



FACULTAD DE

U.N.C.P.B.A.

CIENCIAS SOCIALES



enacom.18

Libro de Resúmenes



Olavarría, 18 al 20 de Septiembre de 2018



Olavarría, 18 al 20 de Septiembre de 2018

Libro de resúmenes ENACOM 2018

Libro de Resúmenes ENACOM 2018 /
Maximiliano Peret – Sergio Magallanes. - 1a ed. - Olavarría: UNICEN,
2018.

E-Book.

ISBN 978-950-658-457-3

1. Comunicación. 2. Investigación. 3. Periodismo.

Compiladores:

Maximiliano Peret

Sergio Magallanes

Fecha de catalogación: en trámite

ISBN: en trámite

Editorial UNICEN

Imprenta UNICEN

Facultad de Ciencias Sociales

Universidad Nacional del Centro

de la Provincia de Buenos Aires

Av. A del Valle 5737

Olavarría, Buenos Aires (CP 7400)

Tel. (02284) 450331 - www.soc.unicen.edu.ar

Los compiladores y la Editorial no se responsabilizan por la actualidad, exactitud, calidad o completitud de la información incluida en este volumen ni por ningún tipo de perjuicio que de lo aquí expuesto se pudiera derivar. La presentación formal de los artículos es responsabilidad de los autores

Organizadores

Director del Departamento de Comunicación y Periodismo

Mag. Sergio Magallanes

Coordinador Académico ENACOM 2018

Lic. Maximiliano Peret

Autoridades Facultad de Ciencias Sociales UNICEN

Decana: Lic Gabriela Gamberini

Vicedecana: Dra. María Gutierrez

Secretario General: Ing. Guillermo Cicconi

Secretaría Académica: Lic. Gabriela Loustaunau

Secretario de Extensión, Bienestar y Transferencia: Lic. Nicolás Casado

Comisión Directiva de FADECCOS

Marcelo D´Amico, Universidad Nacional de Entre Ríos

Esteban Zunino, UMAZA

Daniela Monje, Universidad Nacional de Córdoba

Miguel Angel Vilte, Universidad Nacional del Nordeste

Cecilia Labatte, UCES

Ana Laura Hidalgo, Universidad Nacional de San Luis

Carlos García da Rosa, Universidad Nacional de Misiones

César Arrueta, Universidad Nacional de Jujuy

Patricia Nigro, Universidad Austral

Comité Académico

Arri, Francisco

Bergero, Fabian

Casado, Nicolás

Cohendoz, Mónica

Conforti, María Eugenia

Errobidart, Analía

Espada, Agustín

Flores, Álvaro

Fridman, Leandro

García Luna, Ana Laura

Giacomasso, Vanesa

Iturralde, María Eugenia

Lingeri, Diego

Magallanes, Sergio

Marino, Santiago

Martins, Susana

Mathieu, Gladys

Matta, Juan Pablo

Nigro, Patricia

Pasquariello, Stella

Peret, Maximiliano

Pérez, Patricia

Perticará, Mariana

Porta, Martín

Reta, Lucrecia

Rodriguez Agüero, Eva

Vulcano, José

Zamora, Jorge Pablo

Rossi, Patricia

Silva, Ana

Sosa, Rosana

Vigil, María Fernanda

Comité Organizador Facultad de Ciencias Sociales

José Vulcano

Nicolás Casado

Exequiel Alonso

Sebastián Lindner

Soledad Chirambero

Joaquín Méndez

Silvina Mentasti

Fátima Higuera

Colaboradores

Agustina Pagano
Aldana Prieto
Alexis Grierson
Camila Valenzuela
Carolina Rivas
Darío Machado
Eugenia Mocciano
Geraldine Jerez
Gisele Ceniceros
Iván Cabello
Juan Segundo Aramburu
Lis Perez
Felicitas Habarna
Guillermina Hermani
Milagros Pianciola
Luciano Moles
Lucía Contini
Luciana Pedernera
Mariana Hector
Martín Mozotegui
Martina Lastape
María del Rosario Farinati
Micaela Larraburu
Nubi Fernández
Nicolás Herrera
Rocío Pereyra
Sol Sraiber
Trinidad Petreigne Bacigalupe

Índice

PROGRAMA GENERAL	8
PRESENTACIÓN DE PONENCIAS	11
SESIÓN 1 – MARTES 14 a 16 Hs	12
SESIÓN 2 – MARTES 16³⁰ a 16³⁰ Hs	15
SESIÓN 3 – MIÉRCOLES 9 a 11 Hs	18
SESIÓN 4 – MIÉRCOLES 14 a 16 Hs	22
SESIÓN 5 – JUEVES 9 a 11 Hs	26
EJE N° 1 – COMUNICACIÓN COMUNITARIA	30
EJE N° 2 – COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA	34
EJE N° 3 - COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, CORPORATIVA Y PUBLICITARIA	46
EJE N° 4 – COMUNICACIÓN Y GÉNERO	55
EJE N° 5 – COMUNICACIÓN Y SALUD	63
EJE N° 6 - COMUNICACIÓN, CULTURA, ARTE Y FILOSOFÍA	67
EJE N° 7 – COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN	78
EJE N° 8 - COMUNICACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y ESCENARIOS LABORALES	102
EJE N° 9 – COMUNICACIÓN Y ANTROPOLOGÍA	108
EJE N° 10 - CONSUMOS MEDIÁTICOS Y TECNOLÓGICOS / APROPIACIÓN SIMBÓLICA	111
EJE N° 11 - CONFLICTO SOCIAL, MOVIMIENTOS SOCIALES Y ACCIÓN COLECTIVA	120
EJE N° 12 - DISCURSOS, SENTIDOS Y REPRESENTACIONES	130
EJE N° 13 - EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN, TEORÍAS Y METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN	142
EJE N° 14 - LENGUAJES, TECNOLOGÍAS Y NUEVOS MEDIOS	150
EJE N° 15 - HISTORIA DE LOS MEDIOS, PODER Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	167
EJE N° 16 - PRÁCTICAS Y EXPERIENCIAS PERIODÍSTICAS	183

PROGRAMA GENERAL

MARTES 18 DE SEPTIEMBRE

9 Hs. Acreditación (*Centro de Convenciones de Olavarría*)

10 Hs. Inauguración – Conferencia de **Carlos Scolari** “Las Leyes de la Interfaz” (*Centro de Convenciones de Olavarría*)

11:30 Hs. Conversatorio - **José Luis Fernández - Carlos Scolari – Sandra Valdettaro** “Las Interfaces en el ecosistema actual”. (*Centro de Convenciones de Olavarría*)

14 a 16 Hs. Mesas de ponencias – Sesión 1 (*Campus Universitario*)

16:30 a 18:30 Hs. Mesas de ponencias – Sesión 2 (*Campus Universitario*)

18:30 a 19 Hs. Presentación del libro GUIA PARA DISEÑAR PROYECTOS DE TESIS. **Eugenia Etkin** y **Alejandra Ravettino** **AULA 11 IQ**

19 Hs. Mesa Redonda “Repensando la educación” **AULA C11**
Carlos Scolari (presentación de la experiencia Transmedia Literacy)
Francisco Albarello (Lectura Transmedia)

19 Hs. Taller Herramientas digitales para periodistas para **Juan Manuel Lucero**
(coordinador de Google News Lab) **AUDITORIUM**

22:30 Hs. Cena de camaradería (cupos limitados - venta anticipada de tarjetas)

MIÉRCOLES 19 DE SEPTIEMBRE

9 a 11 Hs. Mesas de ponencias – Sesión 3 (*Campus Universitario*)

11 a 13 Hs. Panel Periodismo **AULA C11**
Juan Mascardi (Coordinador de Fundéu Argentina, UAI) Premio Iberoamericano al Periodismo Rey de España 2018
Vanina Berghella (FOPEA)
Alejandro Rost (Universidad Nacional del Comahue)

11 a 13 Hs. Charla. Presentación del Observatorio del campo de la comunicación y desarrollo de las profesiones - **Washington Uranga**
AUDITORIUM

14 a 16 Hs. Mesas de ponencias – Sesión 4 (*Campus Universitario*)

14 Hs. Asamblea **FADECCOS** (Directores y representantes de carreras) **SALA DE CONSEJO ACADÉMICO – FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

16:30 Hs. Panel Transmedia: **AULA C11**
Fernando Irigaray (Universidad Nacional de Rosario)
Francisco Albarello (Universidad Austral, Universidad Nacional de San Martín, Universidad del Salvador)

Mariana Ferrarelli (Universidad de San Andrés, Proyecto Orson 80)
coordina: Sergio Magallanes

16:30 Hs. Espacios de intercambio:

- Discusión planes de estudio **AULA C5**
- Taller para graduados: "Trayectorias profesionales de los/las comunicadores/as." **AULA C6**
- Taller para estudiantes: "Historia oral y comunicación en la reconstrucción de la memoria" **AULA C8**

19 Hs. Premiación **EXPOCOM** y **Concurso de Tesis AULA C11**

19 Hs. Presentación de **libros AUDITORIUM**

- TELEVISIÓN COOPERATIVA Y COMUNITARIA EN EL CONTEXTO CONVERGENTE. Diagnóstico, análisis y estrategias para el sector no lucrativo. **Daniela Monje** y **Ezequiel Rivero** (compiladores)
- LIBERTAD DE ANTENA. **Larisa Kejval** (participa **María Rosa Gómez**)

23 Hs. Fiesta

JUEVES 20 DE SEPTIEMBRE

9 a 11 Hs. Mesas de ponencias – Sesión 5 (*Campus Universitario*)

11 a 13 Hs Panel Pauta Oficial **AULA C11**

- Santiago Marino** (Universidad Nacional de Quilmes, UBA, Universidad del Salvador)
- Daniela Monje** (Universidad Nacional de Córdoba)
- Jose Crettaz** (Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales INSOD-Fundación UADE)
coordina Agustín Espada

11 a 13 Hs. Panel del Cono Sur de FELAFACS "El futuro del periodismo en Latinoamérica" **AUDITORIUM**

- Alejandro Rost** (Universidad Nacional del Comahue - Argentina)
- Fernando Rivas Inostroza** (Pontificia Universidad Católica de Valparaíso - Chile)
- Daniel Mazzone** (Universidad ORT - Uruguay)
coordina Patricia Nigro

14 a 16 Hs. Conferencia de cierre – **Lila Luchessi AUDITORIUM**

PROGRAMA DE PRESENTACIÓN DE PONENCIAS

SESIÓN 1 – MARTES 14 a 16 Hs

Mesa 1 EJE 1 - Comunicación comunitaria **AULA C5**

Coordina: Agustín Espada

María Teresa Frati, Brenda Nair Castillo y Patricia Beatriz González	Análisis de Prácticas de Comunicación Comunitaria en Movimientos Sociales.
María Soledad Segura, Alejandro Linares, Verónica Beatriz Longo, Ana Laura Hidalgo y Agustín Espada	La incidencia de las políticas estatales en la sostenibilidad de los medios comunitarios.
Mónica Martín, Verónica Longo, María Julieta González Salina, Mirian Goyeneche, Ana Laura Hidalgo, Ana Silvina Maldonado y Luz María Viñals	Las organizaciones sociales: su vinculación y formas de visibilización en el espacio público
Juan Martín Zanotti y Alina Fernández	Informativos locales en canales cooperativos: contenidos, agendas y desafíos para la producción en contextos periféricos
Eugenia Etkin	Herramientas de comunicación en organizaciones sociales: usos, frecuencia y planificación . Avances preliminares de una investigación en curso .

Mesa 1 EJE 3 – Comunicación institucional, corporativa y publicitaria **AULA C6**

Coordina: María Fernanda Vigil

Lucía Fernández	Gestión de redes sociales online: la experiencia del ENACOM2017
Anabel Urdaniz	Las Estrategias comunicacionales como dispositivo metodológico. Experiencias de participación y percepciones de incidencia política de los Consejos Locales de Niñez de la provincia de Buenos Aires.
Gabriela Loustaunau	La gestión de la comunicación en tiempos de hipermediaciones: algunas reflexiones teóricas
Ayelén Josefina Palacios y Rodrigo Chiarani	Percepciones del clima organizacional desde la comunicación
Rodrigo Raschella Aguirrezabala	Gestión de Planificación Estratégica desde una mirada Prospectiva en escenarios organizacionales

Mesa 1 EJE 6 - Comunicación, cultura, arte y filosofía **AULA C7**

Coordina: Lucrecia Reta

Lucía Abreu	“Vivan los pibes cabeza”. Construcción identitaria de varones jóvenes de sectores populares a través del Hip Hop.
Leonardo Pez	Dentro de una canción. La cita como estrategia discursiva intertextual en las canciones de Andrés Calamaro entre 1997 y 2016.
Emiliano Díaz	Análisis cultural de la comunicación y los medios en la década del ochenta
Adriana Del Valle Ruiz	Cultura y comunicación de comunidades rurales en el territorio de la Estación Experimental Agropecuaria Famaillá

Mesa 1 EJE 7 - Comunicación y educación **AULA C8**

Coordina: Analía Errobidart

Analia Errobidart	Cultura digital y educación: deudas, desencuentros y por venir.
Exequiel Alonso y Viviana Murgia	Educación en Ciencias Sociales con Narrativas Transmedia. Experiencia en una Escuela Secundaria de Olavarría
Tomas Bergero Trpin y Flavia Ricci	Educación en clave transmedia: posibilidades en Educación Media argentina
Gabriela Casenave	Escuelas enredadas: la comunicación en la educación secundaria
María Raquel Tarullo, María Belisa Martino, María Silvia Biancardi, Amada Bruno, Paloma Pinedo, Javier Charne, Macarena Arostegui, Pilar Traverso y Bruno Tegaldo	El uso de las redes sociales en estudiantes universitarios y las implicancias en sus prácticas académicas y cívicas
Carla Montoya	Una experiencia pedagógica innovadora en la universidad en torno a la Alfabetización Transmedia
Mariángeles Glok Galli	Pensar las prácTICas en la escuela secundaria. La comunicación pedagógica en clave digital.

Mesa 1 EJE 11 - Conflicto social, movimientos sociales y acción colectiva

AULA C9

Coordina: Susana Martins

Florencia Yanniello	Territorios en disputa y geopolítica socioambiental: una aproximación desde los estudios culturales
Pamela Pía López	Prácticas culturales en el proceso de habitar el territorio en la periferia del Gran La Plata. El caso de los y las migrantes de Barrio Alegre, de Villa Elvira
Gregorio Andersen	Participación Ciudadana. Movimientos presenciales y agitaciones digitales. Los casos 20D y #AsambleaNoNuclear
María Susana Martins	Comunicación Sindical: estrategias y planificación. El caso APA
Luciana Belén Vazquez, Sebastian Gonzalez, Glenderson López Fagundez, Federico Ovelar y Sandra Poliszuk	Mapeo cultural juvenil y espacio público en Viedma
María Cristina Cabral, Claudia Luengo, Sheila Mandado, John Cortés y Víctor Saravia	Acá estamos. Organizaciones juveniles y visibilidad pública.

Mesa 1 EJE 14 - Lenguajes, tecnologías y nuevos medios AULA 11 IQ

Coordina: Mariana Ferrarelli

Evangelina Dieguez	La tecnología digital como medio de reconstrucción de archivos y memoria
Mila Cantar	¿Qué es lo que hace Facebook con nuestros datos sensibles? ¿Con qué está jugando?
Abril Williams, Josefina Lopez Mallea, Nahir Miner y Rocío Malnis	Resignificando la relación con los demás y con los dispositivos en una cultura de la conectividad
Sofía Farías	La gubernamentalidad algorítmica en Facebook a través del servicio de publicidad ofrecido a los anunciantes
Eugenia Mitchelstein, Silvana Leiva, Camila Giuliano y Pablo Boczkowski	La política da que hablar: Engagement en medios y redes sociales
Elisa Molinari	Diario de bolsillo- la convergencia en la información

SESIÓN 2 – MARTES 16³⁰ a 18³⁰ Hs

Mesa 1 EJE 2 - Comunicación de la ciencia **AULA C5**

Coordina: María Eugenia Conforti

Sonia L. Lanzelotti y Gabriel E. Acuña Suarez	Divulgación científica en tiempo real: "ARQUEÓLOGOS - EL LENGUAJE DE LOS SIGLOS"
Mayra Garcimuño y María Luján Castro	Comunicar la ciencia dentro de un museo tradicionalista
Rocío Lencina, Giuliana Castiglia y Augusto Santiago Oliván	Ciencia y educación en las transformaciones del siglo xxi. Análisis de un caso del nivel educativo secundario en la ciudad de Olavarría
Maria Lujan Castro y Mayra Garcimuño	Museos de Ciencia como comunicadores de ciencia y la experiencia local de DIVERTITE EXPERIMENTANDO
Luciano Banchio, Victoria Ennis y María Eugenia Conforti	La experiencia de periodismo científico con la revista Earthzine: un proyecto colaborativo entre Estados Unidos y Argentina
Valeria Palavecino, Mónica Blanco y Juan Manuel Padrón	Apuntes y reflexiones para un proyecto de divulgación científica

Mesa 2 EJE 6 - Comunicación, cultura, arte y filosofía **AULA C6**

Coordina: Mónica Cohendoz

Ariel Darío Barbieri	Hacia los Modos de hacer un no monumento. Preguntas para el procedimiento de modalización temporal y espacial de los objetos discursivos dinámicos.
Ana Laura Hidalgo y Liliana Guzman	Chaplin, o el cine mudo que interpela el filosofar
Ana Laura Hidalgo	Brechas de inclusión/exclusión en San Luis. Tensiones en los paradigmas políticos de desarrollo y comunicación
Aldana Prieto, Nicolas Andres Herrera y Alexis Isaías Grierson	Callejeros en Olavarría: la reconstrucción de la cultura del aguante post Cromañón
Ludmila Damiana Adad y Nora Marcela Guerci	Teatro comunitario, memoria colectiva e inclusión social: el caso de "Los Bufones del Andén".
Martín Alejandro Salinas	Imperialismo cultural: cuando el olvido clausura la búsqueda del presente

Mesa 2 EJE 7 – Comunicación y Educación AULA C7

Coordina: Mirian Goyeneche

Marianela Recofsky	Tejiendo Redes. El programa social La Callejeada y sus relaciones inter-organizacionales para la inscripción social de los jóvenes.
Gastón Marmisolle	Identities docentes. El pasado de una identidad en el presente de una escuela en crisis/Identities docentes. El pasado de una identidad en el presente de una escuela en crisis
Camila Victoria Lujan Gogniat	Procesos de resignificación de las prácticas comunicacionales dentro y fuera de la escuela: la lectoescritura irrupida por la digitalización.
Juan Bussola y Alejandra Fonseca	Correlación entre formatos de Comunicación y Socialización de los Procesos de Indagación Escolares e Índice de Apropiación de Saberes y Conocimientos Alcanzados
Nicolás Casado, María Soledad Chirambero y Joaquín Méndez	Transformaciones, desafíos y relatos biográficos en los procesos de alfabetización digital de las/ los adultas/os mayores.
Mirian Goyeneche, Silvina Romero y Mariela Villazón	Desigualdad social y prácticas educativas: miradas desde la comunicación/educación
María Lucrecia Reta	De ciertas prácticas institucionales en la universidad pública. Y de cómo una publicación puede ayudar a eludir las trampas

Mesa 1 EJE 10 - Consumos mediáticos y tecnológicos/ apropiación simbólica AULA C8

Coordina: Ana Laura García Luna

Belén Fernández Massara	Domesticar a las TIC: aspectos emocionales de las competencias tecnológicas
Ruben Carruego	La Cultura Libre como espacio de libertad
Federico Álvarez Gandolfi	Otakismo y cultura transmedia: apuntes sobre el consumo fan de manga y animé en un contexto de convergencia
Silvina Mentasti	La participación de los usuarios en los documentales del siglo XXI

Mesa 2 EJE 14 - Lenguajes, tecnologías y nuevos medios **AULA C9**

Coordina: Fabián Bergero

Silvina Martínez	La cobertura periodística y el video en redes en tiempo real
Fabian Bergero y Alejandro Rost	Las redes sociales de los medios norpatagónicos. Del flujo de tráfico a la producción nativa
Esteban Zunino, Martín Pérez Millán y Andrea Ginestar	Observatorio de Medios, Democracia y Ciudadanía: resultados sobre medios digitales de 2017
Julieta Casini	Nuevas Narrativas Periodísticas: Periodismo y Realidad Virtual
Agustín Espada	Nuevos modelos radiofónicos: las redes de podcast en Argentina
Diego Ibarra	Podcast: una alternativa del lenguaje radiofónico auspiciada por cambios tecnológicos

Mesa 1 EJE 4 - Comunicación y género **AULA 11 IQ**

Coordina: Patricia Pérez

Soledad Restivo	"Ni tan santas, ni tan locas", horizontes y fronteras de la comunicación segmentada. Experiencia del micro radial con perspectiva de género en Radio Universidad FM 90.1.
Daiana Martinefsky, Carla Di Francesco y Rocío Lastape	Estudios de Comunicación, Cultura y Género: un programa de extensión entre el #Niunamenos y los protocolos de actuación sobre violencia de género en la Universidad
Griselda Astudillo y Melina Escobedo	"Entre la implementación del protocolo de actuación y la equidad de género: pasos para dar". Modelos de gestión, políticas institucionales y transversalidad de género en la FACSU UNICEN..
Patricia Andrea Pérez	Hacia un primer análisis en torno de una institución local que aborda problemáticas de violencia de género

SESIÓN 3 – MIÉRCOLES 9 a 11 Hs

Mesa 3 EJE 7 – Comunicación y Educación **AULA C5**

Coordina: Guillermo Collado Madcur

Andrea Scroca y Marcelo Vidal	La asombrosa excursión de Zamba en la semana de Mayo
Malen Suyai Varela	Radio feminista: experiencia educativa, reflexiones y abordajes
Fernando Raúl Díaz	Compartir comunicación: taller de radio
Alexis Chausovsky	El valor de la narración: aportes de la psicología cultural a la articulación entre comunicación y educación
Gonzalo Mamani	Albergue Universitario de la UNLP: trayectorias familiares y la primera generación de graduados de la universidad pública
Martín Pérez	Las voces en la escuela: una comunicación cantada
Sandra Pérez	Vénganme con cuentos. Materiales educativos participativos para abordar el sentido performativo del lenguaje
Guillermo K. Collado-Madcur	Teoría(s) de la Comunicación: Una reflexión sobre la práctica, a 20 años de experiencia de cátedra

Mesa 1 EJE 8 - Comunicación, formación profesional y escenarios laborales **AULA C6**

Coordinan: José Vulcano / Mariana Perticará

Adrián Pino y Soledad Arreguez	Enseñar Periodismo de Datos para entrenar a los nuevos periodistas
Andrea Santamarina Torres y Agustina Caballero Esteve	El futuro llegó hace rato
Marta Pereyra Quinteros, Mónica Viada y Mirta Echevarría	¿20 años (hacia adelante) no es nada? Pensar la formación en comunicación digital de las futuras generaciones. Aportes a las carreras de comunicación social.

Rocío González	¿Por qué debemos pensar en formar para la atención al público?
Georgina González Gartland y Silvana Lucero	"Comunicadores y comunicólogos: la planificación de la comunicación en las organizaciones"
Josefina Bargas y Alexis Grierson	Herramientas sobre marketing político: el caso Ezequiel Galli (2015-2018)

Mesa 1 EJE 12 - Discursos, sentidos y representaciones **AULA C7**

Mesa 1: Coordina: Diego Lingeri

Nadia Koziner	Las fuentes de la cuestión mapuche en la prensa chilena. Propuestas para su abordaje
Mariángeles Vallejos	Representaciones en torno al cuidado de niñas y niños en la publicidad televisiva emitida en canales de aire argentinos en 2017
Claudia Isabel Ortiz	Dimensiones de las representaciones sobre la transferencia del conocimiento a cerca de la tecnología: las perspectivas de sus investigadores en el terreno de las ciencias sociales
Laura Hoffmann, Casamayou Laura, Fernández Nubi y Yaquemet Ailen	Construcciones discursivas sobre niños, niñas y adolescentes en los medios gráficos de Olavarría y la región
Oswaldo José Da Costa	Resignificar el pasado para legitimar un presente sin futuro
Maria de Las Mercedes Basualdo	Yo, en tanto cuerpo digo:...
Guillermina Hermani	Quiebre de la historia lineal sobre la utilización medicinal de cannabis
María Gladys Mathieu y José Antonio Alcoceba	Análisis de los discursos socio-comunicativos en torno al concepto de identidad juvenil latinoamericana. Caso Argentina.

Mesa 1 EJE 13 - Epistemología, teorías y metodología de investigación

AULA C8

Coordina: Gladys Mathieu

Luis Sebastián Rossi	Comunicación e información en Gilbert Simondon
María Del Carmen Cabezas	Pensar De los medios a las mediaciones y sus condiciones de producción. Vínculos con la teología de la liberación
Carlos Rusconi	Relaciones de confianza y comunicación: el periodista en la trama de lo social.
María Del Rosario Millán, Marina Olinda Casales y Pamela Leite	Perfomances mediáticas: esbozos para repensar la esfera pública

Mesa 3 EJE 14 - Lenguajes, tecnologías y nuevos medios AULA C9

Coordina: Sergio Magallanes

Claudia Chantal Arduini Amaya	Herramientas metodológicas para analizar ficción transmedia. Su aplicación a la ficción argentina Según Roxi
Martín Astigueta	Propuesta para un modelo de análisis de las narrativas transmedia no-ficcionales
Gonzalo Darío Andrés	Pautas para el diseño de narrativas multimodales en un mundo hipermediatizado
Diego García	Comunicación no verbal en el mundo digital: los aportes del fenómeno emoji a la interpretación de los mensajes
Sergio Magallanes	Ficción en tiempos de transmedia
Pablo Martín Oro	Contar historias en tiempos digitales: Presente y futuro de los documentales
Francisco Albarello, Francisco Arri, Ana Laura García Luna, Juliana Quintana, Melissa Kuris, Rodrigo Capeans y Greta Liverott	Booktubers: Entre el canon y el fandom literario

Mesa 1 EJE 15 - Historia de los medios, poder y políticas AULA 11 IQ

Coordina: Carlos Alberto García Da Rosa

Ezequiel A. Rivero	El desafío online de los medios estatales en Argentina. Impactos y perspectivas ante el contexto nacional y global
Florencia Sosa	Historia y estructura de propiedad de los canales de televisión abierta de Córdoba y Rosario en el período 2000-2016.
Carlos Alberto García Da Rosa	La historia y la memoria en la construcción de sentido de los medios de Misiones. El caso de LT 85 TC Canal 12 y LT 17 Radio Provincia de Misiones
Fernando Krakowiak	Desafíos regulatorios en la era digital
Ana Bizberge	El audiovisual en Internet y las tensiones para regular el ecosistema digital
Diego Rossi	Proveedores de servicios de Internet en Argentina: restricciones al debate de su regulación
Alejandro Linares	El financiamiento de los medios del Estado nacional durante el kirchnerismo. Cifras, comparaciones y evaluaciones
Santiago Marino	Dinámica de la regulación y de la oferta del audiovisual en Argentina.

SESIÓN 4 – MIÉRCOLES 14 a 16 Hs

Mesa 2 EJE 2 - Comunicación de la ciencia **AULA C5**

Coordina: Vanesa Giacomasso

Guillermo Damián Spina y Cecilia Beatriz Díaz	Estrategia metodológica para el estudio de la comunicación pública de la ciencia en diarios digitales argentinos
Rodrigo Salmoiraghi	Construcciones, alcances y dificultades de los portales de comunicación pública de la ciencia (CPC): el caso de tres agencias de noticias científicas universitarias
Dante A. J. Peralta, Nicolás Olszevicki y Ezequiel Glikman	Representaciones de la ciencia, la noticia científica y la divulgación en diarios masivos. Un estudio de caso.
Bettina Bravo y Rocío Pereyra	Eureka Juegos Conectados una propuesta interdisciplinaria de comunicación pública de la ciencia
Ana Paula Madrid y Mauro Natale	entusiasMATE = matemática+sociedad+comunicación. Experiencias e interrogantes
Micaela Baier	La producción de formatos sonoros para comunicar públicamente contenidos científicos. El caso de la paleontología, la arqueología y la historia de Olavarría (provincia de Buenos Aires).
María Victoria Ennis y Daniela Soledad Garanzini	"Tu Robot": del consumo a la producción de tecnología

Mesa 2 EJE 3 – Comunicación institucional, corporativa y publicitaria **AULA C6**

Coordina: Nicolás Casado

Nora Delgado	DE HACEDORES DE LA COMUNICACIÓN: de actores locales claves en la ciudad de Posadas para la configuración del campo
Anabella Galvano	Marca Olavarría: una identidad en tensión

Daiana García y Eliana Molina	Planificación de la Comunicación en Argentina: Análisis de las propuestas pedagógicas- didácticas de la enseñanza de grado y posgrado.
Rodrigo Raschella Aguirrezabala	Experiencia Regional en el ámbito público: Diagnóstico Organizacional del Departamento de Prensa y Comunicación de la Secretaría de Estado de Trabajo de Río Negro

EJES 5 Y 9 - Comunicación y salud (4) Comunicación y Antropología (3)
AULA C7

Coordina: Alvaro Flores

Mónica Cohendoz	El giro afectivo y la reparación simbólica: el caso de Estrellas Amarillas
Stella Regis	Desafíos y reflexiones de comunicación y salud en horizontes digitales
Álvaro Flores	Performatividad, Enfermedad Renal Crónica Terminal y Deseo
Agostina Monteleone	Tratamiento de los medios de comunicación de la ley cardio
María Paula Díaz	Los nuevos bordes. El aporte de Rita Segato a la investigación del racismo desde la comunicación social como fenómeno actual.
Valeria Vivas Arce	Conjeturas para pensar una etnografía comunicacional
Marcelo Babio	"Beber como práctica sociocultural: antagonismo y sociabilidad en la ciudad de Cochabamba Bolivia".

Mesa 2 EJE 11 - Conflicto social, movimientos sociales y acción colectiva
AULA C8

Mesa 2 - Coordina: Rosana Sosa

María Eugenia Isidro	Espacios de (des)encuentro. El rol de las redes sociales digitales en las relaciones de los movimientos socioterritoriales
Fernando Ruiz	Las víctimas y la batalla de la visibilidad. Qué dice la teoría del periodismo.

Damián Andrada	Protesta social, medios y poder: las coberturas periodísticas sobre los cacerolazos (1996 - 2017)
Rosana Sosa	En busca de otros modos de hacer: la universidad y la acción colectiva
Gessler Zúñiga Flórez y Lina María Arévalo Angarita	"Diseño e implementación de una estrategia de comunicación para promover procesos de memoria histórica con mujeres víctimas de la violencia sexual en el marco del conflicto armado, residentes en Ocaña, Norte de Santander - Colombia"

Mesa 2 EJE 13 - Epistemología, teorías y metodología de investigación

AULA C9

Coordina: Martín Porta

Martín Emilio Porta	Comunicación y conocimiento social: propuestas benjaminianas para una epistemología desde el detalle.
Gastón Marmisolle, María Sol Pallero y Belén Fernández Massara	Reflexiones epistemológicas desde y sobre la comunicación y la cultura
Luis Alberto Aguayo Barrios	Posturas epistemológicas disidentes dentro de la Comunicación Social: una crítica al nuevo mediacentrismo.
Diego Lingeri	El concepto de interdisciplina en comunicación. Aportes conceptuales.
Rodolfo Ramos	Sobre las relaciones entre las disciplinas en la Epistemología Genética de Jean Piaget

Mesa 2 EJE 15 - Historia de los medios, poder y políticas AULA 11 IQ

Coordina: Santiago Marino

Agustín Espada y Santiago Marino	Un recorrido por la historia de la institucionalidad de las comunicaciones
Javier Miranda y Mariana Perticará	Las prácticas de asistir al cine y ver televisión en la década del 60 en La Paz, Entre Ríos
Gabriel Negri, Carlos Toledo y Guillermo Cavia	La Protesta y la comunicación política a principios del siglo XX

Jorge Arabito, Silvia Boggi y Ana Silva	“Una radio nuestra, de toda la vida...” Memorias sonoras e imaginarios sociales regionales sobre LU10 Radio Azul
Matías Beloso	La radiodifusión durante el primer gobierno de Perón

SESIÓN 5 – JUEVES 9 a 11 Hs

Mesa 1 EJE 4 - Comunicación y género **AULA C5**

Coordina: Eva Rodríguez Agüero

Maria Magali Arrigo, Georgina Morini y Ana Laura Ixtaina	Nuevas representaciones de la mujer en la publicidad y sus consecuencias en las consumidoras
Carolina Ferrer	Configuraciones epocales del colectivo LGTTBI en la región centro de la Pcia de Buenos Aires
Trinidad Petreigne Bacigalupe	La invisibilidad del cuerpo femenino
Eva Rodríguez Agüero	Después de #NiUnaMenos: nudos de debate en torno a los feminismos en Argentina. Un análisis de las luchas por el sentido, a través del suplemento Las/12
Lucas Díaz Ledesma	Ella se transforma porque ha estado gustosa". El mito de las "almamulas" y su articulación con el tabú del incesto y las relaciones de género en Santiago del Estero

Mesa 4 EJE 7 – Comunicación y Educación **AULA C6**

Coordina: Gabriela Casenave

Soledad Chiramberro, Silvina Mentasti, Joaquín Méndez	Hacia un análisis de las redes sociales desde la perspectiva de la Educación Sexual Integral
Susana María Cavaille	Encuentros y Desencuentros entre Educación y Comunicación. Algunas notas
Paulo Eduardo Duquelsky, Lucas Urrutia y Fabio Martín Ferragut	Apuntes para la comprensión de la génesis de la Carrera de Comunicación Social de la UnCo. Análisis del Plan de Estudios de 1974
Cynthia Marina Olivera	Nueva Escuela Secundaria: Desafíos en las escuelas medias orientadas en Comunicación en CABA. Del diseño curricular a la puesta en práctica en las aulas.

Mesa 2 EJE 10 - Consumos mediáticos y tecnológicos/ apropiación simbólica AULA C7

Coordina: Maximiliano Peret

Graciela Paredes	El uso de Twitter. Entre el monólogo de los diarios y el diálogo de los periodistas
Maximiliano Peret	Usos y consumos tecnológicos en jóvenes y adolescentes
Nazareno Lanusse, Gustavo Fabián González, José Barbero y Ramón Flores	Comunicación política, poder y redes sociales
Darío Machado	El periodismo digital en tiempo de redes: la situación en medios de Olavarría
Florencia Pavoni Perrotta	El mar está lleno de peces: representaciones del ideal romántico en el discurso publicitario de Tinder y Happn.

Mesa 2 EJE 12 - Discursos, sentidos y representaciones AULA C8

Coordina: Damián Andrada

Ramón Monteiro y Lilian Vera	Redes Sociales y campaña electoral: el uso de Twitter por los candidatos cordobeses
Mirian Goyeneche	Ciencia, tecnología, educación y cultura en la Tecnópolis de Mauricio y de Cristina
Maria Paula Gago	La cobertura noticiosa de la desaparición de Cecilia Giubileo (1985). Los casos de Clarín y Crónica
Nadia Koziner, Brenda Focás y Esteban Zunino	Los contenidos de las noticias policiales y su recepción: algunas claves para su abordaje desde el Framing
Rocío Pereyra	Siniestros viales en la prensa de Olavarría: análisis del tratamiento mediático de la problemática social en el año 2017
Raquel Soto y Gabriela Pagani	Cómo definen y comunican los jóvenes universitarios la violencia

Mesa 3 EJE 15 - Historia de los medios, poder y políticas AULA C9

Coordina: María Eugenia Iturralde

José Crettaz	2000-2017, dieciocho años de pauta oficial nacional: más de 2000 millones de dólares
María Andrea Mallimaci	El Estado como garante del derecho a la comunicación: La experiencia del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (2011-2017).
María Eugenia Iturralde	Leyes provinciales sobre medios de comunicación audiovisuales
Pablo Messuti	Las encrucijadas de la producción audiovisual: nuevas reglamentaciones en torno al plan de fomento del INCAA y la convergencia de medios.
Javier Torres Molina y Elena Espin Di Febo	Acceso a la información: Un análisis de la ley 27.275

Mesa 1 EJE 16 - Prácticas y experiencias periodísticas AULA 11 IQ

Coordina: Pablo Zamora

Sebastián Ernesto Ackerman	El "mito" del periodismo independiente
Lucas Lindner	El acceso a las fuentes en el periodismo de investigación. Producción de un informe periodístico sobre las relaciones conflictivas entre el gremio UOCRA y emprendedores inmobiliarios de Olavarría.
Laura Díaz, Florencia Giuliano y Florencia Maderna	"La incorporación del testimonio en La Nación digital (2012-2016)"
Myriam Pelazas, Cristina Micieli, Gustavo Salmún Feijóo, María Mira y Gustavo Picott	Del Pacto a la Constitución. Una mirada desde medios antagónicos
Ornela Carboni y Lorena Retegui	Delito, violencia e inseguridad: qué y cómo producen los noticieros de mayor audiencia de Argentina. El impacto en las rutinas productivas
Walter Fabián Kovacic	El rescate de la nota informativa como valor central de la práctica periodística. Algunas observaciones sobre adjetivos, redes sociales e intereses económicos y su influencia en las noticias.

RESÚMENES ORDENADOS POR MESA

EJE N° 1 – COMUNICACIÓN COMUNITARIA

ANÁLISIS DE PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA EN MOVIMIENTOS SOCIALES

*Brenda Nair Castillo
Universidad Nacional de Chilecito
bren.c680@gmail.com
FB /BrenNaCas
María Teresa Frati
Patricia Beatriz González*

Esta presentación se centra en la reflexión sobre la articulación de las categorías “pertenencia”, “movimientos asambleístas” y “comunicación”; a fin de analizar el modo en que el factor identitario atraviesa los procesos de conformación de los movimientos asambleístas, donde la comunicación comunitaria es motor del proceso de concientización y de lucha.

Este abordaje se realizará a partir del caso de la Asamblea El Retamo, que funciona en la ciudad de Nonogasta (La Rioja). Dicha ciudad se encuentra afectada desde hace años por las consecuencias contaminantes generadas por la curtiembre CURTUME (ex Yoma), lo que llevó a la necesidad de visibilizar el problema y formar un grupo de personas que lucha en contra de esta problemática para hacer eco en la sociedad de Nonogasta y sus alrededores. La asamblea se conformó en el año 2012, actualmente tiene treinta miembros activos que plantean reuniones donde se exponen los puntos de vista de sus integrantes y las acciones que se llevarán a cabo.

Los interrogantes que movilizan esta ponencia parten de una investigación realizada en el marco de la asignatura Comunicación Comunitaria de la Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Chilecito. Como parte de esa investigación, se llevaron a cabo entrevistas a los integrantes de la asamblea, instancias de observación participante en reuniones e intervenciones públicas de la misma, y análisis de materiales producidos por ella.

PERTENENCIA - MOVIMIENTOS ASAMBLEÍSTAS – COMUNICACIÓN

INFORMATIVOS LOCALES EN CANALES COOPERATIVOS: CONTENIDOS, AGENDAS Y DESAFÍOS PARA LA PRODUCCIÓN EN CONTEXTOS PERIFÉRICOS

*Alina Fernández
Juan Martín Zanotti
Centro de Estudios Avanzados - Universidad Nacional de Córdoba*

Si nos detenemos a observar las transformaciones de los medios tradicionales frente a los procesos regulatorios, técnicos, sociales y económicos que dan forma a la convergencia, comprobaremos rápidamente que en el marco de la transición actual, conviven viejas y nuevas prácticas. Tomaremos también nota de que los cambios no se experimentan de igual modo en la capital o el interior del país, y que dependen centralmente de las asimetrías entre actores, un aspecto no siempre priorizado para pensar la escena mediática. Asimetrías y desigualdades que subsisten y en algunos casos se profundizan en función de los sectores involucrados -privado lucrativo, no lucrativo, estatal- y la ubicación geográfica donde nos situemos en el extenso territorio argentino.

La ponencia busca ocuparse de desarrollos dentro del sector de la Economía Social y Solidaria (ESS) de la comunicación, el también denominado “tercer sector”, históricamente postergado por las políticas estatales dirigidas al audiovisual y las telecomunicaciones. Lo hace a partir del estudio de cooperativas que actúan en los márgenes del mercado concentrado de internet y la TV paga, y prestan servicios esenciales en localidades de baja densidad poblacional, principalmente en las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y La Pampa.

Con este objetivo, se propone pensar el lugar del cooperativismo como actor info- comunicacional clave en la defensa de la identidad y la diversidad cultural, particularmente en relación con los medios, a través del análisis de la producción de informativos en canales del sector, que asumen funciones sociales y culturales relevantes a nivel local.

Tal como han dado cuenta estudios de la economía política de la comunicación, la lógica comercial del sistema mediático y los altos niveles de concentración en la propiedad en Argentina, genera consecuencias en distintos niveles, pero a los términos de este trabajo, se enfatizan aspectos como la disminución de la cantidad de fuentes informativas, la tendencia a la uniformidad de temas y actores, y la centralización de la producción en los grandes centros urbanos. En esta dirección y para explorar otro mapa de señales, se recupera parte de un relevamiento a más de treinta canales cooperativos del país, elaborado en el marco de una investigación colectiva con financiamiento de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) denominada “Fortalecimiento del sector audiovisual cooperativo frente a la convergencia”, para problematizar ejes específicos en las experiencias locales: características de las señales e informativos; prácticas periodísticas y construcción de agendas situadas; desafíos técnicos, de recursos humanos y profesionalización; apropiación de nuevas plataformas de distribución y redes; y presencia de formatos televisivos híbridos.

COOPERATIVISMO – TELEVISIÓN – INFORMATIVOS – AGENDAS

LAS ORGANIZACIONES SOCIALES: SU VINCULACIÓN Y FORMAS DE VISIBILIZACIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO

Mónica Martín

*Verónica Longo
María Julieta González Salinas
Mirian Goyeneche
Ana Laura Hidalgo
Ana Silvina Maldonado
Luz María Viñals
FCH - UNSL
hidalgo.analaura@gmail.com*

Este trabajo se inscribe en el proyecto de investigación de reciente aprobación en la Facultad de Ciencias Humanas (UNSL), y busca indagar acerca de los distintos tipos de relaciones de las organizaciones sociales con y en el espacio público y cuáles son sus modos de visibilización.

El principal supuesto sobre el que se asienta es el de plantear que las organizaciones sociales son actores que aparecen en el espacio público generando sentidos (no sólo en su reproducción, sino también en su producción y cambio). Territorial, cultural y políticamente juegan un rol fundamental en los espacios en los que intervienen. Compiten con otro tipo de organizaciones (privadas y estatales) por la generación, reproducción y cambio de sentidos. Así, el equipo de investigación se plantea las incógnitas: ¿de qué modo impactan / inciden en la conformación de políticas y de prácticas? ¿Qué sentidos generan? ¿Qué reconocimiento tienen en el espacio público? ¿Por qué su reconocimiento debería ser mayor? ¿Cuánto de incidencia tienen? ¿Por qué están invisibilizadas hoy?. El estudio se focaliza en la realidad sociocultural de la provincia de San Luis (Argentina).

Se propone reconocer las prácticas significativas de las organizaciones sociales, sus formas de vinculación y visibilización en el espacio público y la posible incidencia en la formulación e implementación de políticas públicas.

En esta presentación, nos proponemos plantear los primeros interrogantes con los cuales trazamos este recorrido por el campo de investigación de la comunicación; los casos seleccionados; y las decisiones metodológicas construidas.

ORGANIZACIONES SOCIALES – COMUNICACIÓN - ESPACIO PÚBLICO

LA INCIDENCIA DE LAS POLÍTICAS ESTATALES EN LA SOSTENIBILIDAD DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS

*María Soledad Segura
FCS y FCC-UNC / CONICET
Agustín Espada
UNQ - CONICET
Ana Laura Hidalgo
UNSL - CONICET
Alejandro Linares
UBA - CONICET
Verónica Beatriz Longo
UNSL*

Natalia Gabriela Traversaro

Emilia Villagra

Sole_segura@yahoo.com.ar / Twitter @SeguraMSoledad

Se analiza el impacto de la implementación en Argentina de las nuevas políticas de legalización, fomento y participación de los medios comunitarios, alternativos y populares sobre su sustentabilidad.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual reconoce legalmente al sector sin fines de lucro como proveedor de servicios de radiodifusión, hace reserva de un tercio del espectro radioeléctrico para estos medios, y establece mecanismos de promoción para apoyar su sostenibilidad.

Sin embargo, a ocho años de implementada la ley, todavía son escasos los análisis de su impacto en estas emisoras. Sólo se han realizado escasos trabajos de corte cuantitativo y cualitativos que abordan algún aspecto del fenómeno. Se pueden encontrar referencias en las compilaciones realizadas por Beltrán y Becerra (2017), Segura y Weckesser (2016), Apaza, Benavides y Burgos (2015), y Vinelli (2011). Sin embargo, no se realizaron trabajos que hayan hecho una mirada integral del fenómeno como la que aquí se propone. Entendemos, por lo tanto, que se hace un aporte original y relevante para propuestas de regulaciones y políticas públicas en Argentina, América Latina y otras regiones del mundo.

La pregunta es: ¿Cuál es la incidencia de las políticas estatales para la sostenibilidad de los medios comunitarios?

Para responder, se analiza el impacto de las políticas de legalización y promoción estatal sobre la sostenibilidad de los medios comunitarios en Argentina entre 2009 y 2017. Se conceptualiza la sostenibilidad no solo con una dimensión económica, sino también social, institucional y productiva.

Se basa en una investigación empírica integral que involucra enfoques cuantitativos y cualitativos: recopilación y revisión de trabajos teóricos y empíricos previos y documentos relacionados sobre políticas nacionales y locales, mercados de medios e historia de medios sin fines de lucro en cada región; observaciones, 10 entrevistas a sus trabajadores y activistas; 37 encuestas y 7 grupos focales con sus audiencias. La investigación se realizó durante 2016 y 2017 en todo el país y se centró en tres regiones: la Capital, el Centro y el Oeste (Cuyo) con especial atención en dos estaciones de radio y un canal de televisión en cada región: Radio Gráfica, Radio Sur y Barricada TV en Capital; Radio Curva, Radio Uritorco y Canal 9 PROA Centro en el Centro; y Radio La Bulla, Radio Masi, Radio Rebelde y Giramundo TV en Cuyo.

La hipótesis es el siguiente: si bien el sector de los medios comunitarios, alternativos y populares en Argentina ha surgido y se ha mantenido durante décadas en la ilegalidad y en muchos casos contra Estados autoritarios o dictatoriales, la acción estatal de legalización y fomento desde la perspectiva del derecho humano a la comunicación, en contextos de altísima concentración de la propiedad privada de medios, ha demostrado ser fundamental para el crecimiento y sostenibilidad de los medios no lucrativos.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN - MEDIOS NO LUCRATIVOS - SOSTENIBILIDAD

EJE N° 2 – COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA

LA PRODUCCIÓN DE FORMATOS SONOROS PARA COMUNICAR PÚBLICAMENTE CONTENIDOS CIENTÍFICOS. EL CASO DE LA PALEONTOLOGÍA, LA ARQUEOLOGÍA Y LA HISTORIA DE OLAVARRÍA (PROVINCIA DE BUENOS AIRES)

*Micaela María Baier
INCUAPA (UE CONICET-UNICEN) - Patrimonio
Facultad de Ciencias Sociales - UNICEN
micaelabaier@gmail.com*

La exhibición itinerante sobre el patrimonio local “Olavarría antes de Olavarría. Un aporte de la Paleontología, la Arqueología y la Historia a la Identidad y el Turismo Cultural Regional” es una muestra que presenta los grandes hitos de la historia natural y cultural de Olavarría, incluyendo la paleontología regional, así como el pasado prehispánico e histórico hasta el momento de la fundación de la ciudad cabecera de partido. Este proyecto fue desarrollado en el año 2010 por el Programa Interdisciplinario de Estudios sobre el Patrimonio, denominado PATRIMONIA, perteneciente al Instituto de Investigaciones Arqueológicas y Paleontológicas del Cuaternario Pampeano (INCUAPA), actual Unidad Ejecutora de CONICET, realizó en el año 2010.

Desde 2010 y hasta la actualidad, se realizaron distintas actividades de comunicación de la ciencia vinculadas al proyecto, tales como una muestra permanente, un documental homónimo, talleres educativos y conferencias abiertas a todo público. Continuando con estas acciones, actualmente se está desarrollando un nuevo producto en formato sonoro, como una estrategia original de comunicación para poner en valor dicho patrimonio desde un nuevo formato que potencie y amplíe su alcance.

En este sentido, en este trabajo se presentan los avances correspondientes al documental diseñado desde el género “Microficción Sonora”, un formato que transforma a un lenguaje abstracto los contenidos científicos y el formato visual y gráfico de la mencionada exhibición.

Esta microficción se desarrolla en tres bloques de corta duración, cuenta con dos personajes principales que hacen avanzar el relato, y con personajes secundarios que ayudan a contextualizar y entender la historia. El documental ficcionado está pensado para su reproducción tanto en la radio convencional como en la radio por internet y, en los nuevos formatos que este último soporte ofrece. Se espera que este producto comunicacional logre convertirse en una nueva estrategia de comunicación pública de la ciencia para temas de patrimonio paleontológico, arqueológico e histórico, buscando contribuir no sólo con la innovación para poner en valor estas temáticas, sino también como

movilizadora en el proceso de concientización social respecto de su cuidado y salvaguarda.

PATRIMONIO CULTURAL - MICROFICCIÓN SONORA - COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

EUREKA JUEGOS CONECTADOS UNA PROPUESTA INTERDISCIPLINARIA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA

Bettina Bravo

Facultad de Ingeniería - UNICEN

Rocío Pereyra

Facultad de Ciencias Sociales - UNICEN

bravobettina@gmail.com

Facebook Bettina Bravo / Página en Facebook: Eureka Juegos Conectados

El siguiente trabajo tiene por objetivo compartir y presentar la experiencia del proyecto “Eureka Juegos Conectados” en la ciudad de Olavarría. Eureka es una propuesta interdisciplinaria de comunicación pública de la ciencia la cual propone la alfabetización y el acceso de conocimientos a áreas como física, matemática, química, y astronomía a partir de la intervención del espacio público, en este caso se propone resignificar los tradicionales juegos de plaza para promover nuevos aprendizajes a partir de la experiencia del juego.

La propuesta parte de la premisa de que vivimos en un mundo que se encuentra atravesado por profundas transformaciones sociales, culturales, científicas, tecnológicas y económicas las cuales obligan a otorgar a la educación científico-tecnológica de los ciudadanos, el carácter de instrumentos estratégicos para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Por este motivo resulta importante que como investigadores, docentes, e integrantes de diferentes espacios científicos podamos trascender los espacios educativos y generar estrategias que permitan garantizar el derecho a una alfabetización científica -tecnológica para todos. En este sentido surge Eureka Juegos Conectados un proyecto donde el rol de la comunicación ha sido un eje de discusión y debate.

DIVULGACIÓN CIENTÍFICA - EDUCACIÓN CIENTÍFICO-TECNOLÓGICA - EUREKA JUEGOS CONECTADOS

MUSEOS DE CIENCIA COMO COMUNICADORES DE CIENCIA Y LA EXPERIENCIA LOCAL DE “DIVERTITE EXPERIMENTANDO”

María Luján Castro

Facultad de Ciencias Exactas – UNCPBA – CIFICEN-CONICET

mlc1809@gmail.com / www.divertiteexperimentando.com.ar

Mayra Garcimuño

Los museos de ciencias son instituciones mediadoras entre la ciencia y la sociedad, son instrumentos para comunicar la ciencia. A finales de los años 60 y comienzos de los 70 del siglo XX, nace una nueva corriente que busca la participación más directa del visitante en estos espacios, y también aparecen los denominados centros de ciencia, basados en la manipulación de elementos interactivos, ambos con implicancias muy significativas en el diálogo museo-sociedad. Así, los museos de ciencia comienzan a ganar espacio social entre el público y la ciencia y se sitúan como instituciones mediadoras entre los dos. En este contexto, el papel de los museos como medios de comunicación adquiere una relevancia especial, considerando que más de 300 millones de personas visitan estos centros en el mundo anualmente.

En los museos de hoy la interactividad juega un rol preponderante; la que no se refiere únicamente al hecho de jugar con botones sino que requiere un esfuerzo mental y emocional que involucra al visitante.

Los centros interactivos aparecen así como un concepto nuevo de comunicación en los museos; en ellos se privilegia la experiencia sobre el objeto, se desarrolla el concepto de "hands on", que implica involucrar al visitante como centro del proceso interactivo. El visitante se envuelve en el experimento, se hace parte de él, plantea sus propias preguntas (o son planteadas por el museo), se sugieren algunas posibles respuestas y es él quien extrae sus propias conclusiones. Otra pretensión de este tipo de museo es educar sorprendiendo y deleitando: aprendizaje con gozo y nueva creación de aprendizaje para la popularización y divulgación de la ciencia y la tecnología, mediante la educación informal.

Desde hace casi una década un grupo de entusiastas investigadores de la UNCPBA desarrolla actividades en el mismo sentido y con objetivos similares a los de los modernos centros de ciencia. Sin contar con uno de ellos en la ciudad de Tandil y con un espacio permanente para las mismas, se implementan acciones a partir de exposiciones interactivas de ciencias que se han ido adaptando a distintos públicos y bajo las condiciones presupuestarias, de espacios y equipamientos disponibles, requerimientos institucionales y personal involucrado.

En este trabajo, además de presentar una descripción somera de los actuales museos de ciencia, sus principios, estado actual de los estudios que se llevan a cabo y objetivos comunicacionales, compartiremos las acciones locales llevadas a cabo a partir de la muestra interactiva DIVERTITE EXPERIMENTANDO, su impacto en el público asistente y en las instituciones involucradas.

LA EXPERIENCIA DE PERIODISMO CIENTÍFICO CON LA REVISTA "EARTHZINE": UN PROYECTO COLABORATIVO ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ARGENTINA

María Victoria Ennis

Intelymec - Facultad de Ingeniería - UNICEN

Luciano Banchio

*CONICET - Grupo de Estudios Socioculturales del Conflicto (GESC) – FACSOL
- UNICEN*

María Eugenia Conforti
CONICET – PATRIMONIA - INCUAPA (UE CONICET) – FACSO - UNICEN
victoriaennis@gmail.com

En este trabajo se presenta la experiencia del convenio entre la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN) y la revista Earthzine patrocinada por la Sociedad de Ingeniería Oceánica del Instituto de Ingenieros Electricistas y Electrónicos (OES-IEEE), junto con la Administración Nacional del Aire y el Espacio (NASA) y la Fundación Nacional para la Ciencia (NSF). Se trata de una publicación de divulgación *on-line* cuyas temáticas de interés abarcan la observación de la Tierra y los Océanos, el cambio climático, los desarrollos tecnológicos aplicados a su monitoreo, estudio y la mitigación de la actividad humana sobre el planeta.

A partir de este convenio, docentes e investigadores de la UNICEN constituyeron un equipo interdisciplinario para prestar servicios de cobertura periodística y escritura de divulgación científica para esta revista en Sudamérica. El grupo de trabajo está constituido por un profesional especializado en ingeniería electrónica, una comunicadora social con experticia en comunicación de la ciencia, una periodista científica y un antropólogo social en el rol de traductor. En los dos años de vigencia del proyecto se han publicado diez notas sobre la temática. Puntualmente esta ponencia se centra en discutir algunos de los ejes centrales de la metodología de trabajo adoptada: las ventajas y desventajas del trabajo interdisciplinario; el impacto de las controversias entre pares científicos en la comunicación pública de la ciencia; las tensiones del lenguaje de divulgación y los idiomas intervinientes en la construcción del relato; el desafío del trabajo con fuentes expertas: confiabilidad, acceso, decodificación y retroalimentación; y, finalmente, la construcción del contexto frente a la información específica que excede a las fuentes consultadas.

En suma, esta presentación persigue el objetivo de poner en discusión las características de la práctica del periodismo científico a partir de la reflexión acerca de las particularidades de este proyecto.

PERIODISMO CIENTÍFICO – INTERDISCIPLINARIEDAD - COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA

TU ROBOT: DEL CONSUMO A LA PRODUCCIÓN DE TECNOLOGÍA

Victoria Ennis
Intelymec (Investigación Tecnológica en Electricidad y Mecatrónica) - Facultad
de Ingeniería de Olavarría, UNCPBA
Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría – UNCPBA
victoriaennis@gmail.com
Daniela Garanzini
Universidad Nacional de Mar del Plata

El presente trabajo tiene por objetivo dar a conocer el Proyecto Tu Robot como un ejemplo de comunicación pública de la ciencia en el que se combinan los aspectos educativo y comercial. La propuesta diseñada busca vincular tareas que se desarrollan en el Grupo Investigación Tecnológica en Electricidad y Mecatrónica (INTELYMEC) de la Facultad de Ingeniería (FIO) de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNCPBA) con estudiantes del nivel secundario con orientación en tecnología, y alumnos del nivel primario, a través de una actividad sencilla. Con este proyecto se busca capitalizar recursos tecnológicos actualmente disponibles en instituciones de educación secundaria públicas explorando aspectos de la comunicación pública de la ciencia. El proyecto que aquí se expone propone ampliar un taller que preexiste destinado a estudiantes de escuelas secundarias de entre 14 y 15 años, donde aprenden a programar robots que se desplazan. La propuesta referida incorpora estudiantes de primaria capaces de diseñar 'un monstruo geométrico'. Es decir, la carcasa del robot con figuras geométricas combinadas unidas por encastre, de manera tal que se forma una figura tridimensional cerrada. De esta manera, se inicia una interacción entre alumnos de diferentes edades y con distintas capacidades, lo que posibilita y alienta el trabajo interdisciplinario.

Los recursos materiales con los que se cuenta son el kit Moway (cuyo robot es portable ya que es de un tamaño similar al de un mouse) y el recientemente adquirido Pi-Top, otro kit de programación con software y hardware (se cuentan con 9 unidades en la escuela de Educación Técnica N° 13, del barrio Villa Aurora, de Olavarría). Este kit, además de permitir la programación de los Moway, funcionando como una computadora portátil, está preparado para que los estudiantes puedan ensamblar todo el equipo por sí mismos, sin herramientas y en pocas horas. El presente proyecto incluye además el dictado de capacitaciones docentes a cargo de la Facultad de Ingeniería de Olavarría. De esta manera, las escuelas secundarias que reciban dicha formación, podrán potenciar el proyecto de acuerdo a sus propias necesidades e intereses y garantizar su continuidad o gestión de manera autónoma. Es menester destacar que los equipos utilizados son de código libre y abierto, lo que fortalece el proceso de transformación de meros consumidores a productores de tecnología. Finalmente, el proyecto tiene como objetivo a mediano plazo la producción de un kit propio, diseñado y elaborado en el grupo de investigación Intelymec con el fin de ponerlo a disposición del Ministerio de Educación así como en el mercado de consumo, como forma de financiación del proyecto.

ROBÓTICA – INTERDISCIPLINARIEDAD – EDUCACIÓN - INTELIGENCIA ARTIFICIAL

COMUNICAR LA CIENCIA DENTRO DE UN MUSEO TRADICIONALISTA

*Mayra Garcimuño
CIFICEN (UNICEN-CONICET-CICPBA)*

mayragarcimuno@gmail.com / Researchgate:
https://www.researchgate.net/profile/Mayra_Garcimuno

En primer lugar se realizó un análisis del área de Ciencias Naturales del Museo Histórico Fuerte Independencia de Tandil, lo que permitió determinar la ausencia de dispositivos o propuestas interactivas para sus visitantes. A partir del diagnóstico realizado, se diseñó una actividad para la "Noche de los museos 2017" con el objetivo de proponer una experiencia atractiva a los visitantes en la cual se pudieran comunicar conceptos científicos. Durante el evento se propuso a los visitantes realizar distintas observaciones de plumas e insectos usando un microscopio óptico, con el objetivo de caracterizar el fenómeno de iridiscencia y relacionarlo con distintos objetos exhibidos en las vitrinas del museo (mariposas, escarabajos y caracoles nacarados). También se diseñó un folleto con información relevante sobre el fenómeno observado y sus aplicaciones en nanotecnología. La implementación de la propuesta se llevó a cabo con éxito el pasado 04 de Noviembre, durante un lapso de 5 horas, con un público de 1700 visitantes. En este trabajo se presentan los resultados más relevantes de la actividad realizada.

MUSEOS – IRIDISCENCIA - DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

DIVULGACIÓN CIENTÍFICA EN TIEMPO REAL: “ARQUEÓLOGOS - EL LENGUAJE DE LOS SIGLOS”

*Sonia L. Lanzelotti
Instituto de las Culturas (CONICET - Universidad de Buenos Aires)
Grupo de Estudios sobre SIG en Arqueología, Paleontología e Historia
(SIGAPH) - Universidad Nacional de Luján
sonia.lanzelotti@conicet.gov.ar
Red Social: https://www.researchgate.net/profile/Sonia_Lanzelotti
Gabriel Eduardo Acuña Suárez
Facultad de Filosofía, Ciencias de la Educación y Humanidades - Universidad
de Morón*

En esta ponencia presentamos una experiencia de divulgación científica consistente en la producción y exhibición pública de la serie documental titulada “Arqueólogos, el Lenguaje de los Siglos”. La misma consta de 5 capítulos de 26 minutos de duración cada uno producido por la productora independiente CRANEO FILMS para el canal de televisión Construir TV, del cual participaron arqueólogos, paleontólogos, geógrafos, peritos, colaboradores del equipo y público en general. La serie documental se elaboró a partir de un guión que se proponía mostrar la totalidad del proceso de investigación científica desarrolladas desde el Grupo de Estudios sobre Sistemas de Información Geográfica en Arqueología, Paleontología e Historia de la Universidad Nacional de Luján. Así, además de entrevistas a los especialistas se filmó en tiempo real el trabajo de extracción, el posterior análisis y la puesta en marcha de la exhibición de los restos recuperados en el marco del proyecto de investigación titulado “Paleoecología y Poblamiento Temprano en la Cuenca

Superior y Media del Río Luján”. El mismo toma como base el hallazgo de restos fósiles en la margen derecha del río Luján a la altura del Club Náutico El Timón (Jáuregui, Buenos Aires), restos del caparazón de un gliptodonte (*Glyptodonreticulatus*) y fragmentos de huesos de roedores (*Rodentia* sp.) asociados, hallados en sedimentos asignables al Pleistoceno Medio/Tardío. La serie documental se estrenó el día 5 de abril de 2017 y recibió el Premio al Mejor Programa Educativo, otorgado por la ATVC (Asociación Argentina de Televisión por Cable) en noviembre de ese mismo año.

SERIE DOCUMENTAL – ARQUEOLOGÍA Y PALEONTOLOGÍA –
DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

CENCIA Y EDUCACIÓN EN LAS TRANSFORMACIONES DEL SIGLO XXI, ANÁLISIS DE UN CASO DEL NIVEL EDUCATIVO SECUNDARIO EN LA CIUDAD DE OLAVARRÍA

*Rocío Lencina
Brenda Mirella Bhal
Giuliana Castiglia
Augusto Santiago Oliván
INCUAPA – Facultad de Ciencias Sociales - UNICEN - CONICET
Rociolencina18@gmail.com
Facebook /rocio.lencina*

En la presente ponencia nos proponemos reflexionar acerca de los procesos de vinculación entre la ciencia y la educación en el marco de las transformaciones socioculturales del siglo XXI. Hablar de transformaciones socioculturales en el presente siglo implica en principio visibilizar que justamente hubo cambios sustanciales en la realidad social, es decir que no siempre se vivió y se experimentó del modo en que lo hacemos actualmente. Dichos procesos de transformación abarcan prácticamente todos los ámbitos de organización social, política, económica y cultural.

En este marco, señalamos que tanto a la producción de conocimiento científico como a la construcción del currículum escolar se ven atravesadas por esta crisis del paradigma Moderno y avance de la Posmodernidad. Uno de los aspectos que tomaremos en cuenta refiere al desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en tanto innovaciones tecnológicas que permean el contexto actual.

Para el análisis, se considerará como caso de estudio el Proyecto de Extensión Universitaria “Arqueología, TICx y Educación Secundaria. Aplicación de una herramienta informática-virtual para Ciencias Sociales en la Educación Secundaria”, el cual responde a una serie de demandas e intereses concretos planteados por un grupo de docentes del Nivel Secundario de la ciudad de Olavarría. Puntualmente, focalizaremos el análisis en las potencialidades que ofrece el uso de nuevos y novedosos recursos didácticos (como lo son las TICx) para la enseñanza de los contenidos curriculares de la materia Ciencias Sociales. Justamente, el avance de la posmodernidad sobre la realidad escolar

reviste nuevos desafíos en las metodologías de enseñanza – aprendizaje, puesto que los cambios tecnológicos impactan en lo cognitivo produciendo nuevos procesos de percepción e interacción.

CIENCIAS SOCIALES - EDUCACIÓN - TICX

entusiasMATE = matemática+sociedad+comunicación **Experiencias e interrogantes**

*Dra. Ana Paula Madrid
Mg. Mauro Natale*

*Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
Paraje Arroyo Seco - Campus Universitario
apmadrid@gmail.com*

Nadie tiene dudas de la importancia que la matemática tiene para el desarrollo económico y social de un país; son grandes las inversiones para capacitar a los docentes en esta área, para realizar proyectos que potencien y mejoren la enseñanza de la misma. Sin embargo los resultados no son los esperados, un gran porcentaje de los alumnos tiene desgano y desinterés a la hora de estudiar matemática, e incluso manifiestan no entenderla.

En edades tempranas del desarrollo cognitivo, los niños aprenden experimentando, la curiosidad motiva su accionar, y las preguntas son constantes. Pero a medida que los años transcurren este proceso comienza a detenerse...

Los espacios interactivos de ciencia basan sus estrategias en el hacer del visitante, brindando actividades, experiencias, dispositivos, juegos con los cuales el visitante interacciona, cuestionando y cuestionándose, descubriendo no sólo características del mundo que lo rodea, sino también sus capacidades para encontrar respuestas. En particular, los juegos matemáticos le brindan la oportunidad de descubrir nuevas facetas de su imaginación, pensar en numerosas alternativas para un problema, desarrollar diferentes modos y estilos del pensamiento, además de favorecer el cambio de conducta que se enriquece y diversifica en el intercambio grupal. En todo este proceso, se logra incrementar la valorización y el empoderamiento, lo que hace de estos lugares un instrumento óptimo para mejorar la calidad de vida de los sectores más vulnerables de la sociedad derribando barreras socio-económicas, de género, de capacidades diferentes, de edad.

La Universidad, como institución formadora de profesionales altamente calificados y ámbito de construcción de conocimientos científicos y tecnológicos, debe adquirir un protagonismo firme en la búsqueda de soluciones adecuadas y comprometidas con la realidad social, con el fin de disminuir las diferencias de oportunidades educativas. Si bien la escuela es el espacio específico para la educación, no es el único. Existen espacios no formales como instancias de educación con diferentes temáticas y destinatarios; y en todas existen demandas y necesidades para mejorar la calidad de sus acciones.

Esto no implica sustituir el rol de un estado responsable de la educación. Por el contrario, se intenta sumar a las acciones educativas que desde los organismos estatales y no estatales se impulsen, para enriquecerlas y fortalecerlas; y también, para la formulación de estrategias de acción orientadas hacia aquellos aspectos educativos menos abordados, posibilitando así la generación de experiencias positivas y replicables.

entusiasMATE, es una Muestra interactiva de Matemática, desarrollada por docentes investigadores en el ámbito del Departamento de Matemática de la Facultad de Ciencias Exactas con el propósito de provocar el interés por la matemática, incentivar la curiosidad, y lograr actitudes positivas hacia la matemática en todos los sectores sociales.

En este trabajo expondremos la experiencia de las distintas acciones realizadas desde el comienzo del proyecto denominado entusiasMATE, hasta la actualidad.

MATEMÁTICA – MUESTRA INTERACTIVA – INCLUSIÓN – JUEGOS –
PROBLEMAS DE INGENIO – MATEMAGIA

APUNTES Y REFLEXIONES PARA UN PROYECTO DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

Valeria Palavecino

CIEP-FCH-CIC

Mónica Blanco

Juan Manuel Padrón

Silvana Gómez

Yesica Amaya

valepalavecino@yahoo.com.ar

Resulta difícil pensar Universidad y Comunidad como campos aislados o escindidos. Sin embargo, es acertado que sigamos fortaleciendo dicha relación, ya que para muchos esto no es percibido como un objetivo clave en el desenvolvimiento de la ciencia. Así se torna pertinente trabajar sobre la base de una consigna que persigue como meta un vínculo fluido y articulado con la comunidad para que la ciencia pueda dar respuesta a los cambios constantes por lo que atraviesa la sociedad, sin olvidar, que la universidad pública debe contribuir a la cultura científica de la ciudadanía. Así docencia, investigación y extensión/divulgación deben contribuir de forma positiva y generar una posibilidad (una oportunidad) de interacción entre los actores propiamente universitarios y la comunidad de la cual son parte. Interacción que permite generar instancias de construcción colectiva, identificar problemáticas relevantes y encontrar los saberes que puedan contribuir a acercar soluciones. Posibilidad de aprendizaje y co-construcción de conocimientos en espacios sociales significativos. Oportunidad de dar cuenta de la vinculación estrecha que deben tener investigación y extensión/divulgación dentro de un modelo participativo.

En este sentido, es que nos proponemos en estas páginas desandar el camino realizado hasta ahora en relación con las prácticas de divulgaciones científicas

que estamos llevando adelante desde una línea de investigación que se desarrolla en nuestro Centro de Investigación. Dicha reflexión pretende ser un insumo que posibilite la diagramación de un proyecto de divulgación científica que ordene las prácticas llevadas a cabo, potencie las mismas y evalúe el quehacer científico, sin perder de vista los interlocutores de nuestra práctica. Para nuestros fines tomaremos como estudio de caso dos ciclos de conferencias que se desarrollaron en Benito Juárez en 2016 y 2017. Las mismas fueron organizadas entre el Centro Cultural y Folklórico El Sombrerito y el CIEP (Centro Interdisciplinario de Estudios Políticos, Sociales y Jurídicos [FD-FCH/UNIGEN]) con una periodicidad quincenal. Las conferencias tuvieron como marco los 150 años de la fundación del partido de Benito Juárez que se celebró durante todo 2017. Con ese eje los distintos expositores trabajaron sobre los elementos esenciales de la identidad local y regional buscando poner en tensión los saberes y aportes de los “distintos públicos” que asistían a las mismas desde sus conocimientos y vivencias.

DIVULGACIÓN – PRÁCTICAS - ESTUDIO DE CASO

REPRESENTACIONES DE LA CIENCIA, LA NOTICIA CIENTÍFICA Y LA DIVULGACIÓN EN DIARIOS MASIVOS. UN ESTUDIO DE CASOS

*Dante A. J. Peralta
Nicolás Olszevicki
Ezequiel Glikman
Instituto del Desarrollo Humano
Universidad Nacional de General Sarmiento
peralta.dante@gmail.com - LinkedIn /dante-a-j-peralta-69006118/*

El presente trabajo es un estudio de casos, resultado parcial de un proyecto de investigación-acción —radicado en la Universidad Nacional de General Sarmiento— que se propone analizar las prácticas comunicativas relativas a temas de ciencia en un conjunto representativo de medios periodísticos escritos de nuestro país y que, como parte de sus objetivos ya cumplidos, ha desarrollado un portal universitario con propósito divulgativo: Los pasos de Aquiles. Uno de los objetivos generales del proyecto es describir comparativamente los principales rasgos de la representación social de la divulgación de la ciencia, en su variante periodística, que orienta las referidas prácticas, a la vez que se propone relevar los principales problemas que afectarían la efectividad de la divulgación, derivados de esas representaciones y considerar tales problemas como parámetros para evaluar la propia producción del portal. En este estudio, en particular, y en esa dirección, nos proponemos analizar los casos de los diarios El País (España) y The New York Times (en castellano), en su versión digital, y comparar los resultados con los de un estudio previo sobre los casos de los diarios nacionales de mayor tirada, Clarín y La Nación. Tomaremos en consideración un breve corpus de artículos seleccionados con doble criterio; uno, temporal, a efectos de que el período estudiado sea el mismo en todos los casos; el otro, de muestra, dado que en el

caso de El País el número de publicaciones es muy alto, y que pretendemos considerar en profundidad diversas variables. En tal sentido, nos concentramos en lo publicado durante la semana del 24 al 30 de abril de 2017 y lo abordamos con una metodología cualitativa, de carácter interpretativo, que articula herramientas provenientes del análisis del discurso, la teoría de las representaciones sociales y reflexiones sobre el modus operandi del campo periodístico. El corpus referido fue extraído de la base de datos construida por el observatorio creado en el marco del proyecto de investigación, que incluye una variedad mayor de medios de nuestro país que —además de los que consideramos en este trabajo— incluyen o se dedican específicamente a la divulgación: Página/12, Infobae, La Gaceta de Tucumán, Nexciencia, El gato y la caja, TSS (UNSAM) y Agencia CtyS.

CIENCIA - DIVULGACIÓN – REPRESENTACIONES

CONSTRUCCIONES, ALCANCES Y DIFICULTADES DE LOS PORTALES DE COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA (CPC): EL CASO DE TRES AGENCIAS DE NOTICIAS CIENTÍFICAS UNIVERSITARIAS

Rodrigo Andrés Salmoiraghi

*Universidad Nacional de General Sarmiento - Instituto del Desarrollo Humano
salmoiraghirodrigo@gmail.com / Instagram @salmorodri*

El presente trabajo es un resultado parcial de un proyecto de investigación-acción —radicado en la Universidad Nacional de General Sarmiento— que se propone analizar las prácticas relativas a la comunicación pública de la ciencia en Argentina. En este análisis, de carácter comparativo, abordamos todos los artículos publicados entre el 1° de marzo y el 17 de abril en tres portales que se presentan como agencias de noticias científicas: TSS, de la Universidad Nacional de San Martín; Nexciencia, de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de Buenos Aires y Agencia Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTyS), de la Universidad Nacional de La Matanza. La propuesta es indagar las representaciones relativas las funciones sociales de la información pública de la ciencia, los destinatarios y las áreas temáticas de interés, que orientan las prácticas discursivas. La metodología empleada combina parámetros cuantitativos y cualitativos que aprovecha herramientas del análisis del discurso, de la teoría de las representaciones sociales y de estudios sobre el campo periodístico. Primeramente, las notas fueron fichadas en un formulario detallado, que indicó posibles focos de análisis. Seguidamente, se abordaron los puntos de interés, a través de bibliografía específica del campo de la CPC, que brindan un estado de la cuestión en la materia. Cabe destacar que este trabajo es una continuidad de la ponencia “La ciencia en los medios nacionales: Fuentes y temáticas predominantes. Una aproximación”, que se presentó en el Enacom 2017, en Paraná, Entre Ríos. Por último, esta presentación cuenta con la financiación de una beca de Investigación y Docencia, en el Instituto del Desarrollo Humano, de la Universidad Nacional de General Sarmiento.

CIENCIA - PERIODISMO - DIVULGACIÓN

ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA EN DIARIOS DIGITALES ARGENTINOS

Guillermo Damián Spina

Cecilia Beatriz Díaz

Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM)

spinaguillermo@gmail.com / @spinaguillermo

El complemento del soporte digital al tradicional formato papel de los medios de comunicación es una realidad y termina siendo clave en el escenario donde se desarrollan los nuevos hábitos informativos de la sociedad. Ante este contexto, en el presente trabajo presentamos la estrategia metodológica que fundamenta el estudio de la comunicación pública de la ciencia en los diarios digitales de Argentina (2017-18) que llevamos a cabo, como complemento de trabajos anteriores sobre la prensa gráfica de distribución local nacional y regional.

Desde una perspectiva cuantitativa, se analizan niveles de cobertura periodística sobre noticias de ciencia, visibilidad, jerarquización y tipos de fuentes sobre un corpus de 26 diarios digitales argentinos, por tres actualizaciones al día, durante un año, mediante la metodología de semana construida. Las dimensiones y variables que formaban la estructura de nuestras investigaciones anteriores se debieron modificar en algunos casos por la naturaleza y característica de la plataforma digital.

De este modo, se pretende dar cuenta de la construcción de instrumentos de captura de unidades, registro de datos y variables para observar tendencias en la cobertura periodística sobre ciencia en Argentina, en el marco de los estudios de la comunicación pública de la Ciencia.

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA - PERIODISMO CIENTÍFICO -
DIARIOS DIGITALES

EJE N° 3 - COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, CORPORATIVA Y PUBLICITARIA

PERCEPCIONES DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DESDE LA COMUNICACIÓN

*Rodrigo Chiarani
Ayelen Josefina Palacios
Facultad de Ciencias Humanas - Universidad Nacional de San Luis
rdchiarani@gmail.com*

En toda organización, la comunicación incide en su buen funcionamiento y en la eficiencia de su trabajo, dado que, más allá de sus implicancias como fenómeno social que atraviesa e impacta en la mayoría de las situaciones de la acción humana, también se debe tener en cuenta como uno de los principales factores que fomentan el logro de sus objetivos.

Es así que el siguiente trabajo es un estudio sobre las percepciones del clima organizacional desde la comunicación en la Escuela Técnica N°7, tomando como actores para dicho estudio a: directivos, docentes, administrativos, personal de maestranza y alumnos de mencionada escuela, ubicada en la ciudad de San Luis.

A partir de allí, nos proponemos explorar los flujos de mensajes internos, interpretar las prácticas de los actores respecto a la organización y explorar los sentidos atribuidos a tales prácticas. Con el fin de configurar un Plan de Intervención en términos de comunicación estratégica que proponga determinadas estrategias y herramientas a fin de buscar enriquecer y mejorar posibles falencias derivadas del análisis institucional previo.

**PERCEPCIONES – CLIMA ORGANIZACIONAL – COMUNICACIÓN
ESTRATÉGICA – PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

DE HACEDORES DE LA COMUNICACIÓN: DE ACTORES LOCALES CLAVES EN LA CIUDAD DE POSADAS PARA LA CONFIGURACIÓN DEL CAMPO

*Nora Delgado
UNaM Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
nora_delgado@hotmail.com*

El aspecto a investigar surge como una continuidad de la etapa de estudio iniciada previamente en el Proyecto de Investigación: Comunicación, gestión cultural y ciudad: del audiovisualismo y documentalismo en la ciudad de Posadas. Estudio que posibilitó descripciones semio-comunicativas de este campo de producción cultural, identificación de actores sociales que hacían y “empujaban” esta práctica en la ciudad de Posadas, análisis y significación de ciertas “matrices culturales” que operaban al interior de este campo de

producción cultural, y la identificación de proyectos culturales gestionados en Posadas.

En el presente, y con los cambios urbanos que Posadas experimenta y a la luz de nuevas demandas formativas para un comunicador social de este siglo XXI, se hace necesario y urgente sistematizar los trayectos de una narrativa configuradora de los actuales estudios de Comunicación Social en la ciudad de Posadas y en la región. Esa trama narrativa a la que aludimos tiene protagonistas ineludibles, cuyos haceres y relatos aún no han sido sistematizados desde la perspectiva comunicacional. No sólo se trata de definir y analizar los proyectos configurados sino también de sistematizar esas experiencias en historias que hacen e hicieron - en la ciudad- a la consolidación y gestión del campo académico de la comunicación social.

Éstas y éstos, muchas veces, son desconocidos para la producción actual que insiste en crear el mito de la instancia inaugural y que no localiza, ni detecta – cada vez menos- estas configuraciones narrativas claves para el campo de estudios de Comunicación Social, entre otras cosas - además de la profusión infocomunicacional propia de a época- por la inexistencia de una sistematización de éstas. Hecho al que se le suma el abandono de instancias activas por parte de algunos de los protagonistas de esos relatos - todos ya se han jubilado y su labor con respecto al planteo que nos ocupa aparece dispersa - y hasta en algunos casos obturada y olvidada- mientras localmente se potencian figuras extraregionales y poco se hace para desplegar estos valiosos aportes de configuración al campo comunicacional. El perfil que adoptamos para hacer este recorrido incluye hitos: historias de vida de académicos y realizadores destacados en la ciudad de Posadas, producciones destacadas de autor y gestiones culturales sistematizadas en proyectos temporales-espaciales detectados en torno a la configuración del campo de estudio de la Comunicación Social en Posadas. Hoy, Posadas es una ciudad, que está en transformación, reclama, por eso mismo una sistematización de experiencias de hacedores de la Comunicación Social, no sólo para dejar registros de esa historia, sino también para renovar -en el campo formativo de un comunicador social- legados y expandir horizontes.

COMUNICACIÓN SOCIAL – NARRATIVAS - GESTIÓN CULTURAL – CIUDAD

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES SOCIALES: USOS, FRECUENCIA Y PLANIFICACIÓN. AVANCES PRELIMINARES DE UNA INVESTIGACIÓN EN CURSO

Eugenia Etkin
Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)
eugeniaetkin@gmail.com

Las organizaciones de la sociedad civil (OSC) son actores relevantes no sólo en lo referido al propio sector, sino también como esfuerzos organizados para participar en decisiones públicas. En este trabajo damos cuenta de cuáles son las herramientas de comunicación que más utilizan las OSC, con qué frecuencia las emplean y si esto guarda alguna relación con una planificación

comunicacional previa. Entendemos a la comunicación pública como un acto complejo y dinámico, en permanente construcción y transformación. Se adscribe a la idea que las ONG son sujetos colectivos comunicantes, que utilizan diferentes acciones para promover sus causas e instalar sus problemáticas en el espacio público, y utilizan diferentes recursos para dar visibilidad a los problemas y causas sociales por las cuales trabajan diariamente. El universo de las organizaciones sociales es diverso y complejo. Esta diversidad radica en la gran cantidad de temáticas que abordan las organizaciones sociales, como así también en el grado de profesionalización de sus comunicaciones. Nos proponemos en este trabajo dar cuenta a través de un cuestionario realizado a 60 organizaciones de la sociedad civil, el uso que hacen de diferentes herramientas comunicacionales. Es importante destacar que estos datos no son representativos del universo de organizaciones sociales en la Argentina y que dicha investigación está en una etapa de desarrollo. La información sólo da cuenta de tendencias en cuanto a la gestión de comunicación, el uso de herramientas de comunicación e inclusive a la integración de la comunicación institucional en las organizaciones sociales.

COMUNICACIÓN COMUNITARIA - ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL - PLANIFICACIÓN COMUNICACIONAL

GESTIÓN DE REDES SOCIALES ONLINE: LA EXPERIENCIA DEL “ENACOM 2017”

Lucía Fernández

*Facultad de Ciencias de la Educación - Universidad Nacional de Entre Ríos
luciafernand45@gmail.com / Facebook Lucía Fz*

Con una trayectoria de 16 años, el Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación, es hoy uno de los eventos de mayor convocatoria en el ámbito de la Comunicación Social. Cientos de estudiantes, docentes, investigadores y profesionales se reúnen en distintos puntos del país para reflexionar, año a año, acerca de los desafíos y problemáticas del campo.

En una sociedad en la que, desde inicios del siglo XXI, las redes sociales online se han instalado como espacios de producción de sentidos y circulación de la información, configurando un nuevo modo de “estar” de los sujetos, el ENACOM carecía de una presencia sostenida en ellas. No fue sino hasta 2014[i] que el Encuentro emergió en las redes sociales, aunque sin una planificación estratégica para el entorno.

En 2017 se tomó la iniciativa de proponer, tras siete meses de trabajo, un protocolo de administración de las redes sociales online para el ENACOM, a partir de la experiencia organizativa de ese año. En este sentido, la propuesta para esta ocasión es presentar el proceso de creación de dicha guía, dar cuenta de las tareas que demanda la administración de redes para un acontecimiento de esta índole y reflexionar sobre la comunicación institucional y organizacional en las redes sociales online.

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL - GESTIÓN DE REDES SOCIALES -
SOCIAL MEDIA**MARCA OLAVARRÍA: UNA IDENTIDAD EN TENSIÓN***DG Anabella Galvano**Núcleo Regional de Estudios Socioculturales (NURES) - Facultad de Ciencias Sociales - Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN)
anabellagalvano@gmail.com / Twitter @dibujhada*

La marca ciudad se asocia a una serie de atributos singulares y exclusivos por los que se identifica, reconoce y diferencia. Se utiliza como símbolo de su personalidad y se asocia a una serie de activos y recursos urbanos y/o rurales existentes, y a unos valores relacionados con el modelo de la ciudad y con una significativa capacidad de atracción. La oferta tiene que ver con las personas, el conocimiento, los recursos naturales, la infraestructura técnica, la economía, los aspectos políticos y los valores culturales que la ciudad representa. Esas cualidades de identificación y diferenciación hacen de la marca el principal intangible de una ciudad y por tanto debe gestionarse como cualquier otro patrimonio. Sin embargo, en los últimos años, los sucesivos gobiernos municipales de Olavarría evidenciaron una tendencia a confundir *marca ciudad* con *marca gestión*, lo cual provocó que en la actualidad coexistan cuatro representaciones marcarias en los diferentes niveles de comunicación del Municipio pero no exista una marca ciudad o, si bien existe, haya quedado diluida en el tiempo a través de las distintas gestiones municipales que la han retocado, redefinido, hasta prácticamente hacerla desaparecer de la comunicación oficial pero no de la espontánea, la de los ciudadanos.

Es a raíz de esta dicotomía que este trabajo propone un análisis y reflexión acerca de las construcciones identitarias de una ciudad por parte de quienes la viven y perciben en contraposición con quienes la gestionan, como una metáfora de los tiempos que corren, de *posverdades comunicacionales* en las cuales lo que se comunica no siempre responde a su referente.

MARCA-CIUDAD - IDENTIDAD - MARCA-GESTIÓN

**LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN TIEMPOS DE
HIPERMEDIACIONES: ALGUNAS REFLEXIONES TEÓRICAS***Gabriela J. Loustaunau**Facultad de Ciencias Sociales - UNICEN
gabrielaloustaunau@gmail.com
Facebook: Gabriela Loustaunau*

El presente trabajo surge a modo de primeras aproximaciones teóricas para pensar el recorte de un campo problemático a ser abordado en el marco de las ideas preliminares para desarrollar un plan de trabajo en el marco del Doctorado en Comunicación de la UNLP. El eje temático hace referencia a la

gestión de la comunicación en ámbitos públicos, con énfasis en los momentos de diagnóstico, planificación y gestión de los procesos comunicacionales entendidos como momentos indisolubles de un mismo proceso comunicacional. En este marco, la comunicación institucional adquiere un sentido vital para el cambio de las organizaciones y el sujeto se constituye inmerso en la trama discursiva de un universo simbólico, en la que ciertos sentidos institucionalizados operan dando lugar a las formas del ser y actuar social (Uranga).

Un sentido instituido de la comunicación en las organizaciones suele enfocarse en ésta como herramienta para la difusión, más que como escenario estratégico para la gestión. Por lo tanto, la búsqueda apunta a poner en tensión una serie de categorías teóricas a fin de problematizar los procesos comunicacionales en vistas a trascender una visión instrumental de la comunicación para avanzar hacia una perspectiva dialógica e integradora que habilite preguntas en torno a los procesos de gestión comunicacionales y al modo en que los sujetos se ligan en dichos procesos. Así, la comunicación es entendida como proceso de formación de conjuntos de relaciones de sentido (Vizer).

Nociones como la sociedad red de Castells (2009) o hipermediaciones (Scolari) se ponen en escena para dar cuenta de los modos en que se produce, circula y consume información en el siglo XXI. La mutación estructural de la sociedad ha dado lugar a transformaciones en el ecosistema cultural en las que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son parte fundamental. Esta noción forma parte de un marco conceptual propicio para pensar las transformaciones políticas, económicas y culturales desde una teoría integral de la información donde se produce una estratégica convergencia entre la tecnología, la comunicación y el poder. A su vez, la noción de hipermediaciones (Scolari) habilita la reflexión sobre los modos en que se producen los intercambios simbólicos en las redes sociales de las que forman parte los sujetos.

La ponencia apunta a la generación de preguntas sobre los modos que adquiere la gestión de la comunicación en las organizaciones en una sociedad en la que la comunicación hipermediatizada e interactiva, en tanto universo simbólico, propone al sujeto otros modos de habitar el mundo.

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN – HIPERMEDIACIONES - SUJETO

PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN ARGENTINA: ANÁLISIS DE LAS PROPUESTAS PEDAGÓGICAS-DIDÁCTICAS DE LA ENSEÑANZA DE GRADO Y POSGRADO

Eliana Molina

Daiana García

Universidad Nacional de General Sarmiento

eliana.molina88@gmail.com / LinkedIn: Eliana Molina

Este trabajo se enmarca en la investigación: "Temas, problemas y enfoques de la Planificación de la Comunicación en Argentina (2000-2020)", de la

Licenciatura en Comunicación del Instituto del Desarrollo Humano de la Universidad Nacional de General Sarmiento (Provincia de Buenos Aires). El objetivo de la misma es realizar un relevamiento, sistematización y problematización de los principales temas, debates, líneas de investigación sobre la planificación de la comunicación entre 2000 y 2020. Para ello es necesario reconocer y hacer visible los temas, problemas y enfoques de la planificación de la comunicación, atendiendo a la complejidad que la caracteriza, con el objeto de producir un estado de la cuestión que identifique perspectivas y modalidades en el ámbito académico.

En este marco, nos proponemos responder a la pregunta de investigación: ¿Cuáles son las propuestas pedagógicas – didácticas de la enseñanza de grado y posgrado de la planificación en comunicación en nuestro país? Para ello, comenzaremos el proceso de análisis sobre el modo en que se presenta la planificación de la comunicación en los planes de estudio de carreras de grado y posgrado de Comunicación que ofrecen las universidades argentinas. Por lo tanto, en primer lugar, hemos mapeado las carreras de Comunicación en el territorio argentino teniendo en cuenta la regionalización que se utiliza para realizar los censos. Para ello, dividen argentina en seis regiones: metropolitana que comprende a CABA y partidos del gran Buenos Aires, pampeana (resto de la provincia de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos y la Pampa), Cuyo (Mendoza, San Juan y San Luis), Noroeste (Tucumán, Salta, Santiago del Estero, Jujuy, Catamarca y La Rioja), Noreste (Chaco, Misiones, Corrientes y Formosa) y Patagonia (Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tucumán). Creemos conveniente esta subdivisión ya que el área metropolitana tiene mayor cantidad de oferta en el área de comunicación.

A partir del relevamiento de los planes de estudio de la formación de grado y posgrado en Comunicación hemos construido los siguientes criterios de análisis: tipos de formación; tipos de unidades curriculares, tipos de perfiles de egresados. Este trabajo nos permitirá conocer el lugar que ocupa y las incumbencias de la planificación de la comunicación en las estructuras curriculares de las universidades argentinas.

PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN – ESPACIOS CURRICULARES – PROPUESTAS PEDAGÓGICO-DIDÁCTICAS

GESTIÓN DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DESDE UNA MIRADA PROSPECTIVA EN ESCENARIOS ORGANIZACIONALES

*Mg. José Ignacio Muñoz
Universidad Nacional de Río Negro
jmunoz@unrn.edu.ar*

Las realidades de las organizaciones hoy, revisten la necesidad de una eficaz Planificación Estratégica Comunicacional Prospectiva. En primer orden, hacia y en relación con sus públicos internos en su rol de difusores de la cultura organizacional, en cuanto a su naturaleza, misión, y funciones; como así, respecto de sus grupos de interés, los 'stakeholders', en lo que refiere a sus acciones trazadas y objetivos propuestos.

Planificación estratégica entendida como proceso mediante el cual se introduce racionalidad y sistematización a las acciones y a la utilización de los recursos, con la finalidad de orientarlas hacia un objetivo deseable y probable de ejecución.

La importancia que adquiere un diseño de Estrategia comunicativa integral de la organización, conlleva el desarrollo de diversas fases -con simultaneidad y transversalidad- en la Gestión de Planificación Estratégica Comunicacional.

Ello, por medio de tres fases: Análisis Estratégico de Situación (Proceso de diagnóstico); Planificación Estratégica del Perfil de Identificación; y finalmente Planificación Estratégica de la Comunicación Institucional (Procesos de ejecución y evaluación).

Gestionar una adecuada Planificación Estratégica, en la aplicabilidad de diversos modelos, constituye la generación de procesos y acciones que resulten consecuencia de suma de las partes, del intercambio creativo y del producto de consensos y disensos de los diversos actores participantes. Aquí radica la primera matriz de importancia: Asirse de los elementos más conducentes para efectuar un pormenorizado diagnóstico organizacional, que permita comprender los distintos escenarios posibles, ya sean desde el seno propio de la organización hasta el análisis de los entornos competitivos; y finalmente desde la perspectiva de desarrollo mediante una reflexión prospectiva, a través de una planificación, por medio de generación y desarrollo de métodos que resulten de mayor sustento y aplicabilidad.

La prospectiva, como disciplina, pero sobre todo como actitud, que permita ampliar la capacidad de múltiples miradas, en observancia a visibilizar posibles escenarios futuros. Frente a ello, aumentar las posibilidades de abordar el cambio de una manera más precisa y adecuada frente a las diversas perspectivas que pudieren acontecer, con el objetivo de construir escenarios compartidos entre los distintos actores que participan directa o indirectamente en el desarrollo de Planificación Estratégica.

En concreto, Prospectiva, como una reflexión que se prepara para la acción estratégica; y en función del desarrollo y ejecución del Plan de acción previamente trazado en la Planificación Estratégica Integral por medio de: una Planificación estratégica Preactiva que se edifique, sobre la posibilidad de anticipación a los posibles acontecimientos y que permitirán sin dudar, una mejor preparación para afrontarlos en un futuro; y en segundo orden una Planificación estratégica Proactiva, mediante la utilización de la Prospectiva; es decir, el desarrollo de una estrategia que permita conocer los requisitos que se adapten de la mejor forma a sus condiciones.

La aplicación de prospectiva en la construcción de una Planificación Estratégica, previa a la acción- intervención; sirve al planteo y determinación de adopción de decisiones precisas, como así además lograr disminuir riesgos e incertidumbres frente a diversos escenarios organizacionales.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PROSPECTIVA

EXPERIENCIA REGIONAL EN EL ÁMBITO PÚBLICO: DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL DEL DEPARTAMENTO DE

PRENSA Y COMUNICACIÓN DE LA SECRETARÍA DE ESTADO DE TRABAJO DE RÍO NEGRO

*Rodrigo Raschella Aguirrezabala
Universidad Nacional de Río Negro
roo.rasche11@gmail.com*

La comunicación institucional es en la actualidad una de las herramientas fundamentales para el éxito de todo organismo, sea privado o público. La misión del Departamento de Prensa y Comunicación de la Secretaría de Estado de Trabajo (SET) de Río Negro es contribuir de manera activa al cumplimiento de los objetivos estratégicos del organismo. Ello significa que para elaborar un plan estratégico de comunicación eficaz es conveniente contar previamente con un diagnóstico que sitúe al comunicador y/o profesional de la comunicación en el estado de situación para abordar de una manera eficiente y eficaz su tarea.

A partir de esta premisa, el documento describe la actividad del Departamento de Prensa y Comunicación en su etapa, iniciada en Julio de 2015; sus recursos, actividad funcional y logros más destacados; además de sus necesidades, misiones y funciones; con el propósito de lograr sus objetivos dentro de la organización.

El Departamento de Prensa y Comunicación de la SET se inició con intención de convertirse en un área estratégica de comunicación. El proceso sigue abierto, se han producido avances, pero aún resta margen para su mejoramiento y la optimización de sus recursos. El crecimiento será mayor cuando se alcancen algunos refuerzos estructurales aún pendientes.

Los gabinetes de prensa y comunicación institucional en un comienzo consistían en un principio a tareas acotadas, donde una persona estaba avocada a atender el teléfono a los periodistas, concertar ocasionalmente entrevistas o preparar, muy de vez en cuando, una nota o una convocatoria de prensa.

En la actualidad, en cambio, son departamentos cada vez más profesionalizados, que aprovechan todas las oportunidades que ofrece la comunicación al servicio de los diferentes intereses de las instituciones.

La revolución provocada en el sector de la comunicación por las nuevas tecnologías, así como la adopción de técnicas de marketing y de relaciones públicas, han revolucionado en pocos años estos servicios.

Además de cambiar el modo de ofrecer su información a los medios, los departamentos de comunicación ahora pueden ofrecer contenidos directamente a gran cantidad de público, reduciendo su dependencia de los canales tradicionales (prensa, radio, televisión), y convirtiéndose en imprescindibles para el éxito de toda institución.

En este sentido, la finalidad del documento consiste en el análisis y trazado de diagnóstico organizacional de un área en organismo de la función pública que entiende a la comunicación como una herramienta de gestión para alcanzar los objetivos trazados por la institución.

DIAGNÓSTICO, COMUNICACIÓN, INSTITUCIÓN

LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES COMO DISPOSITIVO METODOLÓGICO. EXPERIENCIAS DE PARTICIPACIÓN Y PERCEPCIONES DE INCIDENCIA POLÍTICA DE LOS CONSEJOS LOCALES DE NIÑEZ DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Anabel Urdaniz

Comisión de Investigaciones Científicas

Facultad de Periodismo y Comunicación Social - Universidad Nacional de La Plata

anabel_urdaniz@hotmail.com

Este trabajo de investigación es parte de un plan de tesis doctoral, cuyo objetivo es describir y analizar las estrategias comunicacionales que despliegan los Consejos Locales de Promoción y Protección de los derechos de la Niñez en la provincia de Buenos Aires. Las estrategias comunicacionales que configuran se dividen, a los fines analíticos, según la variable gestión de visibilidad (Thompson; 1998), que permite analizar la relación con los medios tradicionales de comunicación, los usos de las plataformas digitales y la incidencia en el espacio público, y las categorías participación y organización, retomadas de los teóricos de la comunicación estratégica (Jaramillo López, 2004, Massoni, 2005, Uranga, 2005), para dar cuenta de la comunicación externa e interna y de las “dimensiones políticas, socioculturales y organizativas”.

Desde un concepto de estrategia pensado como dispositivo de inteligibilidad, que a la vez que construye acciones y discursos permite caracterizar el proceso en multidimensiones: informativa, interaccional e ideológica (Massoni, 2017), en esta ponencia se analizarán una serie de entrevistas a miembros de los Consejos de La Matanza y General Pueyrredon para observar las huellas de estas dimensiones y delinear posibles estrategias que las subyacen.

La intencionalidad de estos Consejos locales, que fueron creados por la Ley Provincial 13.298, es incidir en políticas públicas, ergo se pondrá énfasis en caracterizar y materializar la noción de poder en relación a tres momentos históricos de estos organismos: su creación, los cambios de gobierno (ya sea local o provincial) y su situación actual.

ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES – INCIDENCIA POLÍTICA – NIÑEZ

EJE N° 4 – COMUNICACIÓN Y GÉNERO

NUEVAS REPRESENTACIONES DE LA MUJER EN LA PUBLICIDAD Y SUS CONSECUENCIAS EN LAS CONSUMIDORAS.

María Magali Arrigo
magaliarrigo@gmail.com

Georgina Morini
morinigeorgina@hotmail.com

Ana Laura Ixtaina
ixtaina@hotmail.com

Desde 2004 se han incrementado las campañas publicitarias con empoderamiento de la mujer, -“Fem-Vertising”. Tendencia que emplea mensajes pro-mujer para promover nuevas representaciones en la publicidad. Modelos más reales con los que las mujeres dicen sentirse más identificadas. A la par, muchos anunciantes y agencias de publicidad detectan problemas para comunicarse con el target femenino que, además de ser el 51% de la población mundial, es responsable del 80% de las decisiones de compra. ¿De qué manera afectan los spots con perspectiva de género a las consumidoras jóvenes-adultas argentinas?

¿Cómo impacta sobre la imagen de marca en productos de limpieza y belleza femenina?

¿Es una moda o cambio de paradigma?

PUBLICIDAD; EMPODERAMIENTO; MUJER; FEMVERTISING; PRO FEMALE ADS.

“ENTRE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROTOCOLO DE ACTUACIÓN Y LA EQUIDAD DE GÉNERO: PASOS PARA DAR”. MODELOS DE GESTIÓN, POLÍTICAS INSTITUCIONALES Y TRANSVERSALIDAD DE GÉNERO EN LA FACSO UNICEN

Griselda Astudillo
DNI 25452534
Facultad de Ciencias Sociales UNICEN
griseldaastudillo@gmail.com
Facebook: Griselda Astudillo Pianta

Escobedo Melina Gisel

DNI 31130982

Facultad de Ciencias Sociales UNICEN
melinaescobedo@gmail.com

Facebook: Melina Escobedo Ibaceta

En el presente trabajo se recupera la necesidad de reflexionar sobre la transversalización de género al interior de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNICEN como estrategia política para avanzar en la construcción de una institución que promueva la equidad entre los géneros. El trabajo pretende pensar e identificar la comunicación como herramienta que posibilite la incorporación de la perspectiva de género como una dimensión insoslayable de las prácticas sociales; que interpele a todos los actores institucionales para atender a las situaciones de violencia de género que atraviesan la dinámica de enseñanza-aprendizaje y trabajo. Se busca la construcción de líneas de trabajo que permitan mejorar la realidad institucional a través de poner en comunicación los datos que arroja el Informe “Perspectiva de Género en el Ámbito Universitario. Relevamiento de situación – Hacia la Transversalidad de género” elaborado por el Programa Permanente de Estudios de la Mujer y las reflexiones sobre los condicionantes identificados al interior de la comunidad de la FACSΟ en las actividades de difusión del “Protocolo de actuación frente a situaciones de violencia de género y discriminación por cuestiones de género”.

TRANSVERSALIZACIÓN DE GÉNERO, COMUNICACIÓN, POLÍTICAS
INSTITUCIONALES

#NIUNAMENOS Y LOS PROTOCOLOS DE ACTUACIÓN SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA UNIVERSIDAD

Carla Di Francesco

Rocío Lastape

Daiana Martinefsky

FACSΟ- UNICEN

carla.difrancesco.montero@gmail.com / @naufregando

en un contexto donde el Ni Una Menos y el Paro Internacional de Mujeres forman parte de la agenda del movimiento de mujeres y en donde la aprobación de los protocolos de actuación sobre violencia de género en la Universidad son materia de transformaciones, resulta necesario documentar, describir, reflexionar y comunicar acerca del trabajo realizado desde la Universidad en cuestiones vinculadas a dicha problemática.

La Facultad de Ciencias Sociales de la UNICEN, cuenta con el Programa de Investigaciones Comunicacionales y Sociales de la Ciudad Intermedia - PROINCOMSCI -, del cual surge el proyecto de extensión “Estudios de Comunicación, Cultura y Género” - ECCyGE en el año 2013. Este proyecto propone como manifiesto fundacional, producir análisis en torno de las problemáticas que se dan en la intersección de la comunicación, la cultura y el género así como también incidir con acciones concretas en la construcción de una sociedad más equitativa. Esta ponencia apunta en una primer etapa

describir el trabajo y las experiencias del ECCyGE para poder luego, reflexionar y problematizar sobre el trabajo que viene llevando a cabo como proyecto de la Universidad y su vinculación con cuestiones vinculadas a la comunicación, cultura y género en un contexto donde la violencia machista se encuentra en una escena de permanente discusión.

ECCyGE ha producido una serie de acciones de incidencia estrechamente relacionados con el campo de las ciencias sociales y estratégicamente articulados con trabajos de extensión universitaria. En este sentido retomamos a Boaventura de Sousa Santos (2006) quien señala que en el contexto global actual donde el capitalismo apunta a que la Universidad sea un espacio de formación instrumental dejando a un lado una visión crítica sobre la realidad, es el extensionismo que irrumpe para tomar relevancia y significaciones especiales, al impulsar la participación activa de la universidad en la lucha por una sociedad menos desigual, inclusiva y democrática aportando a la construcción de la cohesión social.

En este sentido consideramos oportuno compartir las experiencias relacionadas a este proyecto, su incidencia y trayectoria en campo extensionista y el testimonio tanto de quienes fueron y son parte del ECCyGE, destacando el enfoque de derechos y la perspectiva de género, propios del estudio.

EXTENSIÓN – GÉNERO - UNIVERSIDAD

“ELLA SE TRANSFORMA PORQUE HA ESTADO GUSTOSA”. EL MITO DE LAS “ALMAMULAS” Y SU ARTICULACIÓN CON EL TABÚ DEL INCESTO Y LAS RELACIONES DE GÉNERO EN SANTIAGO DEL ESTERO

*Lucas Díaz Ledesma
FPyCS, UNLP/IIEGE, CONICET
lucasdiazledesma@gmail.com*

Este trabajo se presenta como una oportunidad para hacer foco en el análisis de los sentidos sociales en torno a la figura mítica de “las almamulas” a través de la indagación de relatos de experiencia de interlocutores/as que viven en Santiago del Estero, Argentina. Nos preguntamos por las narrativas sobre el placer sexual, el deseo, el parentesco. Comprendiendo al mito como un relato que condensa significaciones sociales y cosmovisionales, son entramados que prescriben y proscriben pautas culturales, como por ejemplo la prohibición del incesto, la moralización, la estigmatización femenina y la solidificación de gramáticas identitarias de una masculinidad hegemónica, debido al efecto performativo y configurador de las escenas socioculturales.

Esta ponencia es resultado de una investigación realizada en el marco de una tesis doctoral en comunicación. En dicho trabajo nos ocupamos por indagar, problematizar y analizar las condiciones de estructuración de los relatos de experiencia populares, cuyos contornos de inteligibilidad socioculturales se constituyen en la puesta en acto de un variado acto de realatos míticos. Dichos constructos simbólicos aglutinan en su despliegue performativo un juego

bifronte. Por un lado, una dimensión manifiesta que condensa los contenidos prescriptivos y proscripivos de los guiones culturales (prohibición del incesto, obligatoriedad de rituales de iniciación como el bautismo, etc) y, por otro, un aspecto del orden de lo subrepticio, que son aquellas normativas comunitarias que pautan la vida en común y las gramáticas de sociabilidad en su clave sexo-genérica y mágico- religiosa.

Los relatos míticos, fuertemente basados en el binarismo de género, refuerzan la conformación desigual de las relaciones de género. Uno de los hallazgos de la investigación doctoral fue señalar de qué formas la construcción genérica de los mitos estudiados dejaba intocada la estructura patriarcal androcéntrica de la división sexo genérica y operaba eficazmente en su reforzamiento identitario en la producción de masculinidades y feminidades hegemónicas, con la dominancia de lo masculino en un reparto desigual de jerarquías.

Por ello en esta oportunidad, valiéndonos de narrativas experienciales de interlocutores/as, desarrollaremos el análisis de las significaciones en torno al incesto y el parentesco, el deseo, el placer y la sexualidad. Para esta investigación llevamos a cabo un estudio cualitativo de corte etnográfico y de análisis comunicacional en vínculo con una perspectiva teórico-epistemológica que trabaja transdisciplinariamente saberes del campo de los estudios de comunicación/cultura, los análisis latinoamericanos de cultura popular y los feminismos poscoloniales en clave regional.

MITOS – GÉNERO – INCESTO

CONFIGURACIONES EPOCALES DEL COLECTIVO LGBTTI EN LA REGIÓN CENTRO DE LA PCIA DE BUENOS AIRES

Carolina Ferrer

Estudios de Comunicación y Cultura en Olavarría (ECCO)

Facultad de Ciencias Sociales - Universidad Nacional del Centro de la

Provincia de Buenos Aires

ferrer-carolina020@gmail.com / <https://www.facebook.com/carolina.ferrer.547>

Este trabajo intentará dar cuenta de los procesos de comunicación, visibilidad, identidad y participación ciudadana del colectivo LGTTBI en la región centro de la provincia de Buenos Aires durante el período 2009-2018.

El colectivo LGTTBI en Olavarría emergió y logró poner en agenda pública otras corporalidades y participar en distintos espacios de debate y visibilidad. Para la ciudad fue disruptivo, en tanto para el colectivo fue un proceso de inscripción y de disputas de sentidos que fueron posibles por el contexto nacional de ampliación de derechos y modos de participación. En esa etapa se lograron a nivel nacional la Ley de Matrimonio igualitario y de Identidad de Género. En la ciudad se celebraron casamientos, marchas del orgullo y varias personas trans pudieron inscribirse tal como se autoperciben en sus documentos personales con el nombre y el sexo de elección.

Finalmente, se analizó el colectivo de travestis y trans de la ciudad de Azul, quienes llevan adelante políticas de género y diversidad, vinculadas con derechos humanos básicos: acceso a salud, educación, trabajo, alimentación,

vivienda, entre otros que se suman a los de salud integral, políticas reparatorias y el pedido de la implementación efectiva de la Ley “Diana Sacayán” de Cupo laboral Trans.

CIUDADANÍA SEXUAL – DIVERSIDAD - POLÍTICAS DE GÉNERO

HACIA UN PRIMER ANÁLISIS EN TORNO DE UNA INSTITUCIÓN LOCAL QUE ABORDA PROBLEMÁTICAS DE VIOLENCIA DE GÉNERO

Patricia Pérez
ECCyGE FACSÓ - UNICEN
pataperez@gmail.com / @patanperez

De acuerdo a los estándares internacionales es obligación del Estado trabajar en la prevención y asegurar la protección de quienes corren riesgos concretos de sufrir violencia de género con la adopción de medidas integrales para la salvaguarda de las personas. Nuestro país, en vinculación a esas obligaciones ha venido sancionando en las últimas dos décadas una legislación acorde a esos estándares al tiempo que ha ido poniendo en marcha -con altibajos- la normativa. En este sentido, en nuestra ciudad funciona desde el año 2010 la “Mesa local contra la violencia familiar y de género” (Ley provincial Nro. 12.569 sancionada en 2001) que, brevemente, tiene como objetivo *organizar, planificar y ejecutar intervenciones territoriales en relación con la problemática de violencia familiar*. También, nuestra ciudad, cuenta con una ordenanza (Nro.3910/15 denominada de Atención Integral de la Violencia contra las mujeres, Género y Familiar) que proporciona presupuesto para el abordaje de las situaciones problemáticas. En diciembre de 2015, los vientos de cambio produjeron modificaciones en el organigrama del municipio y establecieron formalmente -a nivel local- la creación de una Dirección de Políticas de Género. La novel dependencia municipal tiene como objetivo la atención de las personas que han atravesado o atraviesan violencia de género. Esta dirección *institucionaliza* toda una serie de reclamos sostenidos de diferentes maneras en la ciudad por el feminismo vernáculo, que venía manifestándose con fuerza en la ciudad en el último tiempo. Nos interesa poner de manifiesto - considerando el contexto sociopolítico neoliberal y conservador- las tensiones que surgen en la interacción institucional; así, intentaremos ver cómo se reordena el territorio -entendido como un espacio social atravesado por tramas complejas y en constante tensión- luego de estos cambios y cómo, a pesar del dispositivo existente y generado luego de las modificaciones mencionadas a los efectos de erradicar la violencia de género no ha logrado dar respuesta efectiva al tema.

GÉNERO - POLÍTICAS PÚBLICAS - VIOLENCIA

LA INVISIBILIDAD DEL CUERPO FEMENINO

Trinidad Petreigne Bacigalupe
DNI: 39.278.752
Facultad de Ciencias Sociales UNICEN
tripetreigne@gmail.com
FB: Trini Petreigne

El presente trabajo propone un análisis de una constelación de imágenes. La visibilidad del cuerpo femenino presenta un problema histórico: su invisibilidad en la Guerra de Malvinas. La lectura de autores como Walter Benjamin, Jacques Ranciere, Didi Huberman, Raymond Williams y Teresa De Lauretis lleva a la reflexión sobre la amplia relación entre la comunicación, la historia y la corporalidad, en este caso, femenina. La interrogación sobre la tensión que existe en las relaciones históricas, sobre lo establecido y lo construido, lo decible y lo no decible nos remite a un libro de la autora Alicia Panero titulado "Mujeres invisibles" donde después de 33 años de la Guerra cuenta cómo es vivir en el olvido para las enfermeras e instrumentadoras quirúrgicas que viajaron a ayudar a los soldados. Darles visibilidad a las mujeres es una forma de intervención política que pone en común una problemática social: el género como performance de la desigualdad. Es necesario interrogar sobre los conjuntos de las prácticas, sobre lo establecido históricamente y los sentidos socialmente construidos.

IMAGEN- VISIBILIDAD- CUERPOS

**"NI TAN SANTAS, NI TAN LOCAS", HORIZONTES Y FRONTERAS
DE LA COMUNICACIÓN SEGMENTADA. EXPERIENCIA DEL
MICRO RADIAL CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DEL GRUPO DE
ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN CULTURA Y GÉNERO, EN RADIO
UNIVERSIDAD FM90.1, DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES, UNICEN**

Soledad Restivo
Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría - UNICEN
soledadrestivo@gmail.com
Facebook /solcito.restivo

"Ni tan santas, ni tan locas", es el micro informativo con perspectiva de género - producido por el Proyecto de Estudios de Comunicación, Cultura y Género - ECCyGE forma parte del Núcleo de Investigación PROINCOMSCI en la Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría, Unicen- que se emite por Radio Universidad Fm 90.1 durante el período 2017/2018. El trabajo analiza los alcances y limitaciones de la producción de piezas comunicacionales con enfoque de género desarrolladas desde espacios especializados e institucionalizados. Indaga en la manera en que la propuesta y dialoga con la construcción de la agenda del medio y su incidencia en la instalación de una agenda de género. Pensar la propuesta comunicacional en la tensión segmentación/ transversalidad en relación a los objetivos del grupo que

sostiene “la realización de diversas actividades que permitan el análisis de las problemáticas existentes en la intersección de la comunicación, la cultura y el género, como así también incidir en la construcción de una sociedad más equitativa a partir del enfoque de derechos y la perspectiva de género”. Además, analizar de qué manera se inscribe en el discurso del medio como medio público, especialmente como medio público universitario.

COMUNICACIÓN – GÉNERO – MEDIOS

DESPUÉS DE #NIUNAMENOS: NUDOS DE DEBATE EN TORNO A LOS FEMINISMOS EN ARGENTINA. UN ANÁLISIS DE LAS LUCHAS POR EL SENTIDO, A TRAVÉS DEL SUPLEMENTO LAS/12

Dra. Eva Rodríguez Agüero

DNI: 24467740

*Carrera de Comunicación Social, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-
Instituto de Estudios de Género-Universidad Nacional de Cuyo*

evarodriguezaquero@gmail.com

FB: Eva Rodríguez Agüero

En los últimos años, pero principalmente desde 2015, con el surgimiento de #NiUnaMenos, los temas de la agenda feminista han cobrado una notable visibilidad en los medios tradicionales de comunicación y las redes sociales.

En dicho escenario, anclado a un contexto social de fuerte avance (una nueva ola?) del feminismo no sólo a nivel local, sino también mundial, han tenido lugar multitudinarias marchas en varias ciudades de Argentina, se han sumado nuevxs actorxs como: niñas y jóvenes, cuerpos y sexualidades disidentes e incluso algunxs personajes de la farándula, levantado banderas históricas del feminismo. Todos estos fenómenos han logrado una inédita visibilización de las luchas, inscribiéndolas -como nunca antes- en los debates del espacio público.

En dicho contexto, algunas de las voces con más ascendencia en el feminismo (militantes reconocidas, periodistas, intelectuales, escritoras) han encarnado acalorados debates al respecto. Algunos de estos asuntos que emergen bajo la forma de disputas por el sentido son: qué es *ser feminista* y en qué consiste el feminismo en el actual contexto. También slogans transformados en hashtag como: “Nos mueve el deseo”, “El feminismo de las hijas” o preguntas acerca de si #NiUnaMenos es o no una bisagra para nuestro movimiento, si se puede pensar en un *feminismo de derecha*. Incluso, el duro cuestionamiento a un feminismo blanco y hétero, que no atiende a la interseccionalidad.

Este trabajo se propone indagar acerca de la ampliación y complejización de los discursos en torno al feminismo, que proliferan y se entrecruzan con los

discursos mediáticos, a partir de un proceso de inusitada visibilidad del mismo en nuestro país.

En este sentido, la presente ponencia propone un abordaje a través de las herramientas que brinda el análisis crítico del discurso, específicamente a partir del análisis semántico de contenidos, de los principales nudos y derivas de estos debates, tal como los mismos se ven plasmados en el suplemento Las/12, de Pagina/12, el cual ha sido desde su surgimiento, una tribuna abierta al debate de los principales temas de la agenda feministas en Argentina.

FEMINISMOS-DEBATES-MEDIOS DE COMUNICACIÓN-NIUNAMENOS

EJE N° 5 – COMUNICACIÓN Y SALUD

EL GIRO AFECTIVO Y LA REPARACIÓN SIMBÓLICA: EL CASO DE ESTRELLAS AMARILLAS

*Dra. Mónica Cohendoz
NACT ECCO – FACSO- UNICEN
mcohendoz@gmail.com*

En los siniestros de tránsito los cuerpos de las víctimas son imágenes del sentido trágico del episodio. El concepto de victimización ha sido tradicionalmente analizado en oposición radical al de agencia: la pasividad de la herida frente a la potencia de la capacidad de acción. El objetivo de este trabajo consiste en desafiar esta dicotomía -particularmente bajo el modo en que se despliega en el marco de la teoría de la acción social - a través de un análisis de las estrellas amarillas como territorialización del dolor. Se propone analizar la cuestión atendiendo al papel de los afectos involucrados, en particular a uno frecuentemente estigmatizado, como es el dolor. Ha señalado Michael Hardt, las afecciones pueden ser tanto acciones -determinadas por causas internas- como pasiones - determinadas por causas externas- (Hardt, 2007: 50-53). Tal perspectiva obliga a reconsiderar, no solo la categoría de testimonio -clave para esta cuestión-, sino también el impacto que esas manifestaciones simbólicas tienen sobre la esfera pública en tanto imágenes que visibilizan la violencia urbana y la injusticia como problema social.

DOLOR- VICTIMAS- SINIESTROS

PERFORMATIVIDAD, ENFERMEDAD RENAL CRÓNICA TERMINAL Y DESEO

*Alvaro Dardo Flores
Escuela Superior de Ciencias de la Salud - UNICEN
alvaroflores83@gmail.com*

Esta ponencia forma parte de una investigación que tiene como objetivo principal indagar en cómo construyen la enfermedad renal crónica terminal y su padecimiento el personal profesional que se desempeña en el centro de hemodiálisis de la ciudad de Azul. En este marco, y para esta ponencia en particular, analizaremos interpretativamente algunos registros etnográficos para dar cuenta de cómo opera el proceso performativo en el contexto mismo de la atención (el proceso de hemodiálisis) en los diferentes roles (pacientes, técnicos/enfermeros y médicos), qué papel comunicativo ejerce el cuerpo del Otro en esta dinámica relacional y cómo es significado y gestionado el Deseo en el caso específico de los pacientes terminales y el personal médico. Los Datos desde los que se parte para el análisis son los registros de diez

observaciones participantes realizadas en la sala de diálisis durante el tratamiento y una entrevista en profundidad confeccionada a la profesional médica que se desempeña al frente de la dirección en el Centro Nefrológico de Azul. Todos los datos obtenidos a lo largo del 2017 con motivo de acudir a realizar actividades de Extensión Universitaria con un grupo de estudiantes. Es importante aclarar que partimos de considerar a la enfermedad como una construcción social sujeta a significaciones directamente relacionadas a las performances, donde tanto pacientes como personal del servicio de asistencia, tensionan y modelan los sentidos que suponen ser paciente/enfermo, ser enfermero y ser médico. En función de estas dinámicas se configuran negociaciones y flujos de poder dentro de la institución, disputas por el sentido que no en todas las oportunidades responde a lógicas hegemónicas directamente relacionadas con el saber biomédico y constituyen líneas de fuga semióticas.

PERFORMATIVIDAD – DESEO – CUERPO

TRATAMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON LA #LEYCARDIO

Agostina Monteleone
agostinamonteleone@hotmail.com
Facultad de Ciencias Sociales - UNICEN

Cuando se habla de cardiopatías congénitas pensamos directamente en el corazón, las personas en general no saben lo que son estas patologías porque no todos están enfermos de dichas cc, por eso hay personas que quieren difundir dicha información para que aquellos ciudadanos en algún momento de la vida puedan saber qué son. Por eso, mamás de chicos con dichas cc y ONG crearon la "ley cardio" para tratarse en el Congreso de la Nación.

Además deben existir medios de comunicación que difundan problemáticas de salud, ya que son importantes para que cada ser humano pueda enterarse y saber a dónde recurrir en caso de que le suceda algo. El objetivo de este trabajo consiste en visibilizar dicha problemática sobre el motivo del porque los medios de comunicación no se enfocan en la ley cardio como debería tratarse.

La ley cardio es un proyecto a nivel Nacional impulsado por ONG especialistas de la temática y familiares de personas afectadas con esta enfermedad, en Argentina nacen al año más de 7mil bebés con dicha afección de los cuales la mitad requiere de una cirugía inmediata durante el primer año de vida y muchas veces cuando el paciente es adulto y crece dependiendo de qué tipo de cardiopatía congénita tenga se le va a practicar o no una nueva cirugía reparadora" Ongs ley cardio.

La "ley cardio" nace de la necesidad de contemplar diferentes niveles de diagnóstico que favorece una detección temprana y oportuna de una cardiopatía congénita, esto como mencioné anteriormente tiene que ver

específicamente en la detección temprana para que el bebé pueda llegar a ser diagnosticado correctamente.

Lo que se hace es diagnosticar la cardiopatía congénita durante el embarazo, esto es posible en la gran mayoría de los casos realizando una ecografía al feto y evaluando su corazón detalladamente. Este diagnóstico prenatal permite optimizar la atención del bebé ni bien nace brindándoles todas las herramientas posibles para una mejor calidad de vida.

Observaciones:

El trabajo tendrá como propósito hacer visibilizar dicha problemática y cómo los medios de comunicación trabajan con temas de relevancia como lo es el proyecto de "ley cardio" y como los periodistas debemos manejarlos ante estas temáticas. La idea es visibilizar y concientizar sobre las CC para que todas las embarazadas puedan diagnosticar tempranamente (intrauterinamente) este tipo de malformación genética que puede traer consecuencias a largo plazo.

CC (CARDIOPATÍAS CONGÉNITAS)- LEY CARDIO- TRATAMIENTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

DESAFÍOS Y REFLEXIONES DE COMUNICACIÓN Y SALUD EN HORIZONTES DIGITALES

Stella Regis

*Facultad de Ciencias de la Comunicación – UNC
smregis@gmail.com*

El desarrollo en el campo de la ciencia y la tecnología presenta un acelerado proceso innovativo, desde finales del siglo pasado y en el comienzo del nuevo milenio. Lo más novedoso y sin precedentes en la historia de la humanidad es el desarrollo e interconexión de tecnologías de la computación e información, contenido multimedia y redes de comunicaciones que han llegado como resultado de la evolución y popularización de internet, tanto como de actividades, productos y servicios que han emergido desde el espacio digital.

Esto ha dado lugar a la agilización de procesos de gestión, logísticas y transferencias de conocimiento, pero también marca nuevos modos de vincularse entre las personas, las comunidades y los países.

La salud es un área donde se vislumbran posibilidades, beneficios e impacto por la oportunidad que estas tecnologías brindan para mejorar la cobertura, accesibilidad y calidad de las prestaciones. A la vez que pueden potenciar el empoderamiento de los sujetos y las comunidades, con el uso de herramientas que permitan democratizar las prácticas en salud.

Las aplicaciones de estas tecnologías recientemente conocidas como "e-salud" o "salud electrónica" se han convertido en tema de interés y debate entre profesionales de la salud, expertos en el tema, investigadores, decisores políticos y la sociedad en general.

También la OPS ha tomado cartas en el asunto y en las últimas décadas ha contribuido a estandarizar procedimientos, estudiar normativas y sugerir líneas de acción.¹

Con el aporte de las telecomunicaciones asociadas a acciones de salud, se posibilita abordar enfermedades agudas, tratar también episodios crónicos y condiciones de salud más severas. Y en el sentido evolutivo de su implementación, potenciar la telemedicina que permita acercar los servicios de salud hacia los dispositivos domésticos y móviles con el fin de aumentar el radio de influencia.

Este trabajo propone reflexionar sobre el tema desde una noción de salud integral que permita ampliar el acceso a poblaciones distantes, popularizar y democratizar prácticas de salud; en el marco de la economía social y solidaria. Este enfoque busca promover el ejercicio de derechos de los usuarios de los servicios de salud, su empoderamiento e involucramiento efectivo en espacios de toma de decisión, además de eliminar barreras de acceso a medicamentos y tratamientos esenciales (Ej.: VIH/SIDA, Diabetes, Salud mental, Celiaquía).

SALUD – INFORMÁTICA – E-SALUD

1 e-Salud en Latinoamérica y el Caribe. Tendencias y Temas Emergentes. Organización Panamericana de la Salud. Oficina Sanitaria Panamericana, Oficina Regional de la Organización Mundial de la Salud. En colaboración con Fundación de Informática Médica. Miami FL, EE.UU. Instituto de Salud Carlos III. Ministerio de Sanidad y Consumo. Madrid, España

EJE N° 6 - COMUNICACIÓN, CULTURA, ARTE Y FILOSOFÍA

“VIVAN LOS PIBES CABEZA”. CONSTRUCCIÓN IDENTITARIA DE VARONES JÓVENES DE SECTORES POPULARES A TRAVÉS DEL HIP HOP

*Lucía Abreu
Instituto de Investigaciones Gino Germani
Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Buenos Aires
labreu@sociales.uba.ar
Linkedin /luciaabreu/*

La presente propuesta se inscribe en el campo de la comunicación y la cultura, y radica en reflexionar sobre la construcción de identidad de algunos jóvenes de sectores populares de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el conurbano bonaerense, a través del Hip Hop en el contexto de la violencia de la exclusión. El trabajo de campo forma parte de un estudio más amplio desarrollado en el marco de mi tesis de la Maestría en Comunicación y Cultura de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, cuyo tema es la violencia de la exclusión y se titula “Vivir en la villa: un estudio sobre comunicación, identidades y violencias entre varones jóvenes de sectores populares urbanos que hacen Hip Hop en Buenos Aires y el Conurbano (2014- 2016)”. Aquel trabajo de campo fue necesario para comprender las experiencias de vida de ciertos jóvenes de sectores populares que poseen sus derechos vulnerados, explicar cómo viven las desigualdades sociales, económicas y culturales, la exclusión educativa y laboral, para interpretar cómo construyen su identidad.

La necesidad de construir un movimiento artístico estaría en una fuerte relación con la misma violencia que la sociedad ejerce sobre ellos a través de geografías construidas de manera precaria, como peligrosas y a su vez estigmatizantes. Estos jóvenes sin garantías, se apropian del Hip Hop como género y modo comunicacional, a través del cual reafirman su identidad y *batallan* -improvisaciones de rap semejante a las tradicionales payadas- el propio sentido de lo que se significa ser varón joven de sectores populares con derechos vulnerados. De allí que la cultura, entendida desde una perspectiva gramsciana como campo de lucha por la apropiación de sentido, funciona como espacio simbólico en el que los jóvenes reconocen y defienden sus derechos, fortalecen su acción social y política y crean lazos comunitarios a través del Hip Hop para denunciar la violencia estructural y contextos de desigualdad social acentuada en la que han crecido y se están desarrollando.

Entre la precariedad de su inserción educativa y laboral, entre las desventajas estructurales y violencias constitutivas y disruptivas, materiales y simbólicas que enfrentan cotidianamente, los jóvenes disputan participación y protagonismo en la dinámica cultural.

A través de la música y el arte, estos jóvenes denuncian la estigmatización y visibilizan las situaciones de violencia. El Hip Hop funciona en este sentido

como una actividad que permite construir arte, colectivos culturales, como prácticas, espacios de expresión, identificación y pertenencia en territorios atravesados por la pobreza y la conflictividad social y en los que la intervención estatal, excepto en su faceta represiva, es casi nula. De esta manera, hacer Hip Hop se configura como una práctica cultural, por ende es política. Hay una comunidad de situaciones compartidas entre estos varones jóvenes de sectores populares donde la pobreza estructural, habitar villas, no tener un trabajo estable, haber sido descartados de la escuela son marcas comunes. La exclusión se expresa en el Hip Hop.

SECTORES POPULARES – IDENTIDAD - HIP HOP

TEATRO COMUNITARIO, MEMORIA COLECTIVA E INCLUSIÓN SOCIAL: EL CASO DE “LOS BUFONES DEL ANDÉN”

Lic. Ludmila Adad

Lic. Marcela Guerci

Núcleo Regional de Estudios Socioculturales (NuRES)

Facultad de Ciencias Sociales – UNICEN

ludmiadad@hotmail.com

En este trabajo nos proponemos reflexionar sobre las dimensiones que adquiere el *Teatro Comunitario* en la ciudad de Olavarría (Pcia. de Bs. As., Argentina), en tanto práctica cultural popular cuyas características significativas posibilitan concebirlo como el lenguaje a través del cual se genera participación e inclusión social, vinculando a personas de distintas edades, realidades y experiencias de vida.

El teatro comunitario se funda en la recuperación de la memoria y la identidad de un barrio, un pueblo o una ciudad. Al constituirse en un espacio abierto de participación otorgando voz a los que no tienen voz, aporta a la reconstrucción del tejido social reparando lazos y redes, revalorizando la pertenencia territorial e identitaria dado que la memoria colectiva es la principal fuente de su dramaturgia. Al convocar a vecinos y vecinas –actores- a rememorar la historia de sus barrios, en ese ejercicio, también se activan las propias y particulares historias de vida, muchas veces acalladas. Esto potencia el desarrollo creativo donde todo aporte es valorado y donde el encuentro inter generacional enriquece los vínculos sociales. La obra teatral se construye de forma colectiva a través de testimonios, anécdotas y experiencias. Eventualmente se utilizan documentos como archivos, fotos o libros.

El teatro, en general, ha tenido siempre herramientas para mostrar aquello que no se podía mostrar: la metáfora. A través de la misma, el lenguaje teatral ha buscado representar lo irrepresentable, hacer evidente lo oculto. (Borba 2009, Greco 2008). Sin embargo, el teatro comunitario, cumple además el rol de interfaz entre este principio y la apropiación emergente del “arte” devenida de la participación activa de las y los vecinos en todo el proceso creativo.

TEATRO COMUNITARIO - MEMORIA COLECTIVA - INCLUSIÓN SOCIAL

HACIA LOS MODOS DE HACER UN NO MONUMENTO. PREGUNTAS PARA EL PROCEDIMIENTO DE MODALIZACIÓN TEMPORAL Y ESPACIAL DE LOS OBJETOS DISCURSIVOS DINÁMICOS

*Ariel Darío Barbieri
Licenciatura en Comunicación Social de la UNRN
abarbieri@unrn.edu.ar*

El presente trabajo tiene como finalidad abordar los modos de hacer un no monumento para, de esta manera, poder establecer un primer abordaje teórico que permita desarrollar un discurso situado acerca de los procedimientos involucrados en el desarrollo de una obra específica: Nadie te va a hacer un monumento.

En este sentido, es conveniente aclarar que, a partir del proceso de elaboración de tesis del Doctorado en Artes que llevo adelante en la UNA (resultado del cruce entre el campo del Arte y el campo de la Comunicación), he comenzado a establecer un primer encuadre estético-semiótico que persigue la descripción de las condiciones necesarias para poder pensar una obra, su relación con un territorio y su vínculo tensional con las historias y las memorias de un lugar.

De esta manera, el desarrollo que propongo en este trabajo tiene dos objetivos:

- En primera lugar, describir el avance de una propuesta conceptual que revise el lazo entre ciertas categorías de la filosofía occidental y aquellas que, a partir de la propuesta de Rodolfo Kusch, sistematizadas por Carlos Cullen y Claudio Ongaro Haelterman, establezcan (en su diálogo con la semiótica periceana, vinculada con la interpretación que Juan Magariños realiza de algunas categorías desarrolladas por Peirce) un determinado discurso que permita revisar el vínculo de estos emplazamientos con el espacio, las memorias y las historias para la construcción de la obra Nadie te va a hacer un monumento.

- En segundo lugar, desarrollar una propuesta de indagación procedimental que permita crear preguntas-guías para los modos de hacer una obra específica a partir de describir lo relacional en la construcción colectiva de la obra en cuestión, constituyendo para esto una red nocional en relación a diferentes categorías trazadas por los autores seleccionados para esta presentación: los conceptos de documentos, monumentos y acontecimientos desarrollados por Michel Foucault en la introducción de La arqueología del saber, la definición del hacer artesanal propuesta en la obra El Artesano por Richard Sennett; así como también distintas reflexiones del libro Modos de hacer: arte crítico, esfera pública y acción directa, de Paloma Blanco, Jesús Carrillo, Jordi Claramonte, Marcelo Expósito, vinculadas a la espacialidad, lo político y la función social del arte.

Poder desarrollar y articular estos dos objetivos, es el límite y alcance de este trabajo.

MONUMENTO - ESTAR – MODOS DE HACER

CULTURA Y COMUNICACIÓN DE COMUNIDADES RURALES EN

EL TERRITORIO DE LA ESTACIÓN EXPERIMENTAL AGROPECUARIA FAMAILLÁ

Lic. Adriana del Valle Ruiz
DNI: 28574567
delvalleadi@gmail.com

El siguiente proyecto de investigación se plantea analizar la incidencia de la cultura y comunicación de las comunidades rurales con las que se relaciona la Estación Experimental Agropecuaria Famaillá (EEAF), respecto a la construcción de sentido y apropiación y de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC).

Esta investigación se desarrollará en un organismo del estado, particularmente el INTA. El INTA es un organismo estatal descentralizado con autarquía operativa y financiera, dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. Sus esfuerzos se orientan a la investigación e innovación en cuestiones agropecuarias, generando conocimientos y tecnologías.

El INTA tiene presencia en todo el territorio nacional. La cobertura territorial tiene presencia en las cinco ecorregiones de la Argentina (Noroeste, Noreste, Cuyo, Pampeana y Patagonia).

El área de influencia del Centro Regional Tucumán - Santiago del Estero comprende las provincias de Tucumán y Santiago del Estero; tiene una superficie de 181.351 km² y una población de 2.143.011 habitantes, de la cual un 20% habita en comunidades rurales (INDEC, CNPV 2001).

La Región del NOA, de la cual el Centro Regional Tucumán - Santiago del Estero forma parte, presenta una gran diversidad de agroecosistemas que dan sustento a una alta heterogeneidad de actividades y de sistemas de producción, tradicionalmente insertas en lo que se denomina "economías regionales", muchas de las cuales se remontan a fines del siglo XIX.

El Centro Regional está integrado por tres estaciones experimentales agropecuarias (EEA).

- Estación Experimental Famaillá
- Estación Experimental Santiago del Estero
- Estación Experimental Quimili

El recorte inicial del trabajo se desarrollará en la Estación Experimental Agropecuaria Famaillá (EEAF).

El problema a abordar fue concertado como "la falta de visibilidad, reconocimiento del potencial de las comunidades rurales para la apropiación de las nuevas tecnologías de acuerdo al posicionamiento y la sustentabilidad de su cultura".

Las comunidades rurales viven en distintos espacios geográficos y sus actividades las realizan, apoyándose en instrumentos y utilizando saberes, destrezas y experiencias que remiten más a lo rural. En este sentido la modernidad de las tecnologías utilizadas en la vida rural trae consigo la presencia de nuevos espacios, nuevas formas y maneras de relacionarse insertándose en el mundo mediante nuevas prácticas culturales donde están presentes marcadas diferencias. A partir de allí la cultura y la comunicación juegan un papel fundamental en la vida de las comunidades. Este trabajo es un primer acercamiento para reconocer los procesos culturales y

comunicacionales de las comunidades rurales que, a su vez, implica analizar tensiones de sentidos de la situación particular de las mismas cuando de apropiación de nuevas tecnologías se trata. En esta construcción de sentido el desarrollo humano apuesta a la capacidad que cuenta las comunidades rurales frente a la sociedad moderna, y sus personas como fuerzas articuladoras de participación, productividad, sostenibilidad y equidad y, en general, a la expansión de oportunidades que enmarcan la actividad de la institución. Este enfoque supone analizar y comprender cómo se produce la construcción de sentido y afecta a las comunidades rurales con las que trabaja la EAAF cuanto esto implica estar en permanente contacto en un mundo cambiante. Desde la EAAF, se busca analizar la dimensión económico-productiva, socio-cultural, ambiental y político-institucional, como así también proveer una mirada integral, respondiendo a las necesidades de las comunidades rurales y como las mismas se adaptan a permanentes cambios o permanecen excluidas. Esto implica una vinculación entre la agricultura que actualmente está más cercanos a cada labor de su región que a la industria, los servicios y, en términos sociales, la inclusión, la integración de los saberes y servicios modernos, tales como tecnología, salud, educación, infraestructura, etc.

Esta investigación propone analizar las condiciones que permitan impulsar y conocer las comunidades rurales respecto a cómo construye sentido particularmente a la hora de la apropiación de saberes y a las nuevas tecnologías de comunicación e información. La problemática de constitución de nuestros ámbitos de convivencia tiene como fondo a la propia sociedad moderna y sus dinámicas de variados sentidos. Esto implica tensiones reconocidas y divergencias ocurridas entre las concepciones que argumentan y promueven ciertas políticas públicas que corresponde a la EAAF y las concepciones y experiencias de quienes están involucrados.

En el INTA han proliferado proyectos y estrategias escasamente adaptables para contribuir y eliminar las diferencias con las diversas comunidades con las que interactúa para acercar las nuevas tecnologías, pero a su vez no predomina un registro detallado de esta forma de reconocer a las comunidades por sus modos de construcción de sentidos en saberes que permiten estar más insertos en una sociedad cada vez más cambiante.

COMUNICACIÓN – CULTURA – TERRITORIO - COMUNIDADES RURALES

ANÁLISIS CULTURAL DE LA COMUNICACIÓN Y LOS MEDIOS EN LA DÉCADA DEL OCHENTA

Lic. Emiliano Díaz
UNSL

emilianodiaz82@hotmail.com

A partir de los años ochenta un grupo de investigadores latinoamericanos de comunicación se dedicó al análisis de los factores sociopolíticos internos en cada país; factores que incidieron en la configuración del desarrollo de las culturas nacionales. Ello implicó, en consecuencia, confrontar los estudios centrados en la dominación cultural externa que prevalecieron en los trabajos

redactados una década antes. De modo que, atentos a este desplazamiento, los investigadores del campo elaboraron enfoques originales del análisis cultural de la comunicación y los medios oportunamente reconocidos. Uno de los rasgos singulares de este análisis capturó como objeto la valoración de la capacidad de las clases populares y de la cultura popular para resistir y reinterpretar las ideologías hegemónicas en términos de los intereses sociales de dichas clases. Así pues, las clases populares fueron indagadas en su doble posición: para reaccionar frente a los medios masivos pero también para convertirse en sujetos activos de la creación de contenido cultural.

Si este recorrido es posible advertirlo en la bibliografía canónica de aquellos años, existe además un compendio de papeles escritos que reúnen lateralmente los testimonios personales, las discusiones políticas y las consultas teóricas que emergen del intercambio entre pensadores del campo. Como muestra de ese momento y de esa labor, los escritos de Aníbal Ford construyen un lugar en el incipiente escenario de la restitución democrática, al mismo tiempo que descubre los temas que entonces se incorporarán paulatinamente a la agenda académica. En sus palabras: "Creo que en esta etapa vamos a tener que diferenciar muy bien las relaciones 'reales' entre política-poder-información de las relaciones entre comunicación-cultura, para ver qué peleamos en una clave y qué en la otra. Pues no son sólo dos planos epistemológicos diferentes sino que mientras la primera se mueve en el inmediatez, la segunda es una pelea a muy largo plazo. Confundir esos planos nos expone a una traducción culturalista del lugar de la cultura en la política y a otra representacionista de la política en la cultura. Trabajo en borrador: no es que no haya que pensar las conexiones, las interrelaciones, sino que hay que acotarlas muy bien" (carta a Jesús Martín Barbero).

En el presente trabajo nos proponemos abordar algunas ideas que llevó adelante Aníbal Ford en sus obras durante este período.

COMUNICACIÓN - CULTURA Y MEDIOS

CHAPLIN, O EL CINE MUDO QUE INTERPELA EL FILOSOFAR

Dra. Liliana J. Guzmán Muñoz

Mg. Ana Laura Hidalgo

Facultad de Ciencias Humanas - UNSL

lilianaj.guzman@gmail.com

En el texto ofrecemos una lectura sobre la obra de Charles Chaplin como un dispositivo comunicacional singular que, desde una posición crítica de la cultura occidental capitalista, plasmó en su arte un modo de filosofar que, desde la inquietud y la ironía, sacude el dispositivo del lenguaje articulado y desde el lenguaje "mudo" instala la risa, la crítica y el pensar. En este sentido, asumimos la posición de J. Rancière, según la cual el arte de Chaplin es una discontinuidad de la idea del arte como representación de reproducción masiva, a la que vez que es una ruptura con el teatro del actor sometido al texto de un habla preestablecida, sino que instala una presentación plástica de las ideas (Rancière, 2013).

El cine de Chaplin interroga el arte representacional e instala una discontinuidad con un entramado plástico donde las imágenes son el pasaje en movimiento del filosofar, de una inquietud que pone en sospecha las miradas que nuestra cultura occidental capitalista pone de relieve con ideas sobre el hombre, la ciencia, el trabajo, la estructura económico- socio y cultural en la que se constituyen las subjetividades. El arte de Chaplin es otro modo de comunicación que prescinde del lenguaje articulado y que aporta un reflejo crítico de lo real como cultural de un capitalismo al que combate con nuevas formas del pensamiento: lo mudo, el blanco y negro, la pantomima.

Desde nuestros espacios de docencia, investigación y extensión impulsamos el cine como ejercicio filosófico, y como espacio de pensamiento por el cual nuestros estudiantes de los cursos de grado (Filosofía, Ética, Epistemología) pueden debatir problemas filosóficos y cuestiones de los programas de contenidos. Chaplin es clave en los espacios de Cine y Filosofía, pues ofrece al pensamiento lo que señala Rancière: la discontinuidad y el trabajo plástico de un arte sin lenguaje sonoro, y en esa plasticidad, ironiza en el pensamiento la vida en tiempos de capitalismo, la estructura social de alienación y a veces hasta indigencia, la capacidad por construir mejores realidades y postular el proyecto del ser, del *dassein*, a otras especies que existen en los entornos humanos: los animales. El análisis será sobre estos films: *La quimera del oro*, *Vida de Perro*, *El niño*, *Día de Pago*, *El Peregrino*, *Tiempos Modernos*. Veremos también cómo Chaplin rompe al interior de su propio arte plástico mudo, con *El Gran Dictador*.

CINE MUDO – FILOSOFAR – CRÍTICA

TINTA EN MOVIMIENTO

María Felicitas Habarna
Facultad de Ciencias Sociales – UNICEN
habarnafelicitas@gmail.com

El presente trabajo de investigación se encuentra en curso y tiene por objetivo problematizar el tatuaje desde la perspectiva de Walter Benjamin. Si bien este autor está enmarcado en la Escuela de Frankfurt, reconocemos que bifurca sus conceptualizaciones en discusiones con Adorno.

El tema de investigación apunta al proceso; a las condiciones de producción; cómo la técnica hace al trabajo de los tatuadores y al resultado final de los tatuajes propiamente. Esto es, nos preguntaremos acerca de si el tatuaje es o no una forma de reproductibilidad técnica y sobre su estatuto como obra de arte (el aura).

Dicho tema se considera que tiene pertinencia comunicacional y en dicha mesa de eje temático porque los tatuajes son una práctica milenaria y actual; ha sido resignificada por distintos círculos culturales y, por ello, aporta sentidos críticos. Por otra parte, Benjamin hace aportes desde la filosofía y la cultura que tienen incidencia en el arte como tal.

En cuanto al interés, surge a partir de la creciente demanda que se percibe en la ciudad de Olavarría (Prov. de Buenos Aires) y que se manifiesta en los *Flash Day* (jornadas de tatuajes en bares) y en las redes. Y, además, porque es una

temática que no se manifiesta investigada actualmente en la Facultad de Ciencias Sociales, UNICEN.

La metodología será cualitativa y constará principalmente de entrevistas estructuradas y semi-estructuradas, registro fotográfico, audiovisual y fuentes bibliográficas primarias y secundarias. El trabajo está enfocado en los tatuadores profesionales locales establecidos hace una determinada cantidad de años; de modo que las entrevistas serán la fuente primera de información en cuanto a las condiciones de producción de los tatuajes.

Finalmente, este trabajo se justifica de interés para futuras investigaciones y tema de tesis de grado para Licenciatura en Comunicación Social.

TATUAJE - REPRODUCTIBILIDAD TÉCNICA – CONDICIONES DE PRODUCCIÓN

BRECHAS DE INCLUSIÓN/EXCLUSIÓN EN SAN LUIS. TENSIONES EN LOS PARADIGMAS POLÍTICOS DE DESARROLLO Y COMUNICACIÓN

Mg. Ana Laura Hidalgo

Facultad de Ciencias Humanas – UNSL – CONICET

En este artículo nos proponemos situar contextualmente la implementación del Programa Nacional de Promoción del Microcrédito para el Desarrollo de la Economía Social (Ley 26.117) en San Luis. La provincia es el único distrito del país que no adhirió a la ley mencionada, por lo cual pensar el caso arroja consideraciones que permite problematizar las tensiones que conllevan los paradigmas políticos de desarrollo en los espacios sociales de implementación. El trabajo presenta en primer lugar la arquitectura del Programa en San Luis, con el objeto de reconstruir socio políticamente a los actores que intervienen en el mismo. En este punto, se hace especial hincapié en las organizaciones de la sociedad civil que intervienen en la descentralización de la implementación en la provincia (Organizaciones Administradoras, Organizaciones Ejecutoras) y las lógicas de articulación con el Centro de Referencia (CdR) del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación en San Luis y los actores que se desempeñan como promotores y destinatarios de los fondos en el marco del Programa. En este marco, cobra sentido discutir las tensiones y horizontes de resistencia que se ponen en juego en las omisiones y acciones en el marco de un contexto de discusión particular del Programa. El caso propuesto se trabajará con fuentes de tipo conversacionales (entrevistas en profundidad) y registros observacionales, desarrollados durante los años 2013 a 2016 en la provincia de San Luis.

¿En qué medida la omisión de adhesión al Programa que sostiene la provincia de San Luis incide en los objetivos del mismo (“brecha normativa”)? ¿Qué horizontes de re- significación presupone la implementación de este Programa para los emprendedores de la ES en estas condiciones (“brecha de significación”)? ¿De qué modo se vincula este Programa con la estructura social promovida por el proyecto político de la provincia de San Luis desde 1983 hasta la fecha (“brecha de paradigma”)?

PROGRAMA NACIONAL DE MICROCRÉDITO PARA LA PROMOCIÓN DE LA ECONOMÍA SOCIAL - IMPLEMENTACIÓN TERRITORIAL - ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL - CENTRO DE REFERENCIA - PROMOTORES - SAN LUIS

CALLEJEROS EN OLAVARRÍA: LA RECONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA DEL AGUANTE POST CROMAÑÓN

Nicolás Andrés Herrera

Aldana Prieto

Alexis Isaías Grierson

FACSO- UNICEN

niconotevagustar@gmail.com

Twitter @nicoherreraw

El 30 de diciembre de 2004 un incendio en el boliche “República de Cromañón” en Once, Capital Federal, durante un recital de Callejeros se cobró la vida de 194 personas. En un hecho sin precedentes para el país, sumado a las redes de corrupción, responsabilidades vinculadas al dueño del lugar y la política, el grupo Callejeros se vio envuelto en un proceso judicial que entre idas y vueltas, generó posturas a favor, en contra y los tuvo en más de una ocasión en la ciudad de Olavarría, en el marco de dos shows, en 2006 y en 2009.

Su llegada en el año 2006 marcó el primer recital de la banda en territorio bonaerense después de la tragedia y también de su historia. El segundo recital, en tanto, fue en 2009, a pocos días de conocer la sentencia por el juicio de Cromañón. Esto produjo una revolución cultural para la zona muy importante, comparable, quizás, con la llegada frustrada de Los Redondos en 1997. Pero en el medio, también, hubo una reconfiguración en torno al desarrollo y realización de espectáculos musicales y “el aguante” del público. El uso de bengalas, los cantitos, la “cultura del rock” tuvo modificaciones sustanciales incluso en los mismos shows de Callejeros. “Ahí aparece la mal llamada cultura del aguante, que en realidad es una moralidad, una manera de ordenar el mundo entre lo bueno y lo malo. Y tiene un condimento muy presente en las hinchadas futbolísticas, que es esta cosa carnavalesca en la que desaparece la división actor-público. El público se vuelve a la vez actor, se va a mostrar, y le reclama al actor que le ponga aguante porque el público le va a responder con lo mismo. Con desgarramiento, con pasión” (Pablo Alabarces, 2017).

Si bien se desterró por completo el uso de pirotecnia en recitales incluso a campo abierto, algunos puntos de la denominada “cultura del aguante” siguieron en vigencia, incluso, con Callejeros: el viaje, los amigos, las banderas, las remeras, los cantitos e incluso las mismas letras de canciones que responden de manera contestataria y a su vez, en el caso de la banda liderada por Patricio Fontanet, haciendo alusión a la red de corrupción, al dolor y al efecto que les produjo a ellos y sus seguidores la tragedia de Cromañón.

El objetivo de esta ponencia será mostrar, en base a letras y actitudes de los fanáticos en los shows de Olavarría (basadas en crónicas de aquellos años en

los medios locales) cómo esas conductas se modificaron, cómo se resignificó la banda y, en el análisis del único disco post Cromañón en el contexto de los recitales de la ciudad (Señales, 2006) cómo se buscó una nueva identidad con sus fanáticos, con el rock, y con la cultura del aguante.

ROCK - CROMAGNON – AGUANTE

IMPERIALISMO CULTURAL: CUANDO EL OLVIDO CLAUSURA LA BÚSQUEDA DEL PRESENTE

*Mag. Martín Alejandro Salinas
Facultad de Ciencias Humanas - Universidad Nacional de San Luis
martinalejandrosalinas@gmail.com*

¿Qué hace que un concepto o tradición se sostenga en el tiempo?, ¿cómo opera el olvido en una disciplina?, ¿qué aspectos permitiría estudiar hoy una tradición olvidada?, ¿cuáles serían sus limitaciones?, ¿de qué sería capaz de dar cuenta y de qué no? Esas son algunas de las preguntas que dieron origen a este trabajo, en el que pretendemos analizar el concepto de 'imperialismo cultural', considerado uno de los aportes distintivos de los estudios de comunicación en América Latina, para tratar de determinar si es aún relevante o no. Con la intención de llevar adelante esta tarea, recuperaremos los presupuestos teóricos de esta 'tradición olvidada' e intentaremos aplicarla al estudio de un producto de la industria cultural actual, más específicamente de una historieta, para comparar las conclusiones con las de uno de los más conocidos y discutidos estudios de este tipo, nos referimos al libro de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, 'Para leer al Pato Donald: comunicación de masas y colonialismo', publicado en Chile en 1972.

IMPERIALISMO CULTURAL - IDEOLOGÍA - HISTORIETA

DENTRO DE UNA CANCIÓN. LA CITA COMO ESTRATEGIA DISCURSIVA INTERTEXTUAL EN LAS CANCIONES DE ANDRÉS CALAMARO ENTRE 1997 Y 2016

*Leonardo Pez
Universidad Católica de Santa Fe
leonardopez@gmail.com
Facebook /leonardo.pez.3 / Twitter @leoepenelaire*

El presente estudio propone un análisis de la intertextualidad en los textos musicales – letras- del rock argentino contemporáneo, desde una perspectiva basada en los presupuestos fundamentales de la teoría de los discursos sociales (Verón, 1985a, 1985b, 1993, 2005) y de la intertextualidad (Genette, 1989; Charaudeau, 2003, 2009; Bajtín, 1989, 2003, 2005).

Se estudia el uso de las citas de acuerdo a su tipo (textual, intervenida, alusión y autocita) y de acuerdo a su procedencia (musical, literaria, audiovisual y de habla popular), y dentro de esta última, de acuerdo a su procedencia musical o género (rock, pop y géneros afines; tango; y otros).

Aborda como *corpus* una serie de textos que componen la obra musical del cantautor argentino Andrés Calamaro, en su segunda etapa solista, comprendida entre los años 1997 y 2016. Serán considerados los álbumes de estudio que incorporan material novedoso, excluyendo del análisis tanto los discos en vivo como así también los compilados, reediciones y cualquier tipo de material recopilatorio o basado en producción antigua. Asimismo, se dejará para otros estudios la producción musical que Andrés Calamaro realizó entre los años 2000 y 2003 e hizo circular por páginas web vinculadas al artista.

INTERTEXTUALIDAD – CALAMARO - CITAS

EJE N° 7 – COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

EDUCAR EN CIENCIAS SOCIALES CON NARRATIVAS TRANSMEDIA. EXPERIENCIA EN UNA ESCUELA SECUNDARIA DE OLAVARRÍA

Téc. Exequiel Alonso
Facultad de Ciencias Sociales (U.N.C.P.B.A.)
exealonso@gmail.com
TW: @alonsoexequiel
FB @alonsoexe
Licenciada Viviana Alejandra Murgia
Escuela Secundaria N° 10

En esta ponencia presentamos avances del proyecto educativo “Juventudes y la construcción de lo público” que se lleva adelante en el Ciclo lectivo de 2018 en la Escuela de Secundaria N° 10 de la ciudad de Olavarría, en el marco de un acuerdo entre la Facultad de Ciencias Sociales (UNICEN) y de los espacios curriculares “Proyecto y metodología de la investigación en Ciencias Sociales”, “Literatura” y equipo EMATP. El mismo se propone que los estudiantes lleven adelante un proceso de investigación, recuperando aportes teóricos y metodológicos de las Ciencias Sociales para luego difundir los resultados por medio de la construcción de una narrativa transmedia que proponga un encuentro entre los saberes construidos en el ámbito educativo con los saberes propios de la comunidad.

El proyecto recupera una experiencia educativa previa, realizada en el año 2017 en la EES N°10, en el que se articularon saberes de Filosofía, Literatura e Informática para la elaboración de una narrativa transmedia en relación con las ideas de Sócrates y la vigencia de su pensamiento filosófico en la actualidad. Esta primera experiencia fue un punto de partida para problematizar el uso de narrativas transmedia como estrategia de enseñanza y aprendizaje.

El objetivo de este trabajo es analizar las fortalezas y debilidades del proyecto educativo y comunicacional: su impacto en la comunidad, las competencias digitales de los jóvenes estudiantes que se pusieron en diálogo con la institución escuela en el diseño y producción de la narrativa transmedia. Además presentamos una reflexión sobre la implementación de esta estrategia para la enseñanza y el aprendizaje de contenidos curriculares y la divulgación de las investigaciones científicas de los estudiantes a partir de la producción de diferentes contenidos con la mediación de tecnologías de la información y la comunicación.

Para abordar este problema recuperamos autores y conceptos de Comunicación y Educación, que nos permiten construir las prácticas educativas mediadas por tecnologías y el uso de narrativas transmedia en educación como un problema de investigación. Para este análisis adoptamos una metodología de investigación de tipo cualitativa, basada en técnicas de recolección y producción de datos: entrevistas, observación participante y no participante de las prácticas áulicas, análisis de documentos y revisión de bibliografía.

NARRATIVAS TRANSMEDIA – JÓVENES - ESPACIO PÚBLICO - ESCUELA SECUNDARIA

EDUCACIÓN EN CLAVE TRANSMEDIA: POSIBILIDADES EN EDUCACIÓN MEDIA ARGENTINA

Tomás Bergero Trpin
tomasbergero@gmail.com
Universidad Nacional de La Plata
Dirección Provincial de Innovación y Tecnología Educativa

Flavia Ricci
flaviaricci@gmail.com
Universitat Pompeu Fabra
Dirección Provincial de Innovación y Tecnología Educativa

En este trabajo presentamos “Copa TIC. La escuela juega el mundial”, un juego educativo desarrollado desde la Dirección Provincial de Innovación y Tecnología Educativa de la Provincia de Buenos Aires que fomenta el desarrollo de competencias transmedia a partir de actividades vinculadas al Mundial Rusia 2018; y analizamos las relaciones entre sujetos, TIC e instituciones educativas a la luz del concepto de alfabetismo transmedia. A lo largo del escrito se ponen en evidencia estrategias educativas que abarcan desde la ludificación de los procesos de enseñanza y aprendizaje hasta la incorporación de conocimientos, habilidades y prácticas de aprendizaje informal al contexto educativo con el fin de generar experiencias de aprendizaje significativas y vinculadas con los universos de referencia de los alumnos secundarios.

Además, se abarca el potencial de las narrativas transmedia como recurso para abordar temáticas de manera integral, fomentar el trabajo en equipo, la evaluación por proyectos y objetivos, el aprendizaje colectivo y la resolución de problemas. A su vez, se reconoce la impronta de este tipo de estrategias para promover la multialfabetización, el desarrollo de las capacidades comunicativas de los alumnos y la identificación con temas y contenidos a partir de historias. La presentación del caso de estudio y el análisis del mismo están atravesados por una doble dimensión cognitiva y pragmática debido a nuestro rol como productores transmedia, trabajadores del ámbito educativo e investigadores del campo de la comunicación digital.

ALFABETISMO TRANSMEDIA – EDUCACIÓN – LUDIFICACIÓN -
NARRATIVA TRANSMEDIA – EDUCOMUNICACIÓN - ECOLOGÍA DE LOS
MEDIOS

**CORRELACIÓN ENTRE FORMATOS DE COMUNICACIÓN Y
SOCIALIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE INDAGACIÓN**

ESCOLARES E INDICE DE APROPIACIÓN DE SABERES Y CONOCIMIENTOS ALCANZADOS

Juan Manuel Bussola
Programa de Actividades Científicas y Tecnológicas Educativas – Pcia Bs As
juanmabuss@gmail.com
<https://ar.linkedin.com/in/juan-manuel-bussola-1329259b>

Alejandra Fonseca
Programa de Actividades Científicas y Tecnológicas Educativas – Pcia Bs As
ale.fonseca.etr@gmail.com

En este trabajo se describen las estrategias de Comunicación y Socialización producto del trabajo de Indagación Escolar realizado en las aulas por estudiantes y docentes utilizando estrategias de Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP).

El ABP es una propuesta que supone un alumno protagonista que asume el desafío del aprendizaje y participa activamente del mismo; y una estrategia de enseñanza que implica un abordaje interdisciplinar que permite problematizar acerca de los saberes ya adquiridos y generar nuevos conocimientos.

Durante este trayecto, el docente acompaña al estudiante, diseña y guía sus experiencias de aprendizaje para que aborde la realidad cercana y cotidiana, formule hipótesis, proyecte ideas, argumente. Es decir, se transforme en un protagonista activo de su propio proceso de aprendizaje.

En el proceso de trabajo del ABP, los estudiantes indagan, analizan, procesan información y resuelven problemas partiendo de lo que ellos ya saben. A lo largo de este proceso se producen distintos momentos de comunicación de lo indagado, lo analizado y lo procesado, las distintas formas de comunicación que los estudiantes elijan, indican el grado de apropiación de los contenidos tratados. La variedad de canales de comunicación y sus distintos destinatarios determinarán la profundidad y el compromiso con los nuevos saberes.

Una de las estrategias más difundidas para la comunicación es la "Feria de Ciencias", no obstante también hay otras formas de comunicación y socialización de los trabajos que se realizan en las aulas que no necesariamente culminan en Ferias de Ciencias. Muchas veces se comunican y socializan resultados parciales del proceso. Es importante que estas comunicaciones parciales contengan aclaraciones respecto de las metodologías utilizadas en la indagación, valoraciones de los resultados parciales a los que se arriba, y una idea de cómo continuar el proceso. Esta comunicación se realiza a través de: videos, revistas, redes sociales, láminas o carteles, actos escolares, muestras, etc., cuyos distintos formatos permitirán mostrar mejor los aprendizajes alcanzados.

Entendemos que los Aprendizajes Basados en Proyectos para la indagación escolar, tiene varias etapas: 1. Formulación de la pregunta problema 2. Contextualización 3. Búsqueda de fuentes y materiales 4. Proceso de investigación 5. *Socialización y Comunicación*.

A lo largo de todas estas etapas, y particularmente durante el período de socialización y comunicación, los procesos de aprendizaje alcanzan distintos

niveles de apropiación por parte del alumno de acuerdo a cómo y qué comunique, dependiendo de los formatos y de los alcances que la comunicación de los resultados de la indagación tengan, se podrá observar qué y cómo aprendieron los alumnos.

En este trabajo se mostrará, a partir de encuestas realizadas a docentes del sistema educativo bonaerense, cuáles son los mecanismos más frecuentes de socialización y comunicación de trabajos de indagación que se realizan en las aulas, y se describirán las distintas formas de apropiación de los saberes estableciendo una correlación entre los distintos formatos de comunicación y los grados de apropiación del conocimiento.

COMUNICACIÓN – INDAGACIÓN – ESCOLAR - EDUCACIÓN

TRANSFORMACIONES, DESAFÍOS Y RELATOS BIOGRÁFICOS EN LOS PROCESOS DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL DE LAS/LOS ADULTAS/OS MAYORES

Lic. Nicolás Casado

María Soledad Chiramberro

Téc. Joaquín Méndez

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires – UNCPBA

nicolascasadodv@gmail.com

Twitter @nikodvLic

La presente ponencia plantea aquella relación conflictiva entre la comunicación y la educación en el espacio de enseñanza de las TIC a Adultos Mayores en el Programa Universidad Para Adultos Mayores (UPAMI), en el marco del convenio entre la Unidad de Gestión Local XXX (Azul) y la Facultad de Ciencias Sociales (UNCPBA). Relación conflictiva que parte de la competencia dentro del ámbito educativo de los medios y las tecnologías (o lo que se ha denominado la industria del ocio) en relación al empleo del tiempo y las demandas sociales en la población Adulta Mayor.

Este trabajo parte de pensar que la Universidad, en particular aquellos espacios donde se desarrollan disciplinas atravesadas por las Ciencias Sociales, es el ámbito por excelencia en el que se forman y se reflexiona sobre las competencias educativas, lingüísticas y comunicacionales relacionadas con el contexto de uso de las Tecnologías Globales de Comunicación Digital. En este sentido los relatos y experiencias de los Adultos Mayores nos permiten arriesgar una de las hipótesis sobre las que se sustenta esta ponencia, en la que se afirma que *al enriquecer los procesos de alfabetización digital en adultos mayores se generan más posibilidades de participación social y política y procesos críticos que permiten contrastar y analizar los contenidos producidos por los medios digitales a través de procesos de búsqueda e indagación de otras fuentes, diferentes de aquellas a las que accedían los Adultos Mayores hasta el ingreso a los talleres que se dictan en la Facultad.*

ALFABETIZACIÓN DIGITAL - ADULTOS MAYORES – COMUNICACIÓN

ESCUELAS ENREDADAS: LA COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

Gabriela Casenave
FACSO-UNICEN
casenavegabriela@gmail.com
www.facebook.com/gabrielacasenave

Estas líneas surgen de los avances de una investigación desarrollada por el Grupo 5 (NACT IFIPRAC_Ed de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNICEN).

Específicamente, se invita a poner en debate la construcción de los procesos de comunicación-educación en la actual escuela obligatoria. A su vez, la intención que subyace es la de seguir reflexionando en torno de los sentidos de educar en la educación secundaria actual. La investigación se enmarca en un contexto que rompe con las certezas y con la promesa de una secuencia -tanto institucional como lineal- de progreso propias de la modernidad. En este marco, se busca indagar acerca de los modos de comunicación que se consideran facilitadores para el sostenimiento del vínculo en la enseñanza y, en particular, la valoración que se hace de la comunicación virtual como modo de sostener las relaciones y generar nuevos vínculos con los estudiantes.

La comunicación se entiende aquí no solamente como un acto aislado, que se vale de técnicas cada vez más sofisticadas, sino como un *hecho social total*, un flujo permanente, pero dialéctico y orientado por las desigualdades sociales existentes. Cualquiera que sea su sentido, la comunicación es, esencialmente, relación, es decir, algún tipo de encuentro entre dos elementos o unidades diferenciadas.

Partiendo, entonces, de los rasgos de la comunicación en la escuela secundaria puede pensarse desde la perspectiva de Sibilia (2014), que las relaciones que tenemos por medio de las redes sociales son, en la actualidad, tan reales como las relaciones cara a cara. Los vínculos virtuales son también relaciones sociales y afectivas que, al igual que en la presencialidad, pueden variar tanto en su intensidad como en su banalidad. Podemos entonces preguntarnos: ¿pueden las redes sociales virtuales ser espacios de fomento del vínculo? O bien ¿logran actuar como factores de sostén de la tarea de enseñanza?

REDES – COMUNICACIÓN - ESCUELA

ENCUENTROS Y DESENCUENTROS ENTRE EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN

Susana María Cavaille
Facultad de Ciencias de la Educación
Universidad Nacional de Entre Ríos – UNER
susanacavaille@gmail.com / scavaille@fcedu.uner.edu.ar

El resumen de este ensayo podría decirse que surge a partir del trabajo realizado como culminación de la Especialización en Universitaria, y motivado, principalmente, por la propia trayectoria en relación a la carrera Licenciatura en Comunicación Social y la práctica docente en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Es precisamente a partir de este cruce y en el entrecruzamiento disciplinar que tienen lugar ciertas preguntas y reflexiones. Asimismo, son preguntas situadas en un momento en el que los usos de las tecnologías dentro y fuera de la institución universitaria inciden y modifican nuestras prácticas y subjetividades.

Hablar, decir, pensar en términos de Comunicación y Educación, es referirnos a dos campos disciplinares diferentes y con muchas interrelaciones. Comunicación y Educación son vocablos inquietantes y controvertidos en sí mismo, porque aluden a aspectos claves de la sociedad y son constitutivos de derechos básicos. El sentido que se le asigne a “Educación” y “Comunicación” y la apropiación social de los mismos son clave en la constitución y el porvenir de nuestra sociedad.

Algunos interrogantes: ¿cómo se concibe la educación y la comunicación?, ¿qué entendemos por educación, por enseñanza, por aprendizaje?, ¿enseñar y transmitir son la misma cosa?, ¿transmitir es sinónimo de comunicar?, ¿la significación de la palabra “transmisión” según el campo problemático del cual es abordado es similar o diferente?,

¿qué se pone en juego?, ¿qué es la enseñanza?, ¿quién enseña, para qué y a quién?, ¿cómo, donde, cuando y que se enseña/se comunica?. Es decir, nos interrogamos por las significaciones y, en definitiva, por el sentido político de la comunicación y la educación pública.

Recurrimos a algunos autores para que nos ayuden a pensar, a reflexionar, sobre encuentros y desencuentros, continuidades y discontinuidades, y los puentes posibles entre Educación - Comunicación y los diferentes sujetos.

EDUCAR - COMUNICAR – TRANSMITIR

EL VALOR DE LA NARRACIÓN: APORTES DE LA PSICOLOGÍA CULTURAL A LA ARTICULACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

*Alexis A. Chausovsky
Facultad de Ciencias de la Educación
Universidad Nacional de Entre Ríos
alexchaus@hotmail.com*

El presente trabajo se propone realizar un recorrido por diferentes corrientes de la denominada psicología cultural en pos de divisar sus aportes a la articulación entre los estudios y las prácticas en comunicación y educación, teniendo como eje central del debate a la narración. En primer lugar, se rastrearán las contribuciones de los autores que pueden ser considerados fundadores de la psicología cultural: Lev Vygotski, Alexander Luria y Aleksei Leontiev. En segundo lugar, se explorarán las elaboraciones de sus recepciones

estadounidenses, teniendo como referentes a Jerome Bruner, James Wertsch y Michael Cole. En tercer lugar, se proyectarán las nociones anteriormente expuestas sobre los modos en que se entiende respectivamente a la narración para vincularlo con dos lugares de encuentro entre comunicación y educación que ocupan el centro de los debates actuales: a) el papel de la institución escolar en la construcción de subjetividades, b) las potencialidades de las nuevas tecnologías relacionales de la información y la comunicación en los ámbitos de educación formal y no formal. Finalmente, se plantearán interrogantes y se advertirán los alcances de la psicología cultural para continuar las investigaciones acerca de sus posibilidades para ser incluida en los diálogos entre comunicación y educación.

PSICOLOGIA CULTURAL– NARRACION – COMUNICACION – EDUCACION

HACIA UN ANÁLISIS DE LAS REDES SOCIALES DESDE LA PERSPECTIVA DE LA EDUCACIÓN SEXUAL INTEGRAL

María Soledad Chiramberro

Joaquín Méndez

Silvina Mentastí

Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría – UNICEN

solchiramberro@gmail.com

El presente trabajo se plantea a la luz de los resultados obtenidos por el equipo de investigación MT&CD de la Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría. A partir del desarrollo de encuentros con estudiantes de nivel secundario de las escuelas de la ciudad, se obtuvieron más de 600 respuestas acerca de la violencia en las redes sociales que sirvieron para indagar cuánto saben los estudiantes acerca del ciberbullying.

Recuperando esos resultados, se propone plantear una estrategia de trabajo que relacione el uso de las redes sociales con los lineamientos de la ley de Educación Sexual Integral. Siguiendo el planteo de Ángeles Rubio Gil, es preciso recuperar la idea de adolescencia que propone y que le permite orientar el debate hacia el uso que hace esta generación de las TIC; en este sentido considera que “adolescencia es la fase vital que marca el tránsito desde la pubertad hasta la vida adulta, y como tal, puede variar según los individuos, las culturas o los criterios de análisis. Se caracteriza por un rápido desarrollo físico y psicológico, y por el aumento del interés sexual y amoroso por otras personas”

En esta etapa de la vida “luchan por la construcción de su realidad psíquica, por la reubicación de sus vínculos con el mundo exterior y por su identidad” de ahí radica la importancia, dirá la autora, de la información recibida a través de “los agentes de socialización difusa” entre los que se destacan la televisión, la prensa, internet y en particular las redes sociales.

Del análisis cuantitativo de los datos obtenidos de las encuestas y de las técnicas cualitativas (entrevistas, focus group, etc.) y partiendo de la concepción respecto de los adolescentes y la importancia de las redes sociales en la construcción de la identidad de los jóvenes como así también la

generación de vínculos, se propone visualizar los ejes de la ESI en el marco de los usos de las redes sociales. Es decir, problematizar y reflexionar con los estudiantes de nivel secundario, la proyección de la perspectiva de género, el respeto de la diversidad, la valoración de la afectividad, el ejercicio de los derechos y el cuidado del cuerpo y la salud en las prácticas que los vinculan a ellos con las redes sociales en donde construyen vínculos, que en muchos casos, atentan contra estos supuestos.

TEORÍA(S) DE LA COMUNICACIÓN: UNA REFLEXIÓN SOBRE LA PRÁCTICA, A 20 AÑOS DE EXPERIENCIA DE CÁTEDRA

Guillermo Collado
Universidad Nacional de San Juan – U. Maza (Mza.)
gcolladom@yahoo.com.ar
FB: Guillermo Kemel Collado Madcur

La titularidad de las cátedras de “Teoría de la Comunicación II” (del Plan de Estudios 1993) y “Teorías de la Comunicación I” (del Plan 2015) de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de San Juan, así como de “Teoría de la Comunicación II” (del plan de estudio 2003) de la misma carrera en la Universidad “Juan Agustín Maza” de Mendoza, luego de 20 años de experiencia en el dictado de este espacio curricular, mediante la presente monografía, se propone socializar, entre otras cuestiones, objetivos, contenidos y propuestas de actividades correspondientes a sus trabajos prácticos, a fin de compartirlos con colegas de otras instituciones, generar debate, intercambiar ideas y obtener una devolución, en caso de que sirviere para perfeccionar la metodología de la enseñanza, tanto al interior de su equipo como de equipos de cátedras paralelas en el resto del País.

El trabajo se basa teóricamente en lo expresado por David Perkins (“*La escuela inteligente*”, 1997), para quien “se puede afirmar que en el ámbito educativo, **el conocimiento** es el producto construido en la interacción entre los sujetos alumno, docente y realidad que se objetiva para tal fin”. Se trata, entonces, de un conocimiento “generador” que implica, además de las estrategias de *retención* y *comprensión*, el *uso activo*.

En este marco, el **aprendizaje** es entendido como el proceso a través del cual el sujeto construye los objetos de conocimiento, se entrelaza con la realidad estructurándose y estructurándola, al actuar sobre ella.

En el mismo sentido, la **evaluación** es, a su vez, concebida como “un proceso integrado sistemático y espiralado a través del cual se obtiene información, en vistas a la retroalimentación de la acción educativa, fundado en criterios de valoración explícitos y consensuados por los actores involucrados”.

La ponencia pretende dar cuenta del modo en que el equipo de cátedra del suscripto lleva a la práctica tales formulaciones teóricas y los resultados hasta el momento obtenidos.

COMUNICACIÓN – TEORÍA - ENSEÑANZA

COMPARTIR COMUNICACIÓN: TALLER DE RADIO

Fernando Raúl Díaz
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Misiones
diazfernandoraul@gmail.com / Facebook: @diazfernandoraul

Nos proponemos compartir en este encuentro el plan de trabajo desarrollado y proyectado del Taller Radio del Proyecto de Extensión Universitario "Compartir Comunicación".

Compartir Comunicación es una propuesta realizada por estudiantes avanzados de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones que contó con el aval del Departamento de la carrera de Comunicación Social de esta Unidad Académica y la colaboración de UNaM Transmedia.

En 2017 se desarrollaron los talleres de radio y redacción para múltiples formatos orientados a ingresantes de las carreras de Técnicos y Licenciados en Comunicación Social y en la actualidad, esta actividad registrada en la Secretaría de Extensión continúa desarrollándose ampliando la propuesta a talleres de producción Audiovisual.

Este año se abrió este espacio a estudiantes de otras carreras de esta Unidad Académica.

El objetivo del taller de radio es ofrecer instancias prácticas de producción y de reflexión compartiendo experiencias de los participantes con la colaboración de graduados y estudiantes avanzados de la carrera. En este sentido, Compartir Comunicación es compartir experiencias ejerciendo roles de productores o participantes de diferentes proyectos o actividades culturales e informativas y comunicarlas apelando a un formato radial.

Los productos radiales elaborados se realizan en los estudios de LEH301, Fm Universidad formando parte de la grilla de programación.

COMPARTIR COMUNICACIÓN – TALLER - COMUNICACIÓN SOCIAL

APUNTES PARA LA COMPRESIÓN DE LA GÉNESIS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNCO. ANÁLISIS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE 1974

Paulo Eduardo Duquelsky
Fabio Martín Ferragut
Lucas Urrutia
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Comahue
pauloduquelsky@gmail.com
FB: Paulo Duquelsky

Esta ponencia analiza desde una mirada crítica la conformación del primer plan de estudios (1974) de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales (FADECS) en la Universidad Nacional del

Comahue. Partimos de preguntarnos qué tipo de comunicador/a se pretendía formar en nuestra carrera en ese primer plan fundacional de Comunicación Social en el Comahue, qué actores intervinieron y con qué intereses, las perspectivas teóricas que confluieron en su conformación y el contexto histórico en que se gestó.

Nuestra metodología se basó en la triangulación de tres cuestiones fundamentales: recopilación bibliográfica acerca de la historia de la Universidad y la Facultad, el análisis documental de fuentes preexistentes referidos a los actores que formaron parte de la gesta del plan de estudios y las discusiones teóricas que tenían lugar en el campo de la comunicación en los 70'.

En este sentido, nos introdujimos en las tensiones políticas que se tejían tanto dentro como fuera de la academia en el Alto Valle de Río Negro y Neuquén (con sus rupturas y continuidades con procesos a nivel nacional). A su vez, problematizamos el papel del diario Río Negro como un actor influyente en la creación de la carrera y ponderamos los aportes teóricos de Eliseo Verón al campo de la comunicación, su centralidad en los estudios semióticos y cómo esto se ve reflejado en el plan de estudios.

COMUNICACIÓN – CURRÍCULA - FORMACIÓN

CULTURA DIGITAL Y EDUCACIÓN: DEUDAS, DESENCUENTROS Y POR VENIR

*Analia Errobidart
Departamento de Educación
Facultad de Ciencias Sociales - UNICEN
analiaerrobidart@gmail.com
FB: /analia errobidart*

Esta ponencia se inicia con una historización de la relación entre la educación escolarizada y los medios de comunicación, intentando recuperar en la historia los modos en que los problemas entre ambos dominios fueron resolviéndose a favor de una apropiación crítica de la cultura por parte de los sujetos. Esto se ha pensado de este modo porque en la actualidad se tensionan – a veces pareciera que de modo irreconciliable- la cultura escolar y la cultura juvenil portadora de ciertas habilidades comunicacionales mediadas por TIC a la que la escuela y los maestros parecieran tener que adaptarse.

Es preciso también problematizar las tensiones de la escuela con su entorno y ubicar en esa trama sociocultural que le da sentido a la educación, la clave de las relaciones que establecen los sujetos (los jóvenes y los adultos) que interpelan a la escuela desde la cultura digital.

¿Qué sabemos, como educadores comunicadores, de las transformaciones que en la vida cotidiana ha operado la comunicación mediada por TIC?

Sabemos que algunos jóvenes y adultos de nuestro país utilizan las tecnologías digitales en una expresión básica de sus posibilidades; que otros consumen sin cuestionamientos la información (del ámbito de la política, el jet set, la búsqueda de información o datos, el consumo) que circula por las redes y que hoy más que nunca, por las estafas y las situaciones de inseguridad que

se han creado tanto para niños como para jóvenes es necesario trabajar en pos de una verdadera alfabetización digital.

¿Qué sabemos de la escuela, en tanto educadores comunicadores? ¿Qué se ha transformado en ella? Sabemos que la educación ha desbordado al sistema educativo, al maestro, al libro de texto y a la escuela. Y sabemos que la escuela sigue desempeñando algunas tareas sin las cuales sería muy difícil inscribirse en el complejo mundo actual.

Pero aun así, consideramos necesario volver a pensar hoy la relación escuela-cultura digital, educación y comunicación, encontrando algunos espacios por donde superar las deudas y los desencuentros.

EDUCACIÓN ESCOLAR - CULTURA DIGITAL - DESAFÍOS EJE

Pensar las prácticAs en la escuela secundaria. La comunicación pedagógica en clave digital

Mariángeles Glok Galli

IFIPRAC-ED FACSO - UNICEN

mariangelesglokqalli@gmail.com

<https://www.facebook.com/MariangelesGG>

El ser docente es una tarea que requiere una transformación constante, tanto personal como profesional. En tiempos donde las TIC atraviesan nuestra vida cotidiana, el desafío para los educadores es generar en las escuelas experiencias de aprendizaje significativo en las cuales los medios digitales (Dussell, 2017) deben estar incluidos.

Pero la sola incorporación de las tecnologías en el aula (tener computadoras, por ejemplo) no garantiza su inclusión, su apropiación. Pensar en una educación que integre en las prácticas a los medios digitales requiere capacitación, dedicación, esfuerzo, creatividad y acción. De allí la importancia de pensar las prácticas como posibilidades para generar espacios de enseñanza y aprendizaje que sean convocantes y significativos. Esta ponencia tiene por objetivo reflexionar en torno a experiencias de trabajo en el aula y de abordaje de contenidos mediado por las TIC. El análisis se enmarca en el trabajo de investigación realizado en el núcleo IFIPRAC-ED del Departamento de Educación de la Facultad de Ciencias Sociales (UNICEN). Las iniciativas se proponen que los jóvenes construyan conocimiento a partir de las posibilidades que brindan, en este caso, las redes sociales, y compartan con sus compañeros y docente las producciones, enriqueciendo, de este modo, el trabajo en el aula a partir de dispositivos y aplicaciones que forman parte de su vida cotidiana (dentro y fuera de la escuela).

El trabajo crítico y consciente a partir de los medios digitales reviste tal complejidad que requiere un posicionamiento frente a las formas tradicionales de enseñar, a la trama pedagógica clásica (Maggio, 2012), e interpela a pensar la escuela, la comunicación pedagógica y las prácticas que dentro y fuera de las instituciones se desarrollan en clave digital.

ESCUELA SECUNDARIA – MEDIOS DIGITALES – COMUNICACIÓN
PEDAGÓGICA

PROCESOS DE RESIGNIFICACIÓN DE LAS PRÁCTICAS COMUNICACIONALES DENTRO Y FUERA DE LA ESCUELA: LA LECTOESCRITURA IRRUMPIDA POR LA DIGITALIZACIÓN

Camila Victoria Lujan Gogniat

Facultad de Ciencias de la Educación - Universidad Nacional de Entre Ríos

camila-gogniat@hotmail.com

FB: camila.gogniat

La presente ponencia esboza los avances de un proyecto de intervención docente en curso que consiste en reflexionar sobre las prácticas comunicacionales de lectoescritura analógica y digital en la población juvenil/adolescente de Paraná, Entre Ríos. Precisamente, en una escuela secundaria se analizaron las condiciones del marco institucional, participantes y la viabilidad/realizabilidad de la propuesta en torno a lo planteado en el proyecto. Asimismo, se analiza el marco normativo: Diseño Curricular para la Escuela Secundaria para la implementación de las TIC en los procesos de enseñanza y aprendizaje. El enfoque del proyecto analiza las prácticas de comunicación y los procesos de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes en el aula. Algunos conceptos que se desarrollan y emplean son el de multimodalidad e hipertextualidad, "deslocalización" de saberes y cultura de la convergencia. También, las nociones de aprendizaje ubicuo y trabajo colaborativo. Narraciones cotidianas y académicas. La transmedialidad en las aulas: ¿posibilidad de encuentros? El storytelling en las prácticas de comunicación cotidianas y escolares de los estudiantes.

Objetivos generales

- Reflexionar sobre el uso de las TIC en las clases y en la vida cotidiana de los estudiantes.
- Proponer instancias de prácticas de lectoescritura multimodales e hipertextuales entre estudiantes y docentes.
- Poner en diálogo el concepto de narración, atendiendo a los aportes de la multimodalidad, de la narrativa transmedia y de storytelling.

LECTOESCRITURA – TIC - MULTIMODALIDAD

DESIGUALDAD SOCIAL Y PRÁCTICAS EDUCATIVAS: MIRADAS DESDE LA COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN

Mirian Goyeneche

Silvina Romero

Mariela Villazón

Facultad de Ciencias Humanas - Universidad Nacional de San Luis

miriangoyeneche@gmail.com

El presente trabajo se enmarca en el proyecto de extensión “Prácticas educativas en contexto de desigualdad social”, en él nos proponemos generar espacios de reflexión y problematización de la realidad educativa que atraviesan los docentes y estudiantes de una escuela pública de la ciudad de San Luis, Argentina con la intención de construir propuestas transformadoras. En esta oportunidad presentaremos reflexiones respecto a una experiencia aulica desarrollada en un cuarto año en donde nos proponemos analizar los sentidos que la docente pone en juego en su práctica.

El Centro Educativo N° 28 Dr. René Favaloro es una de las instituciones educativas que recibe a estudiantes de los barrios Cerro de la Cruz y Eva Perón que lo circundan. Este Centro cuenta con los niveles inicial, primario y secundario donde el primero cuenta con edificio propio mientras los otros comparten intercalando turno (primaria funciona por la tarde y secundario por la mañana).

El Barrio Eva Perón es uno de los más grandes de la ciudad de San Luis. Pero esta no es su única característica ya que su ubicación, en los márgenes de la zona norte de la Capital provincial, así como el nivel socioeconómico de la mayoría de sus habitantes, perpetúa la desigualdad y los estereotipos de quienes lo habitan. Por su parte, el barrio Cerro de la Cruz se diferencia en su construcción identitaria aunque no varían las condiciones reales socioeconómicas de sus habitantes. L@s docentes de esta institución educativa manifiestan con preocupación los altos porcentajes de embarazos adolescentes entre l@s jóvenes de estos barrios en general, y de estudiantes en particular. Esta intervención pretende problematizar las miradas de docentes sobre sus prácticas, sobre los sentidos que ponen en juego en el aula dando cuenta de realidades desiguales, de la resignificación de l@s estudiantes para propender a la construcción de prácticas emancipatorias.

Nuestro abordaje además intenta contribuir a la construcción del campo comunicación/educación. Pensar las prácticas desde el proceso de comunicación/educación nos abre las puertas a la posibilidad de resistir, dar cuenta de la opresión y habilitar el espacio de crítica social en pos de significar procesos de producción y no de reproducción del actual sistema social que también se expresa en el aula.

COMUNICACIÓN – EDUCACIÓN - DESIGUALDAD SOCIAL

ALBERGUE UNIVERSITARIO DE LA UNLP: TRAYECTORIAS FAMILIARES Y LA PRIMERA GENERACIÓN DE GRADUADOS DE LA UNIVERSIDAD PÚBLICA

Gonzalo Mamani

Facultad de Periodismo y Comunicación Social - Universidad Nacional de La Plata

*Instituto de Estudios Comunicacionales, Medios, Cultura y Poder “Anibal Ford”
gonza.mamanisoraire@gmail.com*

El presente resumen de ponencia tiene como finalidad indagar acerca de las trayectorias familiares de lxs graduadxs del Albergue Universitario de la Universidad Nacional de La Plata. Además buscará analizar de qué manera las políticas públicas contribuyeron en las experiencias de los/las estudiantes, que son la primera generación de egresadxs en la educación superior en sus familias.

A partir de entrevista en profundidad (Marradi, Archenti y Piovani, 2007) se hará un recorrido por sus trayectorias biográficas a partir de tres ejes fundamentales: familia, educación y experiencia en el albergue para dar cuenta de las significaciones que poseen lxs graduadxs de la universidad pública y que pudieron finalizar sus estudios superiores a partir de su tránsito por esta política pública. Estxs jóvenes vivieron en el Albergue Universitario en el periodo 2011-2017 y son provenientes de: Jujuy, Misiones, Provincia de Buenos Aires y Chubut.

El Albergue Universitario nació a partir de la demanda del movimiento estudiantil con la consigna denominada “ABC: Albergue, Boletó, Comedor”. En ese sentido, la Universidad Nacional de La Plata en el año 2008, empezó a idear el proyecto del Albergue Universitario cuya inauguración fue en 2011 con 36 estudiantes provenientes de distintos lugares de Argentina. Estxs jóvenes se caracterizan por no tener los recursos socio-económicos para poder residir en la ciudad. Con el correr de los años, ésta política pública fue incrementando estudiantes y sus actividades en el acompañamiento de sus becarios/as. En el año 2014, el albergue empezó a tener sus primerxs egresadxs, y en la actualidad son más de 22.

Debe decirse que esta beca surgió además en un contexto donde el Estado tuvo un rol fundamental en materia de educación. En ese marco durante los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner se llevaron a cabo reformas y nuevas políticas públicas en educación, tales como la Ley de Educación del 2006 (Ley 26.206), la modificación en la Ley de Educación Superior (ley 24.521), Conectar Igualdad, Plan FinEs, PROG.R.ES.AR, el aumento en la inversión en el que llegó al 6% del Producto Bruto Interno, la obligatoriedad de completar la educación media, entre otras medidas que dieron un salto cualitativo. En tanto, la Universidad Nacional de La Plata tuvo una gran cambio en materia de infraestructura, debido a que durante este tiempo se inauguraron nuevos centros universitarios tales como la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, las Facultades de Humanidades y Ciencias de la Educación, el Polideportivo en el ex centro clandestino de detención BIM III y los edificios de investigaciones del CONICET.

Por último esta investigación está enmarcada en mi plan de beca CIN otorgada por el Consejo Interuniversitario Nacional y el proyecto de Trabajo Integrador Final para obtener el título de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP.

JÓVENES – UNIVERSIDAD – POLÍTICAS PÚBLICAS – TRAYECTORIAS FAMILIARES – EXPERIENCIAS

IDENTIDADES DOCENTES. EL PASADO DE UNA IDENTIDAD EN EL PRESENTE DE UNA ESCUELA EN CRISIS

*Gastón Marmissolle
Facultad de Ciencias Sociales – UNICEN
gastonmar2000@yahoo.com.ar*

Este trabajo se construye desde mi inscripción como investigador del Núcleo de Actividades Científicas y Tecnológicas Investigación en Formación Inicial y Prácticas Educativas (IFIPRACDED) del Departamento de Educación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Pero también como docente de Comunicación y Cultura I de las carreras de comunicación social y periodismo de la misma unidad académica.

El grado de desarrollo del NACT y la constante adhesión de investigadores realizada durante los últimos años han colaborado en organizar su tarea de investigación en una diversidad de orientaciones dentro de las cuales se encuentra el denominado Grupo 5. Este conjunto de investigadores y estudiantes ha realizado una serie sostenida y continuada de investigaciones empíricas en las que se abordan las transformaciones en la escuela secundaria y los actores que en ellas se desempeñan.

Quien suscribe se ha dedicado en los últimos años a la indagación de las variaciones sobre la condición docente en las escuelas secundarias de la ciudad de Olavarría.

En atención a los contenidos de comunicación y Cultura como también a la importancia que tienen en la historia epistemológica de las ciencias de la Comunicación recuperamos para este trabajo la noción de identidad desde la perspectiva de los estudios culturales ingleses. En espacial la estructura conceptual de este trabajo considera los aportes de R. Hoggart (2013) y S. Hall (2003) con sus señalamientos sobre el carácter relacional y dinámico de las identidades sociales.

Desde estas consideraciones conceptuales tratamos de estudiar las variaciones de la identidad docente en la escuela secundaria contemporánea.

IDENTIDAD – DOCENTES – EDUCACIÓN

UNA EXPERIENCIA PEDAGÓGICA INNOVADORA EN LA UNIVERSIDAD EN TORNO A LA ALFABETIZACIÓN TRANSMEDIA

*Licenciada Carla Karina Montoya
Universidad Nacional de San Martín
unsamcarlamontoya@gmail.com
Twitter @caryari1*

El concepto de transmedia se ha convertido en el centro de atención de quienes crean y usan los medios. Los profesores universitarios no estamos ajenos a esta concepción y necesitamos adaptarnos a esta nueva ecología de los medios. Enseñar y aprender a través de un enfoque transmedia puede ser valioso para enfrentar los desafíos de este siglo en la educación superior.

Dado este contexto en la universidad, se propone una alfabetización transmedia (Scolari, 2016). Las nuevas prácticas informales de aprendizaje que están surgiendo presentan numerosos desafíos para nosotros, educadores y comunicadores. Hoy en día, el estudiante universitario no solo necesita un análisis crítico de contenido mediático; el estudiante universitario contemporáneo es activo y busca entender nuevos formatos narrativos, crear nuevos contenidos, recombinarlos y compartirlos en el ecosistema de medios.

Para esta propuesta, cabe destacar y considerar lo siguiente. Los estudiantes de inglés que estudian Medios y Literatura en la universidad leen y crean historias en la lengua meta. Entonces, trabajar con narrativas transmedia parece brindar una buena oportunidad para este tipo de estudiantes que necesitan herramientas críticas para analizar y describir los mensajes que se desarrollan en varios medios y generan nuevos puntos de entrada a las historias.

Los objetivos del presente trabajo son dos: por un lado, se presentarán los resultados preliminares de una experiencia pedagógica innovadora que se llevó a cabo en la Escuela de Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín, en la carrera de Licenciatura en Lengua Inglesa con orientación en cine y literatura. Dicha experiencia se centró en las narrativas transmedia y en su implementación, surgieron habilidades transmedia destacables en el contexto universitario. Por otro lado, se pretende analizar el valor pedagógico de la alfabetización transmedia con estudiantes de idioma inglés como un nuevo enfoque para explotar esas habilidades transmedia que se manifiestan en el desarrollo de estas buenas prácticas educativas en la universidad.

ALFABETIZACIÓN TRANSMEDIA – HABILIDADES TRANSMEDIA -
PRÁCTICAS EDUCATIVAS – EDUCACIÓN SUPERIOR

NUEVA ESCUELA SECUNDARIA: DESAFÍOS EN LAS ESCUELAS MEDIAS ORIENTADAS EN COMUNICACIÓN EN CABA. DEL DISEÑO CURRICULAR A LA PUESTA EN PRÁCTICA EN LAS AULAS.

Cynthia Marina Olivera

DNI: 26115781

FCS – UBA

olivera_cynthia@yahoo.com.ar

FB: Cynthia Olivera y Cynthia Comunicación

A partir de la implementación de la Nueva Escuela Secundaria de Calidad en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires nuevos y antiguos sentidos en torno a las ciencias de la comunicación y su relación (o falta de ella) con la tecnología se pusieron en juego en el imaginario escolar.

Este trabajo pretende analizar las prácticas y las representaciones en torno a la orientación en comunicación en las escuelas medias. Concretamente se analizará el diseño curricular de CABA y la forma en que las escuelas pioneras y de las otras están trabajando en la creación de programas de los nuevos espacios curriculares. Para hacerlo se tomarán en cuenta las formas en que

los docentes (profesores, licenciados, técnicos, etc.) toman posición respecto a lo que prescribe el actual diseño. ¿Cómo trabaja el cuerpo docente y el equipo de conducción en la proyección de la orientación con vistas a la finalización de la primera cohorte en 2019? ¿Qué instancias de intercambio se habilitan y de qué forma se “utilizan”? Otros interrogantes surgen respecto a los perfiles de los egresados en las distintas instituciones educativas, la identidad que cada escuela supo construir a lo largo de su historia y en cómo se verán a partir de los cambios que implica la Nueva Escuela Secundaria de Calidad (NEC).

A la luz de las experiencias del año 2017 y el trimestre en curso de este año se analizarán las prácticas docentes y las producciones realizadas por los estudiantes de la orientación en ciencias de comunicación en las aulas. La forma en que la circulación de los productos y actividades de la orientación son recibidos en instituciones educativas donde conviven diversos bachilleratos orientados es un aspecto importante a considerar al pensar en las representaciones y sentidos asociados a la comunicación en las escuelas secundarias de una ciudad como Capital Federal.

Por otra parte es interesante pensar la forma en que la comunicación está presente en el diseño curricular de otras orientaciones como por ejemplo Turismo, Lenguas o Educación. En esos casos la mirada estará puesta en lo que se espera de los espacios curriculares y de los profesores y profesionales que se desempeñarán en las escuelas.

EDUCACIÓN, DISEÑO CURRICULAR, NIVEL MEDIO

“LAS VOCES EN LA ESCUELA: UNA COMUNICACIÓN CANTADA”

*Martín Eugenio Pérez
FSOC-UBA - UNQUI
marcial@ciudad.com.ar*

La intención del siguiente trabajo es analizar prácticas en la educación musical, en ámbitos formales e informales, las cuales en su proceso comunicativo definen formas de relacionarse con la música. Enfocaremos particularmente en las maneras de cantar que se sugieren y se discuten en diferentes documentos que tomaremos como objetos de estudio, y el consumo de música a través de diferentes canales, soportes y plataformas virtuales que, en los últimos años, definen un tipo o manera de cantar o relacionarse con la materia sonora. A tal fin abordaremos brevemente cancioneros escolares de diferentes períodos (oficiales o no), el manual de formación Nro 5 “La voz cantada” del Instituto Nacional de la Música (INAMU), y *videos clips* con gran cantidad de visitas en la plataforma informática *youtube* como muestra de un consumo cultural en relación a ciertas músicas.

El presente ensayo forma parte, y es continuación, de una investigación desarrollada en la Tesis de Grado “Lírica y Sociedad. Cancioneros Escolares, Industria Cultural y prácticas creativas” (UBA) y su actual desarrollo en la Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades en la Universidad Nacional de Quilmes. Esta reflexión aborda ciertos aspectos que forman parte de la

constitución de la subjetividad moderna: la Escuela, y su relación con el Estado, y las Industrias Culturales. El cancionero escolar tuvo un peso preponderante en el enfoque pedagógico musical y en la oferta musical que se le tendía al *sujeto en edad escolar*, y tuvo relevancia en la constitución de una relación con músicas definidas en las instituciones educativas. Estos compendios eran definidos para el uso en la escuela y tuvieron un auge en la primera mitad del siglo pasado con una impresión, y emisión, por parte del Estado importante. En la actualidad en el manual de formación confeccionado por INAMU (definido como ente público no estatal) encontramos una intersección entre una política pública y un sector dedicado a la música popular y masiva: cantantes y profesionales que reflexionan en torno a la voz cantada. En tercer lugar, en torno a las prácticas de consumo a través de medios masivos de comunicación, el acercamiento será a canciones del género rock-pop en formatos como el audiovisual. Analizaremos la oferta por parte de las Industrias Culturales y cómo en la relación con las nuevas tecnologías se definen las formas de acercamiento a la materia sonora, siendo este un proceso del cual emergen nuevas subjetividades, nuevos consumidores de música.

Las instituciones con las que dialogaremos y abordaremos desde una perspectiva crítica en este ensayo son parte de nuestra actualidad cultural. Como creaciones sociales en constante devenir, y siendo nosotros agentes (comunicadores, docentes, investigadores) en esas experiencias, vemos necesario el análisis de los consumos culturales y, en nuestro caso, la reflexión sobre experiencias musicales en torno al ámbito educativo público.

ESCUELA– CANCIONEROS – INDUSTRIA CULTURAL

VÉNGANME CON CUENTOS. MATERIALES EDUCATIVOS PARTICIPATIVOS PARA ABORDAR EL SENTIDO PERFORMATIVO DEL LENGUAJE

Sandra Mabel Pérez
Facultad de Ciencias Sociales - UNICEN
sandru1530@gmail.com

El presente trabajo da cuenta de la producción de un material educativo participativo en una organización educativa no formal de Olavarría. Se trata de una biblioteca popular que funciona en uno de los parques de la ciudad que funciona con el trabajo voluntario de un grupo de colaboradores.

A partir del diagnóstico realizado de la organización, este espacio educativo destinado a los más pequeños y a los mayores que los acompañan busca generar experiencias “diferentes” a las habituales en el contexto actual, donde la infancia se encuentra atravesada por la televisión, los videojuegos en distintos dispositivos tecnológicos.

Del Otro lado del Árbol en Olavarría se instala como un espacio de lucha de nuevos sentidos, en los términos que plantea Michel Foucault respecto al concepto de poder-saber. En este espacio están pensando a los niños como herederos, donde el legado más importante, el saber relevante es el que le permite construir lazos, respetar el medio ambiente, experimentar el arte, las

costumbres y rituales de los pueblos originarios y distintas maneras de comprender la espiritualidad o conocimiento de uno mismo. En suma, tener un acercamiento a conocimientos que no están presentes de manera crítica y reflexiva dentro de los currículums del Sistema Educativo Argentino.

En este marco, el libro se ubica como el elemento clave en torno al cual acercar a los niños a ese otro espacio de experiencia para la construcción de subjetividades.

El problema que se desprende está relacionado con el poder performativo del lenguaje, ligado al tipo de libros de cuentos presentes en esta biblioteca (donados en sus inicios) que giran en torno de los cuentos tradicionales, cuyos valores y visiones del mundo aparecen como contradictorios con el resto de la propuesta ideológica del espacio.

Partiendo de considerar como problema la falta de coherencia entre el contenido bibliográfico y las propuestas de talleres de la Biblioteca Del otro lado del árbol en Olavarría, la intervención educativa tiene como destinatarios directos a los miembros del grupo organizador de esta entidad. Sin embargo, si se lograra producir nuevos sentidos, el público que recibe las actividades que brinda esta agrupación serían destinatarios indirectos de esta propuesta de intervención

La propuesta del material educativo tiene como objetivo debatir sobre la idea de niñez con que trabaja la biblioteca para poder brindar un contenido literario y de talleres acorde a esta idea. Pero sobre todo, con los aspectos performativos del lenguaje que aparecen en las historias de cualquier libro para luego reflexionar sobre la coherencia interna de la agrupación entre lo que se ofrece en los talleres y el espacio dedicado a los libros.

SUBJETIVIDAD – INFANCIA – PALABRA

TEJIENDO REDES. EL PROGRAMA SOCIAL LA CALLEJEADA Y SUS RELACIONES INTER-ORGANIZACIONALES PARA LA INSCRIPCIÓN SOCIAL DE LOS JÓVENES.

Marianela Recofsky
Facultad de Ciencias Sociales UNICEN.
NACT IFIPRAC.
marianelarecofsky@gmail.com

El siguiente relato presenta el trabajo de una tesis de grado que pretende dar cuenta de las prácticas y sentidos que se construyen en un programa socioeducativo local dependiente del Estado, que tiene como objetivo contribuir a la inclusión social de los jóvenes que asisten.

La investigación realizada desde una perspectiva teórica - metodológica socioantropológica, aborda el programa Callejeadas de Olavarría, particularmente una de sus sedes, analizando sus características comunicativas y las relaciones que establece con las organizaciones educativas del entorno.

El análisis parte de considerar que las dificultades para favorecer procesos comunicacionales, en especial con las escuelas de nivel educativo secundario

de la localidad donde funciona la sede, contribuye a la cosmovisión social estigmatizante del programa social y desvaloriza sus reales posibilidades de trabajo en torno a la inscripción social de los sujetos, lo que se entiende como ser parte de la vida política y jurídica en común (Proyecto IFIPRAC-ED, 2011-2013).

Para el análisis se parte de comprender el actual entramado social caracterizado por la crisis de los sentidos modernos y las nuevas redes sociales y representaciones organizacionales, en un marco de pobreza y fragmentación social.

En este contexto, la comunicación es un campo pertinente para el análisis de los espacios educativos, en tanto se concibe en un sentido freireano como una práctica político progresista que permite problematizar las palabras y sentidos que estructuran la realidad social.

Este enfoque de la comunicación es coherente con la comprensión de los espacios como configuraciones culturales (Grimson, 2011), noción que permite comprender cómo se construye la hegemonía mediante lo simbólico, cómo habita en los sentidos y como estos se articulan de un modo particular, estableciendo los términos del conflicto sociopolítico y las fronteras sociales. Es por ello que la comunicación debe pensarse estratégicamente por los actores que se propongan trascender las barreras de la exclusión social.

Es decir, se considera que para superar el asistencialismo que caracteriza a los espacios diseñados para los sectores vulnerabilizados, es necesario fomentar redes comunicacionales con el entorno y sobre todo generar prácticas educativas comunicativas, definidas como aquellas que se orientan a generar posibilidades de inscripción social de los sujetos.

Por lo que en este trabajo, se reconstruyen aquellas prácticas educativas comunicativas, que problematizan las representaciones existentes y tienden a generar articulaciones con otros espacios, produciendo rupturas con los sentidos hegemónicos y dejando huellas en las subjetividades de los actores participantes del espacio, pero también se problematizan los sentidos que reproducen la desigualdad social existente y que no logran trascender la finalidad asistencialista.

INSCRIPCIÓN SOCIAL– CONFIGURACIONES CULTURALES - REDES

DE CIERTAS PRÁCTICAS INSTITUCIONALES EN LA UNIVERSIDAD PÚBLICA. Y DE CÓMO UNA PUBLICACIÓN PUEDE AYUDAR A ELUDIR LAS TRAMPAS

María Lucrecia Reta
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales - Universidad Nacional del Comahue
lucreciareta@gmail.com

Repetimos tiempo histórico. El neoliberalismo constriñe nuevamente posturas, marchas y contramarchas en las aulas de la universidad pública. En este trabajo nos interesa desocultar cuáles son los procesos de subjetivación que recorren nuestros ingresantes inmersos en una red de prácticas a las que tanto curriculum oculto como explícito imponen marcas de verdad. Prácticas que

regulan el juego académico y social y que deberán ser actuadas para la continuación en el ámbito institucional.

Desocultar primero para relatar luego una experiencia con trayectoria histórica que han compartido estudiantes y docentes de la carrera de Comunicación de la Universidad Nacional del Comahue que intenta revertir la producción de sujetos sujetados. Se trata de la Revista Contracorriente y sus seis números publicados.

Referiremos, en esta oportunidad, algunas prácticas practicadas en una Lengua y Discurso II, materia del segundo cuatrimestre del primer año, en donde en cada encuentro nos proponemos alcanzar, o al menos rozar, la función expresiva y la función poética del lenguaje –Jakobson dixit-. Luego, daremos cuenta de cómo trajinamos con esa palabra devenida en texto para que alcance el estatus público y eluda el solo escribir para aprobar. Eluda ello y eluda también los fórceps que la academia emplea en estos tiempos de reiteraciones.

Este trabajo tiene solo una impronta descriptiva. Nuestros referentes teóricos: Foucault, Bourdieu, Wacquant, Apple, Barthes, Bratosevich, Pampillo et alia.

SUJETOS SUJETADOS – PRÁCTICAS PRACTICADAS – ESTUDIANTES Y DOCENTES

LA ASOMBROSA EXCURSIÓN DE ZAMBA EN LA SEMANA DE MAYO

Andrea Scroca
DNI 23.701.003
Universidad del Salvador
andreascroca@gmail.com

Marcelo Vidal
DNI 12.638.159
Universidad del Salvador
marcelo.vidal@usal.edu.ar

En la presente ponencia se expone el análisis de un grupo de episodios de la serie televisiva animada *La asombrosa excursión de Zamba*, particularmente aquellos que narran los acontecimientos históricos de la revolución Mayo de 1810. Este estudio se desprende de un proyecto de investigación más amplio que trabaja con la totalidad de la serie.

La puesta en servicio del Canal Encuentro, en el año 2007, inauguró en Argentina la experiencia inédita de desarrollar una señal televisiva educativa y cultural desde el estado. Además de estar dirigida al público en general, esta señal fue pensada como herramienta pedagógica para la comunidad educativa en particular. Paka Paka, originalmente un segmento dedicado al público infantil dentro de la programación del canal, tres años más tarde (en 2010) se convirtió en señal televisiva autónoma.

La asombrosa excursión de Zamba se estrenó ese año y se posicionó como serie "estrella" de la señal, lo cual ayudó a Paka Paka a ubicarse en los primeros lugares del rating entre los canales de cable dedicados al público infantil. En el año 2014, *Zamba* fue nominada a "Mejor serie animada infantil" en los International Emmy Kids Awards. La serie cuenta con 48 episodios regulares de 22 minutos de duración promedio, además de varios especiales y cortos.

En ese sentido, se analizan en esta propuesta tanto los recursos narrativos desde el punto de vista de los contenidos que utiliza la serie con relación a la representación de figuras y de procesos históricos y sociales, como los dispositivos formales desde el punto de vista audiovisual que despliega para el tratamiento de esos contenidos.

Este trabajo toma en cuenta aquellos elementos narrativos específicos que conforman el género de la animación infantil y el modo en que ellos fueron empleados para narrar hechos históricos por otras experiencias audiovisuales.

ANIMACIÓN – AUDIOVISUAL – REPRESENTACIÓN HISTÓRICA

EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Y LAS IMPLICANCIAS EN SUS PRÁCTICAS ACADÉMICAS Y CÍVICAS

*Dra. Raquel Tarullo y otros
Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA)
raqueltarullo@gmail.com
LinkedIn Raquel Tarullo*

Al adoptar las redes sociales para vehicular las prácticas cotidianas, los distintos procesos sociales, culturales y educativos son constantemente modificados en un escenario versátil, en el cual la interacción entre tecnología, usos y públicos se ve transformada de forma continua y vertiginosa. Las redes sociales no sólo son plataformas de comunicación, sino también espacios donde fluyen otras formas de relacionarse, de expresarse, de consumir, de participar, en una interacción constante con los comportamientos que se llevan a cabo en el mundo offline, dificultando diferenciar qué se practica en un uno y en otro espacio.

En este contexto, el ejercicio actual de la docencia universitaria precisa conocer los vínculos que los estudiantes universitarios establecen con el mundo digital. Esta exigencia deriva de varias cuestiones: por la adopción inmediata que han hecho de la tecnología para sus prácticas cotidianas, por el tiempo que invierten en "estar" en las redes, porque investigaciones recientes indican que es en las redes donde los jóvenes dicen informarse preferentemente y, finalmente, por la posible incidencia del uso de las redes en sus prácticas académicas de lectura y escritura.

El presente trabajo forma parte de un proyecto de investigación interdisciplinario enmarcado en el programa de Promoción Científica de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA) que indaga en la relación que los estudiantes

universitarios del noroeste de la provincia de Buenos Aires establecen con el mundo digital y con las redes sociales en particular, identificando cuáles son sus prácticas asiduas en estas plataformas. Dos cuestiones se priorizan en este proyecto: conocer si estos estudiantes usan las redes sociales como fuente de consumo de noticias y, de ser así, las implicancias de este comportamiento; y examinar las relaciones posibles entre el uso de las redes sociales que estos estudiantes protagonizan y las prácticas universitarias, en especial aquellas en relación con la lectura y la escritura académica.

La recolección de los datos que conforman el insumo principal de esta etapa del proyecto cuenta a su vez con dos fases. Durante la primera se realizó un sondeo que permitió obtener datos de diagnóstico iniciales y fundamentales para el diseño de una encuesta, cuya implementación forma parte de la segunda fase.

En esta presentación se compartirán los resultados de la encuesta que corresponde a la segunda fase en curso y también las observaciones preliminares que se derivan de estos resultados. La encuesta se implementó a una muestra de 394 alumnos estratificados por carrera, con un nivel de confianza del 94% y persigue dos objetivos concretos: conocer cómo los alumnos universitarios se perciben en sus prácticas de lectura y escritura y profundizar en los usos que realizan estos estudiantes de las redes sociales respecto del consumo de noticias.

REDES SOCIALES - PRÁCTICAS ACADÉMICAS - CONSUMO DE NOTICIAS

RADIO FEMINISTA: EXPERIENCIA EDUCATIVA, REFLEXIONES Y ABORDAJES

Malen Suyai Varela

*Facultad de Derecho y Ciencias Sociales - Universidad Nacional del Comahue
malen.varela@gmail.com*

La presente ponencia pretende la reflexión y recuperación de algunas experiencias educativas en cuanto al abordaje de comunicación y género en el marco de la Educación Sexual Integral (ESI).

A doce años de la sanción de la Ley 26.150 Programa Nacional de ESI resulta necesario e impostergable el análisis de su puesta en práctica por los y las educadoras recurriendo a la categoría de género como herramienta para mirar el espacio de la escuela y a su vez, atribuir sentido y significación a las desigualdades basadas en el sexo. Para esto recuperamos algunas experiencias pedagógicas de comunicación que tuvieron lugar durante el 2016 en la ciudad de Fiske Menuco, provincia de Río Negro.

¿De qué manera se configuran y reconfiguran los contenidos sobre comunicación y género en el aula? ¿Qué tensiones, contradicciones, negociaciones, y resistencias aparecen en el aula como espacio pedagógico y en la relación educadores, educadoras y educandos y educandas en el abordaje de la sexualidad? son algunos interrogantes de los cuales partimos.

Los mismos surgen de comprender que toda educación es sexual (Morgade, 2011) y por ende política. Esto implica pensarla como un proceso que puede

potenciar y reforzar las atribuciones, expectativas y estereotipos tradicionales de géneros pero también, ponerlas en cuestión y habilitar otras formas de ser y estar en el mundo, infancias más libres. Es en este sentido que la educación constituye una práctica para la libertad.

Dice José Ignacio López Vigil: “hay que reconocer que la radio es un medio femenino. Tanto por la recepción como por la emisión. La radio es un medio profundamente femenino y los hombres tenemos que superar esas mentalidades patriarcales. Estoy hablando de una radio inclusiva, no solo de las mujeres, sino, de la diversidad sexual” (López Vigil, 2015). Esta vez no se tratará de una radio en estudio, pero sí de contenidos curriculares sobre radio que aspiran a ser parte de las estrategias para adoptar metodologías feministas en la gestión de la radio.

La ESI como política pública y propuesta integral fundamental deja entrever a la familia y la escuela como espacios que promovieron la “subordinación para las mujeres, mientras que compele a los varones a la masculinidad hegemónica” (Alonso et al,2006). Entendemos que si bien “existen diferentes herramientas para perpetuar un estereotipo o, al contrario erradicarlo a través de un enfoque crítico de género la ley es una de estas herramientas, ya que en el contexto de una política pública, tiene una eficacia simbólica fundamental sobre las costumbres discriminantes” tal y como expone Chiara Boschiero (2012).

Las integrantes del proyecto de investigación Aproximaciones al estudio del movimiento sexo - genérico en Argentina sostienen que en la escuela se “aprende a ser varón y mujer”, de igual manera, como se aprende a ser heterosexual y a no ser bisexual, homosexual, lesbiana o travesti. “Y junto con esto se aprende a despreciar las diferencias” aseguran. Expondremos sobre comunicación y género, en el marco del Taller de Radio del CEM 1 de Fiske Menuco, Río Negro.

EDUCACIÓN – GÉNERO - RADIO

EJE N° 8 - COMUNICACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y ESCENARIOS LABORALES

¿20 AÑOS (HACIA ADELANTE) NO ES NADA? PENSAR LA FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN DIGITAL DE LAS FUTURAS GENERACIONES.

APORTES A LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Dra. Mirta Clara Echevarría

Dra. Marta Beatriz Pereyra

Dra. Mónica María Viada

Universidad Nacional de Córdoba

mirta.echevarria@gmail.com

La formación de grado de comunicadores en la licenciatura en comunicación social obliga a proveer profesionales competentes, que puedan intervenir en el diseño y la ejecución de políticas y prácticas culturales. Por lo tanto, es trascendente investigar los interrogantes que generan las TIC, pensadas desde el lugar estratégico que ocupan en la configuración de los nuevos modelos de sociedad.

Adherimos a la idea de Washington Uranga (2008) que pensar la comunicación digital implica pensar en las diferencias que aparecen pero también en las continuidades. Si bien lo digital se viene consolidando con un nuevo campo de trabajo profesional y de reflexión académica, sigue siendo relevante pensar la profesión del comunicador en una sociedad globalizada, mediatizada y cada vez más compleja. La democratización de los procesos, la ética, la independencia, la responsabilidad social son temas que tienen diferencias o continuidades en la era digital. La profesión ha cambiado porque la sociedad toda ha cambiado: han cambiado nuestras formas de trabajar, de relacionarnos, de informarnos, de consumir, de conocer, de aprehender el mundo... Ha cambiado el ecosistema de medios, las formas de producción, circulación y consumo de bienes simbólicos... Han cambiado los roles de los productores culturales y de los consumidores, que hoy no sólo también producen sino que son los principales responsables de la circulación de contenidos.

Este escenario plantea desafíos no sólo de actualización sino de proyección a futuro para las próximas generaciones de comunicadores sociales.

El presente trabajo pretende contribuir a la creación de una propuesta sobre el lugar de la comunicación digital en el nuevo plan de estudios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba. El aporte surge de las indagaciones, producciones y debates que nuestro equipo de investigación viene desarrollando desde 2003. Este trabajo vincula conclusiones surgidas de: *un estudio comparativo de varias carreras de comunicación de universidades públicas argentinas que incluyen comunicación digital en sus planes de estudio; demandas expresadas por egresados de la FCC de UNC relevadas en investigaciones anteriores, *la experiencia docente y profesional de los integrantes de este equipo de investigación y la consulta a

referentes del campo de la comunicación digital. A partir de estas relaciones, ofrecemos una propuesta para ser discutida en la reformulación del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

COMUNICACIÓN DIGITAL – FORMACIÓN DE COMUNICADORES – PLAN DE ESTUDIO

¿POR QUÉ DEBEMOS PENSAR EN FORMAR PARA LA ATENCIÓN AL PÚBLICO?

*Rocío A. González
Facultad de Periodismo y Comunicación Social - UNLP
rocioalgo_86@yahoo.com.ar*

La comunicación es la base de la vida en sociedad. Sin ella seríamos individuos incompletos porque necesitamos estar vinculados con los demás. Las organizaciones, al igual que los individuos –o por estar conformada por individuos–, necesitan de la comunicación; es su elemento vital tanto para mantenerse viva como para desarrollarse. En este sentido, la conceptualización que propone Brandolini (2009) entendiéndola como una red de conversación resulta la imagen que sintetiza qué es y cómo funcionan las organizaciones.

Se propone, entonces, revisar aspectos del área de atención al público (recepción, secretaría, entre otros) en términos de conversaciones y situación comunicacional. El objetivo, si hubiera que expresarlo, consistiría en revisar la humanidad presente en cada tarea correspondiente al área, la base de las relaciones sociales como vínculo necesario para el desarrollo de la organización o empresa.

En pocas palabras, el foco se centra en el encuentro entre el usuario/cliente y la persona encargada de atención al público. En ese primer encuentro comienza todo. De otro modo carecería de sentido la existencia de las demás áreas y el resto de la organización. Pensado de ese modo, el cliente/usuario es la razón de existencia del resto de la organización y no la consecuencia de una necesidad generada por la empresa u organismo. Así visto, la atención al público es uno de los intereses que moviliza el trabajo desde la comunicación. Es una tarea tan sencilla como la interacción entre dos personas y tan compleja como cada una de ellas, por ello debemos analizarla desde la comunicación interna y externa de la organización, desde la comunicación verbal, no verbal, desde el análisis del contexto y del esquema clásico de comunicación.

“¿Cómo sabremos si el color azul que ves es igual al que veo?” Pregunta que hace un personaje a otro en MadMen, serie que narra la vida de publicitarios en la década de 1960. Una pregunta que nos hace dudar y pensar en cómo aceptamos algunas cosas para que comunicarnos sea posible. Cuando una empresa desarrolla su actividad se rige por determinados valores, desde alguna perspectiva, bajo algún concepto que la define y sus clientes o usuarios estiman estar en la misma línea.

El acceso a los medios de comunicación es variado y accesible. Esto significa que tenemos la posibilidad de transmitir la esencia de la empresa, de

intercambiar los valores, de dialogar con los clientes. Está en cada uno de la voluntad de crear, mantener o fortalecer los modos de comunicarse, de hacerse presente, de explicar qué color azul ofrece.

COMUNICACIÓN – ATENCIÓN AL PÚBLICO – ORGANIZACIÓN

COMUNICADORES Y COMUNICÓLOGOS: LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

*Georgina González Gartland
Silvana Lucero*

*Universidad Nacional de General Sarmiento
ggartlan@ungs.edu.ar / FB/georgina.gonzalezgartland*

Este trabajo se enmarca en la investigación: “Temas, problemas y enfoques de la Planificación de la Comunicación en Argentina (2000-2020)”, de la Licenciatura en Comunicación del Instituto del Desarrollo Humano de la Universidad Nacional de General Sarmiento (Provincia de Buenos Aires). El objetivo de la misma es realizar un relevamiento, sistematización y problematización de los principales temas, debates, líneas de investigación sobre la planificación de la comunicación entre 2000 y 2020. Para ello es necesario reconocer y hacer visible los temas, problemas y enfoques de la planificación de la comunicación, atendiendo a la complejidad que la caracteriza, con el objeto de producir un estado de la cuestión que identifique perspectivas y modalidades en el ámbito académico.

En este marco, nos proponemos presentar la experiencia del Taller de Práctica Profesional de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de General Sarmiento, cuyo objetivo es desarrollar procesos de reflexión respecto de la práctica profesional de comunicación en organizaciones públicas y privadas. Taller que se constituye en un espacio de reflexión y prácticas en el cual se realiza: diagnóstico de problemas de comunicación; diseño de estrategias de comunicación; diseño y producción de materiales comunicativos; evaluación de estrategias y materiales de comunicación. Se definen dos áreas de pertinencia: comunicación mediática y comunicación organizacional; y se prioriza el trabajo en relación con organizaciones y medios tanto del área de influencia de la universidad como del resto del Área Metropolitana de Buenos Aires.

El actual contexto de inserción profesional en comunicación requiere de un egresado que tenga la capacidad de analizar e interpretar críticamente los procesos comunicacionales en su contexto sociocultural a partir de situaciones y problemas que le permitan realizar propuestas de intervención transformadoras. Por lo tanto, resulta necesario que el futuro egresado reflexione sobre su propia práctica, la problematice a fin de evaluar los abordajes más pertinentes y adecuados a las situaciones y contextos de acción. Para ello, nuestra propuesta pedagógico-didáctica se orienta a promover la reflexión entre los estudiantes sobre la práctica profesional del Licenciado en Comunicación tanto en el abordaje de situaciones y problemas

propios de la comunicación organizacional como en el campo de la producción en comunicación (creación de diversos productos comunicativos, en diversos lenguajes y soportes, en contextos de cambio permanente). En este sentido, preveamos que los estudiantes recuperen y profundicen conocimientos y prácticas del recorrido académico realizado con el fin de construir el rol profesional tanto en lo referido a la comunicación organizacional como a la producción de medios a partir de la orientación y seguimiento del equipo docente.

CAMPO PROFESIONAL – PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN – PRÁCTICAS PROFESIONALES

HERRAMIENTAS SOBRE MARKETING POLÍTICO: EL CASO EZEQUIEL GALLI (2015-2018)

*Alexis Grierson
Josefina Bargas
Facultad de Ciencias Sociales – UNICEN
alexis.grierson@gmail.com / Twitter @alexisdechillar*

Tras la experiencia en un taller sobre marketing político y redes sociales durante 2017, y el seguimiento de manejo de redes de dirigentes políticos de Olavarría, el presente trabajo presenta un análisis de quien se transformara en intendente municipal desde octubre de 2015, Ezequiel Galli.

El objetivo principal de esta ponencia será explorar y describir las diferentes estrategias de comunicación política en redes sociales que llevó a cabo el intendente de Olavarría desde que fue candidato en marzo de 2015 hasta marzo de 2018, con diferentes posteos centrales en este trayecto y aplicación de diferentes herramientas para posicionarse. Al mismo tiempo, resaltar con fuerza la profesionalización del uso de redes sociales en el campo de la política, de modo tal que en distritos considerados “pequeños” en materia demográfica los dirigentes políticos acuden cada vez más al campo de la comunicación para profundizar y avanzar sobre su propia imagen, la de su sector político o en lo institucional, haciendo referencia, en este caso, a las funciones de un intendente en un Municipio.

Se toma como partida para este trabajo el contexto de complejización y nuevos usos de redes sociales, sumado al contexto político a nivel nacional, provincial y local. En palabras de Mario Riorda “adscribir a una concepción estratégica de la comunicación política significa que la comunicación siempre está presente, antes de la decisión, durante y después. Que más que publicidad, la comunicación es legitimación. De ahí su importancia. Tanto es así que incluso algunos hechos políticos son pensados sólo para ser comunicados y desde ahí se conciben como políticos” (Riorda, 2016).

Uno de los desafíos es lograr que un equipo de comunicación detrás de un sólo dirigente llegue a la ilusión de que es en realidad sólo uno: en este caso el intendente Ezequiel Galli. Mediante entrevistas descubriremos los roles de los miembros del equipo y cómo concretan ese objetivo. Además, se verá el

recorrido de cómo se profesionalizó el uso de las redes. Desde “lo hacíamos todo nosotros” a un equipo capacitado y bajo la órbita de líneas específicas de gestión de redes en un partido político, en este caso Cambiemos. Y de allí, a la gestión del Municipio.

En las conclusiones de este trabajo profundizamos acerca de la importancia que adquieren las redes sociales en el marco del uso político, entendiendo que pueden ser utilizadas en momentos más que sensibles en la gestión de un intendente y, de esta manera, llevar adelante la comunicación gubernamental. El manejo de las crisis, potenciar nuevos dirigentes y ser una opción para los ciudadanos sin necesidad ya de acudir a los medios tradicionales, aparece como una excelente oportunidad no sólo de explotación de imagen en redes, sino también de expansión del campo comunicacional en materia de investigación y aplicación de trabajo concreto como salida laboral.

REDES – OLAVARRÍA - POLÍTICA

ENSEÑAR PERIODISMO DE DATOS PARA ENTRENAR A LOS NUEVOS PERIODISTAS

Adrián Pino

Soledad Arreguez Manozzo

Concepción - Universidad de Concepción del Uruguay

pinocomunicacion@gmail.com / Twitter: @DataConcepcion

Datos Concepcion impulsa la creación de un programa interuniversitario de formación en periodismo de datos en los estudios superiores como parte de sus acciones por fomentar la investigación periodística a partir de la utilización de bases de datos. Junto a las Universidades que deseen sumarse al Programa, pone en marcha un proyecto de capacitación y tutorías, destinado a estudiantes universitarios, sobre esta especialidad dentro del campo del periodismo. En 2017 la iniciativa se desarrolló de forma conjunta con la Universidad de Concepción del Uruguay (Entre Ríos) y la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (Buenos Aires). Esta guía está pensada para las nuevas Universidades de Latinoamérica que quieran sumarse a la iniciativa. ¿Cómo lo llevamos adelante? ¿qué nuevas destrezas se promueven en los estudiantes? ¿por qué el Periodismo de Datos debe formar parte de la formación universitaria de los futuros comunicadores?

EL FUTURO LLEGÓ HACE RATO

Andrea Santamarina Torres

Emedé Comunicaciones - Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino

(Unsta)

asantamarinatorres@gmail.com / LinkedIn Andrea Santamarina

Agustina Caballero Esteve

Federación Económica de Chaco - Universidad de Ciencias Empresariales y

Sociales (UCES)

En menos de 10 años los Millennials (a grandes rasgos quienes nacieron entre 1980 y 1995) representarán el 75% de la fuerza laboral. Para las cabezas de las organizaciones significa todo un desafío **entender, retener y aprender a trabajar** con estos nuevos recursos humanos.

Edgar Schein (psicólogo suizo que investigó y escribió acerca de los factores que influyen en el desempeño individual y organizacional) acuñó el término “contrato psicológico”. Lo definió como: “el conjunto de expectativas, no escritas ni verbalizadas que operan en los miembros y dirigentes de una organización”. Es decir, va más allá de lo económico y hace hincapié en la motivación personal tanto del empleador (lealtad, compromiso, etc.) como del empleado (su crecimiento profesional, el trato que reciba, los horarios, etc.).

Pero estas expectativas se transformaron porque también las organizaciones cambiaron. Comenzaron a cobrar fuerza los activos intangibles, en detrimento con aquellos viejos paradigmas mecanicistas que solo tenían como objetivo beneficios productivos y económicos.

Puertas afuera, los activos intangibles van a incluir valores como la imagen, la reputación, la marca, entre otros. Las relaciones con los públicos cambiaron porque ya no solo se busca posicionarse a través de un buen producto. ¿Pero cómo se lo trabaja a esto puertas adentro? ¿Qué papel juega el colaborador?

Si decimos que cambiaron las relaciones, damos por sentado que también cambió el conjunto de expectativas alrededor de las mismas, más ahora con la inserción y crecimiento de la generación Millennial en el mercado laboral. Entonces, ¿qué esperan los jóvenes profesionales de sus jefes y de su trabajo? ¿Cuáles son sus expectativas, sus ambiciones o anhelos?

Como fundamento de este trabajo se realizó una encuesta a jóvenes profesionales menores de 35 años. El objetivo fue analizar la inserción laboral de los millennials, sus expectativas y su posición frente a la figura de un jefe.

Los millennials son una nueva generación que da mayor preponderancia a sus intereses personales que a los profesionales; no toman al trabajo como una obligación sino una elección, un proyecto del cual buscan sentirse orgullosos. Son críticos y exigentes, y no dudan en buscar nuevos horizontes si no se sienten motivados.

Las tendencias así lo corroboran:

- Más del 80% dejaría o consideraría dejar un trabajo si no se siente cómodo.
- Más del 90% dejaría o consideraría dejar un trabajo si se aburre o no se siente motivado.
- Casi el 90% prioriza su crecimiento profesional frente a un buen salario.

Esto puede generar roces o diferencias a la hora de ver las expectativas entre empleador y empleados. Con frecuencia, las personas mayores se refieren a esta generación como inmadura e irresponsable laboralmente, lo cual no puede estar más alejado de lo cierto.

Entenderlos a través de la empatía, la comunicación y liderazgo será el único camino para retener a colaboradores capaces, empoderarlos, y apuntar a un mutuo beneficio.

EJE N° 9 – COMUNICACIÓN Y ANTROPOLOGÍA

BEBER COMO PRÁCTICA SOCIOCULTURAL: ANTAGONISMO Y SOCIABILIDAD EN LA CIUDAD DE COCHABAMBA BOLIVIA.

*Lic. Marcelo E. Babio
DNI 14462699*

*Unicen – Facultad de Ciencias Sociales – NACT ECCO.
marcelo.babio@gmail.com*

Esta ponencia ilustra los resultados de la tesis doctoral de nuestra autoría cuyo título es “Beber en la ciudad de Cochabamba, Bolivia: escena comunicacional y prácticas socioculturales”. Se trata de un esfuerzo de comprensión del acto de beber en general, un estudio acerca del beber, de la bebida y de los bebedores. Esta ponencia apunta a ilustrar un esfuerzo de comprensión acerca del espacio social cochabambino a partir de las prácticas del beber durante el período histórico 2002. Estas dos cuerdas se trenzan en un nudo de relaciones. La práctica de beber operará como un “revelador”, como un hilo conductor acerca del ser elusivo de Cochabamba. El espacio social cochabambino nos permitirá situar el sistema de coordenadas que ubican al bebedor en el aquí y ahora de la práctica de beber. La metodología utilizada fue de tipo cualitativa mediante la realización de grupos motivacionales y experiencias etnográficas consistentes en salidas nocturnas con individuos de diversas edades, así como observaciones no participantes en diversos tipos de locales. Los resultados nos permitieron avanzar en la comprensión de las tensiones internas que atraviesan el mapa de la ciudad a través de las prácticas de ingerir bebidas alcohólicas consumidas en su sentido sociocultural.

Esta ponencia retoma la referencia empírica de las prácticas concretas de ingesta alcohólica en la Ciudad de Cochabamba Bolivia en el año 2002. Toda indagación en las ciencias sociales y del hombre, enuncia Passeron, se encuentra indexada históricamente, cobra su verdadera magnitud cuando se la vincula con problemáticas situadas en coyunturas fechadas y conceptos cuya validez se justifica contextualmente. (Passeron, 2011) Se trataba de un período lleno de tensión en el cual los antagonismos se dejaban entrever de manera clara pero soterrada. Pretendemos hacer lugar a las tensiones antagónicas que atraviesan el territorio de Cochabamba, (Laclau, 2004), comprender la ciudad como una entidad incompleta, abierta a las tensiones que enfrentan lo popular a lo dominante. Se trata de tensiones que adquieren diversas voces, comunicar no es sólo articular un discurso explícito: el antagonismo toma muy diversas vías de manifestación. En nuestro caso las bebidas alcohólicas y la práctica de beber funcionarán como un “líquido revelador” que trae a primer plano el quién es quién en el territorio fracturado de Cochabamba. El decir de la unidad, el decir de la identidad comunitaria se encuentra, así, fuertemente cuestionado por prácticas sociales y culturales atravesadas por un antagonismo sordo que hará eclosión en los años venideros, pero que, hacia el 2002 se podía leer en

el hacer de los sujetos situados en la escena comunicacional en la que comparten un trago. Elegir una bebida, es elegir con quién se bebe y la fiesta, por masiva que sea, siempre tiene inscriptos los rasgos de lo propio y de lo ajeno.

BEBER – ANTAGONISMO – CUERPO

LOS NUEVOS BORDES. EL APOORTE DE RITA SEGATO A LA INVESTIGACIÓN DEL RACISMO DESDE LA COMUNICACIÓN SOCIAL COMO FENÓMENO ACTUAL

María Paula Díaz
Universidad Nacional de Río Negro
mariapauladiazunrn@gmail.com

La antropóloga Rita Segato se inscribe en la perspectiva descolonial de Aníbal Quijano y entiende que la raza es signo y por tanto es una construcción móvil. La raza, entendida desde la negritud o la etnia, es ahora una construcción académica que contiene un elemento vitalizado: el signo.

Como tal, el signo puede ser el color o la ascendencia, pero también puede ser la edad, la identidad de género, el género, la clase, etc.

Sobre el machismo, Segato afirma que se trata del brazo instrumental del sistema patriarcal y que es, al fin y al cabo, una de las formas de racismo.

A partir de estas ideas, Segato da herramientas para el análisis de una de las problemáticas históricas con que se ha enfrentado el prolífico campo de las ciencias sociales, en general, y el de la Comunicación Social, en particular.

La comunicación, al respecto, puede tomar estas ideas y capitalizarlas al punto de hacer de ellas una fuente de inspiración instrumental para analizar el mundo que nos rodea.

Esta meta, sin embargo, no prescinde de obstáculos: a menudo, la comunicación social se vuelve celosa de su esfera de acción y considera un riesgo abrirse a los temas que –desde una visión histórica- pertenecen a la episteme de la antropología.

En el presente trabajo busco identificar cuáles son los aportes que Segato hace al campo de la investigación en comunicación social brindando nuevas herramientas útiles para abordar temáticas urgentes y que forman parte de nuestra agenda actual como comunicólogos. E ilustrar dicha potencia en el análisis de un problema de investigación particular: el fenómeno del racismo en un espacio público particular como es la costanera de la ciudad de Viedma, Río Negro.

RACISMO - COMUNICACIÓN - ESPACIO PÚBLICO

CONJETURAS PARA PENSAR UNA ETNOGRAFÍA COMUNICACIONAL

Valeria Vivas Arce

Facultad de Periodismo y Comunicación Social – UNLP

v.vivasarce@gmail.com

El presente trabajo presenta una reflexión crítica acerca de las posibilidades de realizar una aproximación analítica enmarcada en una investigación de tipo etnográfica desde una perspectiva comunicacional tomando como matriz la propuesta definida por el antropólogo Michael Agar, en el sentido de pensar una indagación que parte de una perspectiva epistemológica tal que nos permite conocer fenómenos sociales y producir nuevos conceptos al respecto, a través de la lógica de tipo abductiva (Peirce, 1906) iterativa y recursiva.

La idea es explorar esta posibilidad que sitúa la lógica de tipo abductiva o conjetural en Peirce como aquella pertinente en el tipo de conocimiento que se genera en la exploración de tipo etnográfico entendiéndolo que se presenta como camino pertinente para pensar el estudio de la producción discursiva de los fenómenos sociales. Explorar las potencialidades de ese cruce entre ciertos modos de abordaje de la antropología y otros de la comunicación, permite no solo volver sobre los fundamentos de la producción social de sentido sino también enriquecer los aportes teórico metodológicos para el trabajo académico en ese intersticio.

COMUNICACIÓN – ETNOGRAFÍA - ABDUCCIÓN

EJE N° 10 - CONSUMOS MEDIÁTICOS Y TECNOLÓGICOS / APROPIACIÓN SIMBÓLICA

OTAKISMO Y CULTURA TRANSMEDIA: APUNTES SOBRE EL CONSUMO FAN DE MANGA Y ANIMÉ EN UN CONTEXTO DE CONVERGENCIA

Federico Álvarez Gandolfi

*CONICET – Instituto de Investigaciones Gino Germani - Facultad de Ciencias
Sociales (UBA)*

federicoalvarezg@gmail.com

Esta ponencia se plantea problematizar el concepto de transmedia, revisado en términos generales por autores como Henry Jenkins (2015) o Carlos Scolari (2013) y cada vez más en boga en los estudios sobre comunicación, a partir de un caso específico: el otakismo, es decir, el fanatismo por el manga y el animé (Álvarez Gandolfi, 2017). En este sentido, se presentará un análisis de lo transmediático desde la óptica del consumo, en un marco en el cual predominan las reflexiones sobre facetas vinculadas con la producción, las industrias, la circulación y, en un sentido amplio, los textos fuente.

Sobre la base de observaciones realizadas anteriormente respecto de los sentidos restringidos y ampliados que puede adquirir el vocablo “transmedia” (Borda y Álvarez Gandolfi, 2016), se profundizarán interpretaciones alrededor de las dinámicas que atraviesan las prácticas de consumo asociadas a los fans del manga y del animé. De este modo, se discutirán los enfoques dominantes en relación con el fenómeno transmediático, que atraviesan los modos de pensarlo comercial y académicamente a lo largo de su evolución, desde sus orígenes hasta la actualidad.

Para ello, se contrastarán las características teóricas que se les adjudica a las audiencias como “prosumidoras” con el despliegue de prácticas concretas de apropiación fan de productos transmediáticos que se asocian con el otakismo, en un contexto general de convergencia entre múltiples medios tradicionales y plataformas digitales, y al calor de diversas industrias culturales japonesas vinculadas con las historietas, las animaciones y hasta los videojuegos.

Tal contraste servirá para matizar ciertas lecturas optimistas en torno de la cultura participativa, la productividad fan, la colaboración, la horizontalidad y la creatividad que aparentemente serían propiciadas por el desarrollo de Internet. Si bien es cierto que el contexto actual de digitalización y consolidación de una cultura de la convergencia entre medios habilita otro tipo de vínculos entre los consumidores, no hay que dejar de contemplar las relaciones asimétricas de poder que atraviesan sus modos de relación. En el caso del otakismo, estas se despliegan alrededor del cruce entre un clivaje etario y otro de clase en función del cual no todas las prácticas, significaciones y apropiaciones son legitimadas ni tienen el mismo valor dentro del fandom otaku o grupo de fans del manga y del animé.

PROSUMO – FANS - TRANSMEDIA

LA CULTURA LIBRE COMO ESPACIO DE LIBERTAD

Rubén M. Carruego

DNI 13985342

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras

Universidad Nacional de General Sarmiento, Instituto de Ciencias

rcarruego@gmail.com – rcarrueg@ungs.edu.ar

TW: @UeRuben

FB: www.facebook.com/rcarruego

Pensar las relaciones entre la circulación del conocimiento y los nuevos contextos digitales supone, entre otras dimensiones posibles, el tratar de entrever sus enlaces, sus “conversaciones”, como una nueva forma de interpretar algunas de las manifestaciones de la cultura en nuestra época.

Estas conversaciones suponen nuevos contextos, porque las nuevas tecnologías están cambiando las formas de relación entre las personas, las entidades digitales y sus sistemas de símbolos. Estos nuevos sistemas nos obligan a repensar las estructuras tradicionales de comunicación (emisor, receptor, mensaje, canal, código, ruido) por otras nuevas relaciones donde aparecen desigualdades entre las potencialidades de cada elemento. Estas relaciones de poder hacen que muchos que reciben los mensajes sean consumidos por el receptor, como bien señala Lessig, en modo de “sólo lectura” (*read-only*), donde una cultura de ese tipo es una cultura que está “menos versada en el desempeño o en la creatividad amateur y se siente más cómoda (pensar: sofá) con un consumo sencillo”.

En este contexto desigual, de enorme proliferación de medios de difusión y de mensajes por distintos canales y de distinta intensidad, aparecen algunas manifestaciones que pretenden cambiar el sentido de este contexto, introduciendo nuevos elementos en la comunicación como la justicia y la democracia, y pretendiendo darle un nuevo impulso a la creatividad tanto individual como grupal.

Entre estas nuevas manifestaciones encontramos al movimiento “Free Culture” o “Cultura Libre”, que propone pensar a las creaciones culturales y sus intercambios como un espacio donde la llamada “Propiedad Intelectual” se rija por otras reglas que las tradicionales.

Cultura Libre es un movimiento social global, masivo y en desarrollo. Este movimiento tiene la intención de mejorar nuestra sociedad a través del libre flujo de información, posibilitando la libre creación, flujo y modificación de las obras creativas y del conocimiento.

Igualdad, pensamiento crítico y democratización de la cultura, así como la crítica al discurso y a las formas del poder, son pilares básicos en la Cultura Libre. La cultura de las creaciones colaborativas pretende generar espacios donde las creaciones culturales y artísticas tengan una intencionalidad de contar sus propios mundos; que estas creaciones le sirvan a otras personas para seguir creando, y en definitiva que crezcan más libres. Cuando se habla

de compartir conocimiento se tiende hacia ese mismo lugar, donde los objetos culturales y de conocimiento sirvan a un colectivo social más amplio, que no esté limitado a espacios institucionales o comerciales que marquen las tendencias sobre las que debe pensar y actuar la sociedad, hegemonizando el ideario de las mayorías, operando sobre su imaginario y sus deseos.

En esta ponencia intentaremos contar qué es este movimiento, cuáles fueron sus orígenes, sus bases filosóficas y sus proyecciones, como un aporte a nuestra discusión en la búsqueda de nuevas formas de entender nuestro contexto, donde la cultura se mixtura con la tecnología y los nuevos modos de difusión. También, cómo es su posible aplicación en educación, donde los artistas y no-artistas pueden encontrar su espacio de difusión y de intercambio, creando nuevos conocimientos.

CULTURA, LIBRE, EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN POLÍTICA, PODER Y REDES SOCIALES

Nazareno Lanusse

Gustavo Fabián González

Ramón Flores

José María Barbero

CICPBA – CICEOP – FPyCS – UNLP

nazarenolanusse@gmail.com

Twitter @chinolanusse

El trabajo analiza el entramado relacional que vincula el espacio de la comunicación política y sus tres actores: políticos, periodistas/medios de comunicación y opinión pública, la utilización que hacen de las nuevas tecnologías de comunicación (principalmente las redes sociales) en una interacción de discursos contradictorias signada por la puja del poder, analizando asimismo los usos y apropiaciones intrasector.

Para abordar el estudio tomamos como unidad de análisis el partido de La Plata, se realizó un trabajo de campo llevando adelante un recorte del referente empírico para cada uno de los tres protagonistas del esquema de comunicación política, realizando para observar a los medios/periodistas entrevistas con un cuestionario semiestructurado a los considerados informantes clave del periodismo local, teniendo en cuenta medios gráficos, radiales AM y FM públicos y privados, canales de TV, revistas políticas, portales Web y considerando asimismo la variable grupo mediático.

En el caso de los políticos, el recorte fue similar, se entrevistaron a los políticos considerados informantes clave, en representación de todo el arco dirigenal de la región, consultando a senadores, diputados, concejales, intendente y referentes de partidos políticos sin representación parlamentaria.

En tanto, para analizar al actor opinión pública se realizaron 366 encuestas domiciliarias con preguntas abiertas y cerradas, y además 223 encuestas telefónicas con sistema IVR, todas ellas procesadas por el sistema informático SPSS y desarrolladas en el Partido de La Plata.

En referencia a los medios de comunicación pudo observarse que han debido adaptarse al avance de las redes sociales reconfigurando formas y contenidos,

y que si bien se han sumado más actores al campo profesional, se observa una prevalencia en su capacidad de emitir mensajes al espacio de la comunicación política, representar a la ciudadanía en la publicidad de sus demandas y seguir constituyendo para los políticos el lugar elegido por excelencia para visibilizar perfiles y posturas.

Los dirigentes políticos, por su parte, encuentran en éstas nuevas herramientas de comunicación una forma de dar a luz posturas político partidarias y personales, sin suprimir la clásica relación con los actores mediáticos de nexo ciudadano, desdeñando así la posibilidad y la capacidad de entender a las redes sociales como vehículo activo de interacción políticos/ciudadanos; apostando casi invariablemente a posteos unidireccionales de mensajes e imágenes.

Finalmente, la opinión pública se muestra muy activa en las redes sociales principalmente en una supremacía de actividades intrasector, viviendo la población activa en redes en paralelo los mundos off y on; visualizando en el actor medios un espacio donde plasmar demandas y peticiones, confirmando su baja capacidad de influencia en el actor políticos y una escucha pasiva por parte de éstos.

Por otra parte, no visualizamos que las redes sociales empoderen a la ciudadanía; no encontramos en discursos de políticos, periodistas y ciudadanos argumentaciones que confirmen una capacidad de compensar los desequilibrios de poder actuales.

COMUNICACIÓN POLÍTICA – REDES SOCIALES – OPINIÓN PÚBLICA

EL PERIODISMO DIGITAL EN TIEMPO DE REDES: LA SITUACIÓN EN MEDIOS DE OLAVARRÍA

Lic. Darío Machado
Facultad de Ciencias Sociales – UNICEN
dariomachadof@gmail.com
TW: @dariomachado9

Hace una década atrás Internet dio un giro cuando comenzaron a crecer redes sociales como Twitter y Facebook, a la que más adelante se le sumaron otras. El periodismo, que ya había sufrido una revolución sin precedentes con el arribo de la era digital, comenzó a buscar las maneras de involucrarse en las nuevas plataformas que sus lectores y usuarios ahora hacían uso.

“Su uso en general y por parte de los cybermedios en particular, ha generado una nueva lógica de producción informativa y nuevos desafíos para los editores de periódicos. Su sola existencia, puso a los usuarios y usuarias de la web en una posición de poder más clara y frontal ante la avalancha unidireccional de noticias mediáticas”, refiere Bergero (2013) sobre el rol de las redes sociales; a lo que se le suma la inmediatez y cercanía que ofrecen los smartphones y las redes a través de las cuales sus usuarios se comunican.

Justamente a través de este trabajo se intentará determinar cómo es el vínculo de los medios de comunicación digitales con más usuarios de Olavarría con las redes sociales. Se hará hincapié en evaluar si se genera contenido propio para las diferentes redes o se vuelca automáticamente lo que publican en los sitios

web del medio, cuál es el vínculo con los usuarios y qué uso se les da, entendiendo que, en términos generales, las páginas de noticias hacen poco uso de las redes para lograr mayor interacción y participación con los usuarios. Para este estudio se trabajará con las publicaciones de EL POPULAR (elpopular.com.ar), INFOEME (infoeme.com.ar) y En Línea Noticias (enlineanoticias.com.ar). Además se analizará la situación de un medio de reciente aparición, que no cuenta con una página web, sino que difunde sus noticias sólo a través de las redes sociales.

MEDIOS DIGITALES – REDES SOCIALES – INTERACCION

DOMESTICAR A LAS TIC: ASPECTOS EMOCIONALES DE LAS COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS

*Belén Fernández Massara
Proincomsci - Facultad de Ciencias Sociales
Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
micaiaara@yahoo.com.ar Facebook: Belén Fernández Massara*

Este trabajo se inscribe en los estudios de comunicación en pos de superar las concepciones difusionistas en torno a los alcances de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), explorando los desplazamientos desde el acceso hacia las prácticas de apropiación y uso que efectivamente se realizan en estos entornos convergentes. La educación constituye el lugar estratégico para dimensionar las oportunidades que estas tecnologías ofrecen, tanto por su importancia formativa en la vida de las personas como en base a la atención que reciben por parte de los Estados nacionales en la implementación de políticas públicas, bajo el modelo 1 a 1.

Ahora bien, ¿cuáles son las competencias requeridas y a ser desarrolladas a partir de los aprendizajes tecnológicamente mediados? Estos implican capacidades para organizar información numerosa pero fragmentaria, otorgarle sentidos propios, utilizarla como instrumento válido para comprender la realidad. No es posible entonces escindir las competencias tecnológicas de las competencias comunicativas de vasto alcance, si por tales entendemos las habilidades cognitivas, simbólicas y discursivas implicadas en la producción, interpretación y análisis de significados mediados por tecnologías, el conjunto de condiciones que resultan favorables a su creación y desarrollo, como las disposiciones necesarias para ejercitar esas habilidades en contextos socioculturales múltiples.

Un aspecto que merece mayor detenimiento son las dimensiones emocionales. Nos preguntamos cómo intervienen los deseos, sentimientos y pulsiones que estructuran modos de “domesticar” a las TIC, en el marco de procesos de apropiación simbólica. Venido de los estudios culturales, de la mano de Silverstone, Morley y colaboradores a principios de los '90, la metáfora de la domesticación adquiere notable vigencia para dar cuenta de las experiencias asociadas a los dispositivos móviles, en tanto expresión de la subjetividad de los usuarios a través de la posibilidad de formar y transformar los objetos tecnológicos. Realizaremos algunas aproximaciones en base a la investigación en curso (Doctorado en Comunicación - UNLP y NACT

PROINCOMSCI- FACSO) acerca de la problemática de la domesticación, que atraviesa, a la vez que desborda, los esfuerzos de inclusión digital. Allí se revelan márgenes reconocibles para una acción educativa que comprenda críticamente las actuaciones cotidianas donde los/las jóvenes se relacionan con las TIC, definiendo a partir de ellas condiciones complejas y diversificadas de subjetivación.

DOMESTICACIÓN TECNOLÓGICA – COMPETENCIA - SUBJETIVACIÓN JUVENIL

LA PARTICIPACIÓN DE LOS USUARIOS EN LOS DOCUMENTALES DEL SIGLO XXI

Silvina Mentasti
FACSO-UNICEN
silmentasti@gmail.com / @SilvinaMentasti

Este trabajo se enmarca dentro de la línea de investigación Mediaciones Tecnológicas y Comunicación Digital (MT&CD) perteneciente al Núcleo de Investigaciones Científicas ECCO (Estudios de Comunicación y Cultura en Olavarría) dirigido por la Dra. Mónica Cohendoz que se desarrolla en la Facultad de Ciencias Sociales de la UNICEN. La línea de investigación mencionada anteriormente enfoca sus trabajos en el impacto social de las Tecnologías Digitales de la Comunicación Global (Magallanes, 2012) que resultan transversales a los procesos de comunicación actual. La propuesta en particular surge en el marco de la convocatoria 2017 de las Becas Estímulo a las Vocaciones Científicas (EVC - CIN) y es retomada para realizar el presente artículo.

El objetivo específico de esta ponencia es analizar las estrategias de engagement de los documentales en la era post PC focalizando en ciertas producciones nacionales. Para realizar un análisis efectivo se tienen en cuenta las nuevas estrategias comunicacionales y su influencia en el cambio de conducta de los usuarios frente a la apropiación y el uso de tecnologías digitales interactivas móviles e hiperconectadas, las cuales les permiten no solamente acceder a múltiples plataformas proponiéndoles contactarse con los productos audiovisuales desde cualquier momento y lugar sino también intervenir en el flujo de la historia, es decir, formar parte activa de la construcción del relato.

NARRATIVAS TRANSMEDIA – DOCUMENTALES – PARTICIPACIÓN ACTIVA – CONSUMO

EL USO DE TWITTER. ENTRE EL MONÓLOGO DE LOS DIARIOS Y EL DIÁLOGO DE LOS PERIODISTAS

Graciela M. Paredes
Universidad del Salvador

graciela.paredes@usal.edu.ar / @Pared_de_Gra

Los periodistas tienen una importante presencia en Twitter ya que esta red social es para ellos una herramienta de trabajo y otorga visibilidad a su trabajo. Varias investigaciones en otros países analizan cómo usan Twitter los profesionales de la información y llegan a la conclusión de que los periodistas creen que las redes sociales sientan las bases para un nuevo tipo de entorno relacional. Además, ellos hacen un uso más creativo de la plataforma que sus medios. Mientras que las cuentas generales de las organizaciones de noticias son incapaces de responder a los comentarios de sus seguidores y actúan como mecanismos unidireccionales para difundir enlaces a las noticias, los profesionales dialogan con los usuarios.

El objetivo de esta investigación es analizar cómo se comportan en Twitter los periodistas argentinos y comparar su actividad con la que realizan los diarios en sus cuentas oficiales y en las de sus secciones y suplementos. La idea es determinar si los profesionales de la información, a diferencia de lo que realizan los medios a los que pertenecen, usan esta plataforma como una verdadera zona de contacto con sus lectores o si siguen la misma línea de los periódicos y la utilizan como un simple canal para divulgar sus propios artículos y conducir a la audiencia a sus páginas online.

Una vez llevado a cabo el estudio sobre las cuentas principales de once diarios (*Clarín, La Nación, Página/12, Crónica, Diario Popular, La Razón, Ámbito Financiero, El Cronista Comercial, Olé, Diario Perfil* y *Tiempo Argentino*) y sobre trece de sus secciones y suplementos, se analiza las cuentas de treinta y tres periodistas que trabajan en ellos, a fin de determinar si los profesionales logran una relación más fluida con sus seguidores.

En una primera investigación, se comprobó que los periódicos argentinos utilizan sus cuentas principales en Twitter como una nueva forma de distribución de las noticias y no como medio para interactuar con los lectores. El porcentaje de interactividad de 6,19% que se encontró prueba que no conversan con los usuarios. En una segunda investigación se determinó que las cuentas de las secciones y suplementos de los diarios en Twitter tienen un grado de interactividad de 9,6%. Se observa así el escaso uso dialógico que hacen los periódicos de sus cuentas principales, y el aumento del grado de conversación en las cuentas de sus secciones y aún más en las de sus suplementos.

En esta oportunidad se intenta ver si el grado de interactividad crece en las cuentas de los periodistas y si ellos mantienen una comunicación continua y eficiente con su audiencia, reconociendo que la característica principal de las redes sociales es el intercambio y la creación colectiva de los contenidos.

PERIODISTAS – TWITTER – INTERACTIVIDAD

EL MAR ESTÁ LLENO DE PECES: REPRESENTACIONES DEL IDEAL ROMÁNTICO EN EL DISCURSO PUBLICITARIO DE TINDER Y HAPPN

Florencia Pavoni Perrotta

Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Buenos Aires (UBA)
pavoni.flor@gmail.com / instagram.com/flordenoviembre

En poco menos de cinco años, las *love apps* se han consolidado como aplicaciones móviles de alcance masivo que facilitan la comunicación entre personas que buscan involucrarse afectivamente con otras. Basadas en procesos algorítmicos y en un complejo entramado técnico, estas *apps* son ejemplos sintomáticos de cómo operan hoy los sujetos en un campo de acción en el que se juegan todo: el mercado del deseo; un espacio en el que las experiencias afectivas van de la mano de lógicas de intercambio y consumo, cálculos de costos y beneficios y hábitos de *rankings* y *castings* ya naturalizados.

La siguiente ponencia pretende dar cuenta de las principales conclusiones de la tesina de grado “Tecnificación y afectividad. El ideal romántico en las publicidades de Tinder y Happn. Representaciones sobre la búsqueda de otro en el mercado del deseo” (Pavoni, 2017).

¿Qué sentidos sobre el amor, el encuentro y la búsqueda de un otro instauran las *love apps*? ¿Cuáles son sus contradicciones? ¿Qué recursos poéticos y discursivos utilizan? Estas son algunas de las preguntas que han guiado el análisis de un corpus compuesto por 25 publicidades audiovisuales de Tinder y Happn publicadas en los canales corporativos de YouTube entre 2015 y 2017.

Asimismo, esta investigación atraviesa un conjunto de temas adyacentes e ineludibles: la búsqueda de un otro como fuente de confirmación, la preocupación por la soledad, la explotación racional del capital erótico, la subjetividad diseñada para el reconocimiento ajeno y las intenciones de reducir los riesgos del rechazo, entre otras problemáticas abordadas gracias a los aportes de autores como Illouz, Bauman, Fernández Porta, Ferrer, Sibilia, Hakim, Barthes y Crary.

Esta ponencia hace poco caso a la reputación de Tinder y Happn como interfaces que facilitan encuentros sexuales casuales, porque sus discursos publicitarios no tienen al sexo como diferencial de venta. Muy por el contrario, prometen encuentros románticos, monógamos y significativos para los usuarios, haciendo uso de recursos reciclados del ideal de amor romántico que tiene a la pareja como prioridad y como principal forma de realización (y confirmación) personal. La hipótesis principal de esta investigación es que el discurso publicitario de estas *apps* no explota las reales capacidades técnicas de estas redes. En lugar de dar cuenta de su capacidad para gestionar una casi infinita oferta de posibles candidatos, las publicidades se limitan a reproducir las tradiciones más convencionales del amor romántico: la monogamia, la exclusividad, la estabilidad emocional, el amor a primera vista. Es sobre esta contradicción que estará desarrollada esta ponencia.

La importancia de estudiar este tema desde las Ciencias Sociales reside en que los éxitos y los fracasos amorosos del sujeto moderno son –en gran medida– sociológicos y culturales. Poder desnaturalizar el discurso heroico e idealista de estos cupidos tecnológicos puede conducirnos a abordar nuestros vínculos en forma más crítica... y menos automatizada.

TINDER – HAPPN - IDEAL ROMÁNTICO – TECNOLOGÍA

USOS Y CONSUMOS TECNOLÓGICOS EN JÓVENES Y ADOLESCENTES

Maximiliano Peret
MTCD – FACSO – UNICEN
maximilianoperet@gmail.com
@maxiperet

El presente trabajo se enmarca en la línea de trabajo Mediaciones Tecnológicas y Comunicación Digital del NACT ECCO de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNICEN. En un contexto donde es creciente el uso de dispositivos móviles, la interacción en plataformas digitales y el consumo de redes sociales en la sociedad en general, este trabajo analiza el impacto que este proceso tiene entre jóvenes y adolescentes.

El uso de múltiples pantallas y variadas interfaces ha modificado sustancialmente las formas de socialización y comunicación, el saber que hacen hoy los jóvenes no sólo con los dispositivos sino también en el contexto que en torno a ellos se construye no permite planificar estrategias y metodologías que permitan contemplar la realidad social a la hora de planificar la educación.

TIC - EDUCACIÓN - CONSUMOS – USOS

EJE N° 11 - CONFLICTO SOCIAL, MOVIMIENTOS SOCIALES Y ACCIÓN COLECTIVA

PARTICIPACIÓN CIUDADANA. MOVIMIENTOS PRESENCIALES Y AGITACIONES DIGITALES. LOS CASOS 20D Y #ASAMBLEANONUCLEAR

*Gregorio Andersen
Fernando Cristian Manrique
Melisa González
Universidad Nacional de Río Negro
gregorioandersen@gmail.com*

El movimiento #AsambleaNoNuclear de Viedma (Río Negro) surge en agosto de 2017 contra el anuncio oficial de instalar una quinta planta nuclear en la zona de la Costa Atlántica rionegrina (Patagonia). Se constituye como espacio de expresión social y de acción colectiva con activismo digital. Similar a lo sucedido, en materia tecnológica, con el Cacerolazo o Argentinazo de 2001 en el país.

Este trabajo se propone realizar un estudio comparado entre los movimientos 20D y #AsambleaNoNuclear. El primer caso, constituido a partir de movilizaciones presenciales que se generaron por Internet y a través de comunicaciones móviles; en tanto, el segundo, organizado a partir de las plataformas digitales. Ambos casos se convirtieron en propuestas de transformación descentralizadas y más abiertas a la participación ciudadana. Los integrantes de estos colectivos se auto convocaron sin intervención de los medios de comunicación tradicionales; complementaron sus acciones entre espacios digitales y físicos; e incidieron significativamente en las decisiones del sistema político (nacional y provincial).

Para el análisis de estas modalidades de activismo político se genera diálogo entre teoría y realidad seleccionada, partiendo de ciertas categorías conceptuales que se cruzan con matrices categoriales cualitativas.

Además, se tiene en cuenta que en uno y otro se halló algo común en sus condiciones de origen: la insuficiencia de la democracia participativa.

NUEVOS MOVIMIENTOS SOCIALES - ACCIÓN COLECTIVA - ACCIÓN CONECTIVA - ACTIVISMO DIGITAL

PROTESTA SOCIAL, MEDIOS Y PODER: LAS COBERTURAS PERIODÍSTICAS SOBRE LOS CACEROLAZOS (1996 - 2017)

*Damián Andrada
Universidad del Salvador
damian.andrada@gmail.com*

La ponencia desarrolla las conclusiones de una investigación realizada en la Universidad del Salvador sobre las coberturas de los diarios Clarín, La Nación y Página/12 de los cacerolazos de mayor significancia en las últimas dos décadas.

Primero se analizó el cacerolazo del 12 de septiembre de 1996 que acompañó al apagón convocado por partidos políticos y sindicatos contra las políticas económicas del gobierno de Carlos Menem. En segundo lugar se estudió el cacerolazo del 19 y 20 de diciembre de 2001, que logró la renuncia del ministro de Economía Domingo Cavallo, y del presidente Fernando de la Rúa.

En tercer lugar se consideró el cacerolazo del 25 de marzo de 2008 en el marco del conflicto entre el campo y el Gobierno de Cristina Kirchner por la Resolución 125 que volvía móviles las retenciones a las exportaciones de productos agropecuarios. El 25 de marzo la Presidente dio un duro discurso que desencadenó en un cacerolazo espontáneo. Finalmente, se estudió el cacerolazo del 8 de noviembre de 2012. Tras la reelección de Cristina, se protestó contra la inflación, el cepo cambiario, la inseguridad o una eventual re-reelección de la Presidente. El #8N lideró un ciclo de protestas que culminó en la derrota del kirchnerismo en 2013.

Esta ponencia suma también el análisis del último cacerolazo ocurrido en diciembre de 2017 en el marco de la reforma previsional. En cuanto a las coberturas, la investigación muestra que los tres diarios mantienen análisis similares en 1996: la metodología de protesta fue un “apagón” acompañada de un “cacerolazo” y bocinazos, su resultado fue exitoso, si bien esto no significaba un cambio político. Ya para 2001, los tres medios siguen de cerca la agudización de la crisis social, económica y política: informan los saqueos que ocurrían a nivel nacional hasta enfocar su mirada en la conflictividad política y los cacerolazos del 19 y 20 de diciembre. Estas coberturas son fundamentales para construir la relevancia de esta protesta en la memoria colectiva de los argentinos. Cabe destacar también que, con sus respectivos matices, los tres diarios realizan coberturas similares.

Sin embargo, algo se rompe en 2008. Mientras Página/12 mantiene su posición de aliado al kirchnerismo y La Nación, como opositor, Clarín abandona su alianza con el Gobierno y tiene una línea crítica hacia Cristina Kirchner. Ya en 2012, las coberturas son radicalmente sesgadas: los medios no informan, sino que promueven, alientan o cuestionan según su posicionamiento político. Finalmente, en 2017 el cacerolazo pasará a un segundo plano o directamente será invisibilizado frente a los incidentes en Plaza de Mayo.

PROTESTA SOCIAL – CACEROLAZO – PERIODISMO – MEDIOS - PODER

ACÁ ESTAMOS. ORGANIZACIONES JUVENILES Y VISIBILIDAD PÚBLICA

*María Cristina Cabral
Claudia Luengo
Sheila Mandadol
John Cortés
Víctor Saravia*

Las agendas de lo juvenil en la Comarca Viedma-Carmen de Patagones, van configurándose en un movimiento de disputa de sentido en el espacio público que transita por los medios de comunicación, las redes sociales y las calles. Desde el proyecto de extensión “Acá Estamos. Organizaciones juveniles, comunicación y visibilidad pública” de la Universidad Nacional de Río Negro – UNRN-, y en articulación con proyectos de investigación que se vienen desarrollando en la Universidad Nacional del Comahue en Viedma y en la UNRN Sede Atlántica, se fueron reconociendo las estrategias de visibilización de las organizaciones juveniles, y de sectores identificados con lo juvenil de organizaciones más amplias como por ejemplo sindicatos, organizaciones de la economía social, ambientalistas y de género. La puesta en común de sus experiencias organizativas, sus estrategias de visibilización y la construcción de una identidad para ser comunicada, fueron reconociéndose en espacios de trabajo colectivo como talleres, producción de campañas conjuntas y eventos públicos. En las actividades propuestas por los proyectos se pudieron intercambiar experiencias comunicacionales, identificar las estrategias llevadas adelante por las organizaciones juveniles y hacer una lectura colectiva del mapa comunicacional local y regional.

JÓVENES – COMUNICACIÓN – VISIBILIDAD – PÚBLICA

EL ROL DE LAS REDES SOCIALES DIGITALES EN LAS RELACIONES DE LOS MOVIMIENTOS SOCIOTERRITORIALES

*María Eugenia Isidro
CONICET / CEGRA – CIH - Universidad Nacional de Río Cuarto
eugeniaisidro@hotmail.com*

Para los movimientos socioterritoriales es importante que sus demandas y acciones colectivas puedan visibilizarse en el espacio público y reconocen el alcance que pueden lograr si las noticias vinculadas a ellos son tratadas en los medios de comunicación masiva. Sin embargo, muchas veces, éstos realizan un tratamiento informativo fuertemente condicionado por sus intereses políticos y económicos. Incluso, en muchos casos, los movimientos sociales se ven invisibilizados en ese tratamiento.

Ante esta realidad, los colectivos han ido encontrando intersticios comunicacionales que le permiten hacerse visibles y dar a conocer sus acciones colectivas superando esas limitaciones que le generan los medios de comunicación tradicionales. Las redes sociales digitales se constituyen de esta manera en una herramienta comunicacional fundamental para los movimientos sociales actuales ya que favorecen tanto la comunicación interna como externa. Sin embargo, este uso también tiene sus desventajas y genera desencuentros.

En este trabajo ahondaremos en los usos de las redes sociales digitales que hace un movimiento socioterritorial de índole ambiental que surgió como

resistencia al agronegocio en Río Cuarto, una agrociedad cordobesa. En términos metodológicos, se trata de un estudio cualitativo en el que se usaron como principales técnicas de recolección de datos la observación participante y la entrevista.

MOVIMIENTOS SOCIOTERRITORIALES - REDES SOCIALES DIGITALES - ESPACIOS DE ENCUENTRO

PRÁCTICAS CULTURALES EN EL PROCESO DE HABITAR EL TERRITORIO EN LA PERIFERIA DEL GRAN LA PLATA. EL CASO DE LOS Y LAS MIGRANTES DE BARRIO ALEGRE, DE VILLA ELVIRA

Pamela Pía López
Instituto de Estudios Comunicacionales en Medios, Cultura y Poder (INESCO)
“Aníbal Ford”
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata/CIC
lpamelapia@gmail.com
Facebook /PameLpez

La siguiente ponencia se inscribe como plan de trabajo de las becas de entrenamiento de la Comisión de Investigaciones Científicas (CIC) de la provincia de Buenos Aires. Tiene como objetivo indagar sobre cuáles fueron y son las prácticas culturales que se desarrollan en el proceso de habitar un territorio que constituyen también a la construcción de la identidad. Se abordará el caso particular de las familias de Barrio Alegre, cuya extensión comprende un perímetro 4 manzanas y 4 cuadras respectivamente. Se encuentra ubicado en la intersección de las calles 614 y 122 en el barrio Villa Elvira, del Gran La Plata, y tiene la particularidad de ser habitado por migrantes de Paraguay y del norte argentino.

La investigación se enmarca en un territorio que fue beneficiado con la ley provincial de Acceso Justo al Hábitat (Nº 14.449) que permitió el proceso de expropiación de tierras que sucedió en La Plata en 2015 y específicamente indaga sobre cuáles fueron y son las prácticas culturales desarrolladas dentro del territorio que hacen a la identidad del barrio, entendiendo que las prácticas culturales y la identidad se constituyen desde la acción colectiva. En la actualidad, dentro de Barrio Alegre existen espacios colectivos que fueron impulsados por los/as vecinos/as del barrio con la participación de actores de la Facultad de Periodismo y Comunicación y la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata. Dichos espacios son: la olla popular, ropero comunitario, apoyo escolar con merendero y la Asamblea de Vecinas/os.

Nuestro trabajo tiene como objetivo aportar a los estudios sobre hábitat desde el enfoque de la comunicación/cultura, esto es entendiendo a la comunicación como procesos de producción social de sentidos. Dicha producción se da en espacios colectivos y contribuye a la construcción de las identidades. Desde una perspectiva como la que aquí retomamos, se comprende pues a la

comunicación como una dimensión de las prácticas socio culturales; tal es que la comunicación no es mero instrumento mediático sino que es relación social y cultural, que sus protagonistas, sujetos significantes y significadores, interactúan en prácticas socio culturales concretas y que es allí, en esas prácticas, donde hay que intervenir para desatar procesos de comunicación (Villamayor, 2006:1).

En la práctica de habitar, se producen sentidos sobre el espacio y sus habitantes, es por eso que resulta competente producir un análisis desde la comunicación. En palabras de Roberta Valdés: “En el habitar urbano se gesta un espacio comunicacional transdisciplinario, que nos obliga a pensar ‘el surgimiento’ de un hábitat en su intersección con lo cultural, lo social, lo político, lo económico y lo legal” (Valdés, 2014). Resulta necesario conceptualizar el habitar como una práctica cultural en sí misma que dialoga de manera constante con diversas prácticas que configura la construcción de identidades y los sentidos y significaciones de los sujetos que la practican.

La metodología de trabajo que se utilizará será desde una perspectiva etnográfica que comprende como técnicas la observación participante y la entrevista.

COMUNICACIÓN – HÁBITAT - PRÁCTICAS CULTURALES

COMUNICACIÓN SINDICAL: ESTRATEGIAS Y PLANIFICACIÓN. EL CASO APA

Lic. María Susana Martins

Facultad de Periodismo y Comunicación Social – UNLP

Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades – UNQ

smartins1074@gmail.com

El presente trabajo se enmarca en el proceso de elaboración de la tesis de final de carrera de la Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Nacional de Quilmes y aborda la comunicación político - sindical del gremio del Personal Aeronáutico (APA) durante el período 2015-2018 en un contexto de conflicto y estigmatización del mundo sindical desde el discurso oficialista. Interesa rastrear aspectos referentes al lugar de la comunicación en el interior de las organizaciones sindicales: cómo se conforman los equipos, los modos de vincularse con el resto de las secretarías, las principales actividades y tareas y su relación con la estrategia política de la organización.

Asimismo adquiere centralidad el análisis de los planes estratégicos de comunicación y su despliegue a corto, mediano y largo plazo, así como la necesaria reconfiguración de la estrategia comunicacional en el cambio de gestión a nivel nacional del año 2015.

En tiempos de destitución enunciativa por parte del discurso oficial, se vuelve urgente mapear y diagnosticar el estado de la comunicación sindical, identificar sus áreas de vacancia y plantear escenarios posibles que permitan que las organizaciones restablezcan los puentes de comunicación con la sociedad, en virtud de la importancia del rol que deben asumir a la hora de dar las batallas simbólicas necesarias para consolidar su identidad.

COMUNICACIÓN SINDICAL – ESTRATEGIA – DESTITUCIÓN ENUNCIATIVA

LAS VÍCTIMAS Y LA BATALLA DE LA VISIBILIDAD. QUÉ DICE LA TEORÍA DEL PERIODISMO

Fernando J. Ruiz
Facultad de Comunicación - Universidad Austral
fruij@austral.edu.ar

Aquellos individuos o grupos sociales que se autoperceben como víctimas para poder ser reconocidas como tales y poder obtener los derechos, deben lograr ingresar a la agenda periodística. Para muchos casos, eso resulta una barrera imposible de superar, y otros lo hacen con mucha dificultad, a veces incluso a costa de afectar su mensaje principal de derechos. Las víctimas, o quienes las representan, deben atravesar los criterios de noticiabilidad periodística. Pero en un primer momento pueden estar ubicadas para la sociedad y el periodismo en la zona del desvío, donde los periodistas no consideran aceptable realizar la cobertura, lo que implica una dificultad enorme para que los periodistas lo incorporen en su agenda. Aquí es en gran medida cuando la lucha por los derechos está asociada a la disrupción y la conflictividad, pues eso les permite a las víctimas ingresar a esos criterios de noticiabilidad. Existe una gran proporción de noticias que tienen relación con esta batalla de la visibilidad, aunque esa dimensión de derechos exigidos no sea la dimensión finalmente más noticiable. En este tema hay una bifurcación de actividad entre el periodismo más militante y el llamado mainstream. Es más probable que la primera visibilización de las víctimas sea desde el periodismo militante, pero la mayor eficacia para lograr la consolidación del derecho necesita la atención y la visibilidad del periodismo mainstream. Esta es una relación esencial para testear los niveles reales de libertad de expresión de una sociedad: la real escucha que los periodistas realizan de quienes se consideran víctimas.

EN BUSCA DE OTROS MODOS DE HACER: LA UNIVERSIDAD Y LA ACCIÓN COLECTIVA

Rosana Sosa
DNI 23788973
Facultad de Ciencias Sociales/Unicen
rsosa@soc.unicen.edu.ar
TW: @rosanaesosa
FB: @rosanasosa

“No habrá justicia social sin justicia cognitiva” dijo alguna vez Boaventura De Souza Santos. Este artículo presenta algunas reflexiones que se derivan de procesos de trabajo enmarcados en la extensión universitaria y que propician espacios para des-aprender y provocar sedimentaciones de saberes producto del encuentro con otros en acciones colectivas y territoriales. Se focaliza en el proceso de trabajo iniciado en 2015 desde el Programa de Extensión de

Economía Social Solidaria y Popular de la Facultad de Ciencias Sociales Unicen.

El análisis y la reflexión procura acercarse a dos cuestiones. En primer término, se aboca a indagar acerca de las tensiones que supone la extensión universitaria para los modos de hacer predominantes en la universidad, favoreciendo un acercamiento a los encuadres de las acciones territoriales y las estrategias implementadas tanto por los sujetos como por las organizaciones implicadas. En segundo lugar, se pretende identificar y ponderar críticamente los modos en que las acciones de extensión son potencialmente interpelladoras tanto de los modos en que la universidad forma cuanto de los modos en que la universidad investiga y produce conocimiento. Ambos ejes y su convergencia buscan dar cuenta, para el caso de referencia, de las tensiones que se evidencian en torno de la gestación de alternativas a los procesos de producción, de valorización de conocimientos y de construcción de nuevas relaciones entre diferentes tipos de conocimiento.

EXTENSIÓN UNIVERSITARIA – ACCIÓN COLECTIVA – FORMACIÓN

MAPEO CULTURAL JUVENIL Y ESPACIO PÚBLICO EN VIEDMA

Luciana Belén Vazquez

Sebastián González

Glenderson López Fagundez

Federico Ovelar

Mg. Sandra Poliszuk

Universidad Nacional de Río Negro (UNRN) / Sede Atlántica (Viedma)

lucianabvazquez@gmail.com

Esta ponencia tiene como objetivo presentar y analizar el proceso de mapeo cultural juvenil realizado en la ciudad de Viedma, Río Negro, como parte de un trabajo más amplio de relevamiento de agregaciones juveniles desarrollado en el marco del proyecto de investigación titulado “Jóvenes, agendas mediáticas y espacio público en Viedma” (Sede Atlántica, UNRN).

El objetivo general de la investigación que comenzó en 2018 es conocer las relaciones que establecen los jóvenes que integran agregaciones juveniles de la ciudad de Viedma con los medios de comunicación regionales en los procesos de construcción de las noticias con protagonismo juvenil y analizar la incidencia que tienen las agendas de dichos medios en los temas y problemáticas que los jóvenes consideran relevantes. Su primer objetivo específico es relevar las agregaciones juveniles en la ciudad de Viedma e identificar los temas y problemáticas que visibilizan en el espacio público.

Los jóvenes aparecen poco en las noticias locales e involucrados, principalmente, con acontecimientos delictivos y hechos de violencia (tanto como víctimas o victimarios) en desmedro de su aparición en otros tipos de acontecimientos. Nuestro trabajo busca contribuir a dar visibilidad a las agregaciones juveniles de la ciudad: sus temas de interés, sus espacios de encuentro; y promover prácticas comunicacionales que legitimen sus voces.

El mapeo cultural es un proceso de creación que subvierte el lugar de enunciación para desafiar los relatos dominantes sobre los territorios, a partir

de los saberes y experiencias cotidianas de los participantes (Risler, J. y Ares, P., 2013). El mapeo cultural juvenil realizado fue un proceso de organización y articulación colectiva que permitió reconocer las prácticas y espacios significativos para las agregaciones juveniles de la ciudad y fortaleció sus saberes y experiencias de visibilidad en el espacio público local.

MAPEO CULTURAL JUVENIL – ESPACIO PÚBLICO – AGREGACIONES JUVENILES

TERRITORIOS EN DISPUTA Y GEOPOLÍTICA SOCIOAMBIENTAL: UNA APROXIMACIÓN DESDE LOS ESTUDIOS CULTURALES

*Florencia Yanniello
Centro de Investigaciones del Medio Ambiente
Universidad Nacional de La Plata – CONICET
florenciaynniello@gmail.com / Twitter @fyanniello*

El presente trabajo propone analizar los conflictos socioambientales y la geopolítica socioambiental desde la perspectiva de los estudios culturales, poniendo particular énfasis en el giro ontológico en relación a las formas alternas de entender las articulaciones entre lo natural y lo cultural para problematizar la noción de “territorio”. Revisando en clave latinoamericana el devenir de estas preocupaciones teóricas intentaremos dar cuenta de que existen diversas formas de entender y ordenar el territorio, que no siempre coinciden con la hegemónica y que los pueblos originarios, y el Pueblo Mapuche en particular, tienen una lógica propia guiada por su relación horizontal con la naturaleza.

Entendiendo que los conflictos ambientales son un tipo particular de conflicto social que suelen darse en el ámbito público, resulta imprescindible analizarlos desde la matriz de los estudios culturales latinoamericanos, para romper con el imaginario de que los temas ambientales son sólo objeto de preocupación de las clases medias acomodadas, que tienen resueltas sus necesidades básicas, y comprender la complejidad de la conflictividad desde lo territorial y desde una mirada eco-céntrica, es decir: un enfoque que quite la prioridad de lo humano sobre el resto del mundo natural y en donde el ser humano aparece como miembro de una comunidad biótica y abiótica interdependiente. Dentro de esta “ideología ecologista” en América Latina suelen retomarse nociones de las cosmovisiones de los pueblos originarios, desde el *sumak kawsay* o buen vivir andino hasta el concepto global de *mapu* (tierra) del Pueblo Mapuche. Para profundizar este abordaje tomaremos el caso de este último pueblo originario de la Patagonia y su relación con el territorio y los conflictos socioambientales que se desarrollan en él.

La grave situación que afronta el Pueblo Mapuche en la defensa de la vida y del territorio se agudiza con los hechos sucedidos en el último año: las muertes de Santiago Maldonado y la de Rafael Nahuel y a las reiteradas amenazas y allanamientos a otras comunidades, resultan indicadores del discurso que señala al mapuche como terrorista o enemigo interno, y sirve como justificación para la aplicación de políticas represivas selectivas.

CONFLICTOS SOCIOAMBIENTALES - PUEBLO MAPUCHE – TERRITORIO

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA PROMOVER PROCESOS DE MEMORIA HISTÓRICA CON MUJERES VÍCTIMAS DE LA VIOLENCIA SEXUAL EN EL MARCO DEL CONFLICTO ARMADO, RESIDENTES EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER - COLOMBIA

Gessler Zúñiga Flórez
Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña – Colombia
gessler72a@hotmail.com

Lina María Arévalo Angarita
Universidad Jorge Tadeo Lozano - Seccional Caribe – Colombia
arevalo.lina@gmail.com

El conflicto armado en Colombia reconocido como tal en el 2011, comprende los hechos ocurridos desde el 1° de enero de 1985 y por supuesto, quienes hayan sufrido las consecuencias de ese enfrentamiento continuo en todas sus formas, son quienes están amparados por la ley. A corte de octubre de 2016, el número de personas afectadas por el conflicto colombiano es, según el Registro Único de Víctimas (RUV), de 7.936.566, de las cuales 16.824 han sido identificadas como víctimas de delitos contra la libertad y la integridad sexual. Miles de mujeres, hombres, adolescentes, niños y niñas, así como miembros de la comunidad LGBTI, han sufrido los horrores de la violencia sexual en el marco del conflicto: una práctica ejercida por todos los actores, que se ha constituido en arma para atacar individual y colectivamente.

La violencia sexual relacionada con el conflicto sigue siendo un hecho generador de desplazamiento en Colombia, que afecta desproporcionadamente a las minorías étnicas en zonas rurales remotas. Los incidentes de violencia sexual contra las personas lesbianas, gais, bisexuales, transgéneros e intersexuales, como una forma de “violencia correctiva” o para “depurar la población”, han llevado a muchos a huir de las zonas que se encuentran bajo la influencia de grupos armados. (ONU O. d., 2015)

Por su parte en Norte de Santander, 631 personas se han declarado agredidas sexualmente; de esas, 576 son mujeres, con el agravante de que en la zona del Catatumbo es donde está el mayor número de víctimas, siendo Tibú el municipio que mayor número de mujeres violentadas registra (107), seguido de Teorama (97), San Calixto (66), Ocaña (42), El Tarra (21) y Convención (16); cabe aclarar que estos no son los únicos centros poblados donde se presenta este flagelo: todos, sin excepción, presentan casos en contra de las mujeres. (RNI, 2016)

Aunque Ocaña ocupa el cuarto puesto con mayor número de mujeres víctimas registradas (RNI, 2016), como cabecera de provincia concentra un alto número de mujeres agredidas sexualmente y recibe además a quienes por ese mismo hecho victimizante se desplazan desde el sur del Cesar y sur de Bolívar; por tal motivo se pensó en generar una estrategia que integrara la identificación de las

víctimas, la ayuda psicosocial y la visibilización de estos casos. Con la orientación del Proyecto Violencias Basadas en Género (VBG) del Consejo Noruego para Refugiados, Regional Nororiente, se realizaron las distintas etapas que permitieron desarrollar este proceso investigativo para promover el reconocimiento y la dignificación de las mujeres víctimas de la violencia sexual y que llegar así a la publicación del libro “Mi cuerpo en el fuego”, recopilación de cinco crónicas que detallan los vejámenes sufridos por las participantes. El trabajo de investigación estuvo orientado por el enfoque cualitativo y combinó elementos de la Investigación Acción Participativa y la etnografía.

VIOLENCIA SEXUAL – CONFLICTO – NARRATIVAS

EJE N° 12 - DISCURSOS, SENTIDOS Y REPRESENTACIONES

“YO, EN TANTO CUERPO DIGO:...”

*Lic. María de las Mercedes Basualdo
mercedesbasualdo@gmail.com
Facebook: Mercedes Basualdo*

El trabajo propone un análisis sociosemiótico del cuerpo marcado como territorio de las miradas. Toda marca sobre la piel comunica aparece como mediadora entre el sujeto social y el mundo que lo rodea. Son huellas que significan más allá del cuerpo. Para Eliseo Verón el cuerpo es capa metonímica significativa, por lo tanto, los tatuajes son biografemas, presenta la relación de los sujetos con la cultura. Esta vinculación emerge como el cuerpo- territorio, donde la mirada actúa dando visibilidad a las afecciones. Los sujetos se agencian de su piel como territorio desde el cual hablar de lo vivido, así el cuerpo es lienzo que porta las señales que hablan de la vida como signo cultural.

CORPORALIDAD - SUBJETIVIDAD – IDENTIDAD

RESIGNIFICAR EL PASADO PARA LEGITIMAR UN PRESENTE SIN FUTURO

*Oswaldo José Da Costa
Facultad de Ciencias Humanas - Universidad Nacional de Río Cuarto
osvaldo_dacosta@yahoo.com.ar
FB: Oswaldo Da Costa*

En un trabajo publicado en 2012 titulado “El pasado como desgracia, el futuro como promesa: estrategias discursivas en CFK”, el filósofo Alejandro Raiter sostiene: “El discurso político se caracteriza por presentar una pararealidad discursiva con ilusiones de referencialidad con el objetivo de lograr un cambio de conductas, creencias y actitudes en los oyentes” (Raiter y Menéndez, 1987). Así, el enunciador construye un relato histórico en el cual el pasado justifica el presente y se contrasta con un futuro venturoso y feliz. Hacia ese futuro se proyectan nuevos valores que constituyen una pararealidad en la cual sus principales actores “quedan calificados y clasificados mediante procesos relacionales (Hodge y Kress, 1993). Analizar a qué participantes se les asignan roles activos o pasivos es otra forma de atribuir culpabilidades y señalar a los afectados.”

Raiter sostiene: “La historia es lo sucedido, pero el relato histórico nunca termina, nunca es pasado. Ese relato, esa historia terminada, está constituida, a su vez, de otros relatos, relatos en presente de otros pasados.

Como ese relato histórico implica otorgarle sentido a la palabra (es decir, establece una nueva relación entre la palabra y el mundo), si las condiciones pragmáticas que lo rodean son adecuadas, puede alterar también las normas sociales imperantes en un punto del tiempo, más allá de si estas rigen las interrelaciones cotidianas e informales o la propia norma legal.

Se genera así un nuevo sentido común social, al que Hugo Aguilar y Verónica Moreyra definen como “el horizonte de evaluación, percepción y enunciación del mundo que las normas sociales de distinto orden performativo ayudan a configurar históricamente”.

En ese contexto teórico, el presente trabajo apunta a analizar cómo hoy -desde otro presente- se confronta también con el pasado, en función de un futuro de bienaventuranza (así, “la revolución de la alegría” ha llegado para redefinir “la década ganada” y transformarla en “la pesada herencia”). Como condición pragmática indispensable, el nuevo relato cuenta con un gigantesco aparato mediático que permite la transformación del significado del pasado (remoto o reciente) para consolidar el presente con la idea de proyectar el mañana. En ese marco, veremos cómo algunos términos se re-semantizan, mutan, se imponen o desaparecen del discurso político: Por ejemplo, la idea de “justicia social” pierde su integridad y es reemplazada por el concepto propagandístico de “pobreza cero”.

Raiter concluye que CFK buscó con su relato “la construcción de un discurso que pueda diferenciarse de otros y adquirir así identidad” y que el “relato histórico” le permitió colocarse como enunciativa por fuera de la polémica.

El discurso de Mauricio Macri parece tener otros basamentos que pretendemos precisar en este trabajo. Nos preguntamos si efectivamente hay un “relato” que pretende deslegitimar aspectos sustanciales de la historia argentina, si hay una estrategia discursiva cuando se habla de la “angustia” de los próceres de Tucumán al declarar la independencia o cuando se reniega de la etnografía y se considera a la población argentina como “europea”, en fin, si existe un “relato” formal que pretende torcer verosimilitudes construidas durante décadas o el discurso político del oficialismo sobre el pasado más remoto (fuera de los 12 años que precedieron al actual gobierno) es producto de la supina ignorancia de quien es el principal vocero del Ejecutivo nacional.

En fin, buscamos advertir -desde un trabajo aún en ciernes- qué valores del pasado se reconstruyen desde el discurso presente para advertir qué representación quiere imponerse del futuro. El discurso oficial y el de los principales voceros gubernamentales será nuestro objeto de estudio.

DISCURSO – PASADO – SIGNIFICADO

LA COBERTURA NOTICIOSA DE LA DESAPARICIÓN DE CECILIA GIUBILEO (1985). LOS CASOS DE CLARÍN Y CRÓNICA

Dra. María Paula Gago

CONICET - Universidad de Buenos Aires - Instituto de Investigaciones Gino Germani

maria_paula_gago@hotmail.com

<https://uba.academia.edu/Mar%C3%AdaPaulaGago>

La presente ponencia se enmarca en un proyecto de investigación más amplio, cuyo propósito es el de analizar los modos de construcción de la noticia policial durante el período 1983-1989. Y su objetivo es muy acotado: estudiar la construcción noticiosa sobre la desaparición de la Dra. Cecilia Giubileo, ocurrida en 1985, en los diarios Clarín y Crónica. Y las hipótesis que lo orientan son dos: 1. Si durante la última dictadura cívico militar en Argentina (1976-1983) la noticia policial fue espacio para la delincuencia subversiva, los asesinos y los “ladrones de gallina” (Gago, 2015) durante el período alfonsinista lo fue para los casos vinculados con mayor o menor cercanía al terrorismo de Estado y a la mano de obra desocupada –ex represores y “servicios de inteligencia”- que en ese entonces cometía delitos “comunes”: secuestros extorsivos (Kessler, 2010). 2. Los modos argumentativos favorables a la vigilancia estricta y al control social absoluto, propios de la época dictatorial (1976-1983), continuaron vigentes en el discurso de los medios de prensa estudiados, aunque con variaciones que el trabajo intentará precisar.

Partimos de considerar a los medios de comunicación como actores políticos (Borrot, 1989) y como formadores de opinión pública. Y a la noticia policial como un tipo de discurso desde el cual se reclama control social (Saítta, 1998) y se articulan identidades sobre las víctimas, los victimarios, una noción de Estado, de justicia, entre otros (Ludmer, 1999).

Proponemos analizar –utilizando herramientas provenientes del análisis crítico del discurso– los núcleos argumentativos desarrollados en dos medios gráficos de circulación nacional, en relación al delito, tomando como caso de análisis de la desaparición de Cecilia Giubileo (1985). Trabajaremos sobre el comportamiento enunciativo de dos medios de prensa gráficos –Clarín y Crónica– por su circulación nacional y su ámbito de influencia y además porque nos permiten comparar continuidades y variaciones en los núcleos argumentativos desarrollados en el discurso de la prensa de referencia y la prensa amarilla.

Prensa Gráfica - Noticia Policial – Alfonsinismo

CIENCIA, TECNOLOGÍA, EDUCACIÓN Y CULTURA EN LA TECNÓPOLIS DE MAURICIO Y DE CRISTINA

Mirian Goyeneche

Facultad de Ciencias Humanas- Universidad Nacional de San Luis

miriangoyeneche@gmail.com

FB: miriangoyeneche

El presente trabajo se encuadra en el módulo Instituciones, Discursos y Poder de la Maestría en Comunicación Institucional de la Facultad de Ciencia Humanas - Universidad Nacional de San Luis-. Se han elegido para el análisis los discursos de Mauricio Macri (MM) y Cristina Fernández de Kirchner (CFK) con motivo de las inauguraciones de la muestra **Tecnópolis** en las ediciones 2016 y 2011 respectivamente. Se tuvo en cuenta que una es la primera dentro

del mandato presidencial de Mauricio Macri y la otra en la 1º edición de la Feria.

Se abordarán los textos de los discursos desde la *Teoría de Los Discursos* de Eliseo Verón. Con esto se intentará acercarse a la construcción de sentidos sociales en los discursos en torno a los siguientes tópicos: ciencia, tecnología, educación.

Finalmente, se analizará la construcción de Ethos y Pathos en el juego discursivo desde Ruth Amossy; para luego presentar observaciones, reflexiones e interrogantes sobre los discursos analizados así como las representaciones sociales de los mismos en relación a la gestión gubernamental en referencia al pasado, el presente y el futuro de I@S argentino@s.

OBJETIVOS

- Reconocer en los discursos los niveles de la enunciación así como los del enunciado.
- Identificar los procesos de argumentación de los discursos como modo de construir sentidos.
- Analizar la construcción Ethos y Pathos en los “juegos” del discurso.

SENTIDOS – EDUCACIÓN – TECNOLOGÍA

QUIEBRE DE LA HISTORIA LINEAL SOBRE LA UTILIZACIÓN MEDICINAL DE CANNABIS

Guillermina Hermani
Facultad de Ciencias Sociales – UNICEN
guillehermani@gmail.com
FB: Guillermina Hermani

El consumo de cannabis medicinal presenta una memoria que nos permite comprender la relación del mismo con los regímenes de visibilidad en tanto manifestación política del reparto de lo sensible. Se propone un análisis de las distintas temporalidades que configuran el consumo medicinal del cannabis, orden de disputa por el sentido de la historia. La concepción benjaminiana de la imagen dialéctica propone un análisis de la imagen como práctica comunicacional de tal modo que su configuración material se manifiesta en el montaje. Se desarrollará esta hipótesis para comprender el orden simbólico de la práctica y contar con la posibilidad de identificar el conflicto político que encierran las imágenes en busca de la transformación.

La lectura de autores como Walter Benjamin, Georges Didi-Huberman, Jacques Ranciere y Richard Schechner será relevante para el abordaje del análisis a la hora de repensar la imagen mediante el uso de conceptos centrales aportados por los mismos; imagen dialéctica, memoria voluntaria e involuntaria, experiencia, historia lineal, sock, imagen que arde, lucha simbólica y performance.

CANNABIS – TEMPORALIDAD - IMAGEN

CONSTRUCCIONES DISCURSIVAS SOBRE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN LOS MEDIOS GRÁFICOS DE OLAVARRÍA Y LA REGIÓN

Laura Hoffmann
María Laura Casamayou
Ailén Daiana Yaquemé
Nubi Fernández

Observatorio de Niñez y Adolescencia - NACT ECCO - FACSO – UNICEN
observatorioinfanciasfacso@gmail.com
FB: Laura Hoffmann

La presente investigación parte del trabajo que desarrolla el Observatorio de la Niñez y Adolescencia de la Facultad de Cs. Sociales de la UNICEN. Entre otras actividades, éste monitorea diarios locales y regionales, produciendo datos y estadísticas sobre el tratamiento que éstos hacen de la niñez y adolescencia.

A casi 30 años de la aprobación de la Convención sobre los Derechos del Niño, la distancia entre la proclama y su efectivización supone aceptar que aún queda mucho por hacer: ¿qué representaciones construimos de la infancia y la adolescencia?, ¿qué rol juegan aquí los medios de comunicación?, ¿qué podemos hacer los comunicadores y periodistas por una agenda más justa para la niñez y adolescencia?

El trabajo retoma las conclusiones del monitoreo de medios que el Observatorio realizó durante el 2016, a partir de más de 200 coberturas periodísticas pertenecientes a tres medios gráficos de comunicación. A través de análisis crítico del discurso como marco metodológico, se reconstruyen los imaginarios que circulan sobre los niños, niñas y adolescentes en los diarios de la región.

Para la teoría del discurso social, en cada época reina una hegemonía de lo pensable y una serie de reglas que establecen modos legítimos de narrar, que marcan los límites históricos de lo decible. En gran parte invisibilizados o representados principalmente como víctimas o victimarios de hechos violentos, en los medios circulan dos tipos de construcciones discursivas sobre infancias: la del "menor", carente, pobre y peligrosa; y la niñez "legítima", del hijo, el alumno o el deportista.

NIÑEZ Y ADOLESCENCIA - MEDIOS DE COMUNICACIÓN - ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO

LAS FUENTES DE LA CUESTIÓN MAPUCHE EN LA PRENSA CHILENA. PROPUESTAS PARA SU ABORDAJE

Nadia Koziner
CONICET-IEALC / UBA-UDD
nadiakoziner@gmail.com
@NanuKoz

El presente trabajo indaga en el tratamiento que cinco periódicos chilenos, dos de alcance nacional y tres de las regiones de Biobío, La Araucanía y Los Ríos, hicieron de la cuestión mapuche durante los primeros dos años del primer Gobierno de Sebastián Piñera (2010-2012) y del segundo Gobierno de Michelle Bachelet (2014-2016). El objetivo es elaborar un instrumento metodológico que permita identificar las fuentes predominantes y el crédito (*standing*) los medios les asignaron durante el período estudiado y en relación con los distintos tópicos alrededor de la temática.

La propuesta se inserta en el proyecto 170001 del Fondo de estudios sobre el pluralismo en el sistema informativo nacional, financiado por la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT) de la República de Chile. En dicho proyecto, radicado en la Universidad del Desarrollo, convergen las miradas teóricas y epistemológicas de un equipo de investigadores e investigadoras de cinco universidades de Chile y de la Argentina. La matriz de análisis creada para la recolección y el procesamiento de los datos incorpora tres grandes dimensiones: una dimensión formal, otra de encuadre y una última de fuentes de información. El trabajo profundiza en las fuentes, así como en su articulación teórico-metodológica con las otras dos dimensiones de análisis.

PRENSA CHILENA – MAPUCHES – FUENTES

LOS CONTENIDOS DE LAS NOTICIAS POLICIALES Y SU RECEPCIÓN: ALGUNAS CLAVES PARA SU ABORDAJE DESDE EL FRAMING

Dra. Nadia Koziner

CONICET - IEALC/UBA – ICEP - UNQ

nadiakoziner@gmail.com

@NanuKoz

Dra. Brenda Focás

IDAES UNSAM - CONICET

Dr. Esteban Zunino

CONICET - UNCUYO - UMAZA – ICEP – UNQ

La criminalidad y la violencia ocupan un lugar central en las agendas mediática y pública de la Argentina. La representación del delito en los medios contribuye con la diseminación de un sentimiento de temor que se asocia, principalmente, con su aleatoriedad, la violencia de cierto tipo de ilícitos y una particular definición de víctimas y victimarios.

En esta ponencia nos proponemos indagar sobre la construcción de las noticias policiales televisivas y su recepción. En especial, haremos hincapié en algunas dimensiones que permiten observar la circularidad de la información policial en los noticieros televisivos.

Es nuestro propósito identificar los encuadres (*frames*) presentes en dos instancias del proceso comunicacional: por un lado, en las noticias sobre delito, violencia e inseguridad de los noticieros televisivos de cuatro ciudades del país

(Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Rosario) y, por otro, en las audiencias de dichos mensajes mediáticos.

El *Framing* es un programa de investigación de las comunicaciones mediáticas que atiende al proceso de circulación de significados, valores y signos desde la sociedad a los medios y viceversa. Los *frames* son principios de organización de la información que se encuentran en la instancia productiva de los mensajes periodísticos, en los textos, en los individuos que los reciben y en las prácticas sociales y culturales de las cuales participan. Algunas dimensiones que se abordarán, tanto en los contenidos como en la recepción son: la construcción simbólica que cada noticiero hace de sí mismo como producto diferenciado y diferenciable, la representación de los distintos actores que componen la noticia policial, la atribución de responsabilidad sobre los hechos que se relatan y la presencia de las fuentes de información en las piezas informativas. Los hallazgos que se presentan surgieron de los proyectos de investigación PIO y PICT "De la propiedad a la recepción. Estudio integral del circuito productivo de las noticias sobre delito e inseguridad en los noticieros televisivos de mayor audiencia de la Argentina".

DELITO - FRAMING - NOTICIEROS TELEVISIVOS

ANÁLISIS DE LOS DISCURSOS SOCIO-COMUNICATIVOS EN TORNO AL CONCEPTO DE IDENTIDAD JUVENIL LATINOAMERICANA. CASO ARGENTINA

María Gladys Mathieu
Facultad de Periodismo y Ciencias Sociales – UNLP
Facultad de Ciencias Sociales – UNICEN
gladysmathieu@hotmail.com
Dr. J. A. Alcoceba
Fac. Cs. Información - Universidad Complutense de Madrid

El proyecto de investigación que aquí se presenta aborda el estudio de la conformación de la identidad juvenil latinoamericana a través de las representaciones sociales de estudiantes universitarios. Dicho proyecto se propone un análisis comparado entre dos países latinoamericanos: Colombia y Argentina; y la correlación con la visión que tienen los jóvenes españoles de la identidad latinoamericana.

La metodología de investigación toma en cuenta el protagonismo de los propios sujetos/objeto de investigación, incorporando herramientas participativas comunicativas como la auto-etnografía y la iconología audiovisual aplicadas por alumnos de comunicación de las universidades participantes.

El interés por realizar este estudio sobre la construcción de la identidad latinoamericana, se fundamenta en la pregunta que se hace Martín Barbero: ¿qué hay de nuevo en nuestra juventud actual sin mixtificar tramposamente su diversidad social? Su respuesta a estas inquietudes pasa por aceptar la posibilidad de fenómenos trans-clasistas y trans-nacionales que su vez, afirma Barbero, son experimentados siempre en las modalidades y modulaciones que introduce la división social y la diferencia cultural.

Para acotar la polisemia del concepto identidad, se toma como referencia a Martín-Barbero (2002) y a Castells (2003), que abordan el estudio de las múltiples identidades a partir de aspectos que pasan por lo cognitivo y expresivo (relatos, imágenes, sonoridades, fragmentaciones y diferentes velocidades). “Estamos ante la formación de comunidades hermenéuticas que responden a nuevos modos de percibir y narrar la identidad, y de la conformación de identidades con temporalidades menos largas, más precarias pero también más flexibles, capaces de amalgamar, de hacer convivir en el mismo sujeto, ingredientes de universos culturales muy diversos” (Martín-Barbero, 2002).

Como lo plantea Álvarez Rodríguez (2001:31), las transformaciones sociales conllevan también transformaciones de los valores y las actitudes en tres niveles básicos: 1. En las estructuras mentales; 2. En las formas de vida y de comportamientos respecto a las costumbres, la percepción del medio y las normas éticas y morales; y 3. En la formalización legal de lo anterior.

De otro lado, la experiencia de existir y además pensarse existente en el contexto de la contemporaneidad, remite a una atmósfera de lo fluido. En tal sentido abordar la identidad, o las identidades si se quiere, como tradicionalmente han sido pensadas, conduce a diversas problemáticas. Quizás una de las más relevantes estaría referida al trasfondo epistémico que da forma a la comprensión de la identidad como fenómeno social. En cierta medida, la dificultad de trabajar o bordear el concepto de identidad, ha posibilitado todos los desarrollos en torno a la constitución de las subjetividades.

El presente proyecto de investigación pretende interpretar la interiorización juvenil valorativa de los discursos (intrafamiliares, grupales, institucionales y mediáticos), transformados algunas veces en imágenes, generados en el contexto de las diversas crisis mencionadas y que operarían como patrones intersubjetivos de representaciones deseables e indeseables, determinando algunas de las prácticas individuales y grupales y configurando lo que se denomina identidad.

IDENTIDADES JUVENILES LATINOAMERICANAS – AUTO-ETNOGRAFÍA – ICONOLOGÍA

REDES SOCIALES Y CAMPAÑA ELECTORAL: EL USO DE TWITTER POR LOS CANDIDATOS CORDOBESES

Ramón Monteiro

*Dpto. de Ciencias de la Comunicación – UNRC
rmonteiro@hum.unrc.edu.ar*

Lilian Vera

Dpto. de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales – UNRC

El objetivo del estudio es reconocer las estrategias de los principales candidatos a Diputado nacional por la provincia de Córdoba en el momento de usar la red social Twitter. El análisis se sustenta en una profusa bibliografía especializada que da cuenta del recorrido del uso de las redes sociales en campañas electorales. Metodológicamente, el trabajo apela a la técnica del análisis de contenido en combinación con la estrategia de inferencia discursiva

lo que permite abordar en profundidad los significados de los mensajes difundidos por cada candidato, más allá de lo meramente estadístico.

El análisis a los datos muestra que los candidatos cordobeses hacen un uso dispar de la red social Twitter. No solo por la cantidad de mensajes difundidos o por la utilización de recursos como la fotografía o el video, sino porque plantean una exigua relación con sus seguidores inhibiendo la posibilidad de la interactividad y bidireccionalidad provista por Twitter.

Twitter es una herramienta tecnológica importante para los procesos electorales. Aún así, la dirigencia política, al menos en la provincia de Córdoba, presenta serias dificultades para un uso adecuado para atraer y consolidar voluntades.

REDES – CAMPAÑAS – TWITTER – CANDIDATOS

DIMENSIONES DE LAS REPRESENTACIONES SOBRE LA TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO ACERCA DE LA TECNOLOGÍA: LAS PERSPECTIVAS DE SUS INVESTIGADORES EN EL TERRENO DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Claudia Isabel Ortiz

*Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Nacional de Córdoba
claudiaisabel.ortiz@gmail.com*

En esta ponencia expondré algunos aspectos de la indagación sobre los aportes de las ciencias sociales a los estudios de la tecnología, considerando la perspectiva de los propios investigadores en el ámbito de la Universidad Nacional de Córdoba. El objetivo de la investigación de la cual parto es poner en foco algunas discusiones tendientes a comprender las representaciones de quienes construyen conocimientos acerca de la tecnología con respecto al uso social que le atribuyen a dicha construcción en clave de vinculación o transferencia en distintos ámbitos productivos, educativos, etc.

En este sentido, la preocupación preliminar que me convoca tiene dos aspectos centrales para la indagación: primero, permite comprender las concepciones de conocimiento que predominan en el terreno de las ciencias sociales y su vínculo con las condiciones sociales que hacen posible su transferencia. Segundo, posibilita identificar las dinámicas de investigación que se ponen en movimiento, visibilizando las formas de la circulación del conocimiento y su dimensión política. También, facilita interpretar la complejidad de la vida académica desde la perspectiva de sus actores, en un determinado contexto social, así como dentro de los lineamientos de políticas públicas en materia de Ciencia y Tecnología específicas.

Abordaré dichos procesos desde la perspectiva de los propios investigadores que construyen conocimientos en torno al problema de la tecnología en el terreno de las ciencias sociales. Sus representaciones a cerca de la utilidad de dicho objeto de estudio en distintos ámbitos (educativo, político, económico, etc.) que orientan y configuran sus interacciones específicas con otros actores involucrados del propio terreno científico u otros. De ahí, se establecen relaciones con respecto a cómo se interpreta la vinculación o transferencia de

los conocimientos producidos y el sentido atribuido a la apropiación social del mismos.

A partir de recuperar las representaciones de los actores involucrados podemos reconstruir cómo intervienen diferentes factores macrosociales e institucionales en la formación subjetiva de sus representaciones. Este es uno de los componentes para leer críticamente la definición política que supone toda práctica de producción y apropiación de conocimientos. El trabajo está organizado en dos partes. En la primera expone los aspectos centrales del diseño de investigación y las condiciones del trabajo de campo realizado. En la segunda parte, expondré algunos resultados preliminares del análisis desarrollado.

REPRESENTACIONES SOCIALES - TRANSFERENCIA DEL
CONOCIMIENTO - CIENCIAS SOCIALES

SINIESTROS VIALES EN LA PRENSA DE OLAVARRÍA: ANÁLISIS DEL TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LA PROBLEMÁTICA SOCIAL EN EL AÑO 2017

Rocío Pereyra
Facultad de Ciencias Sociales - UNICEN
rociopereyra.cs@gmail.com
FB: Rocío Pereyra

Los medios de comunicación se constituyen en un ámbito muy importante en la construcción de conocimientos sociales, es a través de ellos que ciertos acontecimientos se presentan ante la opinión pública como problemas. El ejercicio periodístico ordena y narra “lo importante” en cada momento histórico. Por lo tanto es necesario la realización de investigaciones de análisis de las producciones mediáticas para entender de qué manera y de que forma una temática es presentada ante la sociedad. De esta manera podemos visualizar las cristalizaciones de sentido en cada momento histórico.

La alta relevancia del tópico “accidentes de tránsito” en los medios de comunicación pone de manifiesto cómo el registro discursivo ha determinado la concepción y la interpretación de los siniestros viales. Lo cierto es que estos acontecimientos son reconstruidos y narrados como noticias en los medios de comunicación y mayoritariamente la información de los siniestros sólo describe los hechos y no son desarrolladas en profundidad sus causas y consecuencias. Por lo tanto las noticias presentan sólo un recorte del problema social e invisibilizan cuestiones relevantes para la agenda pública. El siguiente trabajo de investigación se enmarca en el Proyecto Interdisciplinario Orientado: “Los accidentes de tránsito como problema social: una mirada integradora del siniestro” del Núcleo de Investigaciones Científicas Estudios en Comunicación y Cultura de Olavarría y presenta el estudio de las noticias sobre siniestros viales del año 2017 en la ciudad. La temática presenta un problema social complejo y demanda la producción de conocimientos científicos para promover la seguridad vial de la población.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN - SINIESTROS VIALES - PERIODISMO –
OLAVARRÍA

CÓMO DEFINEN Y COMUNICAN LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS LA VIOLENCIA

*Raquel Soto
Gabriela Pagani
FCEyCS - Universidad del Salvador
raquel.soto@usal.edu.ar*

En los últimos años se ha producido lo que Garriga Zucal y Noel (2009) han denominado una "inflación retórica" del término violencia, que da cuenta de su expansión y dominio en diferentes esferas y prácticas sociales. Este polisémico concepto, reúne diversos y cambiantes sentidos, que nos permiten abordar los fenómenos de la violencia en tanto construcción social.

Se trata además de una temática que integra la agenda social problemática del Estado (Oszlak, 2011), cuyo alcance se amplifica por causa múltiples factores, entre los que destacamos la contribución de las nuevas tecnologías –que aproximan episodios físicamente distantes e influye en la velocidad de su difusión e impacto-, y la creciente complejidad sociopolítica que ofrece cada día nuevas y hasta hace unos años inimaginables formas de expresión–como el ciberbullying y el grooming, entre otros-.

Tal heterogeneidad influye en las formas de internalización y naturalización de este concepto y la comunicación, particularmente a través de las redes sociales, contribuye en dicho proceso. Como advierten los autores anteriormente mencionados, se modifica el umbral de los que es considerado o no como una práctica violenta.

Nos proponemos conocer el modo en los jóvenes nativos digitales conciben la violencia e indagar en el modo en que han construido tal representación. Para ello, identificamos tres ejes conceptuales a partir de los cuales construir el marco teórico que nos permita aproximarnos a nuestro objetivo de investigación. Estos son en primer término el concepto de violencia en sí mismo y los abordajes que en torno a él realizan diferentes disciplinas; otro categoría a considerar es el perfil o características de los jóvenes pertenecientes a la Generación Z –nacidos en el 2000- que se encuentran estudiando carreras vinculadas a la comunicación social –considerando la influencia de la noción a indagar en su futuro ejercicio profesional en este campo-, y finalmente la relación entre jóvenes y comunicación en redes sociales, especialmente en Twitter e Instagram.

La articulación teórica de dichos ejes, combinada con una primera aproximación exploratoria a través de grupos de entrevistas, nos ha permitido construir una definición preliminar de la violencia en la percepción de los jóvenes universitarios que integran el estudio.

Esta ponencia busca presentar los principales aportes teóricos que contribuyeron a construir el concepto de violencia según la definen los jóvenes estudiantes de los primeros años de la carrera de Comunicación. Actualmente nos encontramos en la etapa de indagación y análisis de las proximidades y

distancias entre dicha construcción conceptual y la propia práctica comunicacional de los jóvenes en las redes sociales - que dará origen a presentaciones futuras-

JÓVENES – VIOLENCIA - REDES SOCIALES

REPRESENTACIONES EN TORNO AL CUIDADO DE NIÑAS Y NIÑOS EN LA PUBLICIDAD TELEVISIVA EMITIDA EN CANALES DE AIRE ARGENTINOS EN 2017

Mariángeles Vallejos

Centro de Estudios de Nutrición y Desarrollo Infantil (CEREN)

Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires

mariangelesvallejos@gmail.com

El presente trabajo² busca conocer la manera en la que se representan las tareas de cuidado infantil en la publicidad argentina, esto incluye formas, contenidos y recursos. En este caso, se relevaron los anuncios emitidos en los cinco canales de aire de la TV argentina³, tanto en la tanda publicitaria como dentro de la programación, durante 24 horas (120 en total). Con ellos se confeccionó un corpus de comerciales que evidencian escenas de cuidado.

Para la elaboración del corpus se tomaron grabaciones del 7 de junio de 2017, fecha que se presentó como un día típico, no intervenido por fechas asociadas a los niños como son Navidad, el día del niño o el comienzo de las clases.

Se comprenderá al cuidado, según la CEPAL (2012) como “el conjunto de actividades que se realizan a fin de satisfacer las necesidades básicas para la existencia y el desarrollo de las personas”

La intención, por lo tanto, es valerse de dicha información para conocer las maneras en las que se representan a los adultos dadores de cuidado, a los niños y a la práctica de cuidado infantil en sí. Para ello se utilizará el concepto de representaciones sociales para comprender a las formas de conocimiento socialmente elaborado y compartido en el que el mundo social se representa mediante significados, discursos, creencias, ideas e imágenes, con las que los individuos dan sentido a la realidad que les rodea⁴ (Moscovici & Duveen, 2001)

PUBLICIDADES- TAREAS DE CUIDADO- REPRESENTACIONES

² Enmarcado en una beca de doctoral de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires cuyo objetivo es indagar en los hábitos y percepciones del consumo de alimentos de niñas y niños de sectores medios del municipio de La Plata y su relación con los discursos publicitarios televisivos.

³ Telefé, Canal 9, Canal 13, TV Pública y América TV

⁴ Moscovici, S & Duveen, G. (2001). Social representations: essays in social psychology. New York: New York University Press.

EJE N° 13 - EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN, TEORÍAS Y METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN

POSTURAS EPISTEMOLÓGICAS DISIDENTES DENTRO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL: UNA CRÍTICA AL NUEVO MEDIACENTRISMO

Luis Alberto Aguayo Barrios
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales – Universidad Nacional de
Jujuy
lic.barrios.001@gmail.com
<https://www.facebook.com/luisalberto.aguayobarrios.9>

Toda disciplina científica se caracteriza por delimitar, entre otras cosas, un objeto de estudio. En el campo de la Comunicación Social, al ser varias las líneas de investigación, las formas de concebir y de abordar los procesos de comunicación no pueden reducirse sólo a una. Sin embargo, ¿podemos encontrar algunos elementos en común que nos lleven a identificar, aunque sea en términos amplios, un objeto de estudio en la Comunicación?

Más allá de las posibles soluciones o respuestas a esta problemática epistemológica, es indudable que los Medios Masivos de Comunicación (MMC) aparecen como una de las temáticas más recurrentes en las investigaciones académicas de lxs comunicadorxs sociales. Ahora bien, ¿implica esta recurrencia una delimitación? ¿Podemos resolver esta controversia asegurando que los MMC constituye el objeto de estudio de la disciplina?

En su libro, *De los Medios a las Mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Jesús Martín-Barbero (1987) introdujo una categoría a la que denominó *mediacentrismo*. La misma fue utilizada por el autor para criticar todos aquellos abordajes científicos de los *mass-media*, cuyo excesivo enfoque en los procesos de comunicación masiva descuidaban su aspecto relacional e histórico. La postura consiste en una negativa a pensar a la comunicación de forma aislada pues, según él entiende, la única manera de tener una comprensión cabal de los mismos es considerando cómo las determinaciones sociales, culturales, económicas e históricas intervienen en el papel de los MMC, quienes, a su vez, juegan un papel preponderante en las configuraciones de las sociedades.

Sin embargo, aunque la gran mayoría de las investigaciones en Comunicación Social han logrado superar esta suerte de reduccionismo, han surgido nuevas voces críticas que no sólo cuestionan la centralidad que tienen los medios de comunicación dentro del campo de estudios sino que, además, proponen trabajos investigativos, en donde estudian los procesos de comunicación por fuera del ámbito mediático masivo. Esto ha generado una serie de debates acerca de la demarcación de la Comunicación.

¿Cómo distinguimos un estudio de Comunicación Social de uno sociológico o antropológico? El simple hecho de abordar problemáticas de los Medios Masivos de Comunicación, ¿ubicar a una investigación dentro del campo de la

Comunicación Social? ¿Cómo diferenciamos propuestas antropológicas o sociológicas que estudien a los *mass-media* de propuestas específicas de Comunicación?

Estos planteos serán abordados en este trabajo, no con la intención de llegar a una respuesta precisa o a una solución clara al respecto sino, más bien, con el fin de ensayar algunas reflexiones acerca de lo que sería el establecimiento de un nuevo *mediacentrismo* que, a diferencia de lo que propone Jesús Martín-Barbero, implica una hegemonía de los MMC, que no sólo se planta como dominante dentro de los estudios de Comunicación Social sino que lleva, de suyo, un rechazo a todas aquellas propuestas de investigación que vayan por fuera de la misma.

EPISTEMOLOGÍA – COMUNICACIÓN – NUEVO MEDIACENTRISMO

PENSAR DE LOS MEDIOS A LAS MEDIACIONES Y SUS CONDICIONES DE PRODUCCIÓN. VÍNCULOS CON LA TEOLOGÍA DE LA LIBERACIÓN

María del Carmen Cabezas
Secretaría de Ciencia y Tecnología (SECYT)
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba
carmen.cabezas.85@gmail.com

En el presente trabajo se realiza una primera aproximación a las condiciones de producción del libro *De los medios a las mediaciones* de Jesús Martín Barbero; para lo cual se pone el foco en las tradiciones intelectuales de las que se nutre y/o las que marcan un horizonte de posibilidad de enunciación. En ese libro el autor plantea que los medios están insertos en el seno de una cultura, de modo que tanto los medios masivos de comunicación como sus consumidores los atraviesan condiciones históricas, sociales y económicas en un tiempo y espacio específico.

Los postulados del autor además de ser frecuentemente utilizados para abordar problemáticas de comunicación, también han sido analizados en sí mismo (Moragas Spa 2011, Saintout 2009, Alabarces 2008, *et. al.*). Entonces se podría pensar que volver sobre las enunciaciones de Martín Barbero parecería en vano. No obstante, consideramos que aquellos trabajos que tienen por objeto de estudio el pensamiento de Martín Barbero plantean ya sea un balance de la obra en el contexto de los estudios de comunicación, o bien se centran en la vida del autor, dejando en un segundo plano lo que posibilitó la construcción y la emergencia de ese libro.

En este sentido la pregunta que guía el trabajo es: ¿qué tradición intelectual está gravitando en la obra más citada de Jesús Martín Barbero? El objetivo de realizar un análisis sobre las tradiciones teóricas, busca repensar la manera como se estudia el aporte del autor en la historia de los estudios de la comunicación. La pregunta es abordada por un lado desde la perspectiva teórica metodológica de Carlos Altamirano (2005), quien plantea analizar el pensamiento de un intelectual en el seno de experiencias históricas. Por otro

lado, vamos a complementar el análisis con la perspectiva metodológica de Eliseo Verón (1998), quien postula que un discurso tiene significado porque se encuentra en relación con otros discursos, por lo que además de estudiar el texto de referencia es necesario considerar elementos extratextuales, ya sea del pasado o contemporáneos, los que se encuentran presentes a través de huellas textuales.

Retomando a Altamirano, se accede al pensamiento de un intelectual a través de la superficie del discurso, y una forma para interpretarlos es a través de núcleos conceptuales, por medio de los cuales se puede ordenar un conjunto de ideas de distintos autores a partir de un eje. En este proceso investigativo se eligió *lo popular*, ya que es una noción fundamental en la obra de Martín Barbero, y posiblemente lo que lo diferencia en la intertextualidad con otros autores de la comunicación.

En esta primera sistematización, se encontró que la teología de la liberación introdujo un marco interpretativo de lo popular, distinto del que se venía barajando. Aspecto que se puede articular con la obra de Paulo Freire, *Pedagogía del Oprimido* (1968), autor que le permitió a Martín Barbero pensar la comunicación desde América Latina (Restrepo 2010). En este trabajo abordaremos una de las huellas discursivas que dan cuenta de esta tradición: modernidad extraviada.

HISTORIA DE LOS INTELLECTUALES - JESÚS MARTÍN BARBERO -
TRADICIONES TEÓRICAS - LO POPULAR - MODERNIDAD EXTRAVIADA

REFLEXIONES EPISTEMOLÓGICAS DESDE Y SOBRE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA

Belén Fernández Massara

Gastón Marmissolle

María Sol Palleri

Facultad de Ciencias Sociales - Universidad Nacional del Centro de la

Provincia de Buenos Aires

micaiaara@yahoo.com.ar

La importancia de los estudios culturales del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de la Universidad de Birmingham y de los denominados estudios poscoloniales, en las ciencias sociales de los finales del siglo XX y primeros años del XXI, no necesita ser mencionada. Sus actualizaciones de perspectivas fundacionales de las ciencias sociales y la construcción de orientaciones de investigación novedosas, situaron a ambas trayectorias en puntos centrales de la investigación social contemporánea.

Este trabajo pretende reconstruir líneas de continuidad entre los estudios culturales fundacionales, las perspectivas poscoloniales y su intento de síntesis desde algunos autores latinoamericanos (Grimson, 2011; Restrepo, 2012; Cevasco, 2013), desde la consideración de que esta revisión nos sitúa frente a las transformaciones epistemológicas contemporáneas del campo de comunicación y cultura. Las ciencias de la comunicación cuentan con una historia reciente en extensión temporal pero intensa y profunda en lo que hace

a la diversidad de problemas a investigar, los diferentes abordajes metodológicos y la pluralidad de condiciones contextuales en las que fueron llevadas adelante las tareas de indagación científica.

Escribimos estas líneas desde nuestra condición de equipo de cátedra de Comunicación y Cultura I de las carreras de Periodismo, profesorado y licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Asignatura en las que nos dedicamos a la problematización epistemológica de algunas de las perspectivas fundacionales del campo.

El trabajo se organiza al comenzar con una breve síntesis de los recorridos de los estudios culturales llevados adelante por Stuart Hall (2017) y Raymond Williams (2013, 2015, 2018). Luego se detiene en las líneas de continuidad y transformación entre estas perspectivas y los estudios poscoloniales desde los aportes de Said y Williams (2018), Spivak (2013) y Bhabha (2002, 2013). El cierre del trabajo pretende recuperar y actualizar estos vínculos entre estudios culturales y poscoloniales desde las aproximaciones latinoamericanas.

COMUNICACIÓN/CULTURA – ESTUDIOS CULTURALES – ESTUDIOS POSCOLONIALES

EL CONCEPTO DE INTERDISCIPLINA EN COMUNICACIÓN. APORTES CONCEPTUALES

*Diego Gabriel Lingeri
FACSO – UNICEN
Twitter @diegolingeri*

El concepto de interdisciplina hace su aparición en la segunda mitad del siglo XX. La creciente especialización de las ciencias abrió el debate sobre la posibilidad de construir conocimiento científicamente válido, superior y contenedor, de las divisiones disciplinarias.

La Comunicación Social encabalgada en las Ciencias Sociales, se hizo eco de esta forma de trabajo. Allí hay dos hipótesis para tener en cuenta. La primera descansa en la idea de que la comunicación es una interdisciplina. Ya sea por las características del campo de conocimientos, ya por los aportes de otras disciplinas, la Comunicación escaparía a las lógicas disciplinarias. La segunda hipótesis, sugiere que no hay acuerdos epistémico- metodológicos que marquen un camino de acción compartido, para construir conocimiento interdisciplinario.

Así, la discusión sobre interdisciplina en Comunicación sigue abierta. Se trata de pensar cuáles son las condiciones y estrategias para interpelar la interdisciplina desde la Comunicación.

COMUNICACIÓN – COMPLEJIDAD - INTERDISCIPLINA

PERFORMANCES MEDIÁTICAS: ESBOZOS PARA REPENSAR LA ESFERA PÚBLICA

*María del Rosario Millán
Marina Olinda Casales
Pamela Leite
UNaM
copomillan@gmail.com*

Esta presentación esboza una constelación de categorías analíticas y herramientas metodológicas para una aproximación a la esfera pública mediática ampliada (Miege, 2010). Tal despliegue se realiza desde un enfoque situado para abordar las particularidades y desafíos que supone pensar los procesos comunicacionales en un contexto transfronterizo. Por un lado se revisan brevemente los enfoques sobre mediatización, a partir del recorrido por algunas de las tradiciones más relevantes, a fin de problematizar la discusión sobre la esfera pública mediática. Por otra parte, se propone la noción de performances mediáticas y repertorios de acción mediatizados como categorías analíticas que para la indagación de las lógicas y dinámicas comunicacionales. Con ese objetivo se retoman aportes desde la semiótica y análisis del discurso conjugándolos con planteos que provienen de los estudios sobre performances. Se exponen por lo tanto, los recorridos conceptuales, un andamiaje provisorio, para problematizar y caracterizar prácticas de signadas por desigualdades comunicativas y restricciones para el ejercicio del derecho a la comunicación.

MEDIATIZACIÓN – PERFORMANCES MEDIÁTICAS – ESFERA PÚBLICA

COMUNICACIÓN Y CONOCIMIENTO SOCIAL: PROPUESTAS BENJAMINIANAS PARA UNA EPISTEMOLOGÍA DESDE EL DETALLE

*Martín Emilio Porta
Facultad de Ciencias Sociales – UNICEN
mporta@soc.unicen.edu.ar / martiemilioporta@yahoo.com.ar*

“Crear”, “descubrir” e “inventar” son términos que, en la construcción histórica de su significado, remiten a la constitución moderna de tres campos aparentemente autónomos. Así, cuando hablamos de creación, el campo artístico reclama la pertinencia simbólica de este término a su ámbito; pertinencia que le ha sido arrebatada en la modernidad al campo religioso y mítico. Descubrimos en el hacer científico, en la práctica cotidiana de la interacción, de la intervención en la naturaleza, en la sociedad, en la historia, etc. Pero inventamos desde la técnica devenida en tecnología por el proceso de asociación capitalismo/ciencia/ideología.

Esta clara disociación moderna en términos y campos se oscurece al reflexionar sobre los modos del hacer científico-técnicos post siglo XX y nos convoca a pensar en nuevos vínculos transdisciplinarios e interdisciplinarios. El rastreo histórico de constitución del campo comunicacional nos invita a redefinir términos, campos e implicaciones, al tiempo que se nos vuelve apremiante la redefinición de las relaciones entre arte, ciencia, técnica; entre Ciencias Sociales, Comunicación y Filosofía, para debatir una epistemología

comunicacional integradora. El presente trabajo pretende hacer memoria de algunos debates terminológicos implicados en la definición y estructuración moderna de los campos científicos, artísticos y técnicos, al tiempo que intentará estrechar vínculos que acerquen las reflexiones filosóficas al campo científico y, como plantea Hans-Georg Gadamer, devuelva el carácter de verdad al arte y con ello, abrir el juego del conocimiento desde distintas perspectivas obturadas por la objetividad (metódica) científica de la modernidad. Así, los planteos provenientes de la producción teórico-metodológico-epistemológico de Walter Benjamín, nos permiten pensar vínculos entre epistemología y comunicación desde el detalle, desde la irrupción y la configuración de constelaciones, de imágenes. El conocimiento a través de imágenes que Benjamín nos propone, devuelve el carácter experiencial al ámbito del conocimiento y nos permite reflexionar sobre el carácter activo y constructivo del conocimiento sin perder la necesaria vinculación histórica, así como el rescate de la memoria y el olvido. Así, como el ángel de la historia, *ese hereje que hace el futuro de espaldas*, el cientista social se dispone a configurar los sentidos dispersos en los que estalla el presente ante la pregunta, en los que el detalle se encuentra con el todo, recuperando la historia. El presente busca el pasado para resurgir, y éste se libera en el encuentro con el presente, camino al futuro. Así, todo cierra para abrirse, el presente y el pasado se encuentran pero sólo para producir un conocimiento que ilumine la historia pero también el porvenir. No hay utopía sin historia. No hay historia sin utopía.

COMUNICACIÓN – EPISTEMOLOGÍA – IMAGEN

SOBRE LAS RELACIONES ENTRE LAS DISCIPLINAS EN LA EPISTEMOLOGÍA GENÉTICA DE JEAN PIAGET

*Rodolfo Ramos
FACSO-UNICEN / FSOC-UBA
comu_uba@yahoo.com.ar*

En los años '90 emergió con fuerza en las carreras de Comunicación de la Argentina y también de Latinoamérica una afirmación que rápidamente logró amplio consenso, casi sin discusión: los estudios de comunicación, recientemente institucionalizados en el país, deberían reconocerse como no disciplinarios. "Transdisciplina" fue el significante mediante el cual se auto-identificó la cultura académica del campo; pronunciado y repetido por autores relevantes figuró como emblema de diversas jornadas curriculares y congresos. Sin embargo la problemática misma, esto es ¿qué significa transdisciplina? ¿de cuáles tradiciones intelectuales y político-organizacionales afluye? ha sido escasamente debatida Y en particular no se ha prestado atención a los desafíos involucrados en algunas de las formulaciones transdisciplinarias, que promueven la confluencia epistemológica con las ciencias Naturales y Exactas. En ese contexto, el trabajo revisa una de las más sólidas perspectivas entre las que promovieron la confluencia disciplinaria en el siglo XX. La pertinencia de Piaget no se debe al impacto de sus ideas en los estudios comunicacionales; más bien por el contrario, en el campo de comunicación prevalecen miradas

“culturalistas”, opuestas a la propuesta piagetiana, experimental y nomotética. Tampoco remiten a su obra como fundamento epistemológico las corrientes que, en Comunicación, abogan por la transdisciplina. Sin embargo, el nombre de Piaget es reivindicado por el físico Basarab Nicolescu, quien cataloga al suizo -entendemos que controvertidamente- como precursor de su propia y difundida versión de la transdisciplina (Carta de la Transdisciplinaridad Arrábida, 1994, redactada por Nicolescu junto con Edgar Morin). Nos proponemos una evaluación crítica de la propuesta piagetiana sobre las relaciones entre las disciplinas teniendo en cuenta que al menos desde la década del '50 Piaget desarrolló su Epistemología Genética, intrínsecamente inter-disciplinaria. Y que fue uno de los tres autores que introdujeron por primera vez el término transdisciplina en un Seminario de la OCDE (CERI-OCDE, Niza, 1970), acontecimiento que para Nicolescu justificaría el reconocimiento de Piaget como fundador de la transdisciplinaridad.

TRANSDISCIPLINARIDAD - EPISTEMOLOGÍA GENÉTICA -
COMUNICOLOGÍA

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN EN GILBERT SIMONDON

Luis Sebastián Rossi
Centro de Investigaciones Sociales y Políticas – Facultad de Ciencias de la
Educación - UNER- CONICET (CISPO-FCedu-UNER-CONICET)
luissebastianrossi@gmail.com

Tal como señala el título de este trabajo, intentaremos un análisis de distintos puntos de la obra simondoniana que pueden servir de anclaje para investigaciones en el campo de la comunicación. En primer lugar, dado que la figura de este importante pensador del siglo XX ha sido objeto de importantes olvidos, nos detendremos en algunos aspectos biográficos y nos acercaremos a los puntos de contactos entre su filosofía de la individuación, sus estudios filosóficos de la tecnicidad y su psicología de la técnica. En segundo lugar, exploraremos tres elementos fundamentales para pensar los puentes conceptuales entre su concepción de comunicación y de información haciendo hincapié, primero, en las disputas que esas nociones le llevaron a plantear frente a la cibernética y a la teoría de la Forma. A partir de allí, exploraremos las tecnologías audiovisuales y máquinas informáticas que pululan en el interior de su obra y que indican el análisis detallado del problema del simbolismo. Este problema habilita a pensar una reformulación tardía de su noción de concretización y el carácter central de la imaginación y de la invención en la incorporación de los efectos incidentes del medio asociado de los objetos técnicos de la etapa hiperindustrial: redes y conjuntos de máquinas informáticas. Por último, nos detendremos en los aspectos del problema de la *transindividuación* que hacen hincapié en su naturaleza comunicacional.

RELACIONES DE CONFIANZA Y COMUNICACIÓN: EL PERIODISTA EN LA TRAMA DE LO SOCIAL

Carlos Rusconi
Universidad Nacional de Río Cuarto
carlos.rusconi@gmail.com

El periodista, como cualquier otro actor/rol social, puede pensarse inserto en una trama de relaciones sociales; relaciones que vinculan a los periodistas entre ellos, con el medio en el que trabajan, con sus fuentes, con los miembros del público. Relaciones de comunicación que conectan a actores, grupos e instituciones, que se continúan unas a otras y se influyen recíprocamente para definir el tejido social.

Estas relaciones de la cotidianidad laboral de los periodistas se intersectan con diferentes conjuntos de reglas de acción propias de su trabajo, como las que especifica Cyril Lemieux: una *gramática pública*, de toma de distancia, que define las relaciones con las fuentes ante el público, otra *gramática natural* de las relaciones que se actualiza en privado y organiza vínculos de complicidad, connivencia, amistad y una tercera *gramática de realismo* que define límites en las pautas de trabajo: la falta de espacio para un artículo, la falta de tiempo para consultar todas las fuentes requeridas, la falta de flexibilidad ante el compromiso con anunciantes, etc. Hay tensión entre los tres conjuntos de reglas y los distintos tipos de relaciones que generan contradicciones y conflictos y obligan a definir estrategias para mitigarlos.

En este marco, el presente trabajo explora el papel que juega la confianza, como recurso relacional fundamental, en la construcción y redefinición de las relaciones que configuran la socialidad periodística. La confianza es una apuesta sobre las futuras acciones contingentes de los otros, funciona en las relaciones como una disposición cognitiva de los interactuantes, una opinión o creencia acerca de que las acciones de los otros serán beneficiosas o al menos no serán perjudiciales.

Comprender el funcionamiento de la confianza en las relaciones sociales es avanzar en el conocimiento de la comunicación humana, su rol en la constitución del tejido social y, en el campo sustantivo que nos ocupa, en la configuración de la socialidad periodística.

RELACIONES SOCIALES – CONFIANZA - PERIODISMO

EJE N° 14 - LENGUAJES, TECNOLOGÍAS Y NUEVOS MEDIOS

BOOKTUBERS: ENTRE EL CANON Y EL FANDOM LITERARIO

*Francisco Javier Albarello
Francisco Hernando Arri
Ana Laura García Luna
Juliana Quintana
Melissa Kuris
Rodrigo Capeans
Greta María Luján Liverotti
Universidad del Salvador
albarellofrancisco@gmail.com
@Falbarello*

Los *booktubers*, que son aquellos usuarios principalmente jóvenes que producen reseñas de libros en video y las comparten en la red social Youtube, se han transformado en los últimos años en un nuevo tipo de “mediadores culturales” (García Canclini et al, 2014) entre la industria cultural y el mercado de consumidores de libros. En los últimos años, en las ferias del libro de las capitales de los países latinoamericanos más importantes, congregan multitudes de lectores que, replicando las prácticas del *fandom* que caracteriza a la web (Jenkins et al, 2013), se congregan para estar en contacto con sus referentes literarios. Con diversidad de modalidades, que van de la simple recomendación de un libro, hasta quienes se disfrazan de los personajes que aparecen en las historias que cuentan, los *booktubers* construyen un personaje que, siguiendo el estilo desenfadado e informal de los *youtubers*, busca su público. En esa búsqueda, se produce una tensión entre el *booktuber* como personaje y la vida íntima de los jóvenes que deciden recorrer este camino. La autopercepción que estos jóvenes tienen de sí mismos, muchas veces dista de aquella que genera la red social Youtube, con su lógica de popularidad e interacción basada en recomendaciones y comentarios. La popularidad temprana a la que acceden y la devoción a sus fans genera en ellos exigencias sobre el tiempo dedicado a las videorreseñas, cuestión que aparece en modo recurrente en sus producciones. A esa tensión se suma la relación con las editoriales, las cuales buscan a través de ellos una ventana más de distribución de sus productos dirigidos al segmento de público adulto joven y que colisionan muchas veces con la lógica colaborativa de la Web (Jenkins, 2008). Finalmente, un hecho que añade complejidad al fenómeno tiene lugar cuando ellos mismos, haciendo uso de la fama alcanzada, cruzan la barrera y se transforman en autores, produciendo un híbrido entre canon y *fandom* que caracteriza a la cultura participativa actual.

La presente ponencia es parte del proyecto de investigación “*Las producciones de los booktubers como extensiones narrativas transmedia*” radicado en la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la Universidad del Salvador en el bienio 2017-2018. Aquí presentamos algunos de los resultados de las entrevistas en profundidad realizadas a 10 *booktubers*

argentinos. La investigación se completa con el análisis discursivo de sus producciones, y ambas etapas persiguen el objetivo de generar nuevos aportes en la comprensión de este fenómeno como prácticas de extensión narrativa transmedia (Scolari, 2013).

BOOKTUBER – LIBROS – TRANSMEDIA

PAUTAS PARA EL DISEÑO DE NARRATIVAS MULTIMODALES EN UN MUNDO HIPERMEDIATIZADO

Gonzalo Darío Andrés
Universidad Nacional de Entre Ríos – CONICET
gonzaloandres@fcedu.uner.edu.ar
TW: @gonza_andres

Esta ponencia es el resultado de una serie de reflexiones surgidas a partir de la implementación de dos cursos de actualización profesional destinado a periodistas, comunicadores y diseñadores realizados en la Universidad Nacional de Entre Ríos (Paraná) en noviembre de 2017 y en el centro cultural Demos (Santa Fe) en febrero de 2018. La pluralidad de perfiles profesionales de los cursantes y las temáticas abordadas habilitaron la reflexión sobre las formas, modalidades, potencialidades y dificultades comunicacionales existentes en el actual contexto de creciente mediatización social.

Es sabido que a lo largo de las últimas tres décadas, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) configuraron un entorno socio-técnico de escala mundial que redefinió el escenario sociocultural e infocomunicacional. De modo que en las sociedades contemporáneas el «componente» comunicacional no es un atributo propio solamente de los medios de comunicación sino que forma parte de todas las prácticas sociales. El proceso de mediatización genera, entonces, que las lógicas mediáticas devengan un factor constitutivo de todas las prácticas e instituciones políticas, culturales y educativas.

En este escenario de hipermediatización se retoman conceptualizaciones sobre la multimodalidad (nacidas al calor de los estudios literarios, semióticos y cognitivos a lo largo del siglo XX), a los fines de repensar a las actuales prácticas de creación y distribución de contenidos el periodismo, la comunicación y la educación. De este modo, es posible diseñar una integración de los soportes impresos y 'analógicos' con las dinámicas y ambientes de la virtualidad (sitios web, aplicaciones y redes sociales).

En este marco, aquí se parte del presupuesto de que los comunicadores y docentes pueden ser considerados como creadores y curadores de contenidos que generan tendencias narrativas innovadoras en sus ámbitos profesionales. Más allá de los grados y formas de mediatización existentes en diversos contextos, se concibe que es posible diseñar y desarrollar producciones tecnológicas y textuales de carácter multimodal, que se desplieguen en diversos formatos y que puedan integrar la presencialidad y la virtualidad con los soportes físicos y digitales en una misma narrativa.

En la ponencia, entonces, se presentan pautas -de orden metodológico y tecnológico- para el diseño, creación y distribución de narrativas multimodales que tienen como objetivo contar historias noticiosas, impulsar la creación colectiva de saberes, presentar historias de vida o exponer temáticas. Se considera que un creador de este tipo de narrativas concibe e interviene una trama con las indicaciones, instrucciones y aspectos necesarios para generar producciones hipermediales, hipertextuales e interactivas.

Los interrogantes serían: ¿cómo se diseñan narrativas multimodales en contextos comunicacionales, periodísticos o educativos en la actualidad? ¿Existen criterios generales de diseño de narrativas multimodales que contemple los diversos grados y formas de mediatización? Y en esa línea, ¿cuáles serían las pautas y criterios de producción y distribución de contenidos que combinen la presencialidad física, la interactividad virtual y los soportes analógicos y digitales?

MEDIATIZACIÓN – MULTIMODALIDAD - TIC

HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS PARA ANALIZAR FICCIÓN TRANSMEDIA SU APLICACIÓN A LA FICCIÓN ARGENTINA “SEGÚN ROXI”

*Claudia Chantal Arduini Amaya
Universidad Nacional de Quilmes
yantyarduini@gmail.com
Facebook De Jesus Amaya
Instagram @chantalarduiniamaya*

Desde las últimas décadas se ha estado debatiendo si los medios masivos han llegado a su fin producto del advenimiento de las nuevas tecnologías de comunicación, digitalización y expansión de Internet. Lo que se ha venido gestando desde hace tiempo es, por el contrario, no un reemplazo sino una complementariedad de viejos y nuevos medios que han propiciado un escenario convergente en varias dimensiones: tecnología, política, economía y consumo.

Las ficciones que hasta hace un tiempo se regían por la lógica del broadcasting (visionado en un canal, horario y día determinados) han comenzado a emplear estrategias que les permiten sobrevivir y adaptarse. En la era de la convergencia las ficciones en formato transmedia encuentran su lugar de desarrollo.

El presente artículo propone herramientas metodológicas para analizar ficciones transmedia. El método fue aplicado a Según Roxi una serie argentina ideada por Julieta Otero y Azul Lombardía cuyo universo está compuesto por: una serie de TV de 27 capítulos, dos libros disponibles en ebook y papel, dos espectáculos teatrales, una página web, cuentas en: Facebook, Instagram, Twitter y YouTube.

TRANSMEDIA – CONVERGENCIA - TV OVER THE TOP

PROPUESTA PARA UN MOLDEO DE ANÁLISIS DE LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA NO-FICCIONALES

Martín Eugenio Astigueta
FCECS de la Universidad del Salvador (USAL)
mastigueta@gmail.com
FB: <https://www.facebook.com/martin.astigueta>

El objetivo general de este trabajo que duró tres años fue el indagar sobre la transmedialidad entendida como fenómeno discursivo asociado a relatos no-ficcionales como el periodismo y los documentales interactivos. En lo particular, se buscó analizar diferentes piezas informativas transmedia a los fines de detectar la presencia de elementos comunes y recurrentes que permitan realizar aportes para una sistematización y tipificación de las narrativas transmedia no-ficcionales.

Desde su diseño, esta investigación constó de dos partes. En la primera se procedió a integrar y sintetizar las seis tipologías de las narrativas transmedia más difundidas a la fecha: la de Henry Jenkins, Laurel Ryan, Jeff Gomez, Carlos Scolari, la del Laboratorio de Documentales del Instituto Tecnológico de Massachusetts, y, la del colectivo de investigadores, realizadores y autores del Manifiesto Transmedia. De esta forma, se obtuvo una tipología resultante constituida por un total de 12 principios dentro de los cuales se pueden englobar los elementos presentes en las otras propuestas.

En la segunda fase, se buscó someter la tipología resultante a diferentes análisis cuantitativos y cualitativos para evaluar su efectividad teórico-empírica para la descripción de diferentes narrativas transmedia no-ficcionales. Para ello, se construyó una base de datos conformada por 216 casos de estudio constituido por documentales web y otras piezas interactivas, que fueron analizados con la asistencia del programa informático SPSS. A continuación, se seleccionó una muestra representativa del universo de estudio que fue sometida a un análisis semiótico-narratológico siguiendo los principios de la tipología propuesta.

Los resultados obtenidos durante las diferentes etapas de análisis permitieron comprobar el alto grado de efectividad de la tipología construida para la descripción, sistematización y análisis de las piezas transmedia no-ficcionales. Los 12 principios emergentes de esta investigación constituyen en su conjunto un modelo teórico que ofrece una perspectiva analítica para la comprensión de la transmedialidad como paradigma de producción, distribución y consumo de contenidos no-ficcionales.

NARRATIVAS – TRANSMEDIA - NO-FICCIÓN

LAS REDES SOCIALES DE LOS MEDIOS NORPATAGÓNICOS: DEL FLUJO DE TRÁFICO A LA PRODUCCIÓN NATIVA

*Fabián Bergero
Alejandro Rost
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales
Universidad Nacional del Comahue
beter3@gmail.com
@beter3*

En este trabajo buscamos analizar la estrategia que siguen diez medios norpatagónicos en sus redes sociales. ¿Utilizan los medios sociales en forma nativa o sólo replican lo publicado en la web? ¿Aprovechan las posibilidades narrativas e interactivas de las redes? Lo hacemos a través del desarrollo de una herramienta metodológica que mide ocho variables y que propone tres grados diferentes de dinamismo.

Concluimos que las redes sociales de estos medios transitan la etapa “1.0” que diez años atrás protagonizaron los sitios digitales en la web. Son -en su mayoría- plataformas monológicas, que llevan tráfico hacia la web. Forman parte de una estructura jerárquica en la cual el sitio de noticias digital es la punta de la pirámide y el resto de las plataformas, sus tributarias.

Existen sin embargo algunas buenas excepciones: medios que deciden usar sus redes para crear comunidad, que generan contenidos informativos y multimediales nativos convencidos de que existe una amplia franja de lectores y lectoras -sobre todo jóvenes- que viven en las redes y que no salen de allí por mas que se les ofrezca un enlace.

Lo que aquí se expone es parte de una investigación integral de los medios de la Patagonia norte, que busca conocer cómo son sus dinámicas de funcionamiento. Por eso analiza desde su historia, su evolución en diferentes plataformas, el desarrollo de sus marcas, su modelo de negocios, las rutinas de producción informativa, la relación con sus audiencias, la calidad de las interacciones que generan y los modos en que esta interactividad (o falta de) se retroalimenta en la dinámica de funcionamiento del medio.

MEDIOS SOCIALES – INTERACCIÓN – ESTRATEGIAS

¿QUÉ ES LO QUE HACE FACEBOOK CON NUESTROS DATOS SENSIBLES? ¿CON QUÉ ESTÁ JUGANDO?

*Mila Cantar
UNICEN; WiDE
mcantar@gmail.com*

La acelerada evolución tecnológica de los últimos años ha cambiado radicalmente la forma de vida de las personas y ha puesto en jaque la protección y perspectiva de muchos derechos humanos reconocidos. En este sentido, las redes sociales, como Facebook, han ganado un lugar privilegiado en la vida cotidiana de las personas y en la generación de nuevas formas

relacionales. Cada una de las redes sociales que conforman la web 2.0 permite que las personas compartan ideas, necesidades, aficiones, intereses y gustos. A su vez, habilitan a los individuos a construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema conectado que va definiendo la identidad de cada persona en el mundo virtual. El fenómeno de las redes sociales es tan significativo que, a enero del 2018, existían 3.1 billones de usuarios de diferentes redes en todo el mundo.

En particular, la red social Facebook fue creada con la finalidad de ofrecer a los usuarios la posibilidad de conectarse con familiares y amigos para poder compartir contenidos e intereses. Su uso masivo le ha permitido posicionarse como la red social más utilizada en Argentina y en el mundo. De hecho, no hace mucho Facebook ha festejado tener 2.000 millones de usuarios activos por cada mes.

Dentro de la red social, los usuarios publican todo tipo de información, inclusive aquella que se refiere a sus más profundos pensamientos, personalidad e identidad. La red recopila todos los datos que hacen referencia a una persona, tanto aquellos proporcionados explícitamente por los usuarios sobre sí mismos como los que se extraen de las actividades que estos realizan - mediante la opción de compartir publicaciones o el botón “me gusta”. También es almacenada la información que sobre cada persona proveen otros usuarios; e incluso sobre personas que no son usuarias de la red social. Por esta razón, se ha afirmado que Facebook posee una de las más grandes bases de datos del mundo sobre la identidad digital de las personas.

Esta red social registra con exactitud quién es y quién fue cada usuario, es decir tiene conocimiento de cada huella digital, y arma perfiles teniendo en cuenta todos los cambios de su identidad digital. En este sentido, se ha afirmado que el usuario vivencia paralelamente los procesos de construcción de su identidad en la vida “no digital” y en la “digital”, existiendo una retroalimentación continua de ambas identidades. De esta manera, plasma en la red social cada acontecimiento que considera relevante de su vida y ejerce el libre desarrollo de su personalidad. En estos procesos de construcción de identidad la persona incorpora a la plataforma de Facebook innumerables datos personales sobre qué es lo que le gusta, lo que no le gusta, con quién se relaciona, cuáles son sus elecciones políticas y sexuales, entre otras.

Dado el contexto actual, en el que se está tomando conciencia social del manejo que realiza la red social con nuestros datos personales, es pertinente analizar qué es lo que se considera como dato personal, cuál es la legislación vigente en nuestro país que debería cumplir Facebook, cuáles son los derechos que nos amparan como usuarios y, sobre todo, cómo la red social está vulnerando esos derechos.

**DERECHO LA AUTODETERMINACIÓN INFORMATIVA – FACEBOOK -
DATOS SENSIBLES - DATOS PERSONALES**

NUEVAS NARRATIVAS PERIODÍSTICAS: PERIODISMO Y REALIDAD VIRTUAL

Lic. Julieta Casini
FSOC. UBA – LaE - UNTREF
julietacasini@gmail.com
LinkedIn: Julieta Casini

Las tecnologías digitales con internet a la cabeza transformaron el periodismo del siglo XX. La aparición de los medios digitales produjo cambios en las rutinas productivas, en la concepción de noticia- tanto en su significado en relación con la temporalidad y el acontecimiento, como con las expectativas y necesidades de la sociedad hacia quien se dirige-, situación que articula necesariamente con las renovadas lógicas del mercado empresarial y las mismas condiciones de trabajo. Actualmente vivimos un panorama de rupturas, pero también de continuidades, una etapa de transición y coexistencia de soportes, modelos de negocios y formas de consumo tanto de la era industrial como de la digital. En este contexto donde la digitalización atraviesa todas las prácticas culturales surgen nuevas narrativas y corrientes periodísticas entre las que se encuentra el denominado periodismo inmersivo. Este se entiende como la producción de piezas periodísticas realizadas 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 es una experiencia multimedia inmersiva que replica un entorno, real o imaginario, y permite a los usuarios interactuar con ese mundo sintiendo como si estuvieran allí” (Owen, Pitt, Aronson-Rath y Milward; 2015). Ahora bien, la Realidad Virtual (RV) no es fenómeno reciente, sus investigaciones y desarrollos tecnológicos iniciales, aunque lejos del estado de desarrollo actual son del siglo pasado y hay antecedentes aún anteriores. Sin embargo, en los últimos años ha cobrado nuevo impulso gracias, principalmente, al empuje e interés de grandes compañías “nativas digitales” como *Facebook* y *Google* que dominan en la era digital. Los avances en la captura de video en 360 y en el desarrollo de imágenes en 3D, imágenes generadas por computadora (CGI, por su siglas en inglés), ha permitido el lanzamiento de dispositivos basados en el consumidor.

Esta presentación es un trabajo en progreso de una investigación mayor que tiene como objetivo analizar dichos productos periodísticos realizados y publicados por empresas periodísticas que marcan tendencia en el campo y cuyo origen se ubica en la era industrial por lo que tuvieron que reconvertir sus estructuras a partir del actual ecosistema mediático. En este caso, se propone trabajar con dos diarios digitales pioneros en la realización de narrativas periodísticas inmersivas, específicamente, productos de realidad virtual como *The New York Times* y *The Guardian*, ambos medios con tradición centenaria. Así se busca analizar de qué manera la industria periodística está incorporando las tecnologías inmersivas de RV, cuáles son las nuevas narrativas periodísticas así elaboradas y, entonces, qué transformaciones se producen en la noticia.

PERIODISMO INMERSIVO - REALIDAD VIRTUAL - NUEVOS MEDIOS

LA TECNOLOGÍA DIGITAL COMO MEDIO DE RECONSTRUCCIÓN DE ARCHIVOS Y MEMORIA

*Evangelina Luján Dieguez
Facultad de Ciencias Sociales - UNICEN
evangelina.dieguez@gmail.com
Facebook: Evangelina Dieguez*

Los medios de comunicación y la fotografía construyen memoria, la reconstruyen y muestran su versión de la realidad, así sea real o distorsionada. A partir de la aparición de aparatos electrónicos en formato digital, muchos otros que son analógicos han desaparecido. Por lo tanto, todo el material radiofónico, fotográfico, gráfico y audiovisual no pueden ser reproducidos o no existen aparatos para hacerlo.

Mucho de ese material contiene información de gran importancia o recuerdos memorables para cada comunidad. Es por eso que ciertas personas, de forma individual o grupal, se dedican a recuperar y digitalizar todo este material.

El objetivo principal de esta investigación es, tomando como referencia algunos proyectos y casos de digitalización como ejemplo, conocer como la tecnología digital no ha hecho desaparecer a la analógica, sino que ha sido utilizada para recuperar estos archivos. Además, se pretende mostrar cómo después de cierto tiempo transcurrido, se vuelve a regenerar la memoria o un caso puede ser resuelto a raíz de la digitalización y publicación de estos archivos.

DIGITALIZACIÓN – MEMORIA – TECNOLOGÍA

NUEVOS MODELOS RADIOFÓNICOS: LAS REDES DE PODCAST EN ARGENTINA

*Agustín Espada
CONICET - UNQ
aeespada@gmail.com / Twitter @AgustinEspada*

El sistema de medios de comunicación y la producción de información y cultura se transforma a nivel mundial. Las fuerzas combinadas de la digitalización y la masificación de internet como plataforma de acceso y distribución de contenidos modifican las reglas de juego. En este contexto, la radio participa con la aparición de nuevos actores, formatos y modelos que amplían el campo de "lo radiofónico". El ecosistema radiofónico online es el mar en el que estas novedades se desarrollan, combinan y transforman. Allí surgen los podcasts como nuevos formatos de producción y distribución de contenidos sonoros con características radiofónicas.

El movimiento podcaster está formado por una amplia variedad de participantes: pequeños, medianos, independientes, corporativos, fugaces,

históricos. Este artículo propone la descripción de cuatro casos caracterizados como “redes de podcasts”. Estos proyectos fueron diseñados para y subsisten con la producción de varios programas y aparecen así como emprendimientos pensados por y para la producción de podcast.

La pregunta que se hace aquí es puramente descriptiva y exploratoria: ¿cómo producen, distribuyen y comercializan sus contenidos las redes de podcast en Argentina? Para responderla se realizan un trabajo cualitativo de entrevistas y análisis de contenidos y otro cuantitativo para los niveles de comparación entre los volúmenes y formatos de cada una de las redes.

RADIO – PODCAST – MODELOS PRODUCTIVOS – INTERNET

LA GUBERNAMENTALIDAD ALGORÍTMICA EN FACEBOOK A TRAVÉS DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD OFRECIDO A LOS ANUNCIANTES

Sofía Farías

*Facultad de Ciencias de la Educación - Universidad Nacional de Entre Ríos
sofialfarias@gmail.com*

LinkedIn: www.linkedin.com/in/sofialfarias

La red social Facebook se lanzó en el año 2004 como una red de contactos exclusiva para estudiantes de la universidad de Harvard y fue mutando hacia un entramado digital más complejo, que no sólo integra un perfil de publicación personal, sino también diversos servicios y aplicaciones. Hoy, el entorno virtual creado por el estadounidense Mark Zuckerberg se ha convertido en una herramienta de marketing digital indispensable para el posicionamiento de una marca, cuyo éxito radica en ofrecer a los anunciantes un servicio de publicidad mediante el cual pueden dirigir sus anuncios a un público objetivo, segmentado en función de determinados intereses.

Gracias a las páginas comerciales puestas a disposición por la plataforma, los negocios pueden acercarse a sus clientes y al mismo tiempo, llegar a nuevos consumidores. No obstante, cabe destacar que dicho servicio de publicidad se vale sistemas algorítmicos encargados de recolectar y procesar automáticamente enormes cantidades de datos, dando lugar a la elaboración de perfiles y la conducción de conductas según diversos objetivos empresariales.

Actualmente, se erige un nuevo régimen de poder y saber fundado en el procesamiento digital de información. En tal sentido, el presente trabajo retoma el concepto de gubernamentalidad algorítmica desarrollado por Antoinette Rouvroy y Thomas Berns a fin de establecer un diálogo entre dicha noción y los procesos de generación de perfiles, como interviniendo claves en el servicio de publicidad que ofrece Facebook. Asimismo, esta propuesta se enmarca en el desarrollo del trabajo de tesis para la obtención del título de Licenciatura en Comunicación Social.

FACEBOOK - GUBERNAMENTALIDAD ALGORÍTMICA – PERFILIZACIÓN

COMUNICACIÓN NO VERBAL EN EL MUNDO DIGITAL: LOS APORTES DEL FENÓMENO *EMOJI* A LA INTERPRETACIÓN DE LOS MENSAJES

Mg. Diego García

Licenciatura en Comunicación - UNISAL (Universidad Salesiana)

diegomgarcia@gmail.com / comunicacion.dir@unisal.edu.ar

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/diegomgarciamg/>

La Comunicación No Verbal estudia los procesos comunicacionales que se dan más allá de las palabras, es decir, mediante los gestos, postura y elementos paraverbales de la voz. A partir de un estudio cuantitativo, este artículo investiga cómo funciona -si es que lo hace- ese aspecto en las comunicaciones digitales interpersonales. Específicamente, se pregunta si pueden los *emojis* ser signos que suplan -total o parcialmente- la presencia física del interlocutor. Para hacerlo, recoge los estudios de comunicación no verbal desde que Paul Ekman comenzó a investigar el tema y llega hasta el día de hoy, integrando los aspectos que los *emojis* han sumado a la comunicación interpersonal digital, principalmente a través de canales tales como el *chat*, los mensajes de texto, de *Whatsapp* o servicios similares.

El recorrido del trabajo incluye la mirada de expertos en la materia que comienzan a preguntarse por la semiótica de los *emojis* y la potencialidad que tienen estos símbolos para hacer más simple la expresión de las emociones.

Si estos ideogramas -que se hacen presentes en cada vez más aspectos de la comunicación cotidiana y de la cultura popular- tienen la fuerza necesaria para transmitir no solo emociones, sino también aspectos paraverbales de la supuesta voz oral de los interlocutores, y hacerlo de manera universalmente aceptable, podemos estar frente a la idea de comunicación no verbal digital. Eso es, entonces, el aporte que pretende realizar el presente trabajo.

COMUNICACIÓN NO VERBAL DIGITAL – EMOJIS - COMUNICACIÓN DIGITAL INTERPERSONAL

PODCAST: UNA ALTERNATIVA DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO AUSPICIADA POR CAMBIOS TECNOLÓGICOS

Diego J. Ibarra

DNI: 12.975200

Facultad de Ciencias Sociales. UNICEN.

ibarradiego@gmail.com

TW: @diegojibarra

Los procesos de digitalización e inclusión de internet y redes sociales modifican a los medios provenientes de etapas anteriores como la radio.

Desde hace más de años lo que históricamente conocemos como "la radio" fue puesta en la mira de los nuevos desarrollos tecnológicos, reflexiones

académicas, y perspectivas periodísticas. Potencialidades que bajo el manto de lo inevitable comenzaron a denominarse como "la nueva radio".

A medida que ese futuro se hace presente las potencialidades se transforman en concreciones o por lo menos en posibilidades más precisas de que esos cambios, en principio, de orden tecnológico se conviertan en cambios en la comunicación radiofónica y sus consecuentes prácticas comunicacionales, sociales y culturales. Sobre todo si se piensa en los naturales recambios generacionales y sus nuevas relaciones con las permanentes incorporaciones tecnológicas.

Estos cambios y mutaciones también generan interrogantes sobre la nueva radio. Las características de la radio tradicional son puestas en crisis y constituyen alteraciones en las esencialidades observables de la nueva radio. La ruptura entre una y otra radio desde la perspectiva de la comunicación radiofónica abarca su totalidad. Cambios en la producción y emisión, en la recepción, en la producción de los contenidos, recuperos de formatos y lenguajes, también en las rutinas y formas de trabajo y el lugar de la radio en la sociedad. Este planteo observa a la radio vía internet como el espacio de expansión y prácticas de uso de sonoridades como el podcast o la sindicación de oyentes dentro de un paquete de posibles contenidos de radio a la carta. Prácticas que incluyen estratégicas transformaciones narrativas que apoyadas en las tecnologías disponibles ensayarán nuevas formas expresivas que le permitan relacionarse con nuevos oyentes mediante el desarrollo de nuevos lenguajes radiofónicos.

El podcast constituye el formato u organización productiva narrativa que más se destaca en la transición de la radio tradicional a la nueva radio (ciberradio). Producido bajo criterios de asincronía y por ende pensado para ser emitido en diferentes momentos sin necesidad de atarse al aquí y ahora.

Es justamente su base asincrónica la que le permite al podcast profundizar en temáticas y estilos y recuperar formatos en "desusos" e incluso de manera potencial incursionar de en formas creativa en diferentes propuestas narrativas. El podcast más que convertirse en una competencia con la radio colabora con ésta en el desarrollo de los lenguajes sonoros. No constituye una novedad absoluta desde los géneros y formatos, como sí desde sus circulaciones y distribuciones.

RADIO – PRODUCCIÓN- PODCAST

FICCIÓN EN TIEMPOS DE TRANSMEDIA

*Sergio Magallanes
Facultad de Ciencias Sociales – UNICEN
magallanes.sergio.a@gmail.com*

La narración en este último decenio se encuentra atravesada y desafiada por la convergencia de dispositivos, generando la necesidad de crear nuevas formas de producción y consumo, entre ellas se encuentran las "historias de ficción", en donde algoritmos e interacciones expanden el horizonte narrativo al campo

de lo hipertextual apoyándose en una constelación de medios y plataformas digitales y analógicas, convocando a la participación activa de los usuarios, los cuales no solo tienen la posibilidad de “mirar”, sino también de participar en el proceso creativo (Groisman, 2017).

Ante esta realidad el imperativo es la creatividad, teniendo como objetivo generar redes narrativas originales que den cuenta de una nueva concepción e interpretación de los códigos narrativos que de alguna forma demandan los nuevos usuarios de las tecnologías digitales del siglo XXI.

En este artículo se intentará dar cuenta de las bases teórico conceptual y su puesta en acción en un desarrollo experimental denominado “A LA DERIVA” alojado en la URL: <https://magallanessergioa.wixsite.com/deriva>.

TRANSMEDIA – FICCIÓN – ALGORITMOS – LENGUAJES - MEDIOS

LA COBERTURA PERIODÍSTICA Y EL VIDEO EN REDES EN TIEMPO REAL

Silvina Martínez

Universidad Nacional de Río Negro - Sede Atlántica
silvinadetrelaw@yahoo.com.ar

La utilización de redes sociales para realizar coberturas periodísticas por parte de grandes, medianos y pequeños medios de comunicación evidencia en general un crecimiento continuo que, en menor escala, incluye el uso de transmisiones de video en tiempo real. En ámbitos académicos y profesionales existen coincidencias respecto de las ventajas que tiene este recurso digital, conocido también por su expresión en inglés como *streaming de video*, para dar respuesta inmediata a la demanda de información por parte de las audiencias ante sucesos noticiosos que lo requieran. Sin embargo la práctica en sí misma, si bien no es costosa ni compleja de realizar, es muy poco utilizada en los medios de comunicación de la ciudad de Viedma, capital de la provincia de Río Negro, en la Patagonia Norte Argentina.

El presente estudio se enfoca en la identificación de los sitios web, radios y canales de televisión periodísticos que hacen uso de este recurso en la cobertura de hechos noticiosos que tienen lugar en exteriores como protestas, marchas, accidentes, situaciones problemáticas en barrios, escuelas, instituciones, etc. Se excluye las transmisiones de video en directo que habitualmente se realizan desde estudios de radio o TV, aunque sean en tiempo real, como así también los contenidos que ya han sido grabados.

Las plataformas que se consideran son las que mayormente se utilizan en medios periodísticos y que permiten el *streaming* de video en vivo como Facebook Live, Periscope y Youtube. El trabajo indaga sobre qué tipo de sucesos se cubren, con qué tipo de tecnología y qué niveles de usuarios e interacción se dan.

La transmisión en vivo por estas plataformas permite que la audiencia comente y envíe preguntas en tiempo real al medio, lo cual genera una interacción instantánea que la televisión no permite. Se estima que el volumen de comentarios es diez veces mayor en un video que se emite en vivo que en un

registro grabado y que también aumenta el número de reproducciones posteriores de la misma publicación.

Sin embargo, los resultados preliminares de la investigación reflejan que es escasa la utilización de este recurso en medios de la ciudad de Viedma, con algunas incipientes excepciones. Además, se da el caso en el que algunas instituciones públicas, como lo son la Legislatura Provincial y el Concejo Deliberante de la ciudad, transmiten online en directo en sus respectivos sitios web las sesiones que mantienen y hay medios de comunicación que toman esas emisiones y las embeben en sus sitios retransmitiéndolas.

¿Qué papel desempeñan los periodistas en estas pocas coberturas que se realizan? ¿Cuál es su rol en la transmisión de las sesiones legislativas? Numerosos son los interrogantes y las rupturas que se producen en las rutinas de producción periodística a partir de la irrupción de cada innovación tecnológica que, con su propio lenguaje y tecnología, incide en el proceso comunicacional.

LENGUAJES - TECNOLOGÍAS Y NUEVOS MEDIOS

LA POLÍTICA DA QUE HABLAR: ENGAGEMENT EN MEDIOS Y REDES SOCIALES

Eugenia Mitchelstein

Silvana Leiva

Camila Giuliano

Pablo Boczkowski

Northwestern University

Universidad de San Andrés

emitchelstein@udesa.edu.ar

Esta investigación examina cuales fueron las noticias que despertaron mayor engagement en Facebook y Twitter, a través de un análisis cuantitativo de contenido de las cuentas en redes sociales de ocho sitios de noticias de la Argentina (Clarín, Diario Uno de Mendoza, Infobae, La Nación, La Voz, Página/12, Perfil, y TN) . Con un enfoque desde la sociología del periodismo, agenda setting y estudios sobre redes sociales, examina los temas de 2048 artículos publicados online y la cantidad de "me gusta" que repitieron, las veces que fueron compartidas, y los comentarios o replies que les hicieron los usuarios.

Encuentra que, tanto en Twitter como en Facebook, los medios publican un mayor porcentaje de noticias de asuntos no públicos. Sin embargo, en Twitter, de las 10 noticias con mayor engagement, 8 pertenecen a la categoría "Asuntos Públicos", mientras que las dos restantes son sobre temas de esparcimiento (Sociedad y Deportes específicamente). En cambio, en Facebook, 5 de las 10 noticias más populares fueron sobre "Asuntos Públicos", mientras que las 5 restantes pertenecen a la categoría "Asuntos no Públicos". El trabajo discute las implicancias de estos hallazgos para los estudios sobre periodismo online, fijación de agenda y engagement en redes sociales.

PUBLICIDAD OFICIAL - LIBERTAD DE EXPRESIÓN - ECONOMÍA DE LOS MEDIOS

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN HAN CAMBIADO Y CON ELLOS LA FORMA DE VER EL MUNDO. EL PERIODISTA O COMUNICADOR SE VE EN LA TAREA DE COMUNICAR MEDIANTE UNA INTERFAZ, UTILIZANDO UN METAMEDIO COMO EL SOFTWARE

*Elisa Noelí Molinari
Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales - UCES
elisanoeli@gmail.com
FB: /eli.molinari.9
TW: @NoeliMolinari*

Como comunicadores y profesores tenemos la responsabilidad de brindar las herramientas necesarias para que los futuros periodistas puedan crear, gestionar contenido desde la convergencia tecnológica y esta ecología de los medios.

Es por ello que se comenzó desde la Universidad UCES un proyecto de diario de bolsillo en donde las noticias puedan ser parte de esta inmediatez, de estos tiempos líquidos, de rapidez y consumo de noticias por medio de prosumidores. Estos prosumer que son capaces de reinventar, compartir y viralizar un contenido, receptores activos y participativos, sobre todo en Redes sociales. Este ecosistema se describe con una narrativa transmedia capaz de extender el contenido hacia otras plataformas, online u offline. Transmedia es un concepto reciente y tiene como parte constitutiva la hipertextualidad. En una convergencia en donde parece que nada tiene límites los consumidores y autores de contenidos son multiplataformas en una charla cotidiana entre lo virtual y la realidad contextual.

Dentro del contenido eje, consideramos vital el término multiplataforma el contenido realizado y revalorizado a través de diferentes plataformas, una convergencia digital activa, una manera de ver el mundo, de conectarse con él. La telefonía móvil contribuyó para que cada una de las personas puedan llegar consigo todo lo necesario y conectarse con los demás. El celular hoy se constituye como un anexo a nuestro cuerpo y vida, contamos con esa memoria externa, en donde depositamos momentos, contactos y nuestra conexión con el mundo. El teléfono pasó a ser un elemento más que importante, es casi esencial, es por ello que nuestro diario de bolsillo estará destinado exclusivamente para dispositivos móviles.

Podríamos afirmar que la humanidad se encuentra hiperconectada en estructuras de interfaces. En donde el posible camino se encuentra trazado, pero con la libertad de recorrerlo de diferentes maneras.

La transmedialidad y las diversas pantallas son capaces de interactuar con el usuario en búsqueda de nuevas realidades. Las interfaces cada vez son más intuitivas, y dialogan con las diversas generaciones que comparten las nuevas

formas de comunicación. Un ecosistema que permite la integración de lo conectado, con lo que se encuentra afuera, entre los que nacieron con las nuevas tecnologías y los que nos adaptamos a esta nueva manera de ver y contar el mundo.

CONVERGENCIA - NUEVOS MEDIOS – INTERFAZ

CONTAR HISTORIAS EN TIEMPOS DIGITALES: PRESENTE Y FUTURO DE LOS DOCUMENTALES

*Pablo Martín Oro
Universidad Nacional de San Luis
oropablom@gmail.com*

El nuevo ecosistema mediático y las nuevas formas de contar los hechos que presentan algunas narrativas multiplataforma, con interacción e inmersión, abren un panorama de gran expectativa para la creación y desarrollo de productos periodísticos en los que puedan conjugarse el ejercicio propio de la exposición de los hechos noticiosos y las historias, su necesaria reflexión (cual objetivo del trabajo periodístico) más la posibilidad de darle protagonismo al usuario (bajo la figura del prosumidor) para que no sólo consuma e interprete el contenido dispuesto, sino que además participe del proceso de producción del contenido, ya de carácter colectivo.

El trabajo comienza con un breve repaso histórico del género documental, desde las primeras producciones hasta nuestros días, para contextualizar el valor periodístico que pueden imprimirle en la actualidad los documentales multimedia y/o transmedia a los trabajos de investigación, conceptualmente distintos al documental lineal.

Previo a revisar algunas producciones que resultan buenos ejemplos de una innovadora manera de contar la realidad, realizamos una necesaria mirada sobre el nuevo tipo de consumo cultural y la aparición de conceptos como convergencia mediática, hiperconectividad, ubicuidad, entre otros, que forman parte del abordaje teórico para conocer este nuevo entramado donde se desarrolla una (y ya no tan nueva) manera de relatar hechos de importancia social: El documental transmedia.

WEB DOC – DOCUMENTAL – INTERACTIVIDAD – TRANSMEDIA

RESIGNIFICANDO LA RELACIÓN CON LOS DEMÁS Y CON LOS DISPOSITIVOS EN UNA CULTURA DE LA CONECTIVIDAD

*Abril Williams
Josefina López Mallea
Nahir Miner
Rocío Malnis
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales - Universidad Nacional de Cuyo
abrillwilliams@gmail.com*

<https://www.facebook.com/aabril.williams>

En un mundo donde las nuevas tecnologías están a la orden del día y donde fenómenos como las redes sociales moldean nuestra vida cotidiana, podemos advertir que la socialidad ha sufrido cambios. El siguiente trabajo se da en el marco del Proyecto de Investigación “La crisis de la presencia en el capitalismo cibernético. Una exploración de las prácticas con los nuevos medios por parte de estudiantes de grado de la Universidad Nacional de Cuyo” de la cátedra Seminario de Informática y Sociedad, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNCuyo. Los autores de esta ponencia formamos parte de dicho proyecto.

Partimos de la hipótesis de que existen dos tecnologías que intervienen en las conductas y moldean las subjetividades de las personas en las sociedades occidentales contemporáneas. Estas tecnologías son: el neoliberalismo, analizado como un modo de comportamiento; y la otra es, la cibernética entendida como el estudio y predicción de comportamiento basado en la circulación de información que establece como norma el mantenimiento del equilibrio utilizando lazos de retroacción.

En el marco de una cultura de la conectividad, abordaremos la relación de los estudiantes de la Universidad Nacional de Cuyo con los dispositivos y su relación con los demás a través del análisis de nueve de los veinticuatro casos analizados en la investigación. Nuestro análisis tiene en cuenta las relaciones entre la comunicación