de género, son parte también del marco teórico que permite dar sustento a nuestra hipótesis de investigación.

EL DEBATE DE LA LEY DE ABORTO EN DIPUTADOS DESDE EL SISTEMA DE SALUD DE ROSARIO: UN RELATO EN PRIMERA PERSONA

María Clara Musante – UNR
(cahiamusante@hotmail.com)

El presente trabajo analiza las exposiciones de los profesionales de la salud de la ciudad de Rosario que fueron

invitados a participar del debate en relación al Proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo en la Cámara de Diputados de la Nación, por los integrantes de las Comisiones de Legislación General, de Mujer y Familia, de Salud y de Legislación Penal, entre el 10 de abril y el 31 de mayo de 2018.

El artículo aborda, desde una perspectiva discursiva y argumentativa, las disertaciones teniendo en cuenta que Rosario fue presentada por los sectores que apoyan la despenalización del aborto como un modelo a imitar, donde las políticas aplicadas por el estado municipal en materia de salud sexual y reproductiva han permitido reducir a cero las muertes maternas por abortos clandestinos, desde el 2012.

El objetivo es indagar sobre las condiciones de generación de los discursos, identificando las huellas que las operaciones discursivas han dejado en la superficie textual. En este sentido, se pone el acento en develar los mecanismos enunciativos, es decir, los modos de construcción de la imagen del que habla y de la imagen de aquel a quien se habla, y la relación entre esta entidad. Al mismo tiempo, apunta a reconocer y explicar cuáles son los principales tópicos y tipos de argumentos desplegados por los referentes y especialistas convocados.

Lo que se desprende del análisis de los discursos de los representantes del sistema público de salud es una estrategia orientada a apoyar la ley en debate a partir de la defensa de las políticas aplicadas en la ciudad, un relato donde los expositores repasan los logros obtenidos en cuanto a la garantía de los derechos de salud sexual y reproductiva de las mujeres en la ciudad, como así también las “deudas” pendientes en esta materia, al mismo tiempo que dan cuenta de sus trayectorias profesionales y laborales por las distintas instituciones y organizaciones públicas vinculadas al tema.

ANÁLISIS LINGÜÍSTICO-COMUNICATIVO DE COMENTARIOS DE LECTORES, EN LA PRENSA DIGITAL SANJUANINA, QUE ABORDA DOS HECHOS DE VIOLENCIA EN UN CONTEXTO URBANO-MARGINAL

Gema Carina Narváez – UNSJ
(narvaezgemacarina@gmail.com)
Juan Navas Echegaray – UNSJ
(jmnvasechegaray@gmail.com)

El desarrollo del contenido informativo en la prensa digital ha transformado la práctica periodística. Los lectores han pasado de tener un rol pasivo a un rol activo. Esta nueva posición tiene dos implicancias, por un lado, los periódicos digitales difunden gran cantidad de noticias y por otro, los usuarios acceden a la misma en forma inmediata. No solo con su lectura sino con su participación discursiva, generando un espacio de miradas, opiniones y referencia con características particulares que, hasta la actualidad siguen siendo objeto de estudio. El motivo de nuestro trabajo es presentar un análisis de los comentarios de dos noticias que abordan prácticas de violencia en un contexto de marginalidad. Puntualmente consideramos el uso de fórmulas de tratamiento o frases lingüísticas hacia las participantes del hecho (mujeres adolescentes) como prácticas de violencia que se manifiestan asociadas con esquemas de pensamientos y representaciones sociales que circulan en el imaginario social. Al respecto, cabe señalar que el abordaje teórico se realiza desde el enfoque del ACD (Análisis Crítico del Discurso) que como dice Fairclough, 1992 pretende conocer y describir cómo se lleva a cabo la construcción discursiva de los acontecimientos, de las relaciones sociales y del propio sujeto, a partir del análisis de los elementos lingüísticos que los forman y su relación con el contexto en el que se insertan. Por último, agregamos que este trabajo se enmarca en un proyecto de investigación “Violencia y abandono en contextos de marginalidad: representación en medios digitales de San Juan durante el período 2015-2017”.

FOLKLORISTAS Y FOLKLORÓLOGOS: LAS ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN EN EL DISCURSO DE LA REVISTA FOLKLORE (1961-1981)

Julia Parodi – UNC/CONICET
(parodi.julia@gmail.com)

Publicada en nuestro país durante pleno auge del boom del folklore, la revista Folklore formó parte de la red de

mecanismos propios del mercado de la industria cultural junto con los sellos discográficos, la programación especializada en radio y TV y los circuitos de festivales a lo largo del país. Sus páginas se erigieron como instancia consagratoria en el campo de la música popular argentina durante sus veinte años de existencia: una muestra de ello es la heterogeneidad de los artistas que ocuparon sus más de trescientas portadas. En ese sentido, la “retórica de la pérdida”, categoría teórica de Santos Gonzálvez, funcionó como un movimiento de inclusión que permitió hacer lugar a representantes de los más diversos estilos y hasta de paradigmas opuestos en pos de la defensa de un patrimonio cultural.

Pero sus páginas albergaron espacio también para una sección denominada “La ciencia del folklore” desde donde diversos especialistas en el tema escribieron artículos que apuntaban a limitar la terminología, diseñar taxonomías y elaborar inventarios en un claro impulso de exclusión. Antropólogos, historiadores, periodistas y poetas –entre otros rubros– produjeron columnas que apuntaron a distinguir folklore de proyección folklórica, folklorología de tradición, entre otras categorías polémicas que permitieran distinguir las expresiones legítimas de las apócrifas.

Si la narrativa de la pérdida trae consigo el fantasma de la “destrucción” u “olvido” contra el cual se direccionan los esfuerzos colectivos, los mecanismos de la industria cultural tales como la circulación de los bienes culturales en el mercado y su reproducción a cargo de los medios masivos de comunicación pueden ser considerados tanto como una amenaza a su autenticidad, cuanto como aliados para la preservación de dicho patrimonio.

Costa y Mozejko (2001 y 2002) proponen buscar en las prácticas discursivas de los agentes las estrategias que consciente o inconscientemente orientan sus prácticas, y que aparecen como huellas en los discursos. La retórica de la pérdida es una huella persistente en el heterogéneo discurso de la Revista Folklore, los impulsos de inclusión y exclusión que se generaron a partir de ella pueden llevarnos a descubrir las estrategias discursivas en juego.

LA CONSTRUCCIÓN DISCURSIVO-MEDIÁTICA DE LOS CASOS DE FEMICIDIO

Adriana Elba Pidoto – UNLaM
(adriepidoto@hotmail.com)

Marcela Isabel Cabrera – UNLaM
(marcelacabrera1966@hotmail.com)

Las transformaciones de los contextos no repercuten sus estructuraciones de manera inequívoca y “transparente” sobre los discursos. –De esta manera, la conciencia sobre la tragedia del femicidio no se deja traslucir en el marco de cierta isotopía discursiva propia de los medios. Por un lado, los medios “acompañan” la necesidad de reflexionar sobre esta problemática, pero, por otro, “escriben”/discursivizan, en ocasiones, desde “lugares” estilísticos que terminan desmintiendo las buenas intenciones de su prédica. Es por ello que, en este trabajo, nos proponemos abordar las construcciones discursivas de la prensa gráfica respecto de algunos casos de femicidio, a fin de desarticular las instancias en las que, discursivamente, las buenas intenciones “hacen agua”, ya que, aun con matices, siguen (re) construyendo imaginarios estigmatizadores de las víctimas de femicidio. Apelaremos, para esta reflexión, a la teoría de la Enunciación y a algunas conceptualizaciones propias del ámbito de los Estudios de Género.

POLÍTICA MEMÉTICA: ¿CÓMO PARTICIPAN LOS MEMES DE LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA REALIDAD?

Lucas Andrés Perassi – UNJu
(lucasperassi@gmail.com)

La comunicación con memes se ha convertido en una de las actividades más habituales en el uso de redes sociales y servicios de mensajería. La rápida adopción de este nuevo modo de comunicación transforma parcialmente el modo en que se difunden las ideas y, también, el modo en que pensamos y actuamos en consecuencias. Estudios como el de Grant Kient (2019) aseveran que los movimientos terraplanistas o antivacunas, por ejemplo, hubieran sido imposibles sin la comunicación memética y, como lo señala su título, la comunicación mediante memes trae graves consecuencias en la civilización de la post-verdad.

Sin ir tan lejos, y partiendo de la pregunta planteada acerca de la participación de los memes en la construc-

ción simbólica de la realidad, este trabajo propone un entrecruzamiento de las teorías de agenda setting, framing y análisis cognitivo del discurso para el análisis de memes políticos, específicamente los dedicados a las fórmulas presidenciales para las elecciones argentinas de 2019

En “No pienses en un elefante”, George Lakoff define los marcos como estructuras inconscientes que se activan cuando escuchamos o vemos ciertos desencadenantes. Estos marcos moldean la forma en que vemos nuestro mundo y, al mismo tiempo, están moldeados por nuestras tendencias políticas y el consumo de los medios. Así, si bien los memes a menudo son divertidos o irreverentes, activan diferentes marcos para diferentes grupos de personas también. Incluso su sentido crítico puede diluirse en un marco interpretativo inicialmente no previsto.

Aquí analizaremos los memes focalizados en las cuatro principales figuras de la elección presidencial argentina de 2019 (Mauricio Macri y Miguel Ángel Picchetto, por un lado, y Alberto y Cristina Fernández, por otro). Aunque hay otras variables, y la interpretación depende de los marcos interpretativos previos, los memes analizados se centran en determinados encuadres que definen a cada agente: el inepto, el estratega-traidor, el títere-incoherente, la titiritera-perversa.

En particular, nos detenemos en el análisis de los memes surgidos cuando ambas fórmulas presidenciales fueron anunciadas, ya que expresaron, particularmente, el encuadre que los sectores opositores a cada una de ellas quisieron darle.

A partir de este análisis, pensamos como los memes reproducen y activan marcos interpretativos vigentes, que se articulan con creencias políticas o ideológicas, y consolidan comunidades, cámaras cerradas donde las opiniones se hacen eco y se cierran a otras voces e ideas.

MATICES SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE ALTERIDADES SOBRE EL PARTIDO DE LA MATANZA EN LOS MEDIOS GRÁFICOS NACIONALES PÁGINA 12, CLARÍN Y LA NACIÓN Y EL DIARIO EL1 DE LA UNLAM

Hugo Hernán Ramírez – UNLaM
(hugoramirez.foto@gmail.com)
Tatiana Fernández Santos – UNLaM
(tatidfernandez@gmail.com)
María Agostina Bertolo – UNLaM
(agosbertolo@gmail.com)
Natalia Pistarchi – UNLaM
(pistarchinatalia@gmail.com)
Mauro Correa – UNLaM
(mauro.cabana@gmail.com)

En el presente trabajo se compararon las construcciones discursivas sobre el partido de La Matanza y sus habitantes que se hicieron desde los diarios de la Ciudad de Buenos Aires La Nación, Clarín y Página/12 con el diario local EL1, perteneciente a la Universidad Nacional de La Matanza, según una metodología cualitativa usando las estrategias de análisis del discurso y análisis semiótico de la imagen.

El objetivo principal del proyecto implicó indagar sobre la forma en que la prensa gráfica de los diarios de alcance nacional que se editan en la Ciudad de Buenos Aires representan a los habitantes de La Matanza, el partido ubicado en la Zona Oeste del Conurbano bonaerense y el más poblado de toda la provincia, con el fin de discutir los paradigmas de construcción de alteridad subyacentes a esas representaciones.

De allí, los objetivos específicos que se desprendieron fueron: identificar las estrategias discursivas empleadas por los medios masivos de comunicación de la Ciudad de Buenos Aires para referirse al partido de La Matanza; identificar el ideal de ciudadanía connotado dentro de los artículos noticiosos analizados; identificar las estrategias discursivas tendientes a anular la enunciación política de los ciudadanos de La Matanza; Identificar el tratamiento de esa agenda informativa en el medio local EL1.

En esta investigación se analizaron notas aparecidas en los diarios La Nación, Clarín y Página/12 de la Ciudad de Buenos Aires y el diario EL1 de La Matanza sobre eventos que hicieron que los medios de comunicación pusieran el foco sobre el partido y sus habitantes.

En tal sentido, se conjeturó que los medios nacionales construyen representaciones del partido de La Matanza que tienden a la racialización y estigmatización de sus habitantes.

Finalmente, se llegó a la conclusión de que la conjetura fue verificada ya que los medios de circulación nacionales que se editan en la Ciudad de Buenos Aires utilizan estereotipos y estigmas para referirse a los habitantes del distrito. Por otro lado, se observó que el periódico local El 1 pondera la voz de los vecinos y dirigentes locales.

A PURA FELICIDAD: POSTULADOS DE AUTOAYUDA Y MERITOCRACIA EN LA DISCURSIVIDAD DEL PRESIDENTE MAURICIO MACRI

Julián Agustín Jesús Robles Ridi – UNSL
(jrobles@unsl.edu.ar)

Este trabajo de investigación es un nuevo fragmento de avance de mi tesis doctoral en comunicación titulada Construcciones identitarias en Argentina del siglo XXI: la organización de lo decible y lo opinable en la discursividad política reciente. Un análisis semiótico de los discursos de Mauricio Macri (2015 – 2017). Se trata de un análisis de discurso político del enunciador Mauricio Macri (en adelante MM), desde una perspectiva Sociosemiótica y Socio-crítica. A partir de avances en el análisis del corpus, he identificado que estamos en presencia de la emergencia de un proyecto identitario constituido por una doxa pospolítica, pero a la vez, configurador de fuertes antagonismos y enemigos: “la vieja política”, el “populismo” y el “gobierno anterior”.

En esta oportunidad, en continuidad con el dispositivo de enunciación no político, posideológico, nuevista y pragmático que describimos en este trabajo, consideramos junto a Martínez (2016) en sus análisis de discursos del PRO, que la configuración de esa retórica pospolítica durante la campaña a presidente 2015 incluyó también fórmulas cercanas al género de autoayuda a partir de la recurrencia y fetichización de enunciados como “ser feliz”, “felicidad”, “seamos felices”, “oportunidad”, “progreso”. Siguiendo a Papalini (2015), en la cultura contemporánea, el norte que guía las acciones cotidianas es la consecución de la felicidad, sea lo que sea que esta signifique.

A partir de los extractos recuperados, podemos establecer que el dispositivo de enunciación de MM configura a los destinatarios como los únicos responsables de poder “ser felices”, en una cadena de equivalencia que reenvía a la mirada neoliberal del “vivir mejor”. El (no tan) nuevo régimen de verdad que viene a dar batalla en el campo de la disputa de sentidos políticos a partir de volver sagradas las “capacidades individuales”, “lo mejor de cada uno”, “el potencial de cada uno”, “el camino del esfuerzo y el trabajo”, “la aventura del crecimiento” se inscribe en un orden del discurso que legitima, fetichiza y construye como lo normal, aquello que conocemos como meritocracia.

LOS OBJETOS DE ACUERDO Y LA PRETENSIÓN DE UNIVERSALIDAD EN EL DISCURSO MEDIÁTICO ACTUAL

Santiago Ruiz – UNC
(sgoruiz@gmail.com)

Los discursos sociales, entendidos como “materias sensibles investidas de sentido” por Eliseo Verón en ‘La semiosis social’, son el lugar de construcción de la realidad social. En esa red infinita que ellos constituyen y donde constantemente se generan nuevos discursos y nuevos sentidos se juega la conformación del germen que derivará en las acciones futuras de los miembros de la sociedad, no como “productores” de discursos (aunque lo sean) sino como sujetos atravesados por los sentidos, bombardeados cotidianamente por ellos y a su vez repetidos constantemente, a veces sin pretenderlo.

Esta condición es preponderante en los discursos que se pretenden hablando de la realidad social de nuestro país, vehiculizados en los medios de comunicación social. Nos interesa en este trabajo, que forma parte de nuestro proyecto de investigación llevado a cabo en la UNC, trabajar de manera primordial con los textos que podemos catalogar como “opinativos” de los medios gráficos o digitales, que apuntan a generar en el destinatario un convencimiento -o al menos una inclinación a él- sobre un conjunto de ideas que conlleven a una acción determinada.

Si bien muchos de estos textos no pueden ser catalogados como “argumentativos” en su estructura, desde una perspectiva pragmática presentan una intención que sobrepasa la mera descripción o narración y que se asienta principalmente sobre el uso de determinados ‘topoi’ que permiten, por un lado, sostener su verosimilitud, y por otro acrecentar la adhesión a las tesis del enunciador.

Tomando como base el estudio de Perelman y Olbrechts-Tyteca (en su ‘Tratado de la argumentación’) sobre los objetos de acuerdo, hacemos un rastreo sobre un corpus conformado por textos aparecidos en el presente año en diarios de circulación nacional y, principalmente, en medios digitales, con el objeto de analizar la manera en que trabajan la conformación de un determinado auditorio o destinatario (que generalmente se pretende universal) y en forma correspondiente la apelación a determinados objetos de acuerdo que sustentan las tesis presentadas.

Observamos en nuestro estudio que si bien para Perelman y Olbrechts-Tyteca hay objetos que son de por sí particulares (aquellos relativos a “lo preferible”, como los valores o la jerarquía entre valores), en los discursos concretos no hay lugar para otra voz, otro enunciador que pueda dar cuenta de esa visión parcial, que evite la absolutización del significado. Se trata entonces de observar de qué manera se ponen en circulación determinados semas a fin de reforzar un determinado pensamiento dóxico, presentado como “objetivo” en la medida en que el enunciador nunca asume su autoría, sino que surgiría del consenso de una comunidad más o menos vasta. Esta generalidad y este anonimato permite presentarlos como si tuvieran fuerza de ley en los discursos. En este sentido, la doxa se termina definiendo como un saber compartido por los miembros de una comunidad en una época dada, en la que los interactantes terminan siendo tributarios de representaciones colectivas y de las evidencias que subyacen a su propio discurso.

DE NEGACIONES Y FALACIAS: ANÁLISIS DEL DISCURSO DEL DIPUTADO ANDRÉS SURIANI.

Jimena Rocha – UNSa
(jimenarocha97@gmail.com)

El año 2018 fue un momento histórico que marco a la Argentina en tema de salud pública y derechos civiles con la media sanción sobre la Ley de aborto libre, seguro y gratuito. Una gran variedad de discursos se gestó durante y luego de este proceso. Grupos de élite conservadora afloraron y reafirmaron sus creencias tradicionales y religiosas. Como resultado construyeron y dieron nombre a un nuevo “enemigo” “la ideología de género”. Para analizar estos discursos tomaré la teoría propuesta por Teun Van Dijk sobre análisis crítico del discurso para evidenciar los dichos misóginos y homofóbicos que discursos como el del diputado salteño Andrés Suriani esconden por medio de diferentes recursos.

MODOS DE REFERENCIAR LAS ZONAS PERIFÉRICAS DE LA CIUDAD DE SALTA EN LOS TELEDIARIOS LOCALES: EL CASO DEL BARRIO GAUCHITO GIL.

Maria Natalia Saavedra – ICSOH/UNSa
(natalita1409@gmail.com)

Durante las últimas décadas se ha tratado de construir una representación acerca de los espacios urbanos de la ciudad de Salta, considerada como turística y tradicional. Esta imagen en general ha respondido a los discursos hegemónicos sobre una ciudad que responde a un paradigma que da cuenta de las historias oficiales sobre el lugar. El interrogante tiene que ver con cómo estas imágenes contrastan con la producción de piezas informativas que circulan por los telediarios locales y que referencian las zonas periféricas de la ciudad, como la zona sudeste, lugar donde se ubica el barrio Gauchito Gil. El mismo se gestó como asentamiento en el año 2009, cuando una serie de familias se asentó de manera ilegal en terrenos fiscales, no aptos para el hábitat. Las problemáticas recurrentes tienen que ver con la pobreza extrema, la contaminación, la delincuencia, entre otros factores que se han constituido como el contexto en el cual el Gauchito Gil se inició y desarrolló su proceso paulatino de transformación de asentamiento a barrio en vías de organización.

La metodología es cualitativa, se emplea la teoría de las representaciones sociales y de las identidades, además de los aportes de la socio-semiótica y del estudio de las imágenes.

El corpus de análisis incluye una serie de piezas informativas en formato audiovisual que se relevaron de portales informativos y de canales televisivos como Canal 4 de Salta, ex Canal 9 de Salta y Canal 11 de Salta.

Se propone rastrear las modalidades con que se mapea la ciudad en clave informativa, para ver cómo interactúan las representaciones circulantes en la construcción de los imaginarios urbanos. Se trata de pensar las imágenes

como una forma de construir identidades, lo que resulta una novedad si se consideran investigaciones preexistentes en relación a los barrios marginales y a las construcciones identitarias en el campo audiovisual. Con todo ello, se pretende caracterizar los modos de la confrontación distributiva simbólica sobre los sentidos de la ciudad de Salta, para así colaborar con los estudios sobre ciudad, en las modalidades de representación en el campo audiovisual y en las formas en que las memorias se construyen y se reentraman en los procesos identitarios locales.

FAKE NEWS COMO FENÓMENO ACTUAL. UNA MIRADA DESDE EL DISCURSO DE LA INFORMACIÓN

Lucas Salvatierra – UNLP
(lucas.salvatierra87@gmail.com)
Joaquín Bartoli – UNLP
(joacobartoli@gmail.com)

¿Qué se entiende por fake news? ¿Qué aportes epistémicos pueden pensarse desde las ciencias sociales y humanas? ¿Es válido pensar a las fake news como noticias falsas en contraposición de noticias “verdaderas”? ¿Qué caracteriza a las fake news como fenómeno comunicacional actual?

Este trabajo pretende, por un lado, brindar algunas aproximaciones para pensar y problematizar el discurso de la información como una de las dimensiones del discurso social contemporáneo; por otro, ir un poco más allá, para plantear algunas cuestiones sobre la discusión en torno a los estatutos de la información y de la verdad en las sociedades actuales.

Ciertas corrientes definen a las fake news como “un producto pseudoperiodístico, difundido a través de portales de noticias, prensa escrita, radio, televisión y redes sociales [...] el objetivo de desinformar o engañar” (Espinoza et al, 2019). Este artículo busca, además, profundizar respecto del carácter estratégico con el que las fake news son utilizadas.

Pablo Boczkowski (2019) considera que siempre hubo noticias inventadas, pero actualmente nuestras prácticas de recepción de medios experimentan tres tendencias que se relacionan a una creciente presencia de noticias falsas. En primer lugar, una ambivalencia respecto de la infraestructura de la información actual (donde las barreras de acceso para hacerse escuchar son más bajas que en el pasado, siendo el alcance mucho más amplio). En segundo lugar, al público le cuesta más detectar información tendenciosa proveniente de los algoritmos de internet, que de la selección editorial realizada por los medios tradicionales. En tercer lugar, la crisis cultural en el conocimiento, que afecta no solo al periodismo sino también a otras instituciones de la vida moderna como la ciencia, la medicina y la educación.

En ese sentido, partiremos de la concepción de la información como “pura enunciación” (Charaudeau, 2003) para arriesgar una afirmación que luego será problematizada; si no hay información que pueda ser considerada como un reflejo de la realidad, entonces se trata siempre de un relato o una construcción que no se condice con lo real.

Por otro lado, actualmente, el rol de los medios masivos de comunicación cumple un papel fundamental en la formación de la opinión pública y en la construcción de subjetividad de las sociedades. De esa forma, buscaremos establecer algunos indicios sobre la construcción de las fake news y su intencionalidad respecto de la influencia que tienen en la toma de decisiones de las audiencias.

Creemos que es necesario plantear la problemática de las fake news no desde la discusión ética de la verdad y la mentira, sino como un fenómeno actual de la construcción social de sentidos en ámbitos de la virtualidad y las nuevas formas de vida, cada vez más vertiginosas y aún siendo depositarias de altos niveles de confianza en la veracidad de los medios de comunicación.

LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DE LAS NUEVAS FORMAS DE CONSUMO Y EL ROL DE LA PUBLICIDAD

Vanessa Alejandra Lobo
(vanepq77@gmail.com)
Melisa Elena Elsinger
(meli.elena87@gmail.com)

En la presente ponencia proponemos analizar piezas audiovisuales de distintas marcas de automóviles en el

periodo 2018–2019, para evidenciar las representaciones sociales que se crean a través de éstas. Así también se considerará para el análisis, las estrategias discursivas que las marcas utilizan para llegar a los consumidores y público objetivo al cual están destinadas.

Tiendo en cuenta la cultura de Consumo que tiene nuestra sociedad actual, todo resulta una mercancía para ser vendida hasta las vivencias o experiencias, es por ellos que las estrategias discursivas que se implementan en la publicidad ocultan otros mensajes que se instalan y naturalizan en dicho discurso. como lo define Moscovici (1981) “son conjuntos de conceptos, declaraciones y explicaciones originadas en la vida cotidiana, en el curso de las comunicaciones interindividuales. Equivalen, en nuestra sociedad, a los mitos y sistemas de creencias de las sociedades tradicionales; incluso, afirmarse que son la versión contemporánea del sentido común”.

Para el abordaje de este tema se recurrirá a autores tales como Zygmunt Bauman (2011), quien realiza un análisis de los mecanismos por los cuales la sociedad actual se desenvuelve desde su condición de sujetos consumidores, y que influencia tiene en los mismos.

Para el análisis publicitario, se contemplará los conceptos desarrollados por Aprile (2012). Desde esta perspectiva se podrá explicar cómo las grandes marcas utilizan la publicidad como una herramienta importantísima para lograr sus fines lucrativos teniendo en cuenta como afirma el autor: “...la publicidad informa, atrae, divierte, convence, persuade, y en ocasiones inoportuna y defrauda.” (Aprile, 2012:12

Por ese motivo, pretendemos incluir este trabajo en el eje N° 11: Análisis del discurso y estudio del lenguaje, ya que creemos pertinente la intencionalidad del análisis de publicidades de automóviles con la propuesta del eje, porque pretendemos abordaremos a través de representaciones y construcciones discursivas.

NEGACIONISMO Y POSVERDAD

Silvina Arias – UNLP
(ariassn@gmail.com)

En el marco de las producciones, investigación y textos académicos de la cátedra Taller de Análisis de la Información (TAI) de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, y anclado en el eje comunicación y periodismo, los docentes investigadores que integramos la asignatura trabajamos en el abordaje de análisis sobre diversos temas de la actualidad. Nuestro eje es la selección, construcción, jerarquización y tratamiento de la información que los medios dominantes y hegemónicos hacen sobre diversos temas de la vida política, económica, social, cultural y educativa, entre otros.

EL MEME Y LA POSIBILIDAD DE TRANSFORMACIÓN DE LAS SUBALTERNIDADES EN FACEBOOK

José Fernando Vidal
(jوسفervidal@gmail.com)

Este trabajo tiene por objeto describir, analizar y presuponer las posibilidades que el Meme como formación discursiva (Foucault, 2002) puede generar en el ámbito de la Comunicación y Educación. Entendiendo al meme en Internet como un signo mediante el cual se puede visualizar aquellas disrupciones que tienen lugar en el orden político o en el ámbito social generando instancias de aprendizajes en diversos ámbitos reales y/o virtuales.

El meme en Internet se ha convertido en un factor para el análisis de discursos y significados que confluyen, se contraponen, interpelan y disputan el sentido común en las redes sociales. Los memes pueden transitar indeterminadamente el espacio virtual, trastocar diferentes tipos de públicos, ser portadores de contenidos controversiales. Sin embargo, en principio son funcionales a las lógicas de producción, recepción y control que normalizan las redes sociales. En este sentido poseen el carácter de dispositivos (Agamben, 2015), en el espacio virtual, en este caso se hace referencia a Facebook.

Aquí se propone reflexionar sobre la utilización de los memes en Facebook desde una mirada en la comunicación y educación problematizando aspectos cognitivos que intervienen en la producción e interpretación del meme, reflexionando en función de la idea de transformación y cambio (Foucault, 2002), desde la noción de táctica y estrategia de De Certeau (2000).

El meme como objeto puede dar lugar a dos miradas. Primero; las lógicas que intervienen en el proceso de producción, circulación y consumo que tienen lugar en la virtualidad y, segundo; los conflictos entre la democratización, el control y las divergencias posibles en ese espacio donde la censura, también, está presente.

El estudio del meme a partir de sus usos sociales y significados (Perez Salazar et al., 2014) y otros aspectos tiene lugar en función de pensar y repensar las culturas digitales. En este aspecto, el aporte de Dawkins (1993) como replicadores culturales está siempre latente aun cuando la mirada del meme en internet es más específica y acotada, aun cuando hoy el meme se pueda pensar desde otras tradiciones como la semiótica, la socio-psicología y la socio-cultura (García Huerta, 2014)

En este proceso divergente es inherente, pensar el meme en función de las subyacentes relaciones de poder que se despliegan en la estructura. Más aun cuando en internet, las redes sociales y sus múltiples discursos confluyen disputas por la asignación de sentidos a nuestra realidad.

Esta acción: la asignación de sentidos, tiene estrecha relación por una parte con la propuesta de pensar la producción de memes de la subalternidad. En este trabajo, tomaremos la noción de popular entendido como subalterno, y viceversa, como proponen Alabarces y Añón (2016: 20). Incluyendo en este sentido, el conflicto, el poder, la desigualdad.

Por otra parte, la asignación de sentido a la realidad. Es una acción que estrechamente ligada a los procesos de “democratización”, control y censura inherentes de un espacio intervenido por intereses políticos y económicos como es el Internet. Porque la comunicación digital pone en disputa la correlación de fuerzas pero en un nuevo espacio y una nueva temporalidad.

APROXIMACIÓN AL ANÁLISIS DE LOS DISCURSOS DE MAURICIO MACRI (2015-2019). UNA LECTURA A PARTIR DEL VÍNCULO ENTRE LA RELIGIÓN Y LA MERITOCRACIA

Yamila Char – UBA

(yamilachar17@gmail.com)

Antonella Garibaldi – UBA

(am.garibaldi17@gmail.com)

La acción política no es comprensible fuera del orden simbólico que la genera, y del universo imaginario que ella misma engendra (Sigal y Verón, 2003). En este sentido, desde una concepción del análisis del discurso según como lo entiende la Escuela Francesa, en este trabajo, producto del avance de la tesis de licenciatura en Comunicación Social, nos proponemos analizar la identidad política en los discursos de Mauricio Macri, mediante el vínculo entre el interdiscurso religioso y el discurso de la meritocracia

Según Verón (1986), el discurso político tiene la complejidad de suponer tres tipos de destinatarios, siendo un discurso de refuerzo respecto del prodestinatario, de persuasión en lo que concierne al paradestinatario y de polémica respecto del contradestinatario. García Negroni parte del supuesto de que las destinaciones no necesariamente son explícitas, sino que las fuerzas ilocucionarias pueden permanecer ocultas o implícitas. En consecuencia, para la autora el contradestinatario puede ser incluido en posición de no-persona, en segunda persona, encubierto o como contradestinatario indirecto.

Los autores que señalan el carácter “meritocrático” (Buonfiglio; Busso y Pérez; Martínez) del discurso de Cambiemos manifiestan que, desde un lugar en donde se enfatiza lo afectivo y lo individual, en los discursos de Macri se alude al mérito como estrategia de legitimación de la desigualdad social constituyendo una nueva forma subjetivante asentada en este significante.

Aquellos que dan cuenta de la incidencia de la religión, advierten que la intervención de las iglesias evangélicas y pentecostales en el campo político se ha incrementado en los últimos años (Carbonelli, 2008). Y por otro lado, para Slepoy (2016) desde una apelación al emprendedurismo, el voluntariado, la “ceocracia”, y la “pos-política”, en el discurso de Macri prima el “ethos zen” en donde lo importante es la felicidad, los sueños, la esperanza y la unión de todos los argentinos.

Maingueneau (2004) introduce la diferencia entre el ethos “dicho” y el ethos “mostrado” siendo que el primero corresponde a la imagen de sí mismo o de otro como objeto referido, y el segundo el que da a entender mediante la forma en cómo se expresa. Asimismo, sostiene Montero (2012) que la importancia del estudio sobre el ethos radica en que la configuración del mismo es inescindible de la articulación de núcleos polémicos, ejes de ruptura o clivajes a partir de los cuales se establecen escisiones político-identitarias

El corpus del presente trabajo estará conformado por los cuatro discursos de apertura de asambleas legislativas durante la presidencia de Macri (2015-2019). Se considerarán las estrategias discursivas utilizadas para la construcción del ethos discursivo, haciendo hincapié en la apelación a lo emocional junto con las formas de destinación. Realizaremos un relevamiento de las marcas lingüísticas, las cuales contribuyen a la construcción del ethos en la medida en que proyectan necesariamente en el discurso una imagen de la personalidad, de las competencias y de los sistemas de valores del locutor (Amossy, 2010). Esperamos con este trabajo aportar a la comprensión del vínculo entre los fenómenos de la comunicación social y la acción política.



EJE 12. CONVERGENCIA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

LA PARTICIPACIÓN COMO DIMENSIÓN DE LA APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS DIGITALES. EL CASO DE INTERNET EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DEL CONURBANO BONAERENSE

Adrián López- Universidad Nacional de General Sarmiento
(adrian.lopez1085@yahoo.com.ar)

En el debate por el nivel de actividad, los hábitos de consumo y la categorización de los usuarios de la red en diversas circunstancias y contextos, proponemos entender la producción y el consumo en internet como un factor específico que ejerce una influencia relativa entre otras dimensiones intervinientes en el proceso complejo de apropiación de las tecnologías digitales. Desde esta perspectiva, denominamos PARTICIPACIÓN a una forma de compromiso que tiene un origen individual, basado en orientaciones, afinidades electivas particulares, disponibilidades y disposiciones, pero que a partir de su realización efectiva en la red se conecta con dinámicas grupales que posibilitan formas colectivas de empoderamiento. Un tipo específico de involucramiento que, al convertirse en fuerza colectiva de asociación, permite la adquisición de nuevos saberes y la construcción de disposiciones emocionales y motivacionales, que manifiestan un tipo de apropiación particular de la red y sus recursos. En un contexto institucional específico que requiere de afiliación como es la experiencia universitaria y el oficio de estudiante en la universidad, se indagan los usos colaborativos de la web como prácticas interactivas que no solo producen ampliaciones en el espacio virtual, sino que también reconfiguran las acciones en co-presencia.

A partir de una investigación doctoral que analiza las modalidades de apropiación de internet por parte de estudiantes de la región novena (San Miguel, José C. Paz, Malvinas Argentinas y Moreno) de la provincia de Buenos Aires se examinan, por un lado, las valoraciones, preferencias y evaluaciones que se realizan sobre el entorno virtual de plataformas y servicios web para el intercambio y la sociabilidad relativa a la vida universitaria y, por otro lado, se indagan las prácticas comunicativas que se estabilizan a partir de la integración de la web para la intervención política en el ámbito de la universidad.

TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA EL TRABAJO COLABORATIVO EN ORGANIZACIONES DEL CAMPO DE LA SALUD: UNA REVISIÓN DEL ESTADO DEL ARTE

Acuña, Santiago Roger
Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México)
(santiago.acuna@uaslp.mx)
Rodríguez Gutiérrez, Paola Isabel
Universidad Autónoma de San Luis Potosí (México) (paola.rodriguez@uaslp.mx)

Como es bien sabido las tecnologías digitales, que expanden geométricamente las oportunidades de interactividad e hiperconexión, ofrecen un abanico de oportunidades para generar entornos colaborativos de trabajo y de aprendizaje. Sin embargo, los escenarios interactivos pueden plasmarse de muy diverso modo y no siempre llegan a ser colaborativos, especialmente cuando se los pretende orquestar en organizaciones sumamente complejas como las del campo de la salud. En este trabajo se presenta un análisis de investigaciones recientes que han estudiado el empleo de las tecnologías digitales como herramientas para el trabajo y aprendizaje colaborativos en estas organizaciones. Se realizó una revisión de artículos de investigación, publicados en los últimos 11 años, que presentan resultados empíricos respecto a las siguientes cuestiones:

- a) ¿qué ideas, significados y percepciones se construyen acerca de la colaboración y las tecnologías?
 - b) ¿qué tecnologías digitales se usan y para qué se las utiliza?
 - c) ¿qué impacto tiene el empleo de las tecnologías digitales colaborativas en estas organizaciones de la salud?
- Se exploraron diferentes bases de datos y los descriptores clave utilizados en la búsqueda fueron: collaboration,

computer supported collaborative learning, computer supported collaborative work, hospital, sector health y sus respectivas traducciones al español. El periodo temporal de la revisión comprende del año 2008 a 2019. Se seleccionaron estudios publicados en revistas y libros científicos de los campos disciplinares de la psicología, la educación, la administración y de la gestión organizacional, la comunicación y las ciencias de la salud. Se identificaron finalmente 27 trabajos de investigación publicados en inglés (21) y español (6).

El estudio muestra que la investigación sobre las tecnologías colaborativas se ha orientado no solo a la descripción de las actividades colaborativas mediadas, sino también al análisis de sus efectos en el rendimiento y en la satisfacción de los usuarios y de las organizaciones que las utilizan. Asimismo, buena parte de las investigaciones revisadas prestó especial atención al desarrollo de capacidades que demanda el aprendizaje colaborativo y a la influencia de diferentes tecnologías digitales colaborativas en distintas variables de los usuarios y de las organizaciones de salud. Buena parte de ellas resaltaron los aspectos positivos de la utilización de tecnologías digitales colaborativas, aunque también detectaron factores limitantes respecto a su utilización en las organizaciones hospitalarias, tales como los aspectos técnicos y de diseño de varias herramientas digitales, poca familiaridad con su manejo y escasa disponibilidad de tiempo para una adecuada apropiación. Además, consignaron que la utilidad percibida depende del tipo de tecnología, resultando positivo, sobre todo, para el uso de las redes sociales.

En referencia al tipo de tecnologías digitales, las investigaciones han indagado también un amplio abanico de herramientas, desde instrumentos digitales básicos que brindan soporte para la comunicación sincrónica y asincrónica, hasta plataformas colaborativas sofisticadas, examinando otros recursos digitales dirigidos a la organización, representación y construcción de conocimientos, especialmente vinculados, con el cuidado de los pacientes. En las conclusiones del trabajo se señalan implicaciones respecto a la colaboración mediada por tecnologías y a la innovación en las organizaciones del campo de la salud.

LA RADIO EN LA CONVERGENCIA DIGITAL. CONTINUIDADES, TRANSFORMACIONES Y ADAPTACIONES DE LAS RADIOS DE SAN SALVADOR DE JUJUY AL ENTORNO DE CONVERGENCIA EN INTERNET

Avilés Rodilla, Claudio- Universidad Nacional de Jujuy
(claudiogaviles@gmail.com)

Desde hace algunos años, la expansión de Internet ha provocado una importante convulsión para los medios de comunicación tradicionales, ya que se encuentran insertos en un escenario en el que se ven obligados a redefinir sus roles ante la sociedad. El fenómeno en el que los medios en general, y las radios tradicionales en particular, se encuentran inmersos es el de la convergencia digital; que implica un proceso multidimensional que, facilitado por la implementación de las tecnologías digitales de comunicación, afectan al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y de contenidos de los medios de comunicación, posibilitando y favoreciendo una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes que anteriormente estaban disgregados. El entorno de convergencia se presenta como un escenario central para el presente y futuro de las radios, impulsadas por la necesidad de legitimar sus posicionamientos en el ecosistema mediático y en su relación con las audiencias. Los productores radiofónicos se ven obligados a explorar y adaptarse a las potencialidades que presenta Internet y en gran medida deben producir contenidos para distribuirlos a través de múltiples dispositivos, plataformas y variados formatos.

Este complejo escenario, al mismo tiempo, configura renovados desafíos para los científicos sociales y particularmente para los investigadores del campo de la comunicación. El propio dinamismo de las transformaciones que habilita la convergencia torna necesario realizar diagnósticos permanentes y análisis siempre provisionales. Por ello, en este trabajo se aborda una línea de investigación que contempla las particularidades locales del medio radiofónico y sus instancias de acomodación al entorno digital, a fin de aportar bases que puedan complementar las reflexiones académicas enfocadas en las transformaciones mediáticas en contextos regionales.

Así, en esta ponencia se expondrán avances y conclusiones provisionales de un relevamiento y análisis comparativo de las estrategias de adaptación de emisoras radiofónicas de la ciudad de San Salvador de Jujuy al entorno de convergencia digital, en el primer semestre de 2019.

Para ello se atendió a las estrategias de presencia y variabilidad del uso de los recursos de Internet de las radios locales, sus propuestas de contenidos, servicios y modalidades de relación con las audiencias. Asimismo, se procura identificar y caracterizar las tipologías de uso de las redes sociales digitales por parte de las emisoras de radio estu-

diadas.

EL ABORDAJE DE LAS IDENTIDADES TRANS DESDE LA MULTIMEDIALIDAD: EL CASO DE MUNDO T

Bazán, Darío Rubén
(dariobazan2002@gmail.com)

El abordaje de género en todo nivel se transformó en una necesidad en toda carrera de comunicación. En estos tiempos que corren es imposible como docentes, estar ajenos a la realidad que nos rodea y en este aspecto es donde surge Mundo T, una plataforma creada desde la cátedra de comunicación multimedia de la carrera de licenciatura en Comunicación Social, basado en la metodología de aprendizaje por proyecto, donde se plantea visibilizar al colectivo trans de la provincia de La Rioja.

Desde este desarrollo se generaron diversos materiales multimediales que pueden ser el puntapié inicial para lograr una sociedad más equitativa con los colectivos lgtbqi y además, un gran aliciente en el proceso de deconstrucción tan necesario para muchos docentes, en donde me incluyo.

DOCUMENTAL INTERACTIVO, DEL STORYTELLING AL ACTIVISMO. SISTEMATIZACIÓN DE UNA EXPERIENCIA

Bergero Trpin, Tomás- UNLP
(tomasbergero@gmail.com)
Gagliardi, María Victoria- UNLP
(victoriagagliardi@gmail.com)

Este trabajo propone recuperar la experiencia de expansión narrativa de “Sororas. Voces sobre aborto y socorrismo”, un documental web realizado en el marco de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva de la Universidad Nacional de Rosario. El proyecto reconstruye la práctica del socorrismo a través del testimonio de activistas feministas que brindan información y acompañan a personas gestantes para interrumpir voluntariamente un embarazo gracias a los lazos de sororidad.

Desde un enfoque descriptivo se dará cuenta de la propuesta narrativa inicial del webdoc y su transformación a partir de la participación de diversos actores sociales y la incorporación de nuevas piezas que dieron forma a un documental transmedia. Se buscará dar cuenta de los procesos de apropiación y expansión narrativa por parte de diversos colectivos y el potencial del storytelling para motivar nuevas formas de activismo on/offline.

RE-PENSAR LOS CONSUMOS Y MEDIACIONES TECNOLÓGICAS EN EL FIN DEL MUNDO

Car, Valeria- ICSE-UNTDF
(vcar@untdf.edu.ar)
Naranjo, Cinthia- ICSE-UNTDF
(cnaranjo@untdf.edu.ar)

Este artículo se enmarca en un proyecto de investigación PIDUNTDF (2019-2021) denominado “Consumos culturales: transformaciones tecnológicas y sentidos en disputa de los jóvenes de la UNTDF”. La misma es una investigación exploratoria con técnicas de tipo cualitativas que permiten indagar a través de entrevistas en profundidad y focus groups sobre el ciclo del consumo, la especificidad de los sentidos en disputa en los consumos audiovisuales de ficción y sus mediaciones tecnológicas de los jóvenes estudiantes de dicha universidad.

El objetivo de este trabajo es, como primer avance, sistematizar una reflexión teórica y metodológica, que parte desde la perspectiva de los Estudios Culturales (Hall, 1990; Silverstone, 1994; Williams, 1974; Thompson, 1993; entre otros) para revisar algunas de sus categorías centrales a la luz de las profundas transformaciones tecnológicas actuales.

En este contexto re-pensaremos el devenir de las tecnologías audiovisuales y la proliferación de pantallas en los

modos específicos de institucionalización y formas y/o prácticas culturales (Williams, 1974) así como la conceptualización compleja de uso/consumo de los medios audiovisuales y de sus audiencias en relación a las diversas formas de apropiación (Thompson, 1993) y el ciclo del consumo (Silverstone, 1994).

En síntesis, la revisión de un enfoque tripartito con mayor estructuración en los saberes teóricos re-pensados a partir de un estudio de caso, nos permite fortalecer el posicionamiento crítico en el trabajo de campo y poner en evidencia la vigencia de estos autores en los debates actuales en relación a las mediaciones tecnológicas en el campo de la comunicación social.

BOTS EN CAMPAÑA: AUTOMATIZACIÓN Y CREACIÓN DE ENUNCIADOS CON VALOR DE VERDAD EN EL ESCENARIO ELECTORAL

Carrasco, Pablo Elián -UBA
(pavlods@gmail.com)

La utilización de cuentas automatizadas en redes sociales ha sido analizada como un mecanismo de simulación de apoyo popular (Filer y Fredheim, 2017) o como un mecanismo de ampliación de la difusión de los mensajes partidarios (Santana y Huerta Cánepa, 2019), y si bien ambas explicaciones pueden ser atendibles y válidas, en este trabajo abordaremos un corpus de tweets a partir de una conjetura adicional: nos preguntamos si la automatización en redes sociales forma parte de un mecanismo más complejo, que incluye otros medios y actores, donde el objetivo primordial es la producción de la validación social de enunciados con pretensión de ser considerados como verdaderos en el espacio público (Caletti, 2006).

La aparición de bots en las campañas políticas persiguen objetivos múltiples: uno vinculado estrechamente a la plataforma en la que circulan y sus condiciones de reproducción: las interacciones son drivers de mayor llegada, los algoritmos otorgan mayor importancia a aquellos contenidos que reciben mayor nivel de interacción y automatizar un proceso que genera interacciones ayuda a mejorar la llegada.

En segundo lugar, y más importante, la automatización tiene por objetivo aportar a la validación social de enunciados partidarios como enunciados con valor de verdad en nuestra sociedad. Esto, a su vez, se logra a través de tres momentos que describimos aquí como: 1. la aparición de enunciados que tienen una condición de no decibles en el espacio público, y que su irrupción quiebra un verosímil, apareciendo como una verdad que siempre estuvo ahí y que ahora finalmente es dicha; 2. la generación a través de estos enunciados de un efecto especular en el electorado propio, que se encuentra con enunciados con los que se articula fácilmente y en los que ve presente su propio pensamiento, y 3. la irrupción en el espacio público de un conjunto de usuarios/ciudadanos que presentan ideas que concuerdan con las ideas que el espacio político está introduciendo en el debate público en el marco de una elección, produciendo una validación de las posiciones políticas de los candidatos.

A través de procedimientos algorítmicos analizamos en este trabajo un conjunto de conversaciones políticas generadas en Twitter entre el 11 de julio y el 11 de agosto del 2019, ligadas a los candidatos y los temas de conversación propuestos por estos en el contexto electoral en busca de determinar la existencia de cuentas automatizadas que pretenden influir en la agenda pública. A partir de allí analizaremos los enunciados divulgados a través de estas técnicas con el objetivo de deslindar la importancia de estos procesos en la disputa de sentido en torno a los temas de mayor circulación en el espacio público en el contexto de un escenario electoral. Por último analizaremos la articulación de estas iniciativas automatizadas con otras acciones de las campañas políticas en las semanas previas a las PASO.

REALIDAD VIRTUAL Y VIDEO EN 360°. ORÍGENES, DESARROLLOS ACTUALES Y SU USO EN EL PERIODISMO

Casini, Julieta- Universidad Nacional de Tres de Febrero
(julietacasini@gmail.com)

El actual ecosistema mediático evidencia la emergencia de nuevos formatos y narrativas informativas y de no ficción de la mano de las transformaciones que van creciendo en el complejo entramado entre medios, tecnología y

cultura. En este contexto surgen nuevas narrativas y corrientes periodísticas entre las que se encuentra el “Periodismo Inmersivo”, entendido como contenido periodístico realizado a partir de videos en 360 grados y/o de Realidad Virtual (RV) cuya principal característica es la búsqueda de la inmersión sensorial y espacial de la audiencia en la historia narrada.

La Realidad Virtual (RV) no es fenómeno reciente aunque en los últimos años ha cobrado nuevo impulso gracias, principalmente, al empuje e interés de grandes compañías que dominan en la era digital como Facebook y Google. Uno de los hitos a los que se atribuyó el “renacimiento” del interés por la RV fue la compra de la empresa Oculus Rift en 2014 por parte de Facebook en dos mil millones de dólares. A partir de entonces se comenzó a hablar de la RV como “la próxima fiebre del oro de Silicon Valley” (Owen, Pitt, Aronson-Rath, y Milward, 2015)

Ahora bien, a pesar de la atención que despertaron estas tecnologías en los últimos años se sabe poco acerca de ellas. ¿Es lo mismo un video de realidad virtual que uno en 360 grados? ¿Cómo se produce y consume este tipo de contenido? ¿Cuál es la diferencia entre realidad virtual y realidad aumentada? Existen muy pocos trabajos académicos en nuestra región que expliquen qué son los entornos virtuales inmersivos, cómo y cuándo surgieron, desde qué disciplinas y cuáles son sus campos de aplicación.

El objetivo de esta presentación es conocer el origen, la dinámica y evolución de las tecnologías inmersivas en tanto posibilitan nuevas narrativas sobre lo real. Se revisarán los orígenes y los desarrollos actuales de los Entornos Virtuales Inmersivos (EVI) en relación directa con el cine, los videojuegos y las teorías sobre la interacción de una persona con una computadora (Human Computer Interaction) (Chan, 2014; Grifeu, 2014; Mazuryk y Gervaut, 1999; Steinicke, 2016; Sutherland, 1965) para finalizar con su introducción en el campo periodístico (Benítez de Gracia., Herrera Damas, 2018; Domínguez Martín, 2013; Doyle, Gelman y Gill, 2016; Maschio, 2017; Owen, Pitt, Aronson-Rath y Milward, 2015; Pérez Seijó, López García y Campos Freire, 2018; Ritter Longhi, 2017; Watson, 2017).

Esta ponencia es parte de un trabajo en progreso de una investigación mayor que tiene como objetivo analizar productos periodísticos de Realidad Virtual y videos en 360 grados realizados y publicados por empresas periodísticas que marcan tendencia en el campo profesional y cuyo origen se ubica en la era industrial por lo que tuvieron que reconvertir sus estructuras a partir del actual ecosistema mediático.

TERRITORIALIDAD EXPANDIDA EN EL DOCUMENTAL TRANSMEDIA

Irigaray, Fernando- Universidad Nacional de Rosario
(fgirigaray@gmail.com)

Los procesos de convergencia tecnológica y cultural que se desarrollaron en los últimos años impactaron fuertemente sobre las producciones mediáticas, dando lugar a la experimentación de nuevas estrategias narrativas. En ese contexto surgieron las producciones transmedia, buscando aprovechar la convergencia para ensanchar los relatos a través de múltiples medios y soportes.

Si bien los primeros pasos se percibieron en el campo de la ficción, rápidamente se fueron desarrollando también producciones documentales transmedia, aunque con presupuestos más escuetos. Con algunos titubeos y cierto recelo por parte de los editores, los medios tradicionales fueron asimilando, paulatinamente, estrategias de comunicación multimedia y transmedia.

Gradualmente, las transformaciones en el ecosistema de medios constituyeron un espacio propicio para desarrollar historias periodísticas y documentales potenciadas por las lógicas de comunicación de la web 2.0, los medios sociales y los dispositivos móviles. Al interior de los modelos narrativos innovadores, los contenidos comenzaron a expandirse, a mutar, a retroalimentarse y a circular en múltiples plataformas.

Las narrativas espaciales potencian el desarrollo del documental transmedia en el despliegue sobre entornos líquidos de las historias, estableciendo vínculos con fragmentos de la ciudad a través de las imágenes y sonidos que están impregnados de evocaciones y multiplicidades de significados.

La incorporación del territorio como plataforma incorpora el espacio público de la ciudad, conformando una experiencia narrativa inmersiva, compleja y participativa, expandiendo las posibilidades expresivas del documental, a partir de las interacciones con el entorno: Territorialidad Expandida.

Las narrativas expandidas incorporan acciones en el espacio urbano que utilizan, exhiben, retoman, actualizan y re-contextualizan los contenidos producidos para entornos virtuales con los cuales los participantes interactúan. A la interacción digital se le añade una interacción territorial que consigue involucrar a los participantes en nuevos ambientes.

Toda propuesta narrativa transmedia que pretenda encontrarse con las audiencias participativas deberá considerar la centralidad de la cuarta pantalla en la distribución y el consumo de contenidos. Asimismo, será primordial pensar, también, en formatos narrativos breves que puedan adaptarse a las micropausas o burbujas de ocio que inundan nuestras actividades cotidianas. Atender a las características del dispositivo y a los hábitos de consumo de los “ciudadanos” son condiciones indispensables para la producción de narrativas adaptadas.

El documental transmedia se encuentra en etapa de exploración y desarrollo en cuanto a las creaciones que pueden resultar de las hibridaciones posibles de formatos y géneros; hoy, no hay fronteras delimitadas en cuanto a las posibilidades que se abren para este tipo de narrativas. Pero sí es posible afirmar que son los participantes, los “ciudadanos” que viven y recorren las historias, los actores clave a la hora de extender la experiencia más allá de los límites imaginados.

LA INCIDENCIA DE LA TECNOLOGÍA EN LA EDICIÓN DE REVISTAS CIENTÍFICAS: EL USO DE OPEN JOURNAL SYSTEM (OJS) EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

Díaz, Aldana Lucía- Universidad Nacional de Salta
(aldanalu.diaz@gmail.com)

Guzmán González, Ramiro- Universidad Nacional de Salta- Instituto de Educación Superior N° 6001
(ramiroguzman2010@gmail.com)

Las revistas científicas son el principal medio para la difusión de los resultados de investigación y son el pilar fundamental de la comunicación científica porque, además, son un registro del trabajo intelectual y cultural de países, regiones y del mundo. La tecnología ha modificado el flujo de trabajo de los investigadores y los equipos editoriales otorgando la posibilidad de gestionar en línea la totalidad de la producción de una revista científica. Este cambio de formato, ofrece la posibilidad de aplicar los protocolos y requisitos establecidos por los principales índices, repertorios y bases de datos para la indexación de las revistas científicas.

En la actualidad, el software OJS (Open Journal System) desarrollado por Public Knowledge Project, permite la administración y publicación de revistas científicas, gestionando todas las etapas de producción de la revista, desde el envío de un artículo hasta su posterior indexación y publicación. Es un software de código abierto por lo cual puede ser modificado según los intereses propios de la revista científica, establece los distintos roles dentro del proceso de edición como el de gestor, editor, correctores, revisores, lectores, autores, gestores de suscripción, entre otros, y además, brinda la posibilidad de modificar su interfaz según la temática de la revista, creando entornos amigables tanto para autores como lectores.

El objetivo de este trabajo consiste en analizar la contribución del software OJS para la gestión de las revistas científicas de la Universidad Nacional de Salta, estableciendo nuevas maneras de comunicar y difundir la producción científica de manera digital. La metodología de trabajo consistirá en rastrear las revistas científicas producidas en la Universidad Nacional de Salta que están utilizando esta plataforma digital y a partir de allí, determinar cuáles son los aportes/contribuciones que este software le proporcione en cada caso.

SEXUALIDAD Y REDES SOCIALES: APORTES PARA PENSAR EN ESCENARIOS DE CONVERGENCIA EN SAN SALVADOR DE JUJUY

Dorado, Franco Adrian- UNJu
(francoadorado7@gmail.com)

Este trabajo presenta un análisis sobre la comunicación para el cambio social, específicamente en cuanto al uso y apropiaciones de las redes sociales que realizan jóvenes y adolescentes destinatarios de una política pública como lo es el Plan Nacional de Prevención y Erradicación del Embarazo No Intencional en la Adolescencia.

El mismo busca dar cuenta de la apertura existente por parte de los destinatarios hacia la temática de Derechos Sexuales y Reproductivos en comparativa con poblaciones de adultos que, en muchas ocasiones, presentan mayores resistencias vinculadas a prejuicios, estereotipos y tabúes impuestos por la sociedad referida a estos temas.

En este marco se busca analizar las diferencias entre las categorías de jóvenes y adolescentes en las formas de comunicarse y cómo las mismas influyen en las formas que existen a la hora de informarse, analizar, criticar y discutir sobre diversos temas, en este caso específico sobre los derechos sexuales y reproductivos existentes.

Por otro lado, se plantea la necesidad de implementar y fortalecer de una manera efectiva la comunicación no sólo a través de los medios tradicionales, sino también a través de las redes sociales, teniendo en cuenta el concepto de convergencia y entendiendo a las redes sociales como una herramienta fundamental para alcanzar los objetivos propuestos por esta política pública que pone como destinatario central a adolescentes.

Finalmente se refuerza el reconocimiento de las plataformas digitales como nuevos espacios en los que se construyen identidades, se deconstruyen conceptos, ideas y pensamientos y que son necesariamente complementarios con otros espacios reconocidos en territorio durante el trabajo comunitario.

El presente trabajo se desarrolla a través de una metodología cualitativa-interpretativa, a partir de técnicas de observación participante y entrevistas semiestructuradas.

USOS DE YOUTUBE EN NIÑAS: USOS POR PARTE DE NIÑAS DE ENTRE 6 Y 8 AÑOS DENTRO DEL ÁREA DE INFLUENCIA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE GENERAL SARMIENTO

Collazo, Carla
(collazoc96@gmail.com)
García Villegas, Maitén
(maiten.montserrat@gmail.com)
Regueiro, Georgina
(geordaniela@gmail.com)

En el marco del Estudio de procesos de apropiación de tecnologías en niños de entre seis a ocho años de edad que se desarrolla en el programa dirigido por la Dra. Roxana Cabello: Usos de Medios Interactivos del Instituto de Desarrollo Humano (UMI), UNGS. Se analizarán los usos de YouTube en niñas de entre seis y ocho años de edad en el área de influencia de la Universidad Nacional de General Sarmiento, poniendo el foco especialmente sobre tres cuestiones: en principio, desde qué dispositivos acceden las niñas de 6 a 8 años de edad al portal de YouTube; por otra parte, cuáles son los consumos que realizan dentro de la plataforma y en última instancia, si este consumo está o no condicionado por una idea de roles de género. Para llevar a cabo este estudio, se realizó una investigación cuantitativa y empírica dentro del área de influencia de la UNGS.

VIAJES Y NUEVAS REPRESENTACIONES: REALIDAD VIRTUAL, VIDEO 360 Y LOS LÍMITES DEL TURISMO

Jorge Gobbi- UNTREF- UBA- UCES
(jorgegobbi@gmail.com)

Los estudios sobre realidad virtual, video 360 y transmedia presentan una ruptura con respecto a las tradiciones anteriores del campo de las ciencias de la comunicación: dejan de lado la separación estricta entre producción y recepción, y se enfocan en trabajar a partir de la vinculación de ambas instancias para la construcción del relato transmedia. Los estudios sobre realidad virtual y mundos inmersivos suman a la redefinición de la relación entre realidad y ficción dos puntos más: los conceptos de “presencia” e “inmersión”. A partir de autores como Henry Jenkins (2006) se consolida el trabajo sobre las formas de relación entre productos y audiencia desde la perspectiva de la búsqueda del “involucramiento emocional” en las narrativas desarrolladas.

Los usos de la realidad virtual en el campo del turismo han dejado ya de ser emergentes para consolidarse sobre todo en el espacio de la industria. Simuladores de vuelo y emergencias, videos oficiales de destinos y herramientas de capacitación son algunos de los usos. En este sentido, segmentos como el marketing turístico y de diseño de opciones de accesibilidad tienen ya muchos ejemplos para analizar.

Pero en otros espacios del campo turístico no hay tanta participación: los mecanismos de creación de contenidos

en realidad virtual y video 360 por parte de los usuarios no está tan desarrollado. Aspectos relevantes de la exploración del mercado de realidad virtual, transmedia y 360, como las audiencias, aún son un aspecto relativamente poco estudiado y emergente en el campo académico (Chan, 2014; Steinicke, 2016; Bailenson, 2018; Rubin, 2018). En particular nos referimos al nuevo panorama de la realidad virtual a partir de la segunda ola de dispositivos y la consolidación de compañías como Oculus y HTC a partir de 2015. Los estudios sobre las temáticas planteadas en este proyecto se basan por ahora en terrenos signados por la fragmentación tecnológica que impera en la industria de medios inmersivos.

Si analizamos los trabajos iniciales sobre transmedia, y que luego pueden aplicarse al video 360, la realidad virtual y los mundos inmersivos, veremos que uno de los problemas del campo se da a partir del concepto de “convergencia”. Al dejar de limitarse a los aspectos técnicos de la producción, ésta idea postula, a partir del trabajo de Jenkins (2006), su construcción de “abajo hacia arriba y de arriba a abajo”, para dejar en claro que la convergencia abarca tanto las estrategias de producción de la industria como las prácticas de consumo y colaboración de la audiencia. En este sentido, el campo de la realidad virtual, video 360 y mundos inmersivos aún carece de un fuerte impulso de “abajo a arriba”, como el que puede verse en las redes sociales, por ejemplo.

DISEÑO NARRATIVO PARA AR Y VR EN PROYECTOS TRANSMEDIA DE NO FICCIÓN

Lovato, Anahí- Universidad Nacional de Rosario
(lovatoanahi@gmail.com)

En el campo de la no ficción transmedia, las narrativas inmersivas emergen como escenario de exploración e innovación donde es posible detectar desarrollos y experiencias de realidad aumentada (AR) y realidad virtual (VR) aplicados a géneros periodísticos, documentales, históricos, educativos y museográficos, entre otros.

La adición de capas de información digital a los espacios físicos reales en que nos movemos y el desarrollo de entornos virtuales envolventes (en 360°) que sustituyen dicha realidad próxima permiten generar, entre los usuarios, efectos físicos y sensoriales muy potentes.

Ciertamente, la creación de mundos virtuales que los usuarios pueden descubrir y transitar de forma inmersiva es una de las oportunidades más interesantes surgidas en el ecosistema mediático. La realidad mixta que habitamos fusiona mundos reales y virtuales, desdibujando las fronteras. En nuestra vida cotidiana, las aplicaciones de realidad aumentada probablemente resulten las más integradas y naturalizadas. Desde los sistemas de GPS hasta los juegos para móviles (como PokemonGo, una experiencia global, masiva y a gran escala de AR aplicada al gaming), pasando por los filtros de máscaras de Snapchat, Instagram y Facebook, entre otras aplicaciones, la realidad aumentada ha ido ganando terreno entre nuestras prácticas y hábitos de consumo cultural mediático.

En el caso de la realidad virtual, se trata de reemplazar (casi) absolutamente nuestra percepción del entorno. Las interfaces y sus estímulos (visuales, sonoros, táctiles) sustituyen, por unos instantes, nuestra realidad física. Esta sustitución pone a los usuarios, literalmente, en el centro de las escenas narrativas, generando experiencias y emociones inmersivas y envolventes. Los usuarios son convocados a vivir con su cuerpo y sus sentidos el transcurrir de una historia. Estos consumos demandan contar con headsets o cascos de realidad virtual (HMDs, del inglés head-mounted display), conectados a una potente PC o incorporando dispositivos móviles. Los requerimientos técnicos y tecnológicos tienen otra complejidad y resultan, por ello, menos transparentes para nuestro entorno. No obstante, la realidad virtual también está dejando una huella profunda en las industrias mediáticas, del entretenimiento, e incluso entre los discursos de lo real.

En este contexto, el presente trabajo se propone identificar los aportes narrativos que las tecnologías, soportes y plataformas para AR y VR pueden realizar al desarrollo del campo de la no ficción, revisando y analizando pormenorizadamente un conjunto de experiencias realizadas por la Dirección de Comunicación Multimedial (#DCMteam) de la Universidad Nacional de Rosario en el marco de proyectos transmedia como Tras los pasos de El Hombre Bestia (2013), Mujeres en venta (2015), Complejo Museológico de San Lorenzo (2018) y De Barrio Somos (2018). Dichas producciones serán evaluadas desde sus aspectos narrativos y técnicos, considerando asimismo la usabilidad de los dispositivos utilizados y sus alcances y las limitaciones para el desarrollo de los relatos en cuestión.

A posteriori, se busca alcanzar también la definición de algunas pautas y criterios metodológicos para el diseño narrativo, el guión, la producción y postproducción de contenidos para AR y VR en proyectos transmedia de no ficción.

ENTRE LAS REDES Y LA CALLE: COMUNICACIÓN POLÍTICA SOCIODIGITAL EN ARGENTINA

Malvina Rodríguez- Universidad Nacional de Villa María
(malvirodriguez@gmail.com)

Desde comienzos del siglo **XXI** la comunicación política se enfrenta a los desafíos que implican las transformaciones cada vez más aceleradas que provocan las nuevas tecnologías. La cibermilitancia de los partidos políticos y de las comunidades en red se presenta como un espacio de confluencia de la autocomunicación de masas (Castells, 2009) de la ciudadanía movilizada, a la vez que una posibilidad de convergencia de los múltiples formatos y dispositivos de la cultura de la conectividad (Van Dijck, 2016). La deslegitimación de las políticas comunicacionales de los gobiernos así como la dependencia política y económica de los medios de comunicación masivos, entre otras causas, han habilitado la emergencia de la autocomunicación de masas en clave digital como un contrapoder a los poderes institucionalizados. En ese contexto, los procesos de comunicación política se debaten entre la preeminencia del conflicto (trolling, fake news, posverdad) y las posibilidades del consenso (comunidades en red para la participación ciudadana que influya en las políticas públicas).

Para comprender las modalidades de construcción de nuevas ciudadanías resulta necesario interpretar el sentido de pertenencia que se origina en las sociedades a partir de las “comunidades sociodigitales” (Rodríguez, 2018). Estas comunidades en red refieren a nuevas expresiones de autocomunicación de masas que se manifiestan tanto en los espacios de conectividad digital como en los tradicionales ámbitos de participación en el espacio público (ej. la protesta callejera), con la intención de establecer agendas y promover el debate de cuestiones de interés social.

La investigación, iniciada en 2015 y en continuidad, se propone en esta etapa identificar, sistematizar y describir analíticamente procesos de comunicación política sociodigital, tomando casos de estudio en Argentina, a fin de caracterizar la dinámica de la producción discursiva en períodos electorales en temáticas como ambiente, género y derechos humanos. Para ello, se llevaron a cabo entrevistas a activistas digitales y se realizaron análisis de contenidos digitales.

El principal impacto de estas movilizaciones digitales puede observarse, por ejemplo, en la difusión y confluencia internacional de consignas contra la violencia de género (#NiUnaMenos) o sobre derechos de género (#AbortoLegal). Asimismo, la participación sociodigital de las comunidades en red vinculadas a ambiente, género y derechos humanos han provocado la inclusión de estas temáticas en el discurso político y en los debates parlamentarios, como pudo observarse en el período analizado.

Los hallazgos de esta investigación permiten inferir la preeminencia de un modelo de comunicación política sociodigital que privilegia la integración de las comunidades, la consistencia discursiva, la visibilización y el control de las fuentes de información – como intento de contrarrestar el trolling y las fake news – así como el llamado a la movilización permanente para la participación en el espacio público.

BLACK MIRROR: VIDA SOCIAL Y REDES SOCIALES EN “NOSEDIVE”

Mamaní, Diego Omar
(Diego-mamani@outlook.com.ar)

En este trabajo se abordarán cuestiones referidas a la temática de la comunicación mediatizada por la inclusión de nuevas tecnologías y dispositivos que incorporamos a nuestra vida cotidiana. Los medios sociales de comunicación fueron evolucionando a lo largo del tiempo, adaptándose a las necesidades de los individuos de un orden social cumpliendo un rol fundamental en las representaciones sociales, logrando que las interacciones dejaran de ser cara a cara y pasaran a ser mediatizadas por las nuevas tecnologías. Para ejemplificar este trabajo, se utilizó un capítulo de la serie Black Mirror, precisamente el primer episodio de la tercera temporada “Nosedive” (Caída en picada), emitido originalmente en la plataforma Netflix.

El episodio en cuestión transcurre en un mundo en donde las personas pueden calificar y ser calificadas (o valoradas) por puntuaciones del uno al cinco en cada interacción social que realicen. El propósito es mostrar la influencia de las redes en la vida social, teniendo en cuenta la noción de mediatización que tuvo a lo largo de la historia y conceptos de autores para reforzar el trabajo, entre los cuales mencionamos a Mario Carlón (2014) “Público, privado e íntimo: el caso Chicas Bondi y el conflicto entre el derecho a la imagen y la libertad de expresión en la circulación contemporánea”; María Cristina Mata (1999) “De la cultura masiva a la cultura mediática”; José Van Dijck (2016) “La

cultura de la conectividad, una historia crítica de las redes sociales”; y Roger Silverstone (2001) “¿Por qué estudiar los medios?”. Lo cual, no sólo nos permite indagar sobre la discusión de lo íntimo, lo privado y lo público, sino también analizar el rol determinante del desarrollo tecnológico ligado al usuario y a su experiencia en el espacio real y virtual.

“ANÁLISIS DE DOS IMPORTANTES LIBRERÍAS DE SALTA Y SU IMPACTO EN LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA”

María Belén Cayo Terán- Universidad Nacional de Salta
(maribeluholyo6@gmail.com)

El objetivo principal de esta investigación se basó en el análisis de dos librerías importantes de la provincia de Salta: Doce Letras y Yenny. Se trató de establecer cómo la comunicación digital influye en estas instituciones culturales como usuarios que operan para transmitir, distribuir, exhibir y recibir información mediante la red. De esta manera se plantea que los medios de comunicación tradicionales pasan a utilizar las nuevas tecnologías digitales y como consecuencia de esto, se afectan las prácticas culturales de la sociedad.

La revolución tecnológica afecta a estas librerías en sus rutinas dentro de las nuevas formas de producción, distribución y consumo de los libros y demás objetos culturales, mediante la utilización de estrategias comunicativas que les permiten llegar al lector. Como consecuencia de la digitalización en la era moderna, las librerías abordaron nuevas prácticas en los medios para cubrir las demandas del consumidor. Centrándonos de manera más objetiva, se tuvo en cuenta cómo las librerías interactúan con los medios digitales para la venta de libros a través de Internet, esto nos permitió comprender como el fenómeno de la revolución tecnológica afectó a las librerías, cambiando el rol del librero con el pasar de los años y modificando la venta de libros en las librerías, etc.

El uso de las redes sociales y páginas webs les permitió a las librerías implementar nuevos modelos y funciones alternativas en su forma de negocio para cubrir las necesidades de sus lectores en libros impresos y ajustarse al proceso de digitalización al cual se enfrentan. El interés se basó en el nuevo paradigma de oferta y demanda de libros a partir de la venta online de los mismos para que el lector/usuario pueda comprar de forma online y leerlos donde deseen desde cualquier soporte electrónico (celular, tablet, monitor, etc.). El uso de estas redes sociales y páginas webs permitió una interacción más activa para las recomendaciones de libros en el espacio virtual y lograr más visibilidad compartiendo opiniones y críticas de estos libros.

Para ello se utilizó una estrategia metodológica de tipo cualitativa, que permitió hacer énfasis en el hecho social para lograr construir conceptos adecuados a la realidad que estudiamos, buscando comprender en su totalidad el hecho social. Así finalizamos explicando cómo la revolución tecnológica permitió que estas instituciones culturales utilizaran nuevas estrategias comunicativas para insertarse en el mercado, llamar la atención de los lectores y lograr su reposicionamiento en el campo cultural.

PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DE NO-FICCIÓN MULTIPLATAFORMA. EL CASO DE BARRIO SOMOS. HISTORIAS DE CLUBES EN 360° | DOCUMENTAL TRANSMEDIA

María Gisela Moreno- Universidad Nacional de Rosario
(giselamgm@gmail.com)

El documental como género cinematográfico clásico, que nació en los comienzos mismos de la historia del cine, viene experimentando como todo el campo de la comunicación, los efectos de los procesos de convergencia tecnológica y cultural. En este contexto, no sólo vemos nacer nuevas estrategias narrativas sino también y fundamentalmente una cultura participativa dispuesta a formar parte de las tramas.

El escenario tecno-comunicacional actual se caracteriza por un consumo de contenidos realizado a lo largo del día a través de múltiples pantallas conectadas e interactuando con diversos dispositivos. El rol de las audiencias se reconfigura en los entornos urbanos hiperconectados en los cuales convivimos consumiendo, compartiendo y también produciendo información en múltiples formatos.

En este contexto, las formas transmediales de comunicación aparecen como las más adecuadas para aprovechar la convivencia y convergencia de pantallas y ofrecer contenidos adaptados a los hábitos de consumo de las audiencias.

En el marco del desarrollo de un proyecto de características transmediales es la lógica misma de producción de contenidos la que se ve profundamente transformada. La misma muta y se hibrida desde las fases y procesos de producción para monomedios hacia esquemas más complejos que contemplan equipos interdisciplinarios y coordinación de tareas en nuevas fases de ejecución para lograr narrar con todos los medios.

Desde el diseño de producción de este tipo de proyectos es necesario contemplar la gestión de presupuestos globales que atiendan a las necesidades y requerimientos específicos de cada pieza comunicacional; la gestión de equipos provenientes de distintas disciplinas y oficios; la planificación de procesos de ejecución que den cuenta del plan de trabajo de cada área en particular; un cronograma de distribución coordinado que no descuide el objetivo comunicacional del proyecto y esté abierto a incentivar la participación de las audiencias.

La presente investigación pretende abordar, a partir de la irrupción de los medios digitales interactivos, las formas que adoptan las producciones de no-ficción en la nueva ecología mediática. Producciones que, muchas veces, incluyen narrativas audiovisuales documentales pero que las exceden expandiendo la propia narrativa en múltiples formatos y soportes.

Para esto, se trabajará analizando el caso de 'de barrio somos'. Historias de clubes en 360°, documental transmedia desarrollado desde la Dirección de Comunicación Multimedial de la Universidad Nacional de Rosario en el año 2017-2018.

De barrio somos da forma a un recorrido multiplataforma proponiendo diversas puertas de entrada al universo de los clubes de barrio en la ciudad de Rosario. El proyecto articula una serie de medios on y offline que buscan aprovechar las potencialidades narrativas de cada lenguaje para ofrecer a los usuarios experiencias enriquecidas. Entre ellos se cuentan: un webdoc (o documental multimedia interactivo), propuestas de realidad virtual, combinando tecnología in360 + Cardboard, una serie documental para televisión, un libro de crónicas, un juego de mesa con trackers de realidad aumentada, un álbum de figuritas y un festival transmedia (kermesse).

LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD JUVENIL A TRAVÉS DE INTERNET Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Manuel Ricardo Diaz
(diazmanuelricardo@gmail.com)

La ponencia indaga sobre la construcción de la identidad juvenil en un contexto socio histórico marcado por el uso de Internet y tics.

MASIVIDADES OCULTAS. EL FENÓMENO DE LOS E-SPORTS

María Graciela Rodríguez- UNSAM/ UBA
(mgrbanquo@gmail.com)
Martín Russo Rendo- Escuelas ORT
(martinrussor@hotmail.com)

Esta ponencia propone hablar de masividades ocultas; de multitudes invisibilizadas; de prácticas ignoradas y/o tergiversadas; de ausencia de reflexión desde el mundo adulto. A partir de preguntarnos por el desconocimiento de un fenómeno que mueve a millones de personas en el mundo, indagamos sobre la práctica de los e-sports para poner en tensión esta invisibilización y las categorías tradicionales con las cuales la Comunicación y la Cultura podría encarar fenómenos relacionados con la vida virtual.

Este trabajo presenta una exploración preliminar sobre los e-sports (o deportes electrónicos), que son competencias de videojuegos por equipo. Los numerosos estudios dedicados a las redes sociales, los celulares inteligentes, la conectividad y/o el bigdata señalan a la convergencia digital como condición de producción para su emergencia.

Consideramos a los e-sports como una modalidad emergente de masividad que participa de una nueva configuración cultural surgida de esa convergencia, y del vínculo entre la materialidad de las plataformas y los dispositivos de uso (smarthphones, tablets y otros gadgets).

La mayor parte de literatura académica que encontramos sobre el tema tiende a enmarcar su perspectiva desde la producción y los nuevos modelos de negocios, o a ensayar clasificaciones sobre los circuitos de competición. Algunos trabajos focalizan sobre los usos y la construcción de una sociabilidad (vía foros o blogs) que, desmintiendo la soledad que suele atribuírsele a los gamers, los caracteriza como jugadores sociales on line. Registramos pocos trabajos acerca de la relación de los e-sports con la cultura de masas; y cuando esta última es convocada, se alude a la emisión de torneos en la televisión. Como resultado de esta operación, se asume que los e-sports y la cultura de masas son dimensiones diferentes. Pero si, en todo caso, los números por sí solos dan cuenta de masividad, la misma categoría debería ser revisada a la luz de este fenómeno. A pesar de que la masividad alcanzada por estas configuraciones lúdicas y agonísticas que se desarrollan en plataformas virtuales excede los criterios cuantitativos utilizados para clasificar fenómenos masivos, no aparecen como preocupaciones del “mundo adulto” (escuela, circuitos académicos, medios de comunicación, progenitores).

Por tratarse de una primera aproximación al tema, difícilmente podamos dar cuenta de una “metodología” sistemática; más bien se trató de extensas y profundas conversaciones entre los dos autores: el gamer describiendo su actividad cotidiana y la no-gamer que, desde una posición de “extrañamiento”, intentó poner en tensión las categorías analíticas para pensar la práctica. De hecho, y debido a las dificultades categoriales para analizar el fenómeno, resultó complejo establecer un “marco teórico” que, esperamos, sea posible comenzar a construir en diálogo con otros estudios que trabajan el tema.

Esta ponencia propone entonces aportar elementos que visibilicen a los e-sports señalando algunas líneas de tensión analítica y teórica para su estudio. Primero describimos estos juegos; luego revisamos la categoría de masividad; finalmente desplegamos y desarmamos algunas representaciones de sentido común de un “adultocentrismo” que parecen obturar la posibilidad de conocer una actividad de millones de personas jóvenes que practican y consumen estos juegos.

ECOSISTEMA MEDIÁTICO POKEMON DE LOS USUARIOS DE LA UNSA

Ordoñez Carabaja, Pablo- UNSa
(ocpabolg@gmail.com)

Las formas de relacionarse de los jóvenes han variado mucho, puesto que las nuevas tecnologías irrumpen en ellas y las convierten al atravesarlas. Es este, el caso de los juegos que proponen nuevas lógicas de interacción entre distintos jugadores para lograr un fin concreto, vemos que se requiere más que simplemente una aplicación. Nos enfocaremos aquí en Pokemon Go!, juego que requiere para determinadas misiones especiales trabajo en conjunto con otros usuarios del juego. Observaremos y analizaremos cualitativamente las formas comunicacionales complementarias al juego que los usuarios toman a modo de estrategia para ciertas misiones o para informarse respecto al juego. Aquí distinguiremos también cuales medios se usan para cada fin, dando así un panorama de los diversos consumos que forman el ecosistema comunicativo y mediático de los jugadores de Pokemon Go! que concurren a la Universidad Nacional de Salta, espacio propicio para misiones en equipo, como las incursiones, por la cantidad de lugares estratégicos que existen dentro del predio que nos brinda realidad aumentada del juego en primer lugar y en segundo por la cantidad de personas que concurren a estos mismos puntos por motivos académicos sumado los horarios que pueden demandar las diferentes cursadas.

El trabajo surge en el seno del proyecto de investigación Nuevas Pantallas, Jóvenes y Consumo, donde se propuso presentar para el encuentro los trabajos en los que se viniera trabajando. Aquí ser jugador de Pokemon Go! fue esencial, ya que a medida que se descubren las lógicas del juego se conocen otros jugadores y se descubren vías comunicacionales para fines relacionados con beneficios dentro del juego. Esta posibilidad de articular los consumos mediante pantallas que se usan en torno a la aplicación para celular de Pokemon Go! brinda un claro ejemplo de cómo se vinculan las redes sociales de los usuarios con el juego.

Para esto se realizarán entrevistas a diferentes jóvenes jugadores usuarios de la aplicación Pokemon Go! de Niantic para celular que se encuentren en incursiones respecto a sus consumos mediáticos relacionados con el juego y sus vías comunicacionales y luego se hará un muestreo de las redes sociales que estos usen y las características de estas mismas.

NUEVOS ESCENARIOS PARA LA INTERVENCIÓN EN EL ESPACIO SOCIAL. LO GRÁFICO Y LO DIGITAL COMO ESTRATEGIA DE INTERACCIÓN

Ortíz, Gisella Sabrina- Universidad Nacional de San Luis
(gsortiz@unsl.edu.ar)

Rodoni, Cecilia Lorena- Universidad Nacional de San Luis
(cerodoni@gmail.com)

Maldonado, Ana Silvina- Universidad Nacional de San Luis
(amaldonado@unsl.edu.ar)

El presente trabajo tiene como objetivo resignificar aquellos sentidos establecidos culturalmente bajo un sistema que naturaliza prácticas que afectan y dañan las relaciones humanas. En el escenario actual mediatizado, el proceso de construcción social conjuga a los medios masivos con nuevos medios, escenarios, enunciadores y por ende formas de aportar y contribuir al 'sistema'.

La modalidad seleccionada es la intervención en un espacio social. Teniendo en cuenta la magnitud de la misma tanto desde la temática hasta los actores involucrados, consideramos abordar el tópico de violencia, entendiendo que esta no solo comprende lo físico, sino que puede manifestarse de diversas maneras, presentarse como prácticas naturales y, al no ser deconstruidas, se corre el riesgo de no comprender lo que pasa, de no reaccionar ante algún hecho y de seguir ejerciéndola y aceptándola.

En cuanto a la población (que si bien no se elige, hemos decidido segmentarla) y a fin de poder generar cambios significativos, nos proponemos trabajar con una escuela del sistema público o privado de modalidad mixta de nivel secundario de la ciudad de San Luis y mediante una intervención que aglutinará en su metodología lo gráfico y lo digital. Esto último en el marco, como expresamos al principio, de una sociedad contemporánea hipermediatizada, donde las prácticas digitales están incorporadas en nuestras vidas y principalmente en las formas de interacción entre los adolescentes.

El objetivo de dicha intervención, es lograr que la población en cuestión pueda adquirir por medio de herramientas comunicacionales digitales, contención y empoderamiento, que les permitan comprender, identificar y accionar ante diferentes hechos de violencia. La segmentación se funda en la premisa de considerar que el sistema educativo es una de las bases para formar y acompañar a los adolescentes.

EL DOCUMENTAL TRANSMEDIA PARA EL EMPODERAMIENTO COLECTIVO. UN ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS NARRATIVAS DESARROLLADAS EN LOS PROYECTOS “CANCIÓN DE LA CIUDAD” Y “EL FERIANTE” DE LA FACULTAD. LIBRE DE ROSARIO

Patricio Irisarri- Universidad Nacional de Rosario
(patricioirisarri@gmail.com)

El género documental ha evolucionado como una de las formas narrativas más eficaces para el tratamiento creativo de la realidad. El documental es ante todo un medio para actuar en la sociedad y supone una articulación de su propósito con el de las comunidades. Pero principalmente, constituye una forma de acción política. En Latinoamérica, en distintos momentos históricos, esta forma expresiva de no ficción ha contribuido a la visibilización y al afianzamiento de distintas demandas sociales impulsadas por colectivos organizados de la sociedad civil.

A partir de las transformaciones producidas en la ecología mediática, caracterizadas principalmente por la masificación de la red, la conectividad móvil y la evolución de las interfaces digitales interactivas, el documental audiovisual como históricamente lo conocimos ha podido adaptarse a nuevos principios y dimensiones definidos por el actual contexto de convergencia mediática. Desde las primeras experiencias narrativas digitales interactivas, pasando por los formatos multimediales, hoy el documental se hibrida en la confluencia de viejos y nuevos medios interactivos, configurando un nuevo tipo de relato: El documental transmedia. Las narrativas transmedia presentan una nueva posibilidad para el relato: la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y los públicos asumen un rol activo en el proceso de expansión de las tramas y los sentidos.

En los últimos años en América Latina en general, y en Argentina en particular, surgieron proyectos documentales transmedia que contribuyen a la visibilización y concientización de las problemáticas narradas. Casos como

Proyecto Quipu en Perú, Pacientes en Colombia o Mujeres en Venta en Argentina, constituyen avances palpables para identificar las posibilidades de acción al servicio de una problemática social o una causa colectiva que busca ser empoderada.

El documental transmedia puede amalgamar una serie de procesos de creación conjunta y ponerlos al servicio de un relato colectivo que se abre paso aprovechando diversas plataformas mediáticas. Una herramienta para una comunidad con propósito (Rose), dispuesta a configurar una trama de relaciones que retroalimentan y conforman universos de sentido. Una estrategia narrativa para construir contrahegemonía, una acción comunicativa organizada para provocar un cambio social.

Desde esa perspectiva, este trabajo busca dar cuenta de las potencialidades del documental transmedia para generar procesos de empoderamiento de grupos sociales, poniendo en práctica estrategias de creación colectiva, expansión narrativa articulada y participación de los públicos en la trama documental. Para eso, el estudio propone un modelo de análisis centrado en dos casos documentales transmedia producidos en el marco del proyecto educativo Facultad Libre de Rosario. “Canción de la Ciudad” (2015), un relato sobre la situación de los músicos callejeros en las peatonales Rosarinas, y “El Feriante” (2017), que aborda el acceso a bienes culturales en las cárceles de esta misma ciudad. A partir de una intervención metodológica basada en la observación participante, entrevistas en profundidad y medición de impacto de las acciones, se propone un esquema organizativo para el diseño de estrategias narrativas basadas en la co-creación de proyectos documentales transmedia para colectivos sociales.

LAS AUDIOGUÍAS COMO TECNOLOGÍA DE COMUNICACIÓN PARA LA ACCESIBILIDAD DEL PATRIMONIO

Pereyra, Marta- Facultad de Cs de la Comunicación UNC
(marta.pereyra@unc.edu.ar)

Minervini, Mariana- Facultad de Cs de la Comunicación UNC
(minervini.mariana@gmail.com)

La audioguía como tecnología de comunicación es un documento de audio en soporte portátil para realizar un recorrido autoguiado (López Molina, 2013) Si bien su uso tiene una extensa trayectoria en museos, la particularidad de esta experiencia fue la creación de una audioguía para un Parque Nacional. La disponibilidad de las tecnologías digitales (dispositivos móviles, sitios webs, código QR) permitió introducir en el espacio patrimonial del parque lenguajes y narrativas enriquecidas, nuevos circuitos de circulación y mayores condiciones de accesibilidad para personas con discapacidad visual. A la vez, este tipo de tecnologías propician otra experiencia de visita, brindan la posibilidad de ampliar la información que está expuesta, interactuar con el entorno y crear una visita personalizada.

La demanda de realizar la Audioguía para el Parque Nacional Sierra de las Quijadas (San Luis) surgió desde el Área de Educación (Interpretación y Comunicación) de la Dirección Regional Centro (Córdoba) de la Administración de Parques Nacionales (APN) atendiendo a la preocupación por generar estrategias comunicacionales sostenidas, que faciliten el acceso, la integración y el disfrute de los espacios protegidos. La audioguía tuvo como fin la difusión y promoción de uno de los escenarios naturales del país a partir del trabajo colaborativo entre instituciones gubernamentales, educativas y referentes de la zona del Parque. Como producción fue destinada a los visitantes del Parque y los usuarios de los sitios virtuales de APN quienes pueden acceder a través de la descarga del audio a sus dispositivos desde el sitio web. En el ingreso al Parque los visitantes pueden descargarlo a través de un código QR. La producción está pensada tanto para la escucha individual como de grupos que hagan el recorrido en vehículos particulares o colectivos.

Esta ponencia desarrolla esa experiencia de producción realizada por APN junto a uno de los Programas de Extensión de las Cátedras de la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC-UNC) y la Carrera de Publicidad de la Universidad Siglo 21. En la formación de comunicadores, el proyecto concretó otro paso hacia la curricularización de la extensión universitaria, a través de un modelo de aprendizaje “que propicia el desarrollo de las competencias reflexivas, intelectuales y tecnológicas.” (Pereyra, 2017) Esta experiencia de aprendizaje en terreno, permite la comprensión de que “la transformación de la realidad requiere salir de la facultad, la interacción con muchos otros y también la articulación de esfuerzos y organizaciones múltiples.” (Maggio, 2018)

Las miradas convergentes de los diversos actores que participaron se enfocaron en uno de los temas sociales principales de la actualidad: el ambiente. En este sentido, el proyecto se basa en la urgencia de incorporar las problemáticas ambientales (Svampa, 2014) en la formación de los comunicadores y de los publicistas, puesto que es nece-

sario desarrollar competencias y capacidades que permitan, no sólo entender la problemática sino, aportar desde las disciplinas para la planificación de medidas que contribuyan a la preservación en el sentido de la comunicación ambiental. (Prieto Castillo, 2007)

RE-CONSTRUYENDO LA GAMESFERA. PERSPECTIVAS METODOLÓGICAS SOBRE LA GAMIFICACIÓN Y EL CIRCUITO DEL BATTLE ROYALE

Plaza, Marcelo David- Universidad Nacional de Salta
(marceloplaza.arg@gmail.com)
Moya, Daniel Alejandro- Universidad Nacional de Salta
(moyadaniel87@gmail.com)

El propósito de este documento consiste en presentar la discusión contemporánea en torno a la perspectiva de la gamificación o gamesfera. Tomamos como eje el análisis del género battle royale (o “El último jugador en pie”) que plantea la idea de comunidad, conectividad e interrelación entre los jóvenes que juegan. Para ello, trazaremos un recorrido entre los modelos preliminares del gaming (PC-consolas) hacia las nuevas pantallas o “gaming-smart” (smartphones y dispositivos portátiles).

Teniendo presente que la Red, videojuegos y cómics transforman, más allá de lo evidente, la actual visión de la Sociedad del Conocimiento; los nuevos estudios emergentes sobre entornos interactivos y multimediales parten de la ludología que, como cualquier campo del conocimiento científico, establece conversaciones con otras disciplinas que se ocupa del análisis del juego desde la perspectiva de las ciencias sociales, la informática, las humanidades y otras áreas del conocimiento. Su etimología – como fusión del latín ludus (juego) y del griego logos (conocimiento racional) – afianza el grueso de los estudios hacia los videojuegos.

Como dice Susana Tosca, la ludología como disciplina trata de describir formas y propiedades, establecer tipologías y se interesa mayormente por la esencia de los videojuegos. Le interesa la descripción formalista y clasificación, y conceptos como gameplay, review, mods, etc. En definitiva, sus reglas.

En palabras de Fasani & Piotet, los videojuegos más arcaicos eran individuales y lineales (porque se trataba de matar al máximo número posible de personas para llegar a un objetivo fácilmente identificable), pero los más modernos como el Battle Royale depende de la participación y de la coordinación de cientos de jugadores. «Jugar en solitario es cosa del pasado; un vestigio del tiempo en que los ordenadores aún no estaban conectados», escribe Prensky. Los jugadores de hoy crean herramientas y armas, espacios, universos y, en algunos casos, juegos enteros. Ya no se conforman con usar la tecnología, se apropian de ella.

De modo que se resalta una ruptura, una ampliación “de y con la realidad”, no solo en su perspectiva lúdica, sino también en una ampliación cognitiva, ya que se aprende, se crean estrategias, y se interactúa a través del medio creando lazos de pertenencia entre sus pares, dado en el ciberespacio. El juego como tal, es una pieza fundamental de nuestra cultura como herramienta básica de la socialización creando y reinventando nuevos contextos, analógicos y digitales en el ciberespacio, el cual potencia las habilidades, valores y destrezas.

En concreto, este documento pretende ser un material de aporte, no sólo para contextualizar la universalidad de la gamesfera a través de una de sus tipologías y formatos, sino para comprender en qué contexto hoy nuestros jóvenes bucean en las redes del ciberespacio estableciendo redes de interacción, pertenencia y comunidades desintermediadas.

USOS Y APROPIACIONES DE CONTENIDOS EN LA CONVERGENCIA DIGITAL POR LA CULTURA POP Y FANDOM EN LA CIUDAD DE SALTA. EL ANÁLISIS DE DIMENSIÓN CÓMIC

Plaza, Marcelo David- U.N.Sa
(marceloplaza.arg@gmail.com)
Moya, Daniel Alejandro- U.N.Sa
(moyadaniel87@gmail.com)

Nos encontramos en una era donde el consumo y el soporte de los nuevos medios han trepado un escalafón más,

en lo que consideramos como Sociedad de la Información. Los nuevos medios de comunicación ya no son medios de masas en el sentido tradicional de envío de un número limitado de mensajes a una audiencia homogénea. En este plano, creemos que es relevante mencionar la aparición de un universo amplio de consumidores, quienes llevan su consumo a otro plano, es decir, el consumo como forma particular de vida, o incluso como práctica social de identificación. Un claro ejemplo de esas prácticas e intercambio de sentidos son los eventos, convenciones y espectáculos provenientes del universo del “comic”, el “animé”, el “k-pop” y los “videojuegos”.

Por ello, el presente trabajo surge como proyecto de tesis de investigación donde, entre los cuestionamientos suscitados, tomamos como punto de partida la Dimensión Comic, considerado como uno de los eventos de mayor convocatoria y de adeptos al Fandom y la Cultura Pop en Salta. De la inclinación por esta temática, nacen dos tópicos que pretendemos “re-construir”: Por un lado, ¿Cómo se construyen y estructuran las relaciones entre estos actores sociales considerados como prosumers?, y por el otro, ¿Cómo se materializan los contenidos que van nutriendo a estas tribus de nicho, y qué contenidos consumen, analizado desde el contexto de una cultura convergente de medios digitales?

Preliminarmente, autores y especialistas de la Comunicación parten de que la reducción de la brecha espacial – temporal, que posibilita la Red e Internet, permite que estas colectividades sobrevivan a lo largo del tiempo a través de diferentes formatos de contenidos que les brindan las redes sociales que manejan cotidianamente (Foros, Fan Pages, grupos virtuales en línea, Feed News, Fanzine digital, micros audiovisuales, Comics, Cine Fan, etc.) como así también las plataformas distribuidoras de contenidos tales como YouTube, Twitch, Vimeo, por mencionar algunas.

La cultura digital ha determinado espacios de encuentro y nuevas prácticas de comunicación y modos particulares de relación e identificación. Estas comunidades virtuales supieron construir su espacio vital de encuentro, unión e intercambio donde se comparten intereses, en pequeñas comunidades del ciberespacio. Esta cultura participativa invita a pertenecer o a afiliarse a comunidades en línea en redes sociales; la participación, la construcción y la circulación de estos contenidos, desde producciones artísticas, podcasts en línea, radios digitales, canales de encuentros en vivo y trabajos colaborativos con artistas, posicionan nuevas formas de consumo, y construyen conocimiento.

Por lo tanto, las redes sociales han determinado en gran parte este tipo de circulación y convocatoria, para luego materializarlas en un espacio de encuentro, en donde los personajes artísticos del ámbito digital (youtubers e influencers) se corporizan en un escenario, dando lugar un espectáculo sin precedentes.

Considerando estas nuevas formas de contenido dentro de este sistema, no parece ser novedoso, disruptivo o contestatario; ya que existe “producción”, “escenario” y “público”; sin embargo, evidentemente estamos ante formas de contenido que avanzan a un gran ritmo y velocidad.

TECNOLOGÍAS, INTERNET Y REDES SOCIALES: ¿AGENDA PENDIENTE U OTRA AGENDA EN COMUNICACIÓN?

Regis, Stella Maris- FCC-UNC
(smregis@gmail.com)

Ardini, Claudia Gabriela - FCC- UNC. IAPCS-UNVM
(claudiaardini@gmail.com)

Mirad, Heraldo Nahúm- IAPCS-UNVM. IAPCS- UNVM
(hnm.cba@gmail.com)

No es ninguna novedad que la comunicación, como forma de vincularnos entre los sujetos sociales, está cambiando a una velocidad abrumadora. Podemos afirmar que la interconexión facilita los contactos y nos acerca a cualquier distancia evitando la lejanía física; aunque todavía no estamos en condición de pensarla como democrática en el sentido de disolver barreras culturales y sociales.

Las tecnologías de la información y las redes sociales han generado nuevos códigos y modos de vinculación que no terminan de definirse cuando se modifican una y otra vez. Estamos inmersos en una metamorfosis permanente (Salas, 2017) donde es muy difícil encontrar los límites y las formas de interacción entre los signos, los significados y los dispositivos que establezcan reglas claras de cómo entendernos.

Se trata de una nueva estructura que parece enlazarnos en el entendimiento a partir de la movilidad permanente de ideas y criterios que conviven con otros modos –tradicionales– de vincularnos. Es una dinámica del movimiento diferente la que nutre el diálogo entre los sujetos, donde somos emisores/receptores, prosumidores (Scolari, 2013) en una sucesión rapidísima de roles que nos invita a reflexionar –como comunicadores– en un intento de describir,

comprender y estudiar este fenómeno.

Henry Jenkins (2003) plantea que “hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales”. En este escenario, la comunicación parece haber perdido su lugar estratégico, desplazándose el mismo a “lo multimedial”, “la convergencia de medios” o “lo transmedia”, como si estas formas en que transmuta la tecnología estuvieran exentas del mensaje que su propia lógica de funcionamiento les confiere.

¿Las tecnologías imponen la herramienta -en tanto usabilidad- por encima del sentido que comportan las mismas? ¿Hay una conquista cognitiva centrada en el conocimiento instrumental? ¿El lenguaje de las herramientas tecnológicas obturan la discusión sobre los sentidos de la comunicación? ¿Los paradigmas y teorías de la comunicación, tal como los conocemos, pueden dar cuenta de este fenómeno? ¿Hay un desplazamiento del sentido de lo estratégico hacia lo operacional en la comunicación?

Por último. ¿Es posible construir dispositivos organizacionales que, aprovechando la multiplicidad de posibilidades que ofrece el entorno tecnológico en el presente, sean capaces de desarrollar una comunicación a escala humana?

Proponemos responder estas preguntas a partir del análisis del Comunicatón, evento que convocó a comunicadores, diseñadores, creativos y publicitas; en el marco de la necesidad de la realización de una Campaña de Comunicación de Matriculación Profesional para la Federación de Entidades Profesionales Universitarias de Córdoba (FEPUC), en mayo de 2019.

HACIA UNA CANASTA BÁSICA DE COMUNICACIÓN, INFORMACIÓN Y CULTURA DIGITAL, ATENTA A LA INELASTIZACIÓN DE CIERTOS CONSUMOS.

Rossi, Diego- IEALC FSOC – Universidad de Buenos Aires
(dondiegorossi@gmail.com)

Sánchez, Gerardo- SINCA – Secretaría de Cultura de la Nación
(gadi82@yahoo.com.ar)

Kunst, Mariana- SINCA – Secretaría de Cultura de la Nación
(marukunst@gmail.com)

Si el acceso a contenidos diversos y a una conectividad infraestructural para Internet resultan materialmente constitutivos del ejercicio del derecho humano a la comunicación, su restricción directa -por carencias de soportes materiales- e indirecta -por restricciones normativas o situaciones fácticas de posiciones dominantes de actores preponderantes, y/o por la fijación costes inasequibles- supone una restricción a este ejercicio ciudadano.

Sobre las políticas públicas reestructuradas, damos cuenta del viraje desde una mirada que identifica personas y colectivos sociales como sujetos de derechos, hacia otra que justifica la existencia de consumidores cautivos, o un acceso restringido a condiciones de capacidad de consumo, bajo discursos legitimadores de la libre competencia y el emprendedorismo.

Esta ponencia pretende brindar indicadores que faciliten políticas para revertir la regresión de derechos a los consumos culturales, informativos y de entretenimiento, de acuerdo a parámetros del Sistema Interamericano de Derechos Humanos.

Señalamos una alta dispersión de valores de los abonos de televisión por suscripción entre 2017 y 2018 en distintas ciudades, aún de la misma provincia. Esta cuestión pervivió y se complejizó a partir de 2019 con las ofertas paquetizadas (televisión + telefonía fija + telefonía móvil + Internet), con diversidad de planes y fuertes promociones.

Trabajar hacia una Canasta Básica de Comunicación, Información y Cultura Digital, implica considerar el gasto en los medios y soportes que vehiculizan su consumo o puesta en práctica, como el abono hogareño de internet o la adquisición de un celular y la contratación de un plan mensual. Ó Se trabajó con la doctrina sobre consumos culturales, entendiendo que aquellos vinculados con plataformas de conectividad se han tornado inelásticos.

Comparando los resultados de las Encuestas Nacionales de Consumos Culturales 2013 y 2017, el porcentaje de argentinos que accedían a contenidos a través de un dispositivo móvil ascendió del 9 al 75%. Mientras que una canasta compuesta por dos abonos de celular y un paquete de cable (básico), internet y telefonía fija, comparado con el Ingreso total familiar, arroja entre 2013 y 2017, un ascenso en el gasto familiar de más de un 50%, de un 4,4% a un 7% (SINCA, 2019).

Quienes integran los deciles más bajos de la pirámide social, además de sufrir los fortísimos aumentos en las

tarifas de servicios públicos, también acusan mayor incidencia de los abonos de TV por suscripción e Internet, como costos fijos en la canasta mensual de gastos.

Ante la autolimitación operada en materia tarifaria de telecomunicaciones (DNU 247/15) se rescata el recupero de facultades para monitorear y regular las tarifas de los servicios públicos esenciales y estratégicos TIC mayoristas, y las de los prestados en función del Servicio Universal. Respecto de los servicios de Internet, proponemos establecer una tarifa social; así como el restablecimiento de un abono social para la TV por suscripción.

Desde lo metodológico, la Canasta Básica mencionada, en concurrencia de fuentes y marcos de análisis del INDEC, ENACOM, SINCA y otros observatorios permitirán sistematizar la evolución de precios/tarifas con mirada social y territorializada, para abordar necesidades cada vez más concurrentes y transversales en la sociedad argentina contemporánea.

PLANIFICANDO UNA EDUCACIÓN TRANSMEDIA

Restagno, María Alejandra- Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC
(alejandrarestagno@gmail.com)

Arias Nancy- IPEM 138- Facultad de Ciencias de la Comunicación UNC
(nancybarias@gmail.com)

Los medios de comunicación y sus renovadas formas, las redes sociales, ocupan gran tiempo de nuestra existencia. En este nuevo ecosistema mediático el metamedio informático influye en las técnicas de conocimiento de la humanidad: convertir todo en datos y usar algoritmos para analizarlos cambia lo que significa “conocer algo”. En esta sociedad del conocimiento atravesada por la cibercultura, el aprendizaje asume nuevos modos que nos interpelan sobre nuestras prácticas docentes. Conocemos hoy a través de diversas interfaces más o menos transparentes, imbricados en la cultura colaborativa -ya no sólo humana, pensemos en la inteligencia artificial o en la realidad aumentada- y en este contexto generamos, compartimos, refutamos conocimiento.

Resulta imperativo que la escuela asuma su importancia en la alfabetización digital y acepte el desafío de ser el espacio donde el encuentro para enseñar y aprender suceda presencial y colectivamente en un mundo cada vez más individualista, virtual y competitivo. Por eso, se debe comenzar a trabajar activamente con las tecnologías digitales, a apropiarse de ellas desde una mirada elucidada y no sólo a pasteurizarlas para que pasen el filtro de lo escolarmente aceptable. Sin embargo, es preciso encontrar el equilibrio entre preparar a nuestros estudiantes para disputar sentido en el ciberespacio y entrenarlos para ser consumidores cada vez más dependientes del mercado y menos autónomos en la toma de decisiones vitales. En este sentido, la posibilidad que brinda el alfabetismo transmedia para contrarrestar la automatización de la recepción vuelve a la escuela un lugar estratégico.

A partir de esta lectura de la sociedad actual, pensamos en diseñar experiencias educativas donde los estudiantes tengan un papel activo y desarrollen las competencias comunicacionales que los nuevos tiempos requieren.

“El viaje del cronista” es una planificación transmedia de Lengua y literatura para Tercer año del Ciclo Básico que se encuentra en aplicación en el IPEM 138 Jerónimo Luis de Cabrera, una escuela pública, céntrica y centenaria de la Ciudad de Córdoba, Argentina. Esta propuesta invita a cada estudiante a convertirse en un cronista en búsqueda de una historia de la ciudad para contar. Para lograrlo deberá emprender un viaje a través de diversas estaciones donde irá recolectando datos, entrevistando protagonistas, investigando y registrando todo aquello que considere de valor para su misión: escribir una crónica que se publicará en la Antología “La ciudad contada”.

CAMPAÑA 2019 EN LAS REDES SOCIALES. LA CIRCULACIÓN HIPERMEDIÁTICA DE LO POLÍTICO

Slimovich, Ana-UBA/IIGG-CONICET
(aslimovich@gmail.com)

El proceso de mediatización de la política se transformó con la producción y circulación contemporánea de los discursos en las redes sociales y sus interacciones con los medios masivos. Las publicaciones de los candidatos en las redes sociales de Facebook y Twitter en las últimas campañas políticas argentinas de 2015 y 2017 están siendo estudiadas desde diversas perspectivas. En los últimos años tanto los políticos/gobernantes como los ciudadanos incorporaron Instagram.

En este trabajo se realiza un análisis de la circulación hipermediática de lo político en el período previo a la elección presidencial de 2019. El insumo para el presente, serán las cuentas oficiales en Instagram de los pre-candidatos a presidente y vice-presidente en las elecciones argentinas de 2019 y sus reacciones posteriores, evidenciando ¿Cuáles son sus estrategias enunciativas? ¿Cómo es la circulación hipermediática de esos discursos que surgen en Instagram por parte de la institución política?

«¡MÁS VALE QUE ME CONTESTE!» TELÉFONOS MÓVILES Y PATERNALIDAD

Sandoval, Luis Ricardo- Grupo de Trabajo sobre Internet, tecnología y cultura. UNPSJB
(lrsandoval@unpsjb.edu.ar)

Salvatierra, Celina- Grupo de Trabajo sobre Internet, tecnología y cultura. UNPSJB
(celinasalvatierra@gmail.com)

Carrizo, Natalia Soledad- Grupo de Trabajo sobre Internet, tecnología y cultura. UNPSJB
(nataliacarrizo83@gmail.com)

Cristina, Soledad

- Grupo de Trabajo sobre Internet, tecnología y cultura. UNPSJB
(nataliacarrizo83@gmail.com)

Jonatan Montiel- UNPSJB
(jonatanmontiel.1905@gmail.com)

Para los padres y madres el papel del teléfono móvil reviste cierta ambigüedad, ya que por un lado, facilita la prosecución de las actividades de la vida cotidiana al permitir coordinar actividades como buscar a los hijos en la escuela o la parada de transporte –y eso les ofrece cierta forma de seguridad–, por el otro es el vehículo para introducir nuevos temores y riesgos.

En esta lucha siempre renovada, son distinguibles tres «frentes de batalla»: el seguimiento de los desplazamientos físicos de los hijos cuando no están en la casa, el control del uso de los móviles, tanto respecto a los contenidos accedidos como a los intercambios con otros en sistemas de mensajería y redes sociales y la limitación al tiempo de utilización de los dispositivos

En esta ponencia se presentarán resultados de una investigación en curso que, a partir de la realización de grupos de discusión con padres y madres de niños y niñas de escuela primaria, se busca comprender los procesos de apropiación de la telefonía móvil en el ámbito doméstico, y la articulación de los mismos con las relaciones familiares.

EL FENÓMENO DE LAS “HISTORIAS” DE INSTAGRAM, ANÁLISIS DE SUS EFECTOS EN LOS MODOS DE SOCIALIZACIÓN Y EL CAPITALISMO

Vega Avila, Valeria
(vale.vega.91@gmail.com)

Un fenómeno que atraviesa nuestra contemporaneidad son las redes sociales, las cuales llevan más de una década alterando nuestros modos de socialización, estas plataformas están en constante evolución en pos de incentivar a los usuarios al uso activo. Una de las revoluciones de mayor éxito fue la incorporación de las historias, fotos y videos que desaparecen a las 24 horas, logrando que las personas expongan aún más su intimidad.

El informe Digital 2019 realizado por Hootsuite revela que hay 7.676 billones de personas en el mundo y 4.388 billones de ellos usan internet, lo que representa el 57% de la población mundial. Entre ellos, 3.484 billones usan redes sociales, es decir, casi la mitad de los habitantes en el mundo tienen perfiles activos donde suben fotos, comparten opiniones, interactúan con otros usuarios y pueden ser encontrados de manera sencilla desde un buscador. La red de mayor crecimiento en el último año fue Instagram, sumando más de 38 millones de usuarios. La razón más notoria de su constante crecimiento es la renovación de elementos en las historias, presentes desde 2016 en esta plataforma.

Es innegable los progresos que las redes sociales e internet suponen en materia de comunicación, los beneficios son múltiples, pero se debe tener en cuenta el papel que cumple el capitalismo dentro de este esquema, que ha sabido concentrar el narcisismo a su favor y generar estrategias de marketing de precisión, impensadas hace menos

de dos décadas. Toda la información personal vertida voluntariamente en las redes sociales permite segmentar audiencias por gustos muy específicos y esos datos son vendidos a cualquier anunciante por un módico precio.

Así pues, el presente trabajo estudia con mirada crítica estas nuevas bitácoras virtuales, relevando los cambios tanto positivos como negativos que producen a niveles sociológicos, haciendo hincapié en el papel del capitalismo y la publicidad.

POSIBILIDADES Y DESAFÍOS DE DESARROLLO DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN FACEBOOK

Tito Luis Alberto- UNJu
(luismatti@yahoo.com.ar)

En un contexto más próximo a la metáfora del ecosistema de medios, donde la comunicación es entendida como un conjunto de intercambios, hibridaciones y mediaciones dentro de un entorno donde confluyen tecnologías, discursos y culturas; se pretende analizar los puntos de diálogo y tensiones de las nociones de mediatización, plataformas mediáticas y los diseños de interfaces, vinculados a las experiencias desarrolladas en las plataformas de Facebook en las radios que integran FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias), que de las provincias de Jujuy, Salta y Tucumán. Este trabajo se desarrolla a través de la Etnografía Virtual que permite observar con detalle las formas en que se experimenta el uso de una tecnología.

En efecto, este trabajo permite aproximarse a las posibilidades y desafíos que se les presentan a los productores de radios comunitarias, en los nuevos ecosistemas de medios.

DEL DIVÁN VIRTUAL A LA PANTALLA

Verónica Pereyra Cirigliano/ Viviana Martínez
(vivianamartinez000@gmail.com)

Debido a la incesante evolución tecnológica, de la que hemos sido testigos y partícipes en los últimos tiempos, la manera de comunicarnos se ha ido modificando profundamente, dando lugar a la era de internet y, con ello, al nacimiento de las redes sociales. Facebook, Twitter, YouTube o Instagram son plataformas mundialmente conocidas en la actualidad. Justamente, estas redes nacieron como un elemento clave derivado de la globalización y ha sido impresionante el vertiginoso crecimiento de las mismas.

Así, si consideramos las cifras de enero del corriente año, podemos advertir que:

- Facebook contaba con 2.271 millones usuarios activos (siendo el 35% menores de 25 años y más del 90% accedían a través de dispositivos móviles).
- Instagram, por su parte, sumaba más de 1.000 millones de usuarios activos (convirtiéndose así en la red social con mayor crecimiento y logrando duplicar el número de usuarios en solo dos años, en el rango entre los 18 y 24 años).
- Snapchat contaba con más de 287 millones de usuarios activos (pero ha perdido mucho terreno con los cambios de Instagram).
- Twitter llegaba a una cifra superior a los 326 millones de usuarios activos (destacándose el importante acceso de personas en el rango de 35 a 49 años).

Dentro de estas estadísticas sorprende encontrar que hay 4 países de América Latina (Brasil, México, Argentina y Colombia) en el listado de los 19 países con mayor cantidad de usuarios del mundo.

Hoy, los mensajes a través de la web exceden el simple objetivo de mantener una comunicación entre usuarios; sucede que, la llegada de las redes sociales significó un abismal cambio en el comportamiento de los mismos. Así, en las redes, las personas cuentan sobre su estado de ánimo, hacen catarsis, piden ayuda, algunos estimulan la violencia, otros sanan heridas, publican fotos íntimas y comparten noticias de todo tipo (aun sin estar seguros de su veracidad). Pero no solo eso, también se “clavan vistos”, se compite por la cantidad de “me gusta”, se anuncian suicidios, se organizan eventos, se exalta el ego, se generan nuevos miedos, inseguridades y dependencias, se suman amigos de todo el mundo ... en fin, se asiste a una especie de terapia psicológica donde muchos amigos consuelan y aconsejan, mientras otros agreden.

Hasta hace pocos años era impensable que personas que se encontraban físicamente tan distantes entre sí, pudieran intercambiar con asiduidad sus opiniones y hasta llegar a preparar, desde un terreno virtual, el campo para salir a luchar y defender sus ideales. Hoy, los tiempos han cambiado rotundamente, y la manera de comunicarnos y organizarnos ya no es la misma; los cambios se han ido suscitando paso a paso desde la llegada de la web a nuestras vidas y, sobre todo, al tener acceso a la misma desde los dispositivos móviles.

Se podría decir que los usuarios hallaron un lugar, sin moverse de sus casas, en el que pudieron “sentarse en el diván” y exponer su realidad.

TRANSMEDIALIDAD Y CONVERGENCIA- “LOS SIMPSON”

Vilte, Joel Diego-UNJu

(jd_cl@hotmail.es)

Marco, Andres Raspa- UNJu

(marcoraspa995@gmail.com)

El siglo **XXI** se encuentra situado en una época de avances tecnológicos, lo que permitió el surgimiento y consolidación de nuevos medios, como de nuevas plataformas que permiten a las personas del todo el mundo poder interactuar y crear sus propios contenidos. Ante este fenómeno los antiguos medios tradicionales como la radio, televisión y/o periódicos tuvieron que adaptarse a este nuevo contexto con el fin de poder sobrevivir en un mundo nuevo.

De esta manera la siguiente experiencia metodológica tiene como objeto de estudio a Los Simpson. De este objeto de estudio se tendrá en cuenta la transmedialidad que sufrió producto de los avances tecnológicos. Al ser una serie animada de televisión, en sus comienzos solo era transmitida por este medio, pero con los avances tecnológicos se tuvo que adaptar en la utilización de las redes sociales para la transmisión de información referida a la serie. De igual manera, sus contenidos se transmiten por medio de los videojuegos oficiales, como por los creados por fans.

En el trabajo se abordarán conceptos como ser la Transmedialidad y se utilizarán diversos conceptos como Hipertelevisión, Redes Sociales, avance del Mundo Digital para otorgar un mayor entendimiento.

El efecto transmedia fue es y será utilizado por pequeñas y grandes empresas para la permanencia a través del tiempo y la subsistencia dentro del ranking. La Transmedialidad es una de las nuevas herramientas que reemplaza a la industria cultural por una industria de contenido producto de una revolución digital. Hoy en día todos los personajes series películas que conocíamos se encuentran a través de diversas plataformas resultado de un proceso de transmedialidad.

RECURSO EDUCATIVO TRANSMEDIAL PARA EL TRATAMIENTO CRÍTICO DE LA INFORMACIÓN ONLINE: DESARROLLO Y ANÁLISIS DE SU PRIMERA ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN

Viviana Mercedes Ponce-UNSL

(vivianaponce@gmail.com)

En tiempos de convergencia, la “producción transmedia” o la “transmedialidad” constituye un nuevo enfoque comunicativo, que a partir de la irrupción del medio digital, ofrece nuevas oportunidades para ver y repensar la realidad; tanto a la hora de narrar un contenido como de percibirlo e intervenirlo, por parte de su audiencia.

El mundo transmediático configura un condimento ideal de la comunicación y este es un aspecto que se traduce al interior de una experiencia de enseñanza y aprendizaje, pues a través de los diferentes soportes educativos utilizados para desarrollar y transmitir un contenido, es factible crear un universo narrativo que motive y permita al alumno acceder y expandir el contenido de forma independiente; desde diferentes medios, plataformas y dispositivos, conforme a sus propios recorridos y mundos narrativos.

En este sentido y como parte de la elaboración de este trabajo se presenta el desarrollo y análisis de la primera etapa de implementación de un recurso educativo transmedial para el tratamiento crítico de la información online; cuyo principal propósito es el de adoptar y desarrollar procedimientos que permitan buscar, acceder y chequear la información que circula por la web; atreviéndose a complementarla y cuestionarla mediante nueva información. Todo esto, en un contexto de “infoxicación” y circulación de contenidos falsos, incompletos o incorrectos.

Su diseño se realizó desde la concepción de “experiencia transmedia compleja” que combina tanto la franquicia transmedia como el portmanteau y la adopción de 7 (siete) principios en su construcción: “Expansión” versus “Profundidad”, “Continuidad” versus “Multiplicidad”, “Inmersión” versus “Extractibilidad”, “Construcción de mundos”, “Serialidad”, “Subjetividad” y “Realización” o “Performance”.

ELIGE TU PROPIA AVENTURA: EXPERIENCIA DE USUARIO, ANÁLISIS DE DATOS O INVASIÓN A LA PRIVACIDAD

Villan, Marco Antonio- Universidad Argentina de la Empresa (UADE)
(mvillan@uade.edu.ar)

Ocejo Duce, Santiago- Universidad Argentina de la Empresa (UADE)
(s.ocejoduce@gmail.com)

El análisis y recopilación de la información que forman el Big Data con fines publicitarios se ha extendido hacia nuevos formatos que extraen datos de los usuarios para luego ser tratados con diferentes objetivos.

En el artículo se analizarán los nuevos formatos que recopilan información de los usuarios, los analizan y atentan contra su privacidad y seguridad. Además, se tratará sobre el poder y el impacto que tiene la información para su tratamiento y en la influencia que pueden generar en las personas para la toma de decisiones.

Se analizará el caso Netflix y sus contenidos interactivos, sus políticas de seguridad y privacidad, y el marco legal argentino. Además, se investigarán otros casos similares.

EJE 13. COMUNICACIÓN Y DEPORTE

DEPORTE, COMUNICACIÓN E INCLUSIÓN SOCIAL: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA SECRETARÍA DE DEPORTES DE LA PROVINCIA DE LA RIOJA

Joaquín Agüero - Universidad Nacional de La Rioja
joaquinaguero25.93@gmail.com

El trabajo trata sobre las estrategias de comunicación de los programas deportivos de inclusión social brindados por la Secretaría de Deporte de la Provincia de La Rioja para los jóvenes de barrios vulnerables. Dichos programas provienen del Plan Nacional de Deportes llevado a cabo hasta el año 2016. En la actualidad algunos de los programas deportivos que nacieron con el Plan Nacional de Deportes siguen vigentes y son llevados a cabo por la Secretaría de Deportes de la provincia. En este marco, el trabajo indaga las estrategias comunicativas que se desenvuelven desde los equipos de prensa de la institución hacia los públicos referentes. Para realizar dicho análisis, se plantearon diferentes objetivos que forman los lineamientos centrales del trabajo. Seguidamente se creó un campo teórico que fundamente las bases y de respaldo a la exposición de los datos. En este sentido, la exposición de los datos fue el resultado del trabajo de campo realizado, donde se utilizaron entrevistas, encuestas y un análisis de contenido sobre los elementos utilizados para la difusión de los programas. A lo largo de la realización de la tesina, se observó la inminente necesidad de los jóvenes por ser integrados dentro de grupos sociales. Por lo tanto, una buena comunicación y difusión sobre los programas es fundamental, ya que el objetivo final es dar actividades a los jóvenes para lograr el bienestar físico, psicológico y social.

PATEANDO MANDATOS: FÚTBOL, MUJERES Y COMUNICACIÓN

Nadia Ivonne Carlos - UNSa
(nadiaivonne36@gmail.com)

Lucas Tabarache - UNSa
(ltabarache@gmail.com)

Noelia Celeste de los Ángeles Gallardo - UNSa
(celesgallardo12@gmail.com)

Flavia Vilte - UNSa
(flavervilte@gmail.com)

María Eugenia del Milagro Rocha - UNSa – Redpar
(rochaalfaro@gmail.com)

Aldana Nahir Aguirre - UNSa
(alldy1712@gmail.com)

Daniela Arjona - UNSa
(danir.arjona@gmail.com)

Natalia Gonza - UNSa
(cinthianata@gmail.com)

Florencia Rodríguez – UNSa-Conicet
(flor2120@hotmail.com)

Iris Ayelén Fabián - UNSa
(irisayelenfabian@gmail.com)

La presente ponencia tiene como objetivo sistematizar las experiencias a partir del Proyecto de Extensión Universitaria denominado “Pateando Mandatos: Fútbol, mujeres y comunicación” que nace en el año 2018 desde la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Salta. Si bien el fútbol es una actividad central en el país y en el mundo, no acepta la desigualdad de condiciones y de visibilización de jugadores/as, árbitros/as, periodistas e

hinchas. Es por esto que se trabajó vinculando la perspectiva de género y la comunicación para el abordaje de discursos y prácticas deportivas. De esta manera, desde el rol de comunicadorxs mediadorxs, se combate las representaciones mediáticas construidas que operan desde el machismo, la estigmatización, el prejuicio y el estereotipo, tanto a las mujeres e identidades disidentes que practican el fútbol, como a quienes arbitran y cubren periodísticamente. También participa del proyecto la Asociación Salteña de Fútbol Femenino (ASFF). Su rol fue y es articular acciones con el equipo extensionista para la realización de los talleres propuestos. Se toma el aporte de Alfaro Moreno para entender la perspectiva de género en la comunicación, dónde plantea que no hay que verla como una temática, sino como: “un modo de apostar a la igualdad y complementariedad entre hombres y mujeres que debe estar inserta en todos los temas y proyectos de desarrollo, pero de una forma comunicativa, considerando las intersubjetividades de hombres y mujeres, sus conflictos y complejidad” (Alfaro Moreno, 1993: 86). Su posicionamiento resulta interesante para deconstruir/reconstruir los sentidos que se proponen en torno a mujeres, deportes y medios en general, y al fútbol femenino en los medios locales, en particular. Una invitación a compartir la experiencia enriquecedora que dejó al equipo de trabajo la realización de talleres y sobre todo la repercusión que causó a nivel mediático y de redes sociales, la escritura y difusión del “Decálogo de cobertura no sexista” en el marco del Mundial de Fútbol Femenino de Francia con la intención de aportar a los diferentes medios de comunicación una mirada amplia, con perspectiva de género y de derechos.

CLUBES DE FÚTBOL Y DICTADURA EN JUJUY: ALGUNAS PISTAS PARA PENSAR SUS RELACIONES Y ARTICULACIONES

Ramón Burgos - UNSa /UNJu
(monchoburgos8@gmail.com)

En este trabajo se presentan algunos eventos “deportivos” para reflexionar sobre las vinculaciones que se establecen entre el fútbol de la provincia de Jujuy con diferentes actores relevantes de la política local en tiempos de la última dictadura cívico-militar (1976-1983). Estos acontecimientos se produjeron en el marco de la expansión y consolidación del club Gimnasia y Esgrima de Jujuy como el equipo más representativo de la ciudad y de la provincia. Sin embargo, se abordará brevemente también de qué manera los otros dos equipos con representación nacional: Atlético Ledesma y Altos Hornos Zapla, establecieron vinculaciones de distinto tipo con el poder económico y político de la provincia. En este sentido, entonces, analizamos de qué manera los diferentes vaivenes que se producen a la par de su participación en los Torneos Nacionales, se dan tanto en el aspecto deportivo como institucional y político y se constituye como un escenario privilegiado para observar, analizar y entender esos complejos procesos de construcción identitaria en la provincia de Jujuy.

DIARIOS DIGITALES ARGENTINOS Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN SOBRE LA COPA AMÉRICA BRASIL 2019

Pablo Despos - UNLP
(pablodespos@gmail.com)
Gonzalo Annuasi - UNLP
gannuasi@perio.unlp.edu.ar
Andrés López - UNLP
alopez@perio.unlp.edu.ar
Gastón Luppi - UNLP
gmluppi@gmail.com

Los eventos deportivos internacionales son acontecimientos que suelen formar parte de la agenda temática de medios de comunicación. En la Argentina el fútbol es la disciplina con mayor cobertura mediática, en particular de diarios, ya sean del interior o de “tirada nacional”. Por ello, ante la presencia de un evento futbolístico internacional donde participa el seleccionado nacional, es de esperarse que la prensa argentina realice un tratamiento amplio de la competencia. Este trabajo, siguiendo la línea de investigación en Comunicación y Deporte de la FPyCS, propone descri-

bir y reflexionar sobre los criterios de construcción de la información en medios digitales argentinos en relación con la Copa América que se disputó en Brasil. El trabajo se realiza en el marco del proyecto de investigación “Comunicación, Periodismo y Deporte. Análisis de la construcción de la información deportiva en los principales diarios argentinos”.

GANANDO POR GOLEADA: UNA MIRADA SOBRE LA PROFESIONALIZACIÓN DEL FÚTBOL FEMENINO EN ARGENTINA

Camila Navarro Suarez
camilanavarrosuarez@gmail.com

El fútbol es considerado un terreno dominado por la masculinidad. Sin embargo, esta realidad se vio atravesada por la gran visibilidad de mujeres que pasaron de ser “espectadoras” a practicarla. En este último tiempo, la evolución del fútbol femenino en Argentina creció notablemente. En conjunto con los movimientos feministas de mujeres, desde el Ni una Menos y la Marea Verde, la discusión de la profesionalización del fútbol femenino en nuestro país tomó un rol central. Siendo así que durante el mes de marzo del corriente año, la Asociación de Fútbol Argentino lo profesionalizó. Este ensayo abordará discusiones en torno a las necesidades que existen en el fútbol femenino a nivel nacional, los espacios conquistados por las mujeres y los desafíos que se vienen en este camino hacia la igualdad futbolística.

Y VAYAS A DONDE VAYAS, YO VOY CON VOS

Rodrigo Sánchez
ro.1692@hotmail.com

En el presente trabajo se abordarán cuestiones referidas a la temática de las hinchadas de fútbol en Latinoamérica, tomando en cuenta la identidad, prácticas y rituales propias de cada persona apasionada por este deporte, y cómo son tratadas por los medios de comunicación. El principal propósito es mostrar cómo el fútbol construye identidades a través de la pasión y el fervor que despiertan la competencia y las rivalidades entre los equipos, y cómo es que opera la distinción entre los simpatizantes de fútbol a la hora de defender cada uno su cuadro. Para reforzar dicho trabajo, se tomarán en consideración los aportes de Pablo Alabarces (2000) en “Aguante y represión. Fútbol, violencia y política en la Argentina”; José Garriga Zucal (2004) en “Soy Macho porque me la aguanto: Etnografía de las prácticas violentas y la conformación de identidades de género masculino”; Santiago Flores Álvarez-Ossorio (2015) en “Fútbol y manipulación social”; y John Alexander Castro Lozano (2010) en “Etnografía de hinchadas en el fútbol: una revisión bibliográfica”.

INFORMACIÓN DEPORTIVA Y CONVERGENCIA DIGITAL EN LA ERA DE LAS MULTIPANTALLAS

Julieta Sampaoli - UNLP
julietasampaoli@gmail.com
Sebastián Palma - UNLP
spalma@perio.unlp.edu.ar
Leandro Quiroga - UNLP
quirogaleandro17@gmail.com

Las transformaciones en los hábitos de consumo y producción de la información deportiva están relacionadas con el lugar que ocupan las nuevas tecnologías. Los cambios en las lógicas de producción y la accesibilidad a las multipantallas conforman nuevos escenarios de construcción de la noticia deportiva. El consumo multipantalla se convirtió en una de las características de nuestra sociedad. Los celulares, tablets, computadoras y televisores ocupan gran parte del tiempo de los usuarios. ¿Cuáles son las diferencias entre las pantallas? ¿Cómo son las lógicas de producción de contenido para cada soporte? ¿Qué selección realizan los diarios argentinos a la hora de producir

información deportiva? Los usuarios muchas veces utilizan dos o más pantallas a la vez. Sin embargo, el contenido al que acceden en el celular muchas veces difiere del que está disponible en la web. La convergencia digital brinda distintas herramientas para ser utilizadas en cada una de las pantallas. Los medios de comunicación generan distintos tipos de productos para cada versión en la que se replica la misma información. Indagar sobre la producción que los diarios de alcance nacional realizan en soporte digital, en relación con la información deportiva en este contexto que “multiplica las combinaciones de formatos, lenguajes y estéticas en las diversas pantallas”, es de suma importancia para comprender cómo son las lógicas de selección y gestión del contenido que se publica. La presente ponencia se propone realizar un trabajo de descripción e indagación sobre las publicaciones que algunos diarios de alcance nacional hacen en soporte digital en las nuevas pantallas que imponen otras lógicas de producción y gestión del contenido deportivo.

EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN, SELECCIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEPORTIVA EN LA VERSIÓN DIGITAL DEL DIARIO LA GACETA DE TUCUMÁN Y SU RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES TWITTER E INSTAGRAM

Walter Barboza - UNLP
wbarboza@perio.unlp.edu.ar
Juan Ardenghi - UNLP
ardenghi49@gmail.com
Sebastián Palma - UNLP
spalma@perio.unlp.edu.ar

La siguiente ponencia tiene por objetivo analizar el proceso de construcción, selección y jerarquización de la información deportiva en el diario La Gaceta de Tucumán, en su versión digital, y la vinculación de ese proceso con la producción de contenidos informativos destinados a las redes sociales, Twitter e Instagram, del mismo medio. El desarrollo de las Tecnologías Informativas de la Comunicación Social (TICs), constituyen en el presente el puente necesario para la vinculación de aquellos medios que tradicionalmente fueron realizados en papel, con la experiencia comunicacional que las nuevas generaciones llevan adelante en su relación con las TICs y los dispositivos que ellas ofrecen para la difusión de sus informaciones. Para ello, este análisis se centrará en las características más visibles del medio: formas de titular, formación de agendas, espacios brindados a la información local, provincial y nacional, interacción con los lectores, como así también la identificación de quiénes firman sus artículos en el diario digital; para luego comparar estas características con los límites y alcances de estas redes sociales y su relación con el público al cual se dirigen: edad, tipo de interacción, entre otras. Este trabajo forma parte del programa de investigación que el LEMAI (Laboratorio de Estudios de Medios y Análisis de la Información), que depende de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, y que se viene desarrollando en el marco del análisis de los procesos de construcción, selección y jerarquización de la información, en los principales medios digitales de todo el país y que, en este caso, tiene por objetivo realizar una caracterización, desde el punto de vista cualitativo, de este proceso.

LA RADIO UNIVERSITARIA COMO COMUNICADORA DE SABERES: LA EXPERIENCIA DE DEPORTE SOSTENIBLE EN RADIO UNDAV

Mariana Vanyay - UNDAV
mevanyay@hotmail.com
Virginia Solari - UNDAV
vsolari@undav.edu.ar
Joaquín Viera Barreto - UNDAV
Jnvb1996@gmail.com

Pensar el deporte desde una visión sostenible supone un desafío en sí mismo, hablar sobre el tema también lo es. Deporte Sostenible es un programa de extensión universitaria de la Universidad Nacional de Avellaneda que viene

trabajando desde el año 2011 el deporte y su relación con el hábitat y la comunidad. Como las actividades fueron en crecimiento, se considera necesario comunicarlo a través de los medios de comunicación y es por ello que en 2012 se empezó el programa de radio, y desde entonces continúa siendo en esencia un magazín de interés deportivo, social y cultural. ¿Por qué un magazín y no otro formato? Porque da la posibilidad de crear un espacio de radio con contenido muy variado, aunque con eje en la práctica del deporte, la actividad física y su relación con “el cuidado de la casa común” para las generaciones actuales y futuras. Desde el programa de radio de Deporte Sostenible se tiene la responsabilidad y la gran oportunidad de generar un programa con agenda propia. Responsabilidad, porque en cada emisión del programa se recorrió una amalgama de temas sobre deporte, medio ambiente y cultura, porque pensar el deporte y su aporte al desarrollo sostenible es pensar en cultura y la cultura como tal atraviesa todas las actividades humanas. Oportunidad, porque la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada y promulgada el 10 de octubre de 2009, establece en su artículo 145 que “las universidades nacionales y los institutos universitarios podrán ser titulares de autorizaciones para la instalación y explotación de servicios de radiodifusión”. La Universidad Nacional de Avellaneda es creada al año siguiente por la Ley 26.543. En el año 2012 comienzan las primeras ediciones de Radio UNDAV y con ella la oportunidad de presentar la propuesta radial, es así que en septiembre de 2012 sale al aire el primer programa de “Deporte Sostenible”. Como equipo de trabajo se ha experimentado que la radio universitaria es una gran herramienta en la construcción de una agenda propia. Cuando se inició el programa, si bien ya había una tendencia global a incorporar nociones de sustentabilidad en diferentes temas, no existía en el país una experiencia similar con respecto al abordaje de las temáticas del Deporte Sostenible, las experiencias que se conocían hasta el momento se daban en España y se tuvo la oportunidad de llevar adelante un programa que generó desde un principio una agenda propia, aspecto que no siempre es viable en medios de gestión privada donde prima la rentabilidad. La posibilidad de “dar voz” a estudiantes, docentes, deportistas, profesionales y vecinos de la comunidad; fue desde un principio y continúa siendo una experiencia de empoderamiento colectivo, donde la palabra pasa a ser también un jugador importante en lo que respecta al Deporte y su relación con el ambiente. Y hoy también se continúa con el compromiso de seguir comunicando a través de las redes sociales.

EJE 14. INFANCIAS, JUVENTUDES, TRAYECTORIAS DE VIDA

DE JÓVENES Y CIUDADES: ITINERARIOS DEL PARKOUR EN LOS ESPACIOS URBANOS DE PERICO, JUJUY

Castro, José Oscar.- Universidad Nacional de Jujuy (UNJU)
(castrojose.comunicadorsocial@gmail.com)

Este trabajo tiene como objetivo describir y analizar cómo las y los jóvenes adscriptos/as al Parkour y agrupados bajo el nombre “Big Jump” trazan la ciudad de Perico, provincia de Jujuy. A modo de definición orientadora el parkour, es una práctica corporal basada en el desplazamiento o trazado por diversos espacios de las ciudades a través de múltiples movimientos que deben ser fundamentalmente fluidos.

Teniendo como puntos de partida teóricos la Comunicación, Juventudes y Ciudades; y adoptando un enfoque etnográfico para comprender el fenómeno social en estudio desde la perspectiva de las y los jóvenes, se exponen las imágenes, jerarquizaciones y valoraciones sobre la ciudad que guían su práctica y se profundiza en cuatro espacios (EJESA, Plaza 20 de Junio, Plaza San Martín y Bodega abandonada) que además de ser sitios elegidos para sus encuentros y prácticas, se constituyen en lugares donde las interacciones, las maneras de apropiación, (re)significación, usos de los espacios y conflictos emergen con mayor intensidad. Finalmente, se exhibe y analiza el anhelo de las y los jóvenes de construir un lugar propio diseñado por ellas y ellos, con sus propias normas de regulación y acceso; se evidencian los motivos que alientan esta acción y cómo visibilizan la exclusión de la sociedad en la construcción sociocultural de los espacios urbanos.

JUVENTUDES Y TECNOLOGÍAS: NARRATIVAS DESDE LA ESCUELA PÚBLICA EN EL CAMPO Y LA CIUDAD

Chachagua, María- CIITED/ CONICET
(mariach208@gmail.com)

Esta ponencia fue realizada en base al trabajo de campo que la autora realizó para su tesis doctoral. El trabajo propone caracterizar a los y las jóvenes de las escuelas, en las que se indagó, con el objetivo de mostrar la heterogeneidad existente desde sus propios relatos y experiencias con las netbooks del Conectar Igualdad (PCI), como punto de ingreso a la configuración más amplia de sus variados universos sociales y culturales, y sus relaciones con el sistema escolar como espacio de sociabilidad central en esta etapa de sus vidas.

De esta manera, el trabajo da cuenta de los usos de las tecnologías digitales en general, y cómo se da el proceso de incorporación de las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) en diversos momentos que incluyen la llegada del PCI. También se aborda la vinculación con el uso de los celulares y las redes sociales. Finalmente y de manera transversal, esta ponencia propone una reflexión del concepto de juventudes para pensarlo en relación a las nuevas tecnologías.

HACER HUELLA

Fernández Lafuente, Emilia- Docente en la Tecnicatura Universitaria en Diseño de Indumentaria y Textil - FAU - UNT
(memi_mimi@hotmail.com)

Pensar en estrategias para desarrollar nuestra potencialidad como personas implica reconocernos como seres sociales atravesados por una cultura, enmarcado en un estado de derecho que nos brinda un contexto para dicho

desarrollo. Pero ¿Qué sucede cuando estos derechos se vulneran? ¿Cómo reconocer las diferentes condiciones que nos oprimen? ¿Cómo transformar nuestra realidad?

Agudizar la mirada para reconocer nuestro entorno y poder leernos dentro de él nos permitirá bucear en aquellos valores y creencias que nos identifican. La identidad es un fenómeno subjetivo que se construye en interacción con otros. Es importante a la hora de reconocer nuestra identidad, el análisis del lugar que habitamos y de quienes nos rodean.

Una vía para lograrlo es insertar el desarrollo artístico y cultural partiendo de la propia comunidad. El arte cumple las funciones de comunicar, educar y formar valores, donde el hombre puede adquirir visiones, concepciones y conocimientos relacionados con su arraigo cultural y su identidad. Este es un camino para pensar y transformar aquellos aspectos de nuestro presente, permitiendo de esta manera hacer oír las voces de los jóvenes a través de producciones artísticas resultantes de un proceso de investigación que los dote de herramientas para reflejar su comunidad, teniendo en cuenta en estas producciones un valor estético y de diseño.

Toda producción de este espacio se pone en juego no solo en el propio entorno sino que atraviesa las barreras simbólicas del arte de elite y es la voz viva de aquellos que reclaman su inclusión desde la acción. Comenzando para ello un viaje itinerante donde son los jóvenes productores protagonistas en eventos de intercambio socio-cultural-artístico donde dan a conocer sus propias voces.

CONTINUIDADES Y RUPTURAS EN LAS REPRESENTACIONES SOCIALES DE ESTUDIANTES DE PRIMARIA Y SECUNDARIA

María Belén Melich- Universidad Nacional de Quilmes
(bmelich@hotmail.com)

El presente proyecto analizará las representaciones sociales que los estudiantes del nivel secundario del ciclo superior construyen sobre los docentes y la escuela a la que pertenecen. Para ello, se indagará a estudiantes de los turnos mañana y tarde de la Escuela Secundaria N° 52 en Bernal y N° 51 de Quilmes, ambas de gestión pública, de la Escuela Secundaria N° 79 de Solano con nivel uno de desfavorabilidad y del Instituto Fray Mamerto Esquiú en Solano de gestión privada durante la última mitad del ciclo lectivo 2018 y la primera mitad del 2019.

Este proyecto tiene la finalidad de complejizar una previa investigación realizada en mi autoría en la que se indagaron las representaciones sociales que tienen los estudiantes de primer y sexto grado sobre los maestros y la escuela durante los ciclos lectivos 2014, 2015, 2016 y 2017 en las escuelas primarias. De esta manera, se analizarán las continuidades y rupturas en la construcción de las representaciones en los diferentes niveles: en el primer y último año de formación primaria y en el último ciclo del nivel secundario y se comparará los resultados entre las tres escuelas mencionadas, teniendo en cuenta que se diferencia en el tipo de gestión y en el rango de desfavorabilidad.

En resumen, este trabajo exploratorio indagará los modos en que los estudiantes del secundario construyen el sentido común acerca de la figura de los docentes, cómo los visualizan, qué sentimientos y valores tienen sobre ellos. Por otra parte, se indagará qué representaciones tienen sobre la escuela, los modos de concebirla, sentimientos de pertenencia y reflexiones sobre la misma como espacio de contención y/o aprendizaje.

DERECHOS DE LAS NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES: EL ROL DEL ESTADO FRENTE A SU REITERADA VULNERACIÓN. APORTES DESDE LA PROMOCIÓN, PREVENCIÓN Y EDUCACIÓN

María Laura Leno
(lic.laura.len@gmail.com)

Los principales derechos de los chicos son violados en nuestro País y las implicancias de este fenómeno que crece, causa alarma. El desarrollo de la economía y la implementación de un capitalismo salvaje, ha hecho volver al tapete de los temas la vulneración de los derechos de los chicos, donde puede verse hoy en día en distintos lugares del mundo el trabajo infantil, el comercio de chicos, el aumento notable de la prostitución infantil, la negligencia, el abandono y el maltrato Psico-físico; que no hace más que retrocedamos cientos de siglos en la concepción del niño y el trato que de ello se desprende al ser un SUJETO DE DERECHO.

Los derechos percibidos como más vulnerados en lo que respecta a los niños, niñas y adolescentes (NNA) desde la perspectiva de los adultos de referencia, en los grandes aglomerados urbanos del país, son: el derecho a una educación de calidad (62,2%), a la alimentación (49,2%) y a no ser maltratado (43,1%). (EDSA, Observatorio de la Deuda Social Argentina. UCA)

Los derechos de Niños/as que menos se cumplieron en la Argentina durante el año 2009, de acuerdo a los datos suministrados por la EDSA, Observatorio de la Deuda Social Argentina. UCA son:

Una Educación de calidad.....	62,2%
Alimentación	49,2%
No ser maltratado.....	43,1%
Atención de la Salud.....	41,3%
Ser escuchados	32,8%
No ser discriminados.....	29,3%
Una familia.....	23,7%
Recreación.....	9,3%
Tener un nombre y una nacionalidad.....	4,1%
No sabe.....	0,4%

En la ciudad de Caleta Olivia, se registran aproximadamente 80.000 habitantes a partir de la proyección del Censo 2010. Representando los niños entre 0-18 un 25% del total de la población, equivalente a 20.000 NNA. Desde el año 2016 a la fecha, han ingresado un promedio de 767 denuncias sobre vulneración de derechos que abarcan situaciones de Abuso Sexual Infantil, negligencia parental, maltrato Psico físico, abandono, violencia colateral, entre otras. Al ingresar estos informes, se realizan evaluaciones interdisciplinarias que conllevan la toma de Medidas de Protección o de Excepción tal como establece la ley Provincial N°: 3.062.

Se debe considerar que los abordajes no culminan en un período que pueda delimitarse taxativamente, sino que cada grupo familiar difiere en el tiempo que pueda requerir de una medida de protección, por lo que el trabajo se suma año a año; es decir, en el año 2018 se continúa abordando familias de períodos anteriores. Se agotan todos los recursos posibles en constante articulación con otras entidades, a los fines de brindar acompañamiento a los niños en situación de vulnerabilidad y contribuir de esta manera, para el fortalecimiento del grupo familiar. Este proyecto sumaría respuestas a la necesidad de generar campañas en materia de prevención y promoción de Derechos con una estrategia educativa acertada a la población que se requiere sensibilizar.

JUVENTUD(ES) PRO DE LA CIUDAD DE RIO CUARTO, CÓRDOBA. ¿QUÉ COMUNICACIÓN PARA QUÉ SUBJETIVIDAD?

Maria Marta Balboa- Universidad Nacional de Río Cuarto.
(mariamartabalboa@gmail.com)

El presente trabajo se encuadra en una línea de investigación que tiene como objetivo general: cartografiar los diversos pliegues -rupturas y continuidades- de la subjetividad política de los jóvenes que participan en el Partido Propuesta Republicana en la ciudad de Río Cuarto, provincia de Córdoba. Esta experiencia se articula institucionalmente con 2 proyectos de investigación radicados en la Universidad Nacional de Córdoba y la Universidad Nacional de Río Cuarto. Ambas tienen como temática las subjetividades políticas juveniles.

En este marco, el presente trabajo intenta responder un primer interrogante que entrecruce 2 dimensiones: los modos de comunicación que sostienen a las prácticas de socialización política y; los sentidos subjetivos que emergen en los jóvenes que participan en este tipo de propuesta político-partidaria.

Para esto partimos de 2 supuestos teóricos. Conceptualizamos subjetividad política, como una configuración de sentidos subjetivos que los sujetos vamos construyendo en las experiencias cotidianas que tramamos con otros en orden a la resolución de todo aquello que implica nuestra vida en común (Bonvillani, 2013, pp.84).

Este desafío de la vida común se ubica en el mundo de lo social, atravesada por el clivaje: derecha / izquierda. En este sentido, recuperamos a Norberto Bobbio, en la revisión que realiza de este clivaje ubicando a la igualdad como eje ordenador de la misma: “la esencia de la distinción entre la derecha y la izquierda, o a partir de ahora, entre las derechas y las izquierdas (pues hay graduaciones en cada familia) «es la diferente actitud que las dos partes

—el pueblo de la derecha y el pueblo de la izquierda— muestran sistemáticamente frente a la idea de igualdad»: aquellos que se declaran de izquierdas dan mayor importancia en su conducta moral y en su iniciativa política a lo que convierte a los hombres en iguales, o a las formas de atenuar y reducir los factores de desigualdad; los que se declaran de derechas están convencidos de que las desigualdades son un dato ineliminable, y que al fin y al cabo ni siquiera deben desear su eliminación” (Joaquín Estafanía en Bobbio, 2014, p. 15) En términos de elecciones metodológicas, a partir de una estrategia centrada en la observación y la entrevista en profundidad. De este modo, primero se acompañó a los jóvenes PRO de la ciudad de Río Cuarto, en sus prácticas cotidianas de socialización política (reuniones, timbreo, actividades de propaganda política, entre otras). Luego, se invitó a algunos de ellos a conversar sobre las actividades observadas.

¡NI UNA BALA MÁS, NI UN FACU MENOS!

Marisa Aldana Tinte- Universidad Nacional de Jujuy
(aldanamarisa@gmail.com)

Este trabajo se enmarca en el proyecto de tesis de grado de la autora. Se toma como pregunta de investigación ¿Cómo construye el diario digital La Gaceta de Tucumán la plebeyización en las imágenes de Facundo Ferreira?

Para ello se tomará como principal fuente de información las imágenes o fotografías publicadas en el diario y la redacción que acompaña al contenido noticioso como complementaria. El objetivo que guiará al trabajo está directamente relacionado con la construcción de la plebeyización en las imágenes de Facundo Ferreira.

Por un lado, es importante mencionar que las construcciones que los medios de comunicación generan sobre determinado tema, objeto o persona son luego aceptadas, compartidas y apropiadas por las sociedades. Entonces se vuelve “común” decir que Facundo Ferreira ‘fue un delincuente y su familia es la misma lacra’ (comentario extraído del diario digital La Gaceta de Tucumán). Esto es lo que constituye a los imaginarios sociales, las formas en las que el mundo, o parte de él, puede ser representado (García Vargas 2008), ya sea por medio de discursos, imágenes o fotografías. Dentro de esta última que, las fotografías, si bien son la forma más o menos exacta de mostrar un recorte de la realidad, también son una representación de lo real (Sontag 1977). Con respecto a la plebeyización esta cumple un papel fundamental dentro de este esquema, entendiéndola como una apropiación (Alabarces y Silba 2014) que el medio hace de esas imágenes de Facundo. Cuya elección, no son para nada azarosas, ya que responden a los intereses del propio medio.

Por otro lado, el enfoque del trabajo con las imágenes permitirá evidenciar el uso que el medio hace de ellas, contribuyendo a la construcción de la plebeyización y que por ende generan una determinada y supuesta identidad sobre Facundo Ferreira.

Por último, y no menos importante, este trabajo aún se encuentra en proceso de construcción, es por ello que se encamina dentro de breves aproximaciones, que luego serán abordadas en su totalidad.

¿QUÉ HACEN LOS CHICOS Y LAS CHICAS EN LOS DIARIOS? LA CONSTRUCCIÓN DE LA NIÑEZ Y LA ADOLESCENCIA EN LA PRENSA GRÁFICA DE SANTIAGO DEL ESTERO.

Mariana Nataly Clark Gola
(mnataly.cg@gmail.com)

Durante las últimas décadas se han producido cambios en materia de niñez y adolescencia puesto que, la aprobación de la Convención Internacional de los Derechos del Niño marcó un antes y un después en la concepción de infancia que se tenía hasta ese momento.

En la Convención se inspiraron otras legislaciones, en Argentina la Ley Nacional 26.061 de Protección Integral de Derechos de Niñas/os y Adolescentes y en Santiago del Estero la Ley Provincial 6.915. Si bien la sanción de estas leyes no garantizan el pleno cumplimiento de los derechos de los/as chicos/as, deberían trazar el camino a seguir para lograr transformar pautas culturales, instaladas hace siglos, que impiden ver a los niños/as y adolescentes como portadores de derechos.

En este marco, cabe preguntarse ¿de qué forma los medios de comunicación pueden contribuir o no a la defensa

y promoción de los derechos de la niñez y de la adolescencia? ¿Qué ocurre con la prensa gráfica de Santiago del Estero? ¿Qué representaciones de las infancias y las adolescencias construyen en sus noticias?

Como propuesta para la profundización del análisis que hacen los diarios sobre éstas cuestiones, se observó desde y con enfoque de derechos ¿qué lugar ocupan los niños/as y adolescentes en la noticia gráfica?, ¿se los entrevista?, ¿qué sentidos y significación cargan los términos con los que se los menciona?, ¿en qué medida los diarios promueven la representación de ellos/as como sujetos de derecho?, ¿cómo se los muestra en contexto de vulneración de derechos?, ¿en qué situaciones son nota de tapa?, ¿aparecen estereotipos determinados respecto a la infancia y adolescencia?

Es así que, esta investigación tuvo como objetivo indagar sobre la construcción del concepto de niñez y adolescencia en la prensa gráfica de Santiago del Estero a partir de las representaciones que circulan en las noticias publicadas en los diarios El Liberal y Nuevo Diario entre septiembre y diciembre de 2015.

Se propuso un abordaje de tipo cualitativo. Se llevó a cabo un estudio exploratorio-descriptivo donde se recurrió a la utilización de estrategias que permitieron recabar la información requerida mientras que, la fase empírica inició con el análisis de los textos, lo que permitió conocer cómo representan los medios gráficos de Santiago del Estero a los/as niños/as y adolescentes a través de las noticias que publicaron durante los meses analizados.

Entre los resultados obtenidos se destacan: la escasa participación de los chicas/os en los diarios, predominan las noticias donde se los muestra de manera negativa, se priorizan noticias sobre abuso sexual y es uno de los temas más mal tratado por ambos diarios, policiales se posiciona como la sección en la que más aparecen, la voz de los chicos esta silenciada en las coberturas, entre otros aspectos.

En síntesis, se intentó brindar nuevos aportes al campo de la comunicación focalizando en el rol de los medios, no sólo en la construcción de representaciones de la niñez y adolescencia, sino también en el compromiso que podrían asumir para promover sus derechos e impactar en las políticas públicas destinadas a ellos/as.

LAS CULTURAS ADULTOCÉNTRICAS DESDE LOS REPERTORIOS DE ADOLESCENTES EN EL MARCO DEL PROYECTO TRAYECTO U.N.JU. DE AGOSTO A NOVIEMBRE DEL AÑO 2018

Matias Rivera
(riveramatiasjujuy@gmail.com)

En este trabajo se analiza la presencia de prácticas adultocéntricas que subyacen a las formas de interacción intergeneracional basadas en la desigualdad a partir del ejercicio de poder que ejercen las personas adultas sobre las y los adolescentes de Jujuy, en el orden de la cotidianidad. De esta manera, se busca recuperar la percepción y las representaciones sociales que construyen las y los participantes de las dinámicas de grupos que propone el taller de Trayecto UNJu, donde manifiestan los obstáculos de pensar con libertad en un proyecto de vida en relación a la educación superior, responsabilizando a las personas adultas que intervienen en la toma de sus decisiones.

Así, con una metodología cualitativa-interpretativa, a partir de técnicas de observación participante y el análisis de las dinámicas de grupo se busca entender cómo se construye simbólicamente las relaciones de dominación, abordando sus discursos y practicas desde la dimensión situacional y contextual-relacional, como las prácticas, creencias y significados que circulan en la vida cotidiana y dentro de los cuales se puede reconocer desigualdades, poderes e historia (Grimson, 2012). Por lo tanto, se trata de recuperar la noción de adultocentrismos que implica no sólo conceptualizarlo como sistema de dominación, sino también, como categoría de análisis (Duarte, 2012). Estos diálogos entre generaciones suponen ciertas tensiones y negociaciones permanentes donde se gestionan los consensos y los conflictos.

De esta manera, sobre el carácter conflictivo de las relaciones, se puede entender a la cultura como una arena de lucha por el control de la producción de verdades y la hegemonía política y cultural (Walsh, 2002; Williams, 1980). Pensar de esta manera la cultura permite mirar las desigualdades y las relaciones de poder que se constituyen en múltiples sentidos. Por otro lado, la forma de entender la culturas que construyen y habitan las nuevas generaciones (Reguillo, 2002), y las generaciones adultas, se basa en una perspectiva de lo político (Mouffe, 2011) que permitirá analizar la forma en la que se instituyen esas relaciones de dominación y fundamentalmente, analizar la búsqueda de consensos, entre generaciones, desde el conflicto.

En este contexto en el que adquieren visibilidad las prácticas sociales que reproducen formas de dominación a través de la imposición normativa que opera sobre los proyectos de vida de las y los adolescentes, y los subordina por su condición de edad, los medios de comunicación se convierten en una herramienta de igualación. Siguiendo esta

línea, cabe destacar la importancia de los estudios de género para las investigaciones en torno a las generaciones, entendiendo que es el patriarcado la célula elemental de toda violencia y la comunicación para el cambio social la teoría que permite pensar en tácticas y estrategias de interpelación al orden instituido por el mundo adulto. Por lo tanto, es pensado el adultocentrismo como una forma de violencia simbólica que se reproduce en las prácticas intergeneracionales de la vida cotidiana y que ponen de manifiesto a través de sus narrativas las y los adolescentes en las dinámicas de grupo propuestas en el marco del proyecto Trayeto U.N.Ju.

“EL CUENTO DE LA CRIADA” (BRUCE MILLER, 2017-2018). UNA FICCIÓN PERFORMATIVA DEL ESPACIO PÚBLICO Y SU INCIDENCIA EN REDES SOCIALES

Pablo Gullino- Universidad Nacional de General Sarmiento
(pablogullino@gmail.com)

El objetivo de este trabajo es el análisis de la serie norteamericana “Handmaid’s Tale” (Bruce Miller, 2017-2018), Asimismo se indagó en los comentarios que los usuarios de la plataforma YouTube dejan en los videos, sobre las diferentes manifestaciones políticas en lo que refiere al reclamo en la plaza del Congreso.

El trabajo releva las modalidades de representación política que ponen en escena los ciudadanos en contextos de redes sociales informáticas (Slimovich, 2012) y las particularidades de internet en la construcción de la información de actualidad (Scolari, 2008; Mazzone, 2018) sin descuidar las formas de difusión de las ficciones actuales (Jenkins 2009; Donstrup, 2017).

Este trabajo forma parte de la investigación ‘Representaciones mediáticas en un contexto de transformaciones tecnológicas y políticas neoliberales’ que dirige la Mgter Beatriz Alem en la Universidad Nacional de General Sarmiento para el periodo 2019 – 2021

POLÍTICA UNIVERSITARIA EN INTERNET. UN CASO EN UNA SOCIEDAD TRADICIONAL

Hector Saltó- UNSE-Conicet
(hectorsalto@gmail.com)

La propuesta consiste en evidenciar las formas en que una agrupación universitaria, en una institución pública, utiliza las redes sociales en Internet para el desarrollo de su repertorio de acciones políticas. El trabajo se concentrará en las formas de participación política en la red, desde la perspectiva de los referentes de una agrupación universitaria en la Universidad Nacional de Santiago del Estero a partir de lo que ellos mencionen en distintas entrevistas.

Se propone ofrecer la posición de los jóvenes universitarios que dan vida a la política estudiantil en una universidad pública en una provincia como Santiago del Estero, que a lo largo de su historia vivió episodios que constituyen verdaderos “hitos” en la escena política nacional, como por ejemplo “El Santiagueñazo” en 1993 y la Intervención Federal de 2004 que cerró la etapa conocida como “El juarismo”. Se parte de la premisa que los estudiantes universitarios en la provincia, se constituyen actores emergentes en la escena política, conformándose como una parte esencial del colectivo conocido como “los jóvenes”.

EJE 15. COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA CIENCIA

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, CREATIVIDAD E IMPACTO SOCIAL. COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA DESDE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA

Victoria Accorinti- UNLaMatanza
(victoriaaccorinti@gmail.com)
Soledad Virginia Libonati- UNLaMatanza
(virlibonati@gmail.com)

En esta ponencia se analizan las principales acciones y dispositivos de comunicación pública del conocimiento científico-tecnológico implementados por los distintos actores del Departamento de Ingeniería e Investigaciones Tecnológicas de la Universidad Nacional de La Matanza (DIIT UNLaM), relevados durante el año 2018 con la finalidad de identificar motivaciones, objetivos y estrategias puestas en juego en el marco de las actividades de vinculación universidad-comunidad, marcadas por la innovación, la creatividad y el impacto social.

Algunas de las preguntas que guían este análisis son: ¿Cómo se estructura y organiza la dinámica interna del DIIT en función de promover hacia el exterior del locus universitario el ejercicio de las ingenierías? ¿Qué acciones llevan adelante para acercar y hacer circular ese caudal de conocimiento, en qué marcos, con qué actores, para quiénes? ¿Dónde se enfoca la toma decisiones estratégicas de comunicación? ¿Cómo se contempla en las acciones divulgativas el vínculo con la comunidad local, regional y/o global?

Por su alto grado de transferencia y diversidad de contenidos, se seleccionaron tres actividades principales transversales a todas las carreras de ese departamento académico: “Despertar Vocacional: Escuelas Secundarias”, “Expo Proyecto” (conformado por “Expo Ingeniería”, “Expo Escuelas”, la competencia “Robolucha/FútbolRobot” y seminarios/workshops de capacitación), y la participación como una de las sedes nacionales en el “Rally Latinoamericano de Innovación”.

Todas ellas cruzan la frontera universitaria, interactúan con distintos destinatarios de la comunidad. Como afirma Manuel Medina en el prólogo a Ciencia: Abriendo la caja negra de Steve Woolgar, “al igual que todas las realizaciones culturales del hombre, ciencia y tecnología son construcciones sociales” (1991:8). Esta premisa está implícita en el discurso de las autoridades, docentes y estudiantes entrevistados para esta investigación: se reconocen como agentes de cambio para la sociedad. Es constante la referencia a la comunidad matancera y al “conurbano bonaerense”, y en segunda instancia al entorno nacional y regional, como aquellos contextos cuyas problemáticas de tipo social, económico, sanitario, bio-ambiental, son profundamente observadas y resultan campos de acción propicios para intervenir.

Las dinámicas de divulgación implementadas en cada caso resultan enriquecedoras para todos los participantes, ya sea pensando en sectores específicos como lo son los estudiantes de las escuelas medias técnicas, o bien proponiendo una extensión más abierta a la comunidad teniendo en cuenta la heterogeneidad de esta. Así, se presentan las diversas estrategias comunicacionales para reforzar la importancia del valor que representa la actividad tecnológica: su capacidad transformadora, en todos los aspectos imaginables ya que “(...) de una manera u otra, la ciencia penetra todos los aspectos de la vida” (Woolgar, 1991:15).

EL INVOLUCRAMIENTO DE DOCENTES E INVESTIGADORES EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA CIENCIA

Cristian Azziani- UNR
(azzcristian@hotmail.com)

Sea aisladamente como así también en el marco de sus investigaciones, y en razón de su filiación universitaria, los docentes-investigadores de las Universidades Públicas Nacionales realizan sus propios recorridos para vincularse con una multiplicidad de actores sociales. En este sentido, establecen estrategias propias destinadas a poner en

circulación sus producciones de conocimientos.

Debido a lo expuesto, este trabajo exhibe los resultados de una investigación descriptiva y cualitativa, que buscó conocer los procesos de involucramiento y movilización de docentes e investigadores en ciencias sociales frente a la comunicación social de la ciencia.

El estudio se encuadra desde una perspectiva integral de los modelos del campo de estudios de la comunicación de la ciencia y mediante una recuperación de los diversos propósitos y sentidos comunicacionales presentes en cada uno de ellos. Este enfoque teórico es puesto en relación con los postulados de la corriente denominada Nueva Forma de Producción de Conocimiento (Gibbons M. 1997; Nowotny H. et al. ob. cit.).

En concreto, la experiencia se focaliza en una serie de prácticas realizadas y en las valoraciones ante el tema por parte de los miembros de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario.

Se argumenta que el conjunto de actitudes y representaciones de los actores académicos mencionados, como así también los factores y particularidades que constituyen la política de evaluación institucional de la investigación en el que se encuentran inmersos, estructuran las acciones y procesos comunicacionales que tienden a poner en relación su producción de conocimientos con la sociedad.

En particular se presentan dos líneas empíricas que se desarrollaron a lo largo del trabajo de campo. La primera consiste en un reconocimiento descriptivo de las prácticas comunicacionales vinculadas a actores extra-académicos desarrolladas en el marco de los Proyectos de Investigación y Desarrollo (PID); desde el cual se postulan tres perfiles de investigación según su comunicación realizada.

La segunda línea de trabajo es de carácter testimonial, a través de entrevistas en profundidad a los docentes e investigadores en cuestión. Se trata de los resultados de una descripción de su universo de sentido; específicamente de sus percepciones, imágenes y valoraciones acerca de los diferentes componentes intervinientes en el proceso de comunicación social de la ciencia.

REFLEXIONES SOBRE FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA EN LA FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Verginia Cáneva- UNLP

(vir.caneva@gmail.com)

Patricia Viale- UNLP

(pviale@perio.unlp.edu.ar)

Daiana Bruzzzone- UNLP

(daibruzzzone@yahoo.com.ar)

Julieta Párraga- UNLP

(parraga.julieta@gmail.com)

El presente trabajo tiene como objetivo compartir reflexiones sobre la experiencia formativa desarrollada en el marco del seminario interdisciplinario Debates y prácticas de la Comunicación de la Ciencia: lógicas de producción y circulación de la investigación científica. La materia formó parte de la propuesta académica del primer cuatrimestre del ciclo lectivo 2019 de las carreras de Licenciatura y Profesorado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. La motivación principal que dio origen a la materia fue cubrir un área de interés vinculado con la visibilidad de la labor de los/las investigadores/as y los modos en los que la profesión del/la comunicador/a puede ofrecer a la hora de poner en circulación esas producciones.

En este sentido, durante el transcurso de las clases se buscó reflexionar e interactuar tanto con el campo académico como con el profesional del/la comunicador/a. Los/las estudiantes pudieron reconocer las lógicas, instituciones y prácticas científicas junto a las rutinas de producción y circulación de contenidos mediáticos en los cuales se difunden los aportes producidos por el campo científico. Esta articulación estuvo orientada a dar cuenta de las potencialidades que son posibles construir.

Para alcanzar los objetivos delineados el equipo docente propuso como ejes temáticos: planificación de gestión de la comunicación en investigación y ciencia; ámbitos de la producción y circulación científico-académica; lenguajes, formatos y prácticas: comunicación de la ciencia en radio, televisión, producciones multimediales y redes sociales.

Las estrategias pedagógicas construidas por el equipo docente fueron las de seminario taller teórico-práctico.

En las clases se trabajaron concepciones y perspectivas del campo de la comunicación de la ciencia en diálogo con prácticas profesionales.

A partir de lo expuesto en esta ponencia compartiremos reflexiones relativas a los desafíos, limitaciones, aciertos y reorientaciones que esta primera experiencia en el grado nos ofrece a los/las comunicadores/as y a quienes tenemos como intención movilizar vocaciones profesionales que articulan el campo comunicacional y el científico.

“CONSTRUYENDO REPRESENTACIONES DESDE EL CONTEXTO LOCAL: DESDE LA DEMOCRACIA HASTA EL 2001”

Evangelina Gonzalez Pratz- UNJu
(evapratx@gmail.com)

En las tres últimas décadas Argentina ha sido objeto de múltiples transformaciones estructurales. Se convirtió en un laboratorio de nuevas formas de acciones colectivas que reactivaron relatos y acciones vinculadas con el pasado y actual paisaje sociopolítico y económico latinoamericano, en relación a los matrices políticos-ideológicos y de gobierno. Uno de los momentos en que este proceso se vio con claridad fue el de los cacerolazos del 19 y 20 de diciembre de 2001 (Gordillo, 2010), y que no tardaron en extenderse. En esta instancia coyuntural, se dio una situación rebote sobre la coyuntura a nivel nacional y que iba perfilando su inestabilidad a las distintas provincias. Jujuy sufrió la cesación de pagos que, junto a la dolarización y la convertibilidad de la economía, perjudicó gravemente a gran parte de la población jujeña debilitando el poder político. Por esto nos preguntamos ¿Cómo y de qué manera se construyen las representaciones mediáticas y sociales en los diarios de referencia dominante sobre los actores involucrados durante la crisis del 2001 en Jujuy?

EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA CIENCIA EN EL ÁREA DE COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES DE LA U.N.SA

Ariel Montañez- U.N.Sa
(maximilianomontanez@gmail.com)
Amanda Gutierrez- U.N.Sa
(mandisabelgutierrez@gmail.com)
Nahuel Zapana- U.N.Sa
(nahuzapana420@gmail.com)

El presente informe pretende dar cuenta del trabajo realizado por el Área de Comunicación de la Facultad de Ciencias Naturales durante el período 2016-2018. El mismo está vinculado a la producción y elaboración de piezas audiovisuales con fines de comunicar en las redes sociales de la institución, el conocimiento científico producido desde las distintas carreras.

En esta oportunidad seleccionamos dos casos específicos de trabajos, enmarcados en la sección “Archivo de Tesis”. El primero está basado en una tesis de grado correspondiente a la Licenciatura en Ciencias Biológicas. La investigación titulada “Comunidades de Tardígrados (tardígrada, ecdysozoa) en hábitats urbanos de la ciudad de Salta” pertenece a la Lic. Alfonsina Grabosky, este video expone el proceso de selección, recolección y montaje de esta especie.

El segundo caso corresponde al video: “Cuando en Salta hubo mar: La formación floresta de la Sierra Mojotoro” el cual visibiliza la tarea de grupo de estudiantes y docentes que, a partir del contenido fósil de La Formación Floresta, hallan rastros de la fauna que habitaba en el fondo del mar, cuando nuestra provincia era parte del mar.

Este material está basado en un proyecto de investigación dirigido por la docente y bióloga, especializada en Paleontología, Josefina Aris. El título del trabajo es: “La fauna Bentónica de la Formación Floresta (Tremadociano), Sierra de Mojotoro, Cordillera Oriental, Salta (Argentina). Comparación con la Biota de la Formación Fezouata, Marruecos en búsqueda de nuevas evidencias Paleobiogeográficas y evolutivas relacionadas al gobe”.

En ambos casos se buscó dar a conocer parte del proceso de indagación de las temáticas en cuestión con el acompañamiento de las profesionales involucradas en el área, haciendo uso de herramientas comunicacionales, que per-

mitieran a la vez, obtener un contenido inteligible y riguroso (desde el punto de vista científico).

LA COMUNICACIÓN DE LAS CIENCIAS SOCIALES EN LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. UN ANÁLISIS DE REDES SOCIO-TÉCNICAS

Bárbara Masseilot- UBA
(massbarb@gmail.com)

¿Cómo se comunican los conocimientos producidos por las ciencias sociales en la Universidad de Buenos Aires? ¿Qué fronteras operan en dicho proceso? ¿Cómo co-participan esas ciencias en la producción de conocimiento interdisciplinario? ¿Qué actores-red participan en la circulación de saberes?

El trabajo supone una reflexión teórico-metodológica acerca del uso del análisis de redes socio-técnicas y la aplicación de la Teoría del Actor-Red (Latour, 2008) en los estudios sobre la comunicación de las ciencias. La misma surge de la investigación en curso como becaria y maestranda de la carrera Investigación en Ciencias Sociales (FSOC-UBA) acerca de la comunicación de conocimientos producidos por las ciencias sociales en el marco de los cinco Programas Interdisciplinarios de la Universidad de Buenos Aires (PIUBA), creados entre 2007 y 2012 y aún vigentes, en los cuales intervienen sus trece Unidades Académicas. Se trata de los Programas Interdisciplinarios sobre: Cambio Climático (PIUBACC); Marginaciones Sociales (PIUBAMAS); Energías Sustentables (PIUBAES); Desarrollo Industrial, Agropecuario y de Obras y Servicios Públicos (PIUBAD) y Transporte (PIUBAT).

CIENCIA, TECNOLOGÍA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. REFLEXIONES SOBRE EL PERIODISMO CIENTÍFICO Y LA COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA

Noelia Meuli- UNT
(meulinoelia@gmail.com)

Una de las instancias claves y estratégicas dentro del proceso de investigación y la producción de conocimiento científico es la comunicación de los resultados, lo que hace a la democratización de la ciencia, el avance de la misma, la intervención y aplicación en distintos niveles dentro de la sociedad, entre otras características.

Esta instancia ha quedado estrechamente relacionada a situaciones específicas que en este escrito trataremos de sacar a la luz y junto con ello reflexionar en torno a: 1. Quiénes y de qué manera se producen y dan a conocer los resultados científicos y tecnológicos, 2. Qué lugar ocupan los medios de comunicación -inclusive las revistas especializadas y/o científicas- y en consecuencia la función del periodismo científico en este proceso; sin perder de vista al público en general - público lego, profesional y especialistas -.

Al igual que en otros estudios se asume la complejidad de esta tarea ya que son muchos los factores que se cruzan no solo durante el proceso de producción científica sino también durante la publicación de los resultados. En esta dirección se hará mención a dos ejes claves para el análisis: ética de la profesión y ética de la investigación que atraviesan el quehacer científico y a los conflictos de interés intervinientes durante el proceso de producción y la divulgación de la información, sobre todo en el área de la salud y alimentación.

PELIGROSIDAD SÍSMICA EN LA PROVINCIA DE SALTA Y SU RELACIÓN (TENSIÓN) CON LAS REPRESENTACIONES SOBRE RELIGIOSIDAD. COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA PARA INCIDIR

Daniela Nava Le Favi- U.N.Sa / Conicet
(danielanavalefavi@gmail.com)

El trabajo intenta mostrar algunos avances en relación a un plan de beca posdoctoral del CONICET que tiene por objetivo generar un plan comunicacional para modificar prácticas y saberes en relación a los conocimientos de la sociedad sobre sismos en la provincia de Salta. A partir de allí, se piensa cómo las representaciones vinculadas a la

religiosidad, en especial las referidas al Señor y Virgen del Milagro (el culto anti-sísmico), resultan una posible respuesta sobre por qué la peligrosidad sísmica en la provincia se encuentra (in) visibilizada y donde los medios cumplen un papel fundamental en reproducir diversos mitos, los cuales obturan conocimientos científicos que abordan la problemática en la región.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA: PERSPECTIVA SOCIAL SOBRE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA EN ALUMNOS INGRESANTES A LAS CARRERAS DE GRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

Hugo Pizarro- UNC
(pizarro_hugo@hotmail.com)
Victoria Carranza- UNC
(victoriacarranzag@gmail.com)
María Nieva- UNC
(marialauranieva@hotmail.com)
Silvina Ramunda - UNC
(silvinaramunda@yahoo.com.ar)
María Prieto- UNC
(cotyprieto@hotmail.com)
Natalia Gonzalez- UNC
(natycba@yahoo.com.ar)
Javier Leoni- UNC
(jaleoni@hotmail.com)

La presente ponencia da cuenta de la nueva percepción instalada sobre la ciencia y la tecnología en la agenda político-social nacional e internacional, tomando el caso de la prestigiosa casa de estudios pionera de la educación superior en Argentina: la Universidad Nacional de Córdoba. El proyecto toma como línea de trabajo reconocer la imagen que se asocia a la ciencia y la tecnología, y a las nociones y expectativas que contienen alguna carga valorativa de cada una de estas dos entidades.

Para lograr esto, se abandonó el concepto de cultura científica como atributo individual que evoca el cúmulo de saberes apropiados por sujetos en particular (forma de instrucción o acumulación de saber) y se asumió como atributo fundamentalmente social, constituido por el complejo conjunto de elementos que hacen parte de la organización social de la cultura y que interactúan dinámicamente con ésta y se expresa en contenidos cognitivos, simbólicos, institucionales, normativos y organizacionales relacionados con la producción y uso científico y tecnológico.

La ciencia y sus aplicaciones tecnológicas constituyen variables de enorme relevancia para la comprensión de las dinámicas sociales, económicas y culturales contemporáneas, por consiguiente, las investigaciones sociales acerca de la ciencia y la tecnología y su comunicación social se convierten en un campo de estudio de creciente desarrollo.

Es en el marco de tales perspectivas, que surge la inquietud de plantear: ¿cuál es la percepción sobre la ciencia y la tecnología que tiene el claustro estudiantil ingresante de las distintas Unidades Académicas de la UNC?

Ante este interrogante, la investigación ha tenido como propósito conocer la idea/concepción que estudiantes ingresantes a las carreras que ofrece la Universidad Nacional de Córdoba tienen acerca de las ciencias y la tecnología; la valoración con respecto a algunos ámbitos de aplicación específicos; el balance global que de ellas se hace; la idea acerca de los campos en los cuales se cree que se enfoca prioritariamente el desarrollo tecnocientífico; las creencias sobre el manejo de la ciencia en el mundo; el punto de vista acerca de la accesibilidad de la ciencia y la tecnología al público; la imagen de la profesión de investigador en el ámbito local, y la vinculación entre ciencia y tecnología y los medios de comunicación como difusores.

Cabe destacar que actualmente el proceso investigativo no se encuentra concluido por lo que presentaremos a continuación algunos resultados preliminares obtenidos hasta el momento como así también los resultados obtenidos por nuestra investigación precedente en la cual se trabajó en el año 2013 con alumno de dos unidades académicas específicas: ellas son la Escuela de Ciencias de la Información (hoy Facultad de Ciencias de la Comunicación) y la Facultad de Astronomía, Matemática y Física (FAMAF), ambas instituciones de la UNC.

ABORDAJES TRANSDISCIPLINARES DESDE LAS CIENCIAS SOCIALES A CUESTIONES DE GÉNEROS. EL ENFOQUE DESDE LA DIFUSIÓN CIENTÍFICA

Teresa Tsuji- UNLZ
(teretsuji@gmail.com)

La ponencia describirá los fundamentos de dos proyectos de investigación radicadas en la Facultad de Ciencias Sociales y en la de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora de la provincia de Buenos Aires, República Argentina, denominados Enfoques transdisciplinarios en las Cs Sociales en el abordaje de cuestiones de géneros y Difusión científica desde una perspectiva de géneros que se desarrollarán durante el bienio 2019 2021 y que cuenta con antecedentes de investigaciones realizadas con anterioridad en la misma institución.

Este proyecto de investigación surge a partir de las tensiones que se manifiestan en la sociedad, a partir de las propuestas concretas de leyes que se han sancionado en los últimos 15 años, y a partir también de hechos que conmocionaron al conjunto social, como lo fueron casos de violencia que desencadenaron en muertes de cientos de mujeres y como respuesta a esto la multitudinaria adhesión a las manifestaciones de Ni una menos, al debate instalado en torno a la Educación Sexual, y a la fallida sanción de ley de despenalización del aborto.

La propuesta de estas investigaciones es convocar a un diálogo entre diversas miradas disciplinares de las Ciencias Sociales a fin de establecer puntos de encuentro y divergencias que nos permitan indagar, reflexionar y construir propuestas en torno a la problemática de las cuestiones de géneros.

El primero de los proyectos propone convocar a diversos expertos de las disciplinas que forman parte de nuestra Facultad de Ciencias Sociales que abarca diez carreras, en función de proponer miradas en principio autónomas sobre algún aspecto relacionado con las cuestiones de géneros. Estas cuestiones, que de por sí se nos presentan como muy amplias irían siendo enfocadas de manera autónoma desde las distintas disciplinas, y constituirían un primer conjunto de núcleos problemáticos a abordar y poner en diálogo. A partir de este cruce se reformularían espacios de entramados o diálogos posibles y una mayor apertura que podría incluir en principio otras facultades de nuestra propia Universidad, y otros espacios de otras Universidades de otros ámbitos con las cuales ya tenemos por investigaciones anteriores vínculos muy estrechos. En la segunda investigación proponemos realizar una indagación para establecer desde la difusión científica algunas miradas que tendrán que ver con los sujetos, las temáticas, las metodologías y la difusión de resultados en relación con cuestiones de género/s.

Planteamos en esta ponencia la necesidad de trabajar fundamentalmente desde el campo de la comunicación como un elemento estratégico para el abordaje y prevenciones en los asuntos que se relacionan con las cuestiones de géneros.

EJE 16. PRODUCCIÓN DE SENTIDOS E INTERCULTURALIDAD

MIGRACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR. EXPERIENCIAS EN EL TRAYECTO FORMATIVO DE ESTUDIANTES MIGRANTES.

Beatriz Alor Rojas- UNGS/ UNTDF
(beatrizalor@gmail.com)

Las migraciones internacionales han sido históricamente un fenómeno constitutivo para la formación de la nación argentina. A mediados del siglo ~~XX~~ se generó en el país una dinámica histórica en los flujos migratorios, generándose un nuevo patrón de migración intrarregional. Por otra parte, el asentamiento mayoritario de la población migrante en la Argentina se ha dado muy fuertemente en el AMBA, compuesto por la Ciudad de Buenos Aires y los Partidos Bonaerenses. En el caso del Gran Buenos Aires, éste se ha caracterizado por contar con una población mayoritariamente proveniente de pueblos indígenas y de migraciones internas y de países de la región, con tramas y estructuras culturales complejas, formando contextos de diversidad cultural y lingüística. En lo que respecta al sistema educativo, la participación de los migrantes en la educación pública, y especialmente en el ámbito superior, ha sido una instancia sumamente relevante en el país, principalmente en lo que atañe a los estudiantes latinoamericanos. Por ello, este trabajo abordará el recorrido de los y las estudiantes provenientes de Perú, Bolivia y Paraguay en una universidad pública ubicada en el segundo cordón del Conurbano bonaerense. De esta forma, analizaremos el impacto en su acceso y tránsito en la educación superior a través de la generación de prácticas y estrategias para su permanencia, abandono o finalización de estudios. Asimismo, indagaremos sobre los tipos de relaciones interculturales que desarrollan los estudiantes extranjeros y los modos de negociación de su identidad para re-conocerse en la nueva sociedad y afirmarse como migrantes.

COPLAS: REENCUENTRO ENTRE CULTURAS, IDENTIDAD Y SENTIMIENTOS. EL CASO DE LA EDICIÓN 35 DEL ENCUENTRO DE COPLEROS EN PURMAMARCA (JUJUY)

Cisela Bustamante- UNJu
(giselamarisel15@gmail.com)

En el presente trabajo se investigará el arte de coplear y se indagará en las diferentes representaciones de género presentes en los contrapuntos que realizan las/os participantes en el Encuentro de Copleros, en el Departamento de Purmamarca, en la provincia de Jujuy, en su edición de enero de 2019.

Se propone analizar el contrapunto en dicho Encuentro, a partir de la perspectiva de las representaciones y performances que construyen tanto hombres como mujeres, centrando la atención en el conjunto de la práctica (el contrapunteo), los productos (las coplas), los actores sociales (el cantor, la cantadora y el resto del público) y el contexto. Para ello, la metodología se basa en descripciones etnográficas con registros fotográficos y entrevistas en profundidad.

Además, se pretende justificar la necesidad de todo grupo social de establecer diferencias, de identificarse en un encuentro, y de comunicar “algo”. Los diferentes hombres y mujeres que participan de un contrapunto pretenden demostrar su experiencia ante un exigente auditorio, que, en ocasiones, a partir de aplausos, decide quién es el ganador. Para lograr esta meta, los mismos deben poner en juego diversos procedimientos que involucran la creación estética, las estrategias orales, y actitudes subjetivas, por un lado: jugar, conquistar, y por otro el enfrentamiento y la picardía.

En la investigación se encontrará presentes las distintas producciones orales y dentro de él, el objeto de estudio, que es el contrapunto entre hombres y mujeres, además de presentar y describir “la puesta en escena de cada uno de los copleros/as”. Analizaremos la performance que presentan cada uno de sus actores partícipes de esta muestra cultural, como ser el cantar y su especial disposición corporal, la caja con su golpeteo reiterativo y la copla como estructura poética.

Además, describiremos la importancia de la tonalidad de su voz, la caja como herramienta para su canto y las

coplas, discurso de letras que expresa sentimientos, emociones y situaciones cotidianas. Expresando el cantor/ la cantora su experiencia de vida por medio del discurso expresado en su copla como un espacio simbólico en el proceso de comunicar.

Utilizando la comunicación para expresar por medio de sus canciones en coplas distintas historias de vida y convirtiéndola en una nueva forma de expresión oral. Por ende esta investigación pretende darle una valorización a la práctica cultural de la copla, para siga perdurando en el tiempo y siga siendo una práctica que se pasa de generación a generación, y para homenajear a aquellos copleros y copleras que nos deleitaron con sus canciones y hoy no están entre nosotros.

EL PASADO INDÍGENA EN LAS COMUNIDADES DEL SISTEMA SERRANO DE VENTANIA, PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Camila Oliva- UNLP
(oliva.cami@gmail.com)

En el presente trabajo se presentan los resultados de la investigación y análisis de las representaciones sociales oficiales en torno al pasado indígena, construidas y difundidas por los municipios que comprenden el Sistema Serrano de Ventania (Puan, Saavedra y Tornquist), provincia de Buenos Aires. Estas representaciones forman parte de los mecanismos de afirmación y activación de los procesos de memoria colectiva de las comunidades que pueblan actualmente la región. En este sentido, se refuerzan ciertas narrativas sobre otras que intervienen en la conformación de los imaginarios sociales sobre los grupos indígenas que habitaron los últimos 6.000 años. La evidencia material que da cuenta de estos grupos culturales, coexiste y se inserta en el paisaje, en el marco del cual las poblaciones contemporáneas se desarrollan. El testimonio material de los grupos que habitaron el área en diferentes momentos históricos constituye el patrimonio arqueológico, el cual es considerado parte de la memoria materializada de los pueblos contemporáneos. En este trabajo se sostiene que las representaciones sociales en relación a lo indígena se vinculan con la conservación patrimonial, motivo por el cual es pertinente su análisis. Es importante señalar que en esta región se desarrolló la denominada Conquista del Desierto a fines del siglo XIX, la cual tenía por objeto la incorporación de este sector del territorio al Estado Nación de la República Argentina. Este acontecimiento histórico influyó de manera eficaz en los procesos identitarios regionales. Estudios del tipo interdisciplinario que vinculan conocimientos de campos específicos diversos, en este caso la arqueología y la comunicación, pueden ofrecer un aporte significativo a la comprensión de los procesos colectivos identitarios y de memoria en relación a la (in)visibilización del componente intercultural de las comunidades actuales, y de los modos en que las mismas producen sentido en torno a la materialidad arqueológica.

PRÁCTICAS DISCURSIVAS Y CONFLICTOS DE REPRESENTACIÓN ENTORNO A LAS POLÍTICAS PÚBLICAS INDIGENISTAS EN COMUNIDADES DE LA PUNA JUJEÑA

Claudia Carrillo- UNJu
(ninan.carrillo@gmail.com)

A partir de 1995 en Argentina comienzan a proliferar los planes y programas destinados específicamente al sector indígena. En 2017 se crea, en Jujuy, la Secretaría de Pueblos Indígenas, institución que concentra toda labor referida a esta población, ello implica políticas públicas indigenistas que abordan desde la institucionalización cultural a la implementación de proyectos invasivos en territorios indígenas, es este último punto donde se ahondará con el análisis de las prácticas discursivas y conflictos de representación entorno a los proyectos extractivistas en las comunidades indígenas de la puna jujeña durante los años 2016-2017.

En este trabajo de investigación, se entiende a los discursos desde una perspectiva amplia, cuando se los considera constituidos, a diferencia de cómo lo propone Van Dijk, no sólo por la palabra (escrita u oral), sino que además puede tratarse de imágenes, comportamientos, objetos, etc. que se abordan analíticamente, intentando explicar cómo y por qué producen el significado que producen. Es decir, y retomamos a Magariños (2008:47): “un discurso es un texto con semántica”.

A partir del análisis de material audiovisual, textos escritos, y otros datos, se recupera la forma en que se genera, produce, o propone un significado (o una significación) en relación con este tipo de políticas públicas. Con ello, se contribuye al análisis socio-discursivos que acompañan, explican y dan fundamento a las políticas públicas indigenistas.

MONUMENTOS Y MURALES COMO IDENTIDAD SOCIAL Y EXPRESIÓN CULTURAL

Melisa Elsinger- UNJu
(meli.elena87@gmail.com)

La presente ponencia pretende exponer el análisis acerca de lo que expresan murales y monumentos en plazas y muros de diferentes instituciones que componen parte del Patrimonio cultural de la Ciudad de Palpalá, más conocida como ciudad Siderúrgica; en la provincia de Jujuy. Este tipo obras se caracterizan por la utilización pictórica de grandes superficies, que forman parte del arte público, los cuales narran aspectos inherentes a la historia social, política y cultural de un determinado contexto espacial y temporal. Estas manifestaciones artísticas formas parte de la cultura de un lugar, también es una forma de comunicación colectiva, que producen sentidos y constituyen la identidad o memoria colectiva.

Para ello se reconstruye esas memorias a partir de los relatos de los ex obreros de Altos Hornos Zapla y sus familiares, permiten cotejar los mismos con las historias impregnadas en los murales y monumentos. Indagar también en los actuales habitantes el sentido de pertenencia e identidad según puedan interpretar la representación simbólica en estas obras.

Las estrategias metodológicas empleadas fueron, la observación participante, como así también entrevistas en profundidad a los actores involucrados en sus distintas edades. En el análisis se empleó el método cualitativo, para obtener información de los sujetos a través de los discursos, las historias narradas en torno al pasado obrero siderúrgico.

INTERCULTURALIDAD, COMUNICACIÓN Y APROPIACIÓN TECNOLÓGICA: EXPERIENCIAS PEDAGÓGICAS EN EL CONURBANO BONAERENSE

Laura Godoy- UNGS
(laurasgodoy@gmail.com)
Beatriz Alor Rojas
(beatrizalor@gmail.com)

El presente trabajo analizará un proceso de aprendizaje audiovisual comunitario basado en un enfoque intercultural, que refleja las luchas cotidianas, identidades y memorias de jóvenes provenientes de pueblos indígenas y migrantes de la región noroeste del conurbano bonaerense.

Estas experiencias surgen de a partir de la consideración de que, actual e históricamente, los contenidos de los medios masivos y comerciales no responden a las problemáticas culturales y educativas que demandan los sectores populares. Por otra parte se evidencia una falencia en cuanto al reconocimiento de la diversidad cultural por parte del sistema educativo en todos sus niveles de formación. El abordaje de estas demandas, mediante la práctica audiovisual y las discusiones críticas y colectivas, ha permitido la generación de procesos reivindicativos frente a condiciones que vulneran los derechos sociales y culturales de estos sujetos. La apropiación de herramientas y saberes audiovisuales permite el fortalecimiento de las personas como conocedores de su derecho a la expresión y la comunicación. En función de este objetivo, se estudió el papel que juega la imagen en la modelación y producción de las subjetividades, individuales y colectivas, en diferentes dimensiones de la vida social y cultural, así como la generación de narraciones a partir de los procesos de formación y fortalecimiento cultural. De esta forma, las diferentes estrategias pedagógicas llevadas a cabo en el desarrollo de la experiencia de los talleres de cine comunitario en diferentes organizaciones sociales e instituciones educativas de la región noroeste del Conurbano bonaerense permitió visualizar instancias en las cuales no sólo se produce y reproduce el orden social, sino que también se generan nuevos sentidos y resignificaciones sobre las prácticas cotidianas y comunicacionales de las y los actores. Para

la comprensión de las dimensiones significativas de este fenómeno, la propuesta de análisis exige adentrarse simultáneamente en reflexiones y debates contemporáneos acerca del cine comunitario, la apropiación tecnológica y la multiplicidad de identidades presentes en los ámbitos educativos y populares.

LAS SIETE ESFERAS EN LOS SIETE COLORES: ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LOS EVENTOS DE ANIME EN LA PROVINCIA DE JUJUY

Carolina Castro- UNJu
(asimple.vista@hotmail.com)

A partir de la década de los 90', los dibujos animados japoneses llegaron de manera masiva por televisión, a través de los distintos canales de cable y aire, a su vez empezaron a circular revistas nacionales especializadas en el tema, se abrieron una gran cantidad de comiquerías y empezaron a gestarse las primeras convenciones. Jujuy no estuvo ajena a este proceso, pero en un grado mucho menor comparado con provincias como Buenos Aires, Rosario o Córdoba.

El presente trabajo busca hacer una breve reseña de la historia y evolución de los Eventos de anime en la provincia jujeña, analizando sus periodicidades, los espacios físicos y geográficos donde se llevaron a cabo y la evolución que han tenido como prácticas culturales.

DECOLONIALIDAD Y ESTUDIOS SOBRE HÁBITAT: CONSTRUCCIÓN DE UN SOPORTE EPISTEMOLÓGICO Y METODOLÓGICO DESDE EL ENFOQUE DE COMUNICACIÓN E INTERCULTURALIDAD

Facundo David Francisco Gonzalez- U.N.Sa/Conicet
(facundoinenco@gmail.com)

El presente trabajo tiene como objetivo reflexionar acerca del potencial teórico-epistemológico del enfoque Comunicación/Interculturalidad para el abordaje de los procesos de producción social de hábitat. La propuesta emerge a partir de un proyecto de extensión/investigación para la transferencia de tecnologías a base de biomasa en la cocina de la escuela de una comunidad indígena wichi del chaco salteño. La experiencia en el campo provocó una ruptura con el enfoque transferencista y derivó en un replanteo de los supuestos epistemológicos que sustentaban la intervención. Así, entendemos a la comunicación como un escenario de relaciones de cultura que giran en torno a la habitabilidad y que tienen diferentes motivaciones: resolver necesidades básicas como el alimento, el trabajo, el acceso al agua potable y a la energía, ocupación del tiempo libre, entre otros. La particularidad del caso en estudio, que incluye procesos de interacciones y negociaciones para la producción de hábitat, demandó pensar estrategias que permitieran poder reconocernos en la diversidad y comunicarnos sin invisibilizarla, ignorarla o desconocerla. La elección epistemológica asumida para tal fin se apoyó en la opción decolonial desde la cual no podemos pensar los procesos de producción de sentido en hábitat por fuera de la perspectiva intercultural.

LA CONSTRUCCIÓN SOCIOIMAGINARIA DE LA MUJER MAPUCHE EN LA PRENSA CHILENA EN EL CONTEXTO DEL CONFLICTO ESTADO DE CHILE/PUEBLO-NACIÓN MAPUCHE

Sandra López Dietz- Universidad de La Frontera
(sandra.lopez@uf Frontera.cl)
Javiera Coñuenao Melipan- Universidad de La Frontera
(j.conuenao01@ufmail.cl)
Tamara Carrilli Agüero- Universidad de La Frontera

La prensa ha jugado históricamente un rol relevante en la construcción de imaginarios sociales en torno al pueblo mapuche en el contexto del conflicto estado chileno/pueblo-nación mapuche. Desde denominada "Pacificación

de La Araucanía” su rol fue instalar la oposición “civilización o barbarie” para legitimar la ocupación militar del Wallmapu y su incorporación al proyecto liberal modernizador llevado adelante por la burguesía chilena. A inicios del siglo XXI podemos relevar la vigencia de esta construcción socioimaginaria a partir de analizar el caso de la acusación y criminalización de dirigentes mapuche, como la machi Francisca Linconao, acusada por la justicia chilena de participar de un atentado incendiario terrorista que terminó con la muerte de dos colonos europeos. Se realiza un análisis del discurso fotográfico a partir del modelo iconográfico-crítico del discurso de un corpus de fotografías de prensa del Diario El Austral de La Araucanía y El Sur de Concepción entre los años 2016-2018.

PUENTES ENTRE REALIDAD Y FICCIÓN. LA PRODUCCIÓN SOCIAL DEL SENTIDO DEL AMOR

Mariana Carlés- UNT
(mariana.carles@filo.unt.edu.ar)

Las presentes reflexiones forman parte de un trabajo mayor en el que se indagó sobre el rol que las ficciones televisivas tienen en los procesos de socialización de los agentes, focalizando en el consumo adolescente del género telenovela y en una particular práctica cultural: el romance o cortejo amoroso.

En el proceso de elaborar generalizaciones sobre las incidencias que pueden tener las representaciones del amor y del cortejo que circulan en el género telenovela en la conformación de saberes prácticos de los agentes que miran, fue necesario analizar no sólo las representaciones sociales que se plasman en esos mensajes sino también y, sobre todo, las relaciones que los agentes establecen entre los verosímiles ficcionales y ‘la verdad’ o, al menos con eso que ‘es socialmente creíble’. Este entonces es el objetivo de esta presentación.

Para pensar la relación ‘ficción/realidad’ se trabajó a partir de dos planos. Por un lado, la idea que, desde las conceptualizaciones teóricas, se tiene respecto de esta. Y, por otro, las representaciones de esta relación que subyace en los esquemas interpretativos de los sujetos que miran.

La mayoría de las personas, al leer un relato de ficción, ver una película o una telenovela, establecen un ‘pacto de lectura’ con el emisor, a través del cual se reconoce y acepta que lo relatado no es algo que haya sucedido en la ‘realidad’. Sin embargo, más allá de que no cuentan hechos efectivamente acaecidos, se puede postular que las ficciones, incluso las fantásticas, las maravillosas, las propuestas de la ciencia ficción, etc., hablan de las problemáticas que preocupan o afectan a una sociedad determinada y, en este sentido, ponen de manifiesto algo sobre su ‘realidad’. En esta investigación se trabaja con la hipótesis de que las telenovelas, ya sea que se construyan desde un verosímil realista o que incluyan otros verosímiles, nos hablan, entre otras cosas, de aspectos muy sensibles de la vida social como lo son la afectividad y la vida sentimental de los sujetos.

VEO, LUEGO OPINO. LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL REINADO DE LA IMAGEN

Mauricio Goyochea- UNLR
(mauri1998g@gmail.com)
Roque Jaimes- UNLR
(roquejaimes85@gmail.com)

La propuesta que presentamos es un trabajo de tipo ensayístico que busca reflexionar en torno a la opinión pública y su construcción en relación con los medios de comunicación audiovisuales.

Desde una perspectiva crítica y analizando la vigencia de propuestas teóricas como las de Giovanni Sartori, focalizamos en la televisión y las transformaciones que las tecnologías digitales de la información y la comunicación atravesaron, modificando el panorama de recepción.

¿La opinión pública se ha vuelto un simple eco de lo que proponen los medios audiovisuales, dejando de lado la autonomía y libertad de pensamiento de los ciudadanos? ¿Cuánto hay de vigencia y/o actualización de esta idea postulada por Sartori en su obra “Homo videns: la sociedad teledirigida”? ¿Cuál es el rol en estos procesos de construcción de la opinión pública que tienen los sistemas hegemónicos políticos, económicos, culturales, mediáticos? ¿Cómo inciden en estos mapas de poder las tecnologías digitales de la información y la comunicación?

Estos son los interrogantes que funcionan como puntos de partida de esta propuesta que busca analizar y re-

flexionar críticamente sobre la opinión pública en tiempos del reinado de las imágenes.

SIEMPRE HÉROES, SIEMPRE BLANCOS

Lucio Lucero Vasconcellos- UNGS
(lulucero280997@gmail.com)
Melani Agüero- UNGS
(m.a.a_07@hotmail.com)

En el presente trabajo analizamos temáticas relacionadas con la segregación racial y la discriminación en general, a partir de la representación de la otredad en ciertos géneros audiovisuales. Para ello tomamos como caso el film musical “Hairspray: suéltate el pelo” (2007), con el objetivo de definir los patrones más comunes en la forma de presentar a los personajes en relación a las siguientes variables: sexo, raza, características físicas y roles.

ABORDAJE DE LOS SENTIDOS DE LA MATERNIDAD EN LAS JÓVENES ESTUDIANTES, DESDE UNA PERSPECTIVA COMUNICACIONAL

Jazmín Rodríguez- U.N.Sa
(jaz.rodriguez01@gmail.com)
Rocío Romano- U.N.Sa
(rooromano32@gmail.com)

La investigación surge de la necesidad de aportar conocimiento científico al campo comunicacional sobre una problemática que, dentro de la provincia tienen los índices más altos con respecto a embarazos adolescentes. Por lo cual, nos parece sumamente importante y necesaria una investigación que aborde el fenómeno de manera tal, que nos permita comprender e interpretar los sentidos que tienen las jóvenes con respecto a la maternidad.

La comunicación se está convirtiendo en un espacio estratégico desde el que pensar los bloqueos y las contradicciones que dinamizan estas sociedades-encrucijada, a medio camino entre un subdesarrollo acelerado y una modernización compulsiva. De ahí que el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales (Barbero, 1987, p.203).

Dicho abordaje teórico nos permitió dejar de lado la mirada hegemónica y observar como las culturas populares construyen y de construyen su propio sentir y vivir en torno a este fenómeno. A su vez, la metodología cualitativa, sirvió para comprender los sentidos individuales y colectivos observados en el campo.

LA CONSTRUCCIÓN DE AUTOIMÁGENES SOCIALES Y ESCOLARES DE ESTUDIANTES INDÍGENAS

Nuria Macarena Rodríguez- U.N.Sa/Conicet
(nuria.macarena.rodriguez@gmail.com)
Elisa Martina de los Ángeles Sulca- U.N.Sa/Conicet
(elysulca@gmail.com)

El presente trabajo se enmarca en dos investigaciones de posgrado. A saber, una tesis doctoral que aborda las experiencias subjetivas de estudiantes indígenas que asisten a una escuela secundaria pública de gestión privada –rural, albergue- de la provincia de Salta y otra que aborda este tipo de experiencias en estudiantes indígenas de la Universidad Nacional de Salta que participan en el Proyecto de Tutorías con Estudiantes de Pueblos Originarios.

El objetivo de la ponencia es comprender las experiencias escolares subjetivas que construyen los y las estudiantes indígenas en la escuela secundaria y en la Universidad, para lo que se consideran tres lógicas constitutivas: el proceso de socialización que lleva adelante la escuela, las estrategias que elaboran los sujetos para permanecer en

ella y los procesos de subjetivación que se despliegan allí, producto de las normas escolares y las acciones propias de los sujetos (Dubet y Martuccelli, 1996).

Dada la naturaleza del problema de investigación se optó por una metodología cualitativa de carácter exploratoria, en tanto, ésta permite un abordaje de las realidades desde la vida cotidiana como escenario básico de construcción, constitución y desarrollo de conocimientos pertinente y válido de los grupos humanos. Acorde a esa metodología, los datos se relevaron mediante encuestas semiestructuradas, entrevistas en profundidad y observaciones participantes.

En esta oportunidad se presenta un análisis preliminar acerca de las autoimágenes y escolares (Kaplan, 2008) que construyen los y las estudiantes indígenas a partir de su experiencia en la escuela secundaria y la Universidad.

LA CONSTRUCCIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA FIGURA DEL DOCENTE Y EL AUXILIAR BILINGÜE INTERCULTURAL EN LA PROVINCIA DE SALTA

Lorena Sánchez- U.N.Sa
(lorenasalta@yahoo.com.ar)

Los procesos de globalización propician el empoderamiento de los medios de comunicación que consolidan su función de construcción de realidades que afectan de la agenda de las preocupaciones y opiniones públicas e intervienen en la definición de las políticas públicas. Esta afirmación no es ajena al tema que nos convoca. En la provincia de Salta la educación intercultural cuenta con 35 años desde los primeros reconocimientos legales que promovieron la presencia de maestros auxiliares de pueblos originarios en la vida de las aulas de escuelas emplazadas en contextos rurales e interculturales en particular en zonas de fronteras. Estas conquistas lentas y singulares para cada escuela, no tuvo un correlato protagónico en los medios de comunicación sino hasta la última década, presentado a la comunidad dos dimensiones en tensión, las mismas expresan las tensas relaciones entre el ministerio de educación y las realidades laborales de los agentes educativos de escuelas primarias con población rural, intercultural y de fronteras. Este trabajo pretende poner en discusión la circulación de la información respecto a las demandas de auxiliares bilingües, profesores con orientación intercultural bilingüe e institutos de formación docente en esta modalidad, que le efectúan al gobierno de la provincia en términos profesionales y laborales. Para ello se comparten resultados de un estudio exploratorio en medios digitales, prensa y televisión del periodo 2015 -2019, periodo en el que consideramos central observar el tratamiento dado a los reclamos que abogan por las mejoras de la educación intercultural en un contexto político que se aleja significativamente de las garantías constitucionales que reconocen la modalidad a nivel nacional. La presencia de una cosmovisión occidental en el relato de la construcción del otro cultural y la indefinición de un otro profesional nos permite reconocer la necesidad de reflexionar en cuanto a los discursos que se hacen circular acerca de la educación intercultural. Sobre el tratamiento que se le da a la temática, observamos una escasa problematización en términos de reclamos históricos, identitarios y de emergencias de nuevas profesionalidades. Este trabajo está vinculado a dos proyectos de investigación en torno a territorio, territorialidades, subalternidades, género e interculturalidad, espacios de discusión teórico y reflexión de las realidades que nos impulsan a creer en las posibilidades de intervenir y afectar los discursos que circulan sobre educación intercultural, entre otras estrategias desde la participación en estos espacios de dialogo y reflexión que se gestan desde la interdisciplinariedad.

EJE 17. NARRATIVAS AUDIOVISUALES

FORMATOS EMERGENTES Y NARRATIVAS AUDIOVISUALES: ESPECIFICIDADES NARRATIVAS DE LAS SERIES WEB A PARTIR DE UN ESTUDIO DE CASO

Natalia Eva Ader – UNTDF

(nader@untdf.edu.ar)

Paula Inés Velozo – UNTDF

(pvelozo@untdf.edu.ar)

Valeria Car – UNTDF

(vcar@untdf.edu.ar)

Desde la llegada de los medios digitales la hegemonía de la televisión como el medio ha quedado desdibujada. La serie web se propone como un formato emergente, flexible, accesible y cotidiano para realizadores audiovisuales, y cercano, ágil e interesante para los usuarios de internet.

En tanto producto cultural y como todo formato de experimentación se caracteriza por su inestabilidad, las series web nos sitúan ante la dificultad y el desafío de observar con precisión una definición que se apropie de las especificidades narrativas. Poco a poco se generan convenciones que ayudan a encasillar a reconocer y decodificar las series web como formato. (Murolo, 2017). Este artículo se enmarca en un proyecto de investigación PIDUNTDF (2019-2021) denominado “Formatos emergentes: Series web y sus especificidades narrativas”.

Como un primer avance del proyecto de investigación, se trata de re-pensar el marco teórico y centralmente las categorías de Casetti y di Chio (1990) que se presenta como una propuesta teórico- metodológica enfocado al análisis del film. Por lo tanto, el objetivo de este artículo es realizar una revisión de la propuesta global de estos autores para reconstruir nuestro marco teórico metodológico desde la lectura de las especificidades narrativas de las series web a partir de un estudio de caso de serie web denominada “Gorda” (Cerro, Hochman, Rietti, 2018).

En síntesis, el abordaje de un estudio de caso nos permitirá realizar un aporte al debate sobre los correlatos, continuidades y rupturas en las narrativas producidas para nuevos dispositivos tecnológicos poniendo en evidencia la vigencia de estos autores en los debates actuales en relación al análisis de los lenguajes y las mediaciones tecnológicas.

UNA ESTRATEGIA PARA LA ORGANIZACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE PRODUCCIONES AUDIOVISUALES UNPA

Viviana Godoy- UNPA/UACO

(vivig82@hotmail.com)

Lucas Silva- UNPA/UACO

(lucas_silva490@hotmail.com)

Marta Pilar Bianchi- UNPA/UACO

(martapilarbianchi@gmail.com)

Este trabajo muestra una propuesta para organizar un archivo audiovisual en línea para su consulta, previo trabajo de catalogado y organización de un banco de datos que sistematiza la producción audiovisual constitutiva del patrimonio de la Unidad Académica Caleta Olivia (UACO), Universidad Nacional de la Patagonia Austral (UNPA). Se ha llevado adelante en el marco del proyecto de investigación “La producción audiovisual en la UNPA- UACO, en el periodo 2004-2016”, cuyo objetivo general se vincula con describir las condiciones de producción, prácticas y dinámicas de la realización audiovisual en esa unidad académica.

Uno de los objetivos particulares, sobre el cuál se trabajó concretamente desde esta propuesta, es la creación de un archivo o banco de datos con las producciones del período de referencia, digitalizando cada pieza y organizándolas para conectar con la web facilitando su consulta posterior. Si bien el proyecto de investigación sigue su curso, la

discusión generada tuvo incidencia en la forma de catalogado de las producciones y en las decisiones respecto de la manera de organizarlas para que puedan ser consultadas por usuarios en general.

Reviste especial importancia este trabajo, dado que es clave en la preservación de la memoria local, su organización y administración en tanto patrimonio.

IMPERIO NETFLIXIANO

Alfredo Caminos – FCC/UNC
(alfredocaminos@gmail.com)

¿En qué momento confluye Netflix con el Imperio Romano? Mientras Netflix crece (nace y crece) bajo el ideal del entretenimiento, la globalización económica requiere mayor fuente de funcionamiento y allí es donde comienza la expansión para poder mantener un mundo mayor a la inicial. Si bien el Imperio Romano no responde a una planificación exacta y programada, precisamente porque el nacimiento se debe a una serie de inesperadas situaciones, es el devenir de esas situaciones las que conducen los acontecimientos en busca de un mayor desarrollo, ampliación territorial y conducción de los ciudadanos hacia un destino común. Era destino de los romanos, sea o no cercanos geográficamente a Roma. Está en el propio desarrollo del crecimiento exponencial del mismo imperio. Y Netflix sigue de alguna manera un recorrido similar, se muestra con la misma lógica.

Netflix nace de una impertinencia y respuesta a una situación, según las anécdotas por la imposibilidad de la devolución de una película física en tiempo y forma. Más allá de la anécdota, la idea de películas “no físicas” es el nacimiento, y la red internet la modalidad. Por otro lado, era previsible que la red internet ya se vislumbraba a fines del Siglo XX como una posibilidad que dependía de la tecnología de la transferencia de datos. Incluso progresará actualmente y se multiplicará a medida que la transferencia de datos se amplíe.

Netflix no sería lo que es sino fuese por la necesidad satisfecha de la velocidad de megas circulando de manera ciberespacial. Y allí es donde el imperio, o la concepción de un mundo imperial, se debe a circunstancias entre históricas y casualidades. Ese camino es la construcción del imperio, y luego están las intenciones. intenciones de mezclar lo global con la política.

NARRATIVAS AUDIOVISUALES DESDE LA PRODUCCIÓN UNIVERSITARIA

María Virginia Armando – FCC/UNC
(mvarmando@gmail.com)

Hace ya 8 años, en la Facultad de Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba, los integrantes del equipo de investigación dirigidos por la Mgter. Mariela Parisi, comenzamos a analizar el corpus de audiovisuales existente en la institución, creado a partir de experiencias de investigación, docencia, extensión y producción artística, en el ámbito de las narrativas audiovisuales. Desde el principio, el foco estuvo puesto en recuperar las producciones audiovisuales que algunos actores de nuestra casa de estudios produjeron en diferentes instancias académicas (tesinas para alcanzar el título de Licenciatura, o producciones que son el resultado de trabajos áulicos que responden a diferentes actividades prácticas o extensionistas, tanto en grado como en el posgrado).

Inicialmente, la etapa metodológica se centró en la actualización del corpus a través la búsqueda de las producciones audiovisuales realizadas en la entonces Escuela de Ciencias de la Información (hoy Facultad de Comunicación) entre los años 2001 y 2015. Tras una intensa tarea de rastreo, logramos confeccionar un inventario que nos permitió la clasificación de las obras audiovisuales a través de fichas de registro y descripción para cada audiovisual incorporado. Asimismo, profundizamos las líneas de trabajo conceptuales y metodológicas en pos de lograr un análisis más profundo de las narrativas del corpus.

En el período 2016/17 los miembros del equipo de investigación dimos continuidad al trabajo de investigación con el proyecto “El audiovisual universitario como práctica de resistencia y recuperación de los márgenes”, en el que atravesamos diferentes momentos signados por la articulación del trabajo individual con el colectivo sumado a la incorporación en el Programa de investigación dilemáticos vínculos en el mundo del trabajo y la cultura: resistencias y potencias de la (auto) gestión en ámbitos laborales y político - culturales.

Desde el 2018, el proyecto denominado “Narrativas audiovisuales emergentes desde la universidad pública”, nos

encuentra como equipo de investigación actualizando el corpus al período 2001/2021.

Compuesto por más de 180 producciones audiovisuales, el corpus actual nos presenta la posibilidad de explorar las diferentes líneas de sentido imbricadas al interior de sus narrativas. Sus expresiones no solo dan cuenta de temáticas comunes que interpelaron a sus propios realizadores, sino que abren un campo de acción dentro de la confluencia ideológica. Estas obras audiovisuales surgidas a partir de diferentes motivaciones e intereses por parte de sus propios realizadores también se muestran como el resultante de un proceso de producción creativo e innovador pero que, a su vez, responde a determinadas variables académicas. El presente trabajo pretende dar cuenta de las producciones y las construcciones de sentido trazadas por los discursos audiovisuales en torno a las miradas diversas que emergen desde el ámbito de nuestra Facultad.

LA FALTA DE RED EN DOS FILMS SOBRE EL NARCOTRÁFICO ¿TRAMPA O NECESIDAD?

Adriana Callegaro – UNLaM
(adricall6@hotmail.com)

En el marco de una investigación PROINCE, llevada a cabo en la UNLaM, nos propusimos pensar el modo como el fenómeno del narcotráfico aparece representado en discursos audiovisuales entre 2010 y 2015. Si bien el fenómeno ha alcanzado dimensiones que afectan la economía y la geopolítica mundial, es difícil producir conocimiento científico acerca del tema debido a la ilegalidad global de toda la cadena del negocio. Frente a la escasez de documentación, decidimos abordar el modo como el tráfico y sus actores son representados por los discursos audiovisuales actuales. El notable éxito de audiencia de muchas series y películas permite leer el modo como la sociedad construye imaginarios acerca de este fenómeno clandestino pero omnipresente.

En esta ponencia, se presenta el análisis de dos films, *El cartel de los sapos* (Carlos Moreno, 2011) y *Sicario* (Denis Villeneuve, 2015), por su coincidencia en el tema, pero, además, porque provienen de cinematografías diferentes, no sólo en cuanto a su procedencia sino en cuanto a su retórica. Se evidencia un uso particular del lenguaje cinematográfico en cada uno de los films afines a ciertos hábitos de percepción y a imaginarios sociales que deben ser tenidos en cuenta a la hora de analizar los modos en que cada sociedad lee y otorga significados a dichas representaciones.

Se realizó un análisis semiótico de dichas producciones audiovisuales, con el objetivo de relevar la recurrencia de la deslealtad y la traición que atraviesa y caracteriza el escenario en que se mueven los personajes de ambas ficciones. Para ello se recurrió a algunas herramientas del análisis discursivo y de la enunciación cinematográfica que el propio corpus elegido propone a los efectos de leer las intenciones de sentido que subyacen a las formas: procedimientos de ocularización y auricularización (Jost, 2002), configuraciones enunciativas (Casetti, 1986), y los métodos de análisis de films propuestos por Casetti y Di Chio (2007) y por Santos Zunzunegui (1996).

UN GAUCHITO GIL Y UN VIAJE ALUCINADO AL CORAZÓN DE LOS FANTASMAS

Cleopatra Barrios – IIGHI/CONICET/UNNE
(cleopatrabarrios@gmail.com)

Las representaciones audiovisuales que referencian devociones y figuras populares del Nordeste argentino forman parte de complejos procesos comunicativos que cobran relevancia en las pantallas argentinas en la primera década del siglo XXI, a partir del lanzamiento y la instrumentación de políticas de fomento a los contenidos audiovisuales federales para la TDA, a través del INCAA y otros subsidios provinciales, focalizados en visibilizar la manifestación de la diversidad cultural argentina. En este marco, entre 2005 y 2019, se desarrollan una decena de proyectos –en su mayoría llevados adelante por directores, productores, actores y equipos técnicos de la región– que recrean memorias en torno a gauchos alzados santificados (Gauchito Gil, Isidro Velázquez, Gaucho Lega, Mate Cosido).

Estas narrativas, que incluyen documentales, ficciones testimoniales y ficciones espectaculares, desde el cruce antiguas y nuevas iconografías, la mixtura de lenguajes, géneros y temporalidades visibilizan diversos sentidos y modos de narrar historias y prácticas de la cultura popular local-regional que había escasamente visitadas por el “cine nacional”, consolidado en el siglo XX. Particularmente, los films que recrean la figura del Gaucho Antonio Gil se caracterizan por actualizar y a la vez buscar subvertir, desde diversas estrategias de fijación, movilidad, fragmen-

tación y montaje de representaciones visuales y sonoras, la figura del héroe gaucho histórico que construyó el cine argentino ligado al universo del rural en el siglo pasado.

En este trabajo proponemos caracterizar de modo general qué historias narran los audiovisuales contemporáneos que construyen la figura de Antonio Gil, cómo lo hacen y bajo qué condiciones de producción y regímenes de representación. Asimismo, detenemos la mirada en la película “Un Gauchito Gil” (2018), dirigida por el correntino Joaquín Pedretti, para analizar de modo particular las representaciones del universo mítico-mágico religioso popular del Nordeste argentino que construye este film. En este sentido, nos preguntamos cuáles son esas representaciones y cómo se construyen, cuáles son las operaciones retóricas en juego. También nos interesa ver de qué modo el film, concebido como un montaje de imágenes móviles, sonoridades y temporalidades diversas, tensiona los modelos tradicionales de narrar del cine de héroes gauchos y la estética realista clásica desde la construcción de los entornos y percepciones oníricas y fantasmales. Además, observamos cómo ese montaje configura un “texto polifónico” y una experiencia de “cine expandido” que articula citas, apropiaciones y reminiscencias a otras narraciones de las artes audiovisuales nacionales e internacionales; recrea fragmentos de la literatura regional-nacional; y a la vez localiza la mirada desde la recuperación relatos y modos de contar de la cultura oral y la música popular local-regional.

El estudio sigue un método de análisis semiótico textual puesto en diálogo con herramientas de la estética, la comunicación y la historia del cine. Retoma las investigaciones sobre estética audiovisual, representaciones sociales, héroes populares y estéticas del nuevo cine argentino desarrolladas por Jesús Martín Barbero, Víctor Arancibia, Ana Laura Lusnich y Gonzalo Aguilar.

VIDEOJUEGOS EN EL CINE: HÍBRIDOS SIMBÓLICOS DE UNA SOCIEDAD ESPECULAR

Cintia Carolina Mansilla – ISFDn°3 San Martín de los Andes
(beloure@hotmail.com)

El artículo se concentra en la construcción de las subjetividades de dos películas distópicas: “Ready Player One” y “Black mirror: Bandersnatch”, las cuales se proyectan como medios de comunicación híbridos: cine y videojuegos. El principal propósito es analizar ambas películas desde tres lugares: los límites del espectador, el modelo de mundo y jugador/espectador que se proponen y la conceptualización sobre el juego y sus tipos (de Roger Caillois) como una forma de diagnosticar una civilización. En una sociedad espectacularizada, los sujetos reflejan violencia. La intención es determinar qué criterios nos sirven para evaluar estas películas y otros medios de comunicación como recursos educativos.

LA COMUNICACIÓN VISUAL COMO INSTRUMENTO O DISPOSITIVO DE PODER

Diana Varela – UAI/FCC
(diana.varela01@gmail.com)

Se define al Diseño Gráfico como aquella actividad proyectual cuyo objetivo es dar respuestas comunicativas a algún tipo de conflicto y/o necesidad humana. La sustancia con la que trabaja el diseño está constituida por elementos visuales que deben estructurar un mensaje con valor comunicacional concreto, por ello, se lo considera como equivalente a Diseño en Comunicación Visual.

La problemática del diseño gráfico se relaciona, no solo con su identidad como disciplina, sino que se vincula directamente con su lugar dentro de las ciencias de la comunicación.

Consideramos pertinente recurrir al análisis de J. L. Piñuel quien se cuestiona sobre el lugar del investigador dentro de las ciencias de la comunicación y sus modos de abordaje. Desde la epistemología científica plantea la disparidad que establece la metodología investigativa según las preposiciones lingüísticas que preceden sus definiciones, es decir, diferencia entre investigar “en” comunicación, investigar “de” comunicación o investigar “sobre” comunicación. Lo más destacable para nosotros es que

“Si se habla de la investigación y/o de los investigadores DE la comunicación, se trataría entonces de la Comuni-

cación como una disciplina de estudio cuyas teorías, métodos y técnicas de elaboración, registro y tratamiento de datos (...) constituyen un «saber» y un «hacer» expertos con reconocimiento social.” (2018, pp. 289)

En esa línea, Ledesma desarrolla una clasificación que establece varios puentes conceptuales.

Por un lado, denomina “Hechos del Diseño” al paso final, materialización objetual, en el cual toma cuerpo el “hacer-ser” greimasiano en tanto factura (Greimas y Courtés, 1979, pp. 5). Luego, a partir de una estructura peirciana, discrimina y caracteriza aspectos particulares de la disciplina. Lo contempla en primer lugar como un factor netamente cultural; analiza luego su problemática comunicativa como esencia y, en tercer término, lo considera un acto regulador intersubjetivo caracterizado por diversos modos de comunicar vinculados con distintos ‘haceres’, que clasifica como “hacer-saber”, “hacer-leer” y “hacer-hacer” (2011, pp. 61).

Abrimos aquí una serie de cuestionamientos que relacionan estos haceres con el concepto de poder según diversos autores.

El diseño puede ser herramienta de la esfera política, del ámbito educativo, de los mercados o evidenciar su función social. Cada uno de estos espacios establece relaciones con un receptor objetivo que, en tanto usuario, se sentirá compelido, de algún modo, a responder a estos haceres. Esta consideración se emparenta con la definición de Stoppino quien califica el poder como vinculante estableciendo relaciones triádicas capaces de producir efectos, o sea, respuestas.

Luego, ¿podemos pensar que estos haceres ejercen un poder en tanto intervienen y manifiestan una supremacía en las distintas instancias de decisión del sujeto? Esto amplía la cuestión pues, cobra relevancia las definiciones de Weber cuando se refiere a ‘dominación’ y ‘control’.

Por último, para Foucault, “el sujeto está atravesado por relaciones de poder” (Ibarra, 2009), con lo cual, podemos preguntarnos también, qué nivel/es de poder ejerce el diseño gráfico y, si se puede pensar cada ‘hacer’ como un modo distintivo de ejercer poder.

Nuestro trabajo será intentar dar cuenta de estas respuestas, aunque sabemos, desde ya, que no clausurarán el tema.

EL CINE ARGENTINO EN IBERMEDIA: 20 AÑOS DE UN PROCESO DE INTEGRACIÓN REGIONAL

Leandro González – UNGS
(legonzal@ungs.edu.ar)

La industria del cine se ha visto atravesada por procesos de internacionalización prácticamente desde sus inicios. A lo largo de todo el siglo ~~xx~~ se fue articulando como una cadena de valor global y en las últimas décadas fue adquiriendo formas cada vez más complejas, configurando lo que algunos autores caracterizan como “el complejo cinematográfico internacional contemporáneo” (Goldsmith y O’Regan, 2003).

En este contexto, el caso argentino tiene un conjunto de especificidades que potencian su internacionalización. Argentina se inserta con cierto protagonismo en los flujos globales: exporta películas, compite en festivales de prestigio, coproduce con otros países y, en definitiva, se posiciona activamente en el nuevo mapa global del cine. Esta incursión en el espacio global es dinamizada por factores endógenos y exógenos.

Por un lado, para Argentina la internacionalización es una necesidad dado el desequilibrio entre el volumen de producción y el tamaño de su mercado. La producción es sostenida por una política nacional de regulación y fomento que data de 1957 y que cobró un fuerte impulso tras la aprobación de la Ley N° 24.377 en 1994. De hecho, en 2018 se alcanzó el máximo récord histórico en producción de películas, con 238 títulos. En otras palabras: a mayor nivel de producción, mayor es la necesidad de exportar.

Por otro lado, la internacionalización es impulsada desde el exterior por los procesos de integración regional a nivel mercosureño e iberoamericano. Este último proceso será abordado aquí, a partir del análisis de la participación de la Argentina en el Programa Ibermedia, que en 20 años de existencia ha realizado avances significativos en la construcción de un espacio cinematográfico común. Algunos de los interrogantes que orientan la indagación son: ¿cuál ha sido la estrategia de internacionalización de la Argentina?, ¿con qué países ha tejido más vínculos a través de las coproducciones?, ¿en qué medida este espacio representa nuevas oportunidades de internacionalización?, y ¿cuáles son los alcances y límites del Programa Ibermedia?

La ponencia analiza las políticas cinematográficas involucradas (las del INCAA y la de Ibermedia), se nutre de informes y datos cuantitativos y representa un avance de la tesis doctoral del autor.

CANALES DE TELEVISIÓN UNIVERSITARIOS. ENTRE LAS FUNCIONES SUSTANTIVAS Y LA COYUNTURA POLÍTICA

Néstor Daniel González – FPyCS/UNLP
(nestordanielgonzalez@gmail.com)

Desde el nacimiento de la televisión argentina en 1951, y por más de cincuenta años, el sistema universitario compuesto por más de veinte universidades solamente creó dos señales televisivas: Canal 10 de Córdoba y canal 10 de Tucumán.

Sin embargo, a partir de 2009 y con la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, las universidades públicas comenzaron a hacer uso del derecho a contar con una señal de televisión que refleje políticas educativas, divulgación científica desde la perspectiva de una pantalla pública universitaria

De acuerdo a los objetivos trazados, la transición de la TV analógica a la digital alcanzó más del 85% de cobertura en todo el país, se distribuyeron más de 3 millones de decodificadores para que ingrese a los hogares y se crearon más de veinte señales, nacionales, provinciales, locales, públicas, privadas y sin fines de lucro. Canales universitarios, comunitarios, cooperativos, entre otros. Y entre esos canales, por ejemplo, se creó Canal Encuentro, el primer canal educativo de la historia de la tv argentina.

Más allá de las dificultades en su implementación, actualmente, las universidades cuentan con más de diez canales al aire, entre ellos las Universidades Nacionales de Cuyo (Señal U), La Plata (TV Universidad), Litoral (Litus), Córdoba (Cba24N y Canal 10), Villa María (UNI TV) y Río Cuarto (UniRío), Chaco Austral (UNCaus), Tucumán (Canal 10), Tres de Febrero (UNTres) y Mar del Plata, entre otros.

Durante 2019, la televisión digital terrestre en Argentina alcanza su último año de implementación a fin de reemplazar el proceso de transición de la televisión analógica al sistema argentino de televisión digital terrestre (SATVD-T) hasta su definitivo apagón.

Este artículo describirá las potencialidades y los desafíos de la televisión digital universitaria de cara al apagón analógico y su sustentabilidad.

“EL HOMBRE, EL HUMOR Y LAS MUJERES”

Lucía Catalina Foglia –
(luciacfoggia@gmail.com)

Camila Gómez –
(camigommez@gmail.com)

Diana Foti –
(daianafoti9@gmail.com)

A continuación, se presenta un trabajo biográfico de Francella como un ícono de los medios de comunicación. El mismo se realizó en el marco de la materia Historia de las técnicas y medios de comunicación que corresponde a la Licenciatura en Comunicación que se dicta en la Universidad Nacional General Sarmiento. El enfoque del presente trabajo se centra en las actuaciones protagónicas del actor entre los años '90 y 2000, en el canal de televisión Telefe, con el objetivo de demostrar la trascendencia del actor en la televisión argentina, analizar cómo funcionó el humor en la TV en esos años y cómo fue representada la mujer en sus programas.

Para la realización del mismo se han tenido en cuenta siete programas que marcaron puntos esenciales tanto en su carrera como en la historia del humor argentino. Los mismos son: “La familia Benvenuto”; “Brigada cola”; “Naranja y media”; “Trillizos, dijo la portera”; “Pone a Francella”; “Casados con hijos”; y “El hombre de tu vida”. Las fuentes consultadas fueron: “Una periodización de los programas cómicos: Paleo, Neo y Humor Post-televisivo.”, “Lo risible en los programas cómicos” y “Lo cómico, lo directo y la ficción” de Damián Fraticelli, “El Star System: La construcción de mitos en el Hollywood clásico” de Gloria Domínguez López. Además, distintas notas periodísticas de diversas plataformas de internet.

La conclusión a la que llegamos es que Guillermo Francella fue un personaje reconocido, admirado y querido, tanto por el público como por sus pares. Por lo que, en relación con el concepto de “Star System” es una estrella de la televisión que ha inspirado a muchos. Al mismo tiempo, el humor utilizado en los diferentes programas representa al humor de una época, la cual era sumamente machista. Por lo que se hace uso de la chanza, el chiste, lo cómico y

el humor a favor de esta representación de la mujer, que refleja cómo era vista en la sociedad. Y es por eso que los programas en los que trabajó Francella fueron exitosos y el público los aplaudió.

NARRATIVAS BOOKTUBERS: MODOS DE EXTERIORIZACIÓN DEL YO Y ESTRATEGIAS DISCURSIVAS

Paula Andrea Cruz – UNSa
(aleandrea7@gmail.com)

Esta ponencia se inscribe en una investigación mayor que procura establecer cuáles son los principales consumos y producciones digitales de los jóvenes salteños en materia cultural, sus características y el modo en que esas apropiaciones tecnológicas son contempladas/legitimadas por la academia, el periodismo y las políticas culturales. En este marco, y desde una metodología que combina los aportes de la Etnografía virtual y del enfoque sociodiscursivo, el trabajo hará foco en las narrativas audiovisuales producidas por booktubers para analizar en ellas los modos de exteriorización del yo de sus jóvenes productores y las estrategias discursivas a las que recurren al momento de comentar y reseñar libros. Los principales hallazgos dan cuenta del rol central que ostentan las nuevas tecnologías en la mutación de las subjetividades al exteriorizar y espectacularizar la vida íntima en espacios novedosos de identificación colectiva que confirman la emergencia de sujetos juveniles otros cuyas formas de inserción en el campo cultural requieren ser pensadas.

RECUPERACIÓN DE LO COMÚN EN LAS NARRATIVAS AUDIOVISUALES DESDE LA UNIVERSIDAD PÚBLICA

Mariela Pirisi – FCC/UNC
(marielapirisi@gmail.com)
Vanina Ramé – FCC/UNC
(vaninarame@gmail.com)
Ximena Cabral – FCC/UNC
(xcabral9@gmail.com)

En este trabajo daremos cuenta de los avances en el proyecto de investigación (Secyt, UNC 2018-2021) sobre Narrativas audiovisuales emergentes desde la universidad pública, que busca identificar las temáticas abordadas en relación con los efectos sociales producidos por las nuevas modalidades de acumulación por desposesión del capitalismo contemporáneo (Harvey, 2005).

En este sentido, identificaremos cómo estas secuelas transformadas en las nuevas luchas sociales, son tomadas como tópicos a desarrollar en las tramas narrativas estudiadas: problemáticas socio-ambientales; desigualdad de clases, de género, de minorías; derecho a la comunicación y apropiación social del conocimiento, entre otras.

Para ello, se ha interpelado un corpus constituido por 120 obras audiovisuales de no ficción producidas por estudiantes, docentes y egresados de la Facultad de Comunicación de la UNC, entre 2001 y 2018.

Abordamos el problema desde un recorte en el universo narrativo: el relato de los hechos, el de los acontecimientos del mundo en que vivimos. Esta decisión conlleva la necesidad de reflexionar sobre determinados conceptos básicos: relato y ficción, relato ficcional y relato factual. Conceptualizaciones que nos permiten indagar acerca de las implicancias que explican la actualidad y vigencia de estos relatos de los hechos en una adecuación permanente a los imaginarios sociales y su representación.

Para el análisis apelamos a una perspectiva semiótico-discursiva dado que nuestro objetivo principal es captar las formas en las que construye significativamente la realidad en este momento histórico particular y los posibles efectos de sentido que se generan a partir de ellas.

Algunas de las categorías de análisis se vinculan con el estudio de las estrategias utilizadas para estructurar la narración audiovisual, tales como el punto de vista, las tópicos emergentes, los géneros, los formatos, los anclajes de enunciación, los recursos narrativos y artísticos usados.

También, tomando como ejes transversales la perspectiva de género, la universidad pública y la región latinoamericana, suponemos la emergencia de una determinada textura ideológica que aflora en la voluntad de recupe-

ración de espacios comunes en dichas producciones simbólicas. De ahí, que consideramos las tópicas emergentes como hechos sociales e históricos de acuerdo a los sentidos que se instauran y circulan en un contexto sociocultural y político dado.

Finalmente, vamos a reflexionar sobre los mecanismos intertextuales presentes en las obras, así como el posible germen de nuevos posicionamientos desde la construcción discursiva audiovisual producida en la universidad pública.

APROXIMACIONES A LA CURADURÍA DE AUDIOVISUAL ONLINE. ALGUNAS IDEAS PARA EL DEBATE

Luciana Aon – UNQ
(lucianaaon@gmail.com)

Los medios en el hogar. Entradas y salidas. Puertas y ventanas. Umbrales, define Roger Silverstone (2001). Hay que estudiar los medios de comunicación porque están imbricados en nuestra vida cotidiana y más aún en el ámbito privado del hogar atravesado por multiplicidad de pantallas: el televisor, la tablet, la computadora, el celular. “Quien controle las entradas y salidas controla gran parte de lo que es importante para los medios y la vida cotidiana” (Silverstone, 2001: 147). Nuevas ventanas que atraviesan el espacio físico del hogar, lo trascienden, lo público penetrando ese espacio íntimo. “Ya no podemos pensar en la casa, así como ya no podemos vivir en la casa, sin nuestros medios” (2001: 143). Dimensiones de presencia, uso, apropiación y política sobre nuestra experiencia cultural mediatizada, allí donde se disputan los sentidos hegemónicos sobre prácticas y contenidos. “Podemos, por ejemplo, reconocer la centralidad que fueron adquiriendo los medios masivos de comunicación en la vida cotidiana como fuentes de información y entretenimiento, como fuentes de la construcción de imaginarios colectivos entendidos como espacios identitarios nacionales, epocales, generacionales” (Mata, 1999: 83).

Este es el punto de partida para indagar en el concepto de curaduría online, especialmente del audiovisual por streaming (por ejemplo, Netflix, Mubi, Quibit, Cine.ar) para evidenciar a través de su selección y criterios de programación los modos en los que estas plataformas on demand proponen qué es importante ver en nuestra cultura audiovisual contemporánea. “Nuestras luchas por los medios, tanto las privadas como las públicas son las luchas por este umbral” (2001: 148), destaca Silverstone.

EL DOCUMENTAL EN NARRATIVAS AUDIOVISUALES UNIVERSITARIAS SEGÚN SUS CONDICIONES DE PRODUCCIÓN EN LA UNIDAD ACADÉMICA CALETA OLIVIA, UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA AUSTRAL

María Angélica Castro – UACO/UNPA
(anguie.castr@gmail.com)
Ana María Elizabeth Serrano – UACO/UNPA
(ana.mes@gmail.com)

Desde el año 2004 en la Universidad Nacional de la Patagonia Austral se han generado una serie de procesos y modificaciones institucionales a nivel comunicacional que han fortalecido la producción de contenidos en diferentes narrativas audiovisuales, siendo una de ellas la narrativa en el documental.

La Universidad asume un papel protagónico por la circulación de contenidos audiovisuales en la sociedad santacruceña debido al desarrollo de un área delimitada por su contexto tanto realizativo –recursos humanos, recursos técnicos- como narrativo –temático, imagen y discurso- en los documentales que aportan una nueva mirada respecto a diversos temas de interés.

La ponencia propone realizar una lectura reflexiva en relación a los documentales realizados en sus diferentes formatos, en el ámbito universitario de la Unidad Académica Caleta Olivia, el estilo de las narrativas propuestas, sus condiciones de producción y cuáles fueron las líneas institucionales que posibilitaron dichas realizaciones en este período.

Los datos obtenidos surgen de la investigación generada en el proyecto “La producción audiovisual en la UACO-UNPA, desde el periodo 2004-2016” que actualmente se encuentra en proceso.

LA CONVERSACIÓN POLÍTICA EN LAS PLATAFORMAS DIGITALES: EL CASO DE LOS VIDEOS PARÓDICOS DE MATÍAS MAZZAGATTI

Valeria Rissoto – FSOC/UBA
(rissottovaleria@gmail.com)
Lucio Maciá – FSOC/UBA
(luciomacia@gmail.com)

En las últimas décadas se han promovido cambios fundamentales en las nociones de discapacidad y accesibilidad pasando de un modelo médico hacia un modelo social en el que se coloca la atención en las barreras impuestas por la sociedad que no considera la diversidad humana. Esta perspectiva socio-política se encuentra en los postulados del Modelo Biopsicosocial (Hunt, 1966; UPIAS, 1975, 1976; Finkelstein, 1980; Oliver, 1983, 1990) adoptado por la Organización Mundial de la Salud y la ONU. El Art. 30 de la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad establece el derecho de las personas con discapacidad a participar de la vida cultural a través de formatos accesibles, a la vez que reivindica el derecho al reconocimiento y el apoyo de la identidad cultural y lingüística, entre otros.

Esta dimensión comunicacional de la accesibilidad es la que retomamos en la presente ponencia en la que desarrollaremos los avances en la producción e investigación de la audiodescripción, una práctica que permite el acceso de las personas ciegas a los contenidos audiovisuales y la participación en el espacio público como ciudadanos comunicativos. En este sentido aludimos al derecho a la comunicación y la accesibilidad a los bienes culturales. La demanda de ciudadanía comunicativa de las personas con discapacidad es esencial para garantizar su participación en el espacio público (Arendt, 2005)

Históricamente, la audiodescripción fue realizada por personas que provenían de diversas trayectorias (si-n profesión o con ella, con/sin estudios terciarios o universitarios). Más adelante la audiodescripción se asoció a campos académicos próximos a estudios sobre el cine (Cattrysse, 1992; Carmon, 1996; Cifuentes H., 1999; Gambier, 2004; Dondis, 2006; Kruger 2010) y se convirtió en una rama relativamente nueva de los estudios de la traducción (Snyder, 2004; Dosch-Benecke, 2004; Bourne, 2005; Seybel, 2005; Parrilla P., 2005; Salway, 2007; Orero, 2005; Ballester Casado, 2007; Jiménez Hurtado, 2007). Esta trayectoria da cuenta de la diversidad de los posibles abordajes y la variedad de textos audiodescriptivos disponibles, diferencias que se complejizan según el contexto cultural en el que se realizan. El mayor desarrollo en castellano está en España (AENOR, 2005; Ruiz Mezcua y Utray Delgado, 2006; Ballester Casado, 2007; Jiménez Hurtado, 2007; Orero, 2005; Belmonte Trujillo, 2013) y por lo tanto el consumo de esos productos audiodescriptos en Argentina se realiza con un desfase idiomático que representa un obstáculo para la atención y comprensión de los materiales por parte del público local.

La presentación expone enfoques, conceptos, dimensiones y metodología del proceso de audiodescripción y las consideraciones surgidas de la práctica reflexiva desarrollada por el equipo interdisciplinario e inclusivo que lleva adelante el proyecto. Este proyecto se articula con la Red Mate, espacio de inclusión educativa de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNC que promueve los derechos de las personas con discapacidad. El equipo de trabajo formado por comunicadorxs sociales, traductores, productores audiovisuales está asesorado por especialistas en lingüística y semiótica y cuenta con el financiamiento de SECYT UNC.

TRABAJADORES, MERITÓCRATAS Y FREELANCERS: ESCENAS AUDIOVISUALES DE LA VIDA LABORAL.

Matías Scheinig – CCOM/FSOC/UBA
(matias.scheinig@gmail.com)

Tres videos. El primero es en realidad un film y dura casi 1 minuto. Se trata de la primera película de la historia del cine. “La sortie de l'usine lumière à Lyon”. Trabajadores saliendo de la fábrica Lumière. Este registro ya digitalizado es de inmediato acceso a través de internet. Las imágenes de aquella sociedad de 1895 han sido recuperadas y se transforma en un documento histórico que nos muestra una relación social fundamental de aquel momento del capitalismo, cuyos protagonistas son obreros. El capitalismo estaba ya desarrollándose espacialmente en las ciudades, y dentro de los talleres y fábricas. La población crecía a un gran ritmo y las ciudades comenzaban a albergar a

las masas de trabajadores.

El segundo video es una publicidad de 2016. “Meritócratas”, una pieza de propaganda, que intenta provocar el deseo de compra del nuevo modelo de auto de la empresa Chevrolet. La meritocracia es el valor que promueve y define esta propaganda, caracterizando a un sector social novedoso para los discursos publicitarios, pero que serán también parte de los discursos políticos del gobierno argentino actual para establecer una actitud aspiracional que debe regir dentro del sistema productivo actual. “Un mundo donde cada persona tiene lo que merece”, reza la publicidad en favor de un modelo de realización individual, sin derechos, sin protecciones de políticas públicas para los sectores vulnerables frente a la desigualdad de oportunidades. La meritocracia se desarrolla propiciamente en un sistema organizado para las individualidades.

Por último, el tercer video es un registro realizado por el autor del presente trabajo durante mayo de 2019. Un minuto que muestra la entrada/salida de un local de la empresa digital “Pedidos Ya” ocupada por sus trabajadores. La empresa Pedidos Ya abrió en 2018 una sede en pleno Palermo, sobre la calle Gurruchaga. Durante un par de años contrataba a sus trabajadores a diferencia de las otras empresas similares (Rapi y Glovo). A partir de fines del 2018 abandonó el registro formal de las y los trabajadores, y comenzó a vincular personas con el régimen de monotributo (freelancers), señalando que la persona así sería su propio jefe. El trabajo precario de los “freelancers” que pedalean sus bicicletas para entregar la comida a los usuarios de estas plataformas digitales descargadas en los dispositivos móviles, no obtienen lo que les corresponde por derecho laboral ni por el reconocimiento meritocrático. Sin embargo, estos individuos apelan a tradicionales estrategias sindicales y se organizan colectivamente para reclamar derechos.

Es necesario comenzar por el principio de la representación audiovisual, el video de los hermanos Lumiere, para comprender quiénes eran protagonistas de la historia, y así pensar quiénes son protagonistas en la actualidad. Las narrativas audiovisuales que abordaremos permitirán reflexionar acerca de nuevos conceptos del vocabulario social, narrativas acerca de dispositivos tecnológicos e ideológicos, que frente al conflicto que generan obtienen respuestas organizativas para la conquista de derechos básicos.

NARRATIVAS AUDIOVISUALES: YOUTUBERS Y EDUTUBERS

Lorena Pérez –

(loreperezbazan1@gmail.com)

En base a mi trabajo de pieza comunicacional, presentado el 9 de abril del 2019, para fin de la cursada de la carrera de Lic. en Cs. de la Comunicación abordaré sobre las “Narrativas Audiovisuales” y “las nuevas pantallas”; partiendo del significado de los YouTubers, cómo nacieron (que es YouTube) y cómo han crecido hasta el día de hoy. Mi punto de vista desde mi trabajo de experimentación (sobre “Comunicación y cocina en el NOA: Youtubers”), y lo que mencionan algunos autores como Rincón y Castells. Además, abordaré sobre las nuevas prácticas culturales: Edutubers.

EJE 18. NARRATIVAS RADIOFÓNICAS.

EL CENTENARIO DE LA REFORMA UNIVERSITARIA - DOCUMENTAL RADIOFÓNICO

Gustavo Dumo – UNdeC
(gustavodumo@yahoo.com.ar)
Carlos Rubén Rodríguez – UNdeC
(krlos1669@gmail.com)

El trabajo realizado con los alumnos de la Cátedra de producción Radiofónica II consiste en tres documentales de radio difundidos a través de Radio Universidad Nacional de Chilecito FM 104.1, entre los meses de mayo y diciembre de 2018 en adhesión a la fecha que marcó un hito en la construcción de la Universidad Pública Argentina.

Los tres trabajos llevan los siguientes títulos:

- Manifiesto liminar.
- Las mujeres de la reforma.
- Los riojanos en la Reforma Universitaria de 1918.

Los textos de los guiones fueron elaborados a los siguientes textos:

- Índice de las primeras mujeres egresadas de la Universidad Nacional de Córdoba 1884 - 1950, (2015) Cortés N. y Freytes A. 1a ed. Córdoba, Editorial de la UNC.
- Los cien pasos de la Reforma Universitaria, Bravo Tedin M. (2017) La Rioja, editorial Canguro.
- La Reforma Universitaria, Desafíos y perspectivas noventa años después, Sader E.; Aboites H.; Gentili P, 1a ed. - Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales - CLACSO, 2008.

COMUNIDAD, TERRITORIO Y RADIO INDÍGENA. REFLEXIONES DECOLONIALES EN TORNO A LA EMISORA XEANT, LA VOZ DE LAS HUASTECAS, EN TANCANHUITZ, SAN LUIS POTOSÍ, MÉXICO.

Consuelo Patricia Martínez Lozano – UASLP
(martinez.lozano30@gmail.com)
Daniel Solís Domínguez – UASLP
(danielsolisdominguez@gmail.com)

Las emisoras indígenas y la dinámica comunicativa que desarrollan entre el medio y la comunidad tienen un fuerte componente y arraigo simbólico que se objetiva en el territorio donde este tipo de radios se encuentran asentadas. En México, estas emisoras ubicadas en regiones con población mayoritariamente indígena, tienen un carácter institucional, pues constituyen parte de un plan de gobierno desarrollado desde 1979 a través del ahora llamado Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI) y la implementación del Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas (SRCI) en diversas regiones del país.

No obstante su orientación institucional, las comunidades indígenas receptoras “se apropiaron” de estas emisoras y las integran a su dinámica comunal y cotidiana, dando cuenta de procesos particulares y conforme al punto de vista de audiencias específicas que se convierten, a su vez, en emisoras de sus propios mensajes, en los que se perfilan inquietudes y formas de acción de la propia comunidad (Cornejo, 2002; Martínez, 2006).

La perspectiva decolonial (Quijano, 2007; Escobar, 2012), se centra en las formas en que los grupos sociales y los sujetos (las agencias) que se ubican en países que han sido colonizados por occidente, deben reubicar sus formas de generar prácticas que deriven en cambios y transformaciones sociales para beneficio de sus propias sociedades. El conocimiento local, el lugar cotidiano en el que transitan e interaccionan las personas, se vuelve fundamental porque es el espacio social en donde se teje una forma propia de ser y de estar. Esta reubicación tiene que ver un proceso reflexivo que lleve a la instauración de acciones alejadas de los mecanismos institucionalizados que los países occidentales han señalado como encaminadores del “progreso” y el “bienestar social”. Se trata de volver la mirada a las formas de organización comunales, principalmente de los pueblos originarios, y de explorar el entramado y la

manera en que funcionan esta maquinaria social-comunal que no necesariamente responde a los parámetros occidentalizados (Segato, 2016; Santos, 2014).

La ponencia aborda una parte de los resultados de una investigación realizada en la emisora indígena XEANT, La Voz de las Huastecas, ubicada en la comunidad de Tancanhuitz, en la región Huasteca del Estado de San Luis Potosí (centro-este) de México. La XEANT se fundó en 1990 y transmite en las lenguas náhuatl, tének, pame y español.

El estudio se propuso analizar los procesos y prácticas de reapropiación de conocimientos indígenas por parte de la comunidad a través de la mediación radiofónica de la XEANT, La Voz de las Huastecas, en Tancanhuitz, así como analizar las formas organizativas y de expresión de las mujeres y las juventudes indígenas, la migración y la violencia, que se construyen a través de la radio.

LA EXPERIENCIA COMO PARTE FUNDAMENTAL EN EL ANÁLISIS DE LA CONFIGURACIÓN ESTÉTICA DE FM COMUNITARIA LA VOZ INDÍGENA

Ileana Vanesa Mamani – UNSA- Sede Regional Tartagal
(mamaniileana@gmail.com)

El presente trabajo corresponde a una apuesta de investigación que procura dar cuenta desde una perspectiva de análisis de contenidos radiofónicos un enmarcamiento de la modalidad estética como condición fundamental para la comprensión de las producciones y articulaciones de determinadas piezas radiofónicas producidas en el contexto del noroeste argentino.

En este caso, nos inmiscuiremos en la configuración estética de la radio FM Comunitaria La Voz Indígena y nos remontaremos en el eje de análisis de estudios culturales teniendo en cuenta los distintos enfoques y abordajes con base en el descolonialismo, a partir de los distintos autores propuestos. Junto a ello, resaltaremos el aporte de la propuesta interseccional como un enfoque alternativo para relevar los distintos entrelazamientos multidimensionales vigentes en las distintas producciones seleccionadas.

Ante ello, es menester resaltar el lugar que ocupa la construcción de la experiencia dentro de este medio comunitario y la transformación que se realiza de la misma como un posicionamiento de resistencia a las formas clásicas de producción radiofónica.

Resulta relevante resaltar la implicancia que este conjunto de experiencias políticas, culturales y sociales conllevan ante el complejo escenario social y la realidad de los pueblos étnicos. A la vez, visibilizar el proceso de fortalecimiento y definición de la dimensión comunicacional-estético de este proyecto cultural.

“TEATRO EN MANO: UNA EXPERIENCIA DE CONSTRUCCIÓN COLECTIVA EN LA ASOCIACIÓN CIVIL BETANIA CERRILLOS-SALTA.

Noelia Carolina Méndez Egresada – UNSa
(carolinamendez.salta.cm@gmail.com)
María Celeste Romero Egresada – UNSa
(mcr_2421@hotmail.com)

El presente trabajo relatará la experiencia sobre el proyecto financiado por el Fondo de Desarrollo Ciudadano “Teatro en mano: Una experiencia de construcción colectiva en la Asociación Civil Betania Cerrillos-Salta”. Betania es una entidad sin fines de lucro, que hace más de 20 años se dedica al trabajo de prevención, rehabilitación y reinserción de tóxico-dependencias y otras adicciones de jóvenes menores de 21 años. La ejecución del proyecto presentado tuvo la intención de crear un espacio de lectura, escritura y análisis de textos teatrales con el objetivo de crear una producción colectiva propia, que resultó en un texto dramático y en una experiencia de radioteatro.

Con nuestra intervención, logramos resolver algunas problemáticas de prácticas ligadas a la comprensión y producción de textos, como así también trabajar algunos ejes propuestos inicialmente y que en los contextos de privación de libertad resultan de gran importancia, como por ejemplo, que los jóvenes puedan proyectarse a nivel corporal, vocal, cognitivo, emocional y social.

Como observadoras de la realidad, nos acercamos a la vida institucional, y luego de realizar un análisis y estu-

dio de las prácticas que realizan los jóvenes en esa institución, nos respondimos lo siguiente: ¿Se puede realizar un trabajo aislado cuando se trata de un proyecto artístico comunicacional?...No, porque en este tipo de experiencias el desafío implica aprovechar los recursos, fortalezas y dificultades de los grupos con los cuales se trabaja y activar procesos de participación colectiva que logren algún tipo de transformación. Teníamos en claro que buscábamos incentivar el trabajo grupal y la participación activa, comprometida y responsable de cada uno de los participantes, argumentando siempre que el teatro es un hecho colectivo.

La construcción del Radioteatro implicó diversos procesos: la construcción del texto dramático, la actuación, el proceso de grabación y edición de los audios. El lenguaje artístico teatral se potenció no sólo desde la lectura y la escritura sino también desde la interpretación de los personajes, la interacción entre los actores y esto dio como resultado una pieza comunicacional artística única, de autoría y creación propia de gran significado para todos los participantes.

EL PAPEL DE LAS RADIOS UNIVERSITARIAS EN LA CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA A PARTIR DE RECUPERAR ACONTECIMIENTOS LOCALES DE RELEVANCIA SOCIAL: EL CASO DE “EL PUNTANITO”

Jorge Ignacio Rosales – UNSL
(altopencoso.ideas@gmail.com)

Este trabajo se realiza en el marco del proyecto de investigación “Mediatizaciones del sentido y procesos socio-culturales; identidades, cultura, discursos y poder” y tiene como objetivo reflexionar acerca del papel de las radios universitarias en la construcción de ciudadanía, a partir de potenciar la memoria local a través del caso de un micro-programa radiofónico de mi autoría, denominado “El Puntanito”.

Para producir este programa se indagó en medios de prensa escritos de San Luis, acerca de cómo construían los acontecimientos relevantes de la vida social de la ciudad, de fines del siglo XIX y primera mitad del siglo XX.

Mediante la búsqueda documental en archivos y la recolección de testimonios tomados en entrevistas a investigadores, protagonistas y conocedores de la tradición oral de la zona, el material reunido me permitió producir un espacio radial semanal, que fue emitido por Radio Universidad FM 97.9 en el transcurso de 2018.

El análisis de las relaciones entre periodismo, ciudadanía y poder, de acontecimientos de la vida social de hace un siglo, es la tarea que emprendo en esta investigación, junto a la producción de contenidos radiofónicos que recuperen la memoria histórica de las comunidades.

HACER RADIO ENTRE REJAS: EXPERIENCIAS RADIOFÓNICAS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN UNIDAD CARCELARIA 1

Miguel E. Rosales Arozarena – UNSa
(ar.rosales@gmail.com)

Para empezar, esclarecemos la principal paradoja del eslogan del programa radiofónico el cual es desarrollado íntegramente por alumnos de la Unidad Penal 1 de Villa Las Rosas (Salta): “Esto es Fuera de Sistema... Un programa de estudiantes Libres en contexto de encierro”.

¿Por qué apelamos a la palabra-emoción como expresión de liberación? Justamente por el hecho de que el lenguaje coloquial es rico en descripciones y cargado de sentidos puesto que de los relatos (historias de vida) y de la reflexión (contenidos tratados) los estudiantes se permiten sortear el cerco (aún de modo imaginario) impuesto desde las rejas. En este sentido, posibilita una toma de conciencia y de auto percepción en relación a situaciones de vulnerabilidad a la cual es sometido el recluso dentro de la institución.

Esta experiencia también es enriquecedora desde la praxis docente puesto que, en términos de Ricardo Bizzarra (2002), interpela la intervención del educador desde un lugar del compromiso y de responsabilidad social, no como mero trasmisor de conocimientos desde una “formalidad escolar” expulsora del alumnado, sino como una práctica que permita “Romper con el molde tradicional del docente y de la tarea de enseñar”. De hecho, esta idea (hasta metafórica) de “cerrar con un candado desde adentro” es posibilitar la conquista de cierta autonomía de libertad en un contexto donde las rejas y los muros comprimen todo hálito de libertad. Sin embargo, y a pesar de los obstácu-

los institucionales que trataremos más adelante, el programa “Fuera de Sistema” intenta ser una “bocanada de aire fresco” en el cual, estudiantes y docentes de modo mancomunado, alcanzamos los objetivos de expresión y creación que de alguna manera pongan de relieve los prejuicios y estereotipos impuestos desde la sociedad y sus dispositivos de disciplinamiento institucional.

Desde una perspectiva disciplinar establecemos la intervención en la institución carcelaria entendiendo que todas nuestras prácticas sociales y comunicativas están insertas, ya desde que nacemos, en “situaciones de comunicación” (Prieto Castillo. 1994) puesto que la sociedad se expresa a través de múltiples discursos en tanto que nos exige aprender de determinada manera, de acuerdo a los contextos situacionales que se nos enfrentan ante las distintas circunstancias de nuestras vidas cotidianas.

Toda práctica social está teñida de significados y nada de lo humano está exento de sentido puesto que en nuestra vida—y en todo momento—producimos (o percibimos) significados (sean estos emitido por alguien como proceso de enunciación, o decodificado, por otro, como proceso enunciativo); en donde lo relacional (dialógico) representa el plexo comunicativo. Permanentemente, en nuestras percepciones, ponemos en juego estos procesos de circulación de sentidos, en el cual los mensajes representan (en un contexto) una determinada situación de comunicación inscripta, cada una, con su particular significación y leída desde el código cultural como una práctica significativa permanente.

RELATOS MIGRANTES. REFLEXIONES Y SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA DISCRIMINACIÓN. MEMORIAS RADIOFÓNICAS DE LA MIGRACIÓN SENEGALESA EN LA PLATA

Rocío Coda Autora/Egresada
(codarocio@gmail.com)

La serie radiofónica busca sensibilizar y reflexionar acerca de la estigmatización y discriminación que afecta a los migrantes senegaleses en la ciudad de La Plata, utilizando como técnica de análisis sus relatos de vida.

El interés por el tema se debe a una necesidad de visibilizar el incremento de la criminalización del colectivo por parte de los organismos de control estatal como Control Urbano -especialmente durante la gestión del intendente Julio Garro (2015-2019)-, a través del denominado operativo de “Control de Convivencia Ciudadana”, en connivencia con la policía bonaerense. Este accionar delimita una relación de desigualdad, que se reproduce a partir de estereotipos y prácticas cotidianas, como detenciones arbitrarias, maltratos, violencia, racismo.

La propuesta es poner en juego tres relatos de vida: Bamba, Cheikh y Djibi, y responder a una necesidad de mostrar sus vivencias personales en la ciudad y sus experiencias migrantes como reflejo de una situación general de la mayoría de los y las senegaleses en Argentina.

Respecto a su especialización laboral, su principal fuente de ingreso económico es la venta ambulante que se ve dificultada por las condiciones que la Municipalidad de La Plata les impone, lo cual restringe su acceso a bienes y servicios básicos para la vida, pone de manifiesto una subordinación psicológica o física, y busca criminalizarlos. Esta problemática no sólo es visible hacia el colectivo senegalés sino entre los sectores populares en su conjunto, logrando profundizar la estigmatización y segregación. Dicho accionar también repercute sobre el colectivo migrante en su totalidad.

Algunos de ellos comenzaron a llegar a nuestro país a partir de la década del 90, como consecuencia de las dificultades político- económicas que atravesaban en Senegal, concluyendo en diversas trayectorias migratorias. Gisele Kleidermacher, considera a la migración como un hecho social total, “donde el sujeto migrante se encuentra determinado por la situación compleja de su país de origen, y los diversos países por donde transcorre su trayecto formando un ciclo que incide en su identidad y el proyecto de vida”.

Es una migración heterogénea, forma parte de las migraciones resientes africanas, en la que priman diferentes proyectos migratorios, relacionados con la pertenencia étnica o religiosa. En Argentina, se caracteriza por ser una migración mayoritariamente masculina, de jóvenes, de la etnia wolof. También, algunos varones provienen de la zona sur de Cassamance, del grupo étnico djola,

La serie radiofónica se propone como una producción que construya una mirada no estigmatizante, busca sensibilizar a la audiencia e informar desde una lógica no racista. La eficacia de la radio como medio para la difusión del material permite, poner en escena la conflictividad cotidiana por la que atraviesa la comunidad. Además, facilita su viabilidad en soportes digitales tales como celulares, plataformas, etc. y la circulación de los relatos (podcast en presentaciones, muestras, como material educativo en escuelas; actividades culturales, fiestas o celebraciones.

El proyecto “AltaVoz. Escuchatorio radiofónico por la comunicación como derecho”, se enmarca en un proyecto de extensión que lo antecede, denominado “Radio del Viento. Emisora Experimental de producción radiofónica en Internet” que se desarrolla desde el Taller de Tecnología y Producción Radiofónica II de la licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy.

El “escuchatorio” que se presenta en esta oportunidad propone realizar un seguimiento de prácticas comunicacionales radiofónicas en San Salvador de Jujuy, a través de la escucha, registro y análisis de emisiones para su posterior catalogación y archivo online. Las emisoras que se incluirán en esta primera etapa en el observatorio corresponden a las de gestión estatal que emiten en la ciudad de San Salvador de Jujuy: FM 92.9 Mhz Radio Universidad y FM 88.5 Mhz Radio Muni. Asimismo, la construcción del archivo resultante, permitirá proponer espacios de reflexión, discusión y aprendizajes para estudiantes, docentes e investigadores en Comunicación Social; comunicadorxs radiofónicos, universidades, organizaciones sociales y población en general.

La ciudad de San Salvador de Jujuy no cuenta actualmente con un archivo que reúna producciones comunicacionales de emisoras radiales locales. La iniciativa del presente proyecto, intenta aportar a la construcción de un sitio que pueda albergar aquellas coberturas periodísticas y de actualidad, vinculadas a temáticas como la participación de los discursos radiofónicos en la formación de opinión pública, responsabilidad social de lxs comunicadores radiofónicos, derechos humanos, representaciones y tratamientos de noticias sobre juventudes, mujeres, comunidad LGTBIQ, discapacidad, salud mental, pueblos originarios, etc.

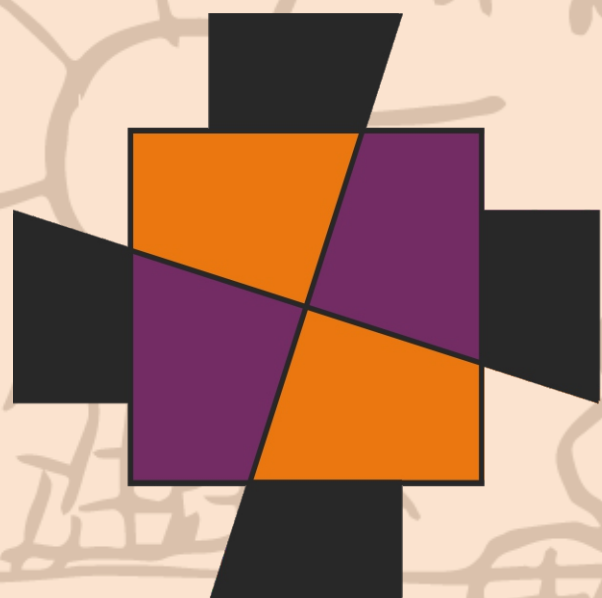
El proyecto parte de identificar una serie de condiciones desfavorables para el seguimiento de las producciones radiofónicas de emisoras locales, a saber:

- Limitaciones propias del medio radiofónico (fugacidad de los mensajes, una vez emitidos no pueden recuperarse los discursos)
- Limitaciones tecnológicas para la grabación de las emisiones (PC, internet, placa de sintonización de FM, software, etc.)
- Falta de un equipo capacitado, a cargo de tareas de escucha, catalogación y archivo de los registros resultantes de las grabaciones.

Como efectos de tales causas, se pueden señalar la pérdida de valiosa información y la imposibilidad de acceso a registros sin catalogar, o de archivos privados.

Iniciar la tarea de recopilación y catalogación de estas piezas sonoras, brindará a la provincia un corpus de valiosa información, posibilitando el acceso al mismo a centros de investigación, universidades, organizaciones sociales y a la población en general para su posterior tratamiento, análisis, reflexión y articulación en el desarrollo de las diferentes tareas de quienes estén interesadxs en los temas abordados.

Considerando preciso aportar a la necesaria reflexión crítica de las prácticas periodísticas locales a través de la creación de este archivo sonoro de acceso público constituido a partir de una mirada de la comunicación como derecho.



XXI° Congreso de

Red COM Salta

MIE 16
JUE 17
VIE 18 | **OCT**
2019



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE SALTA



RED DE CARRERAS DE
COMUNICACIÓN SOCIAL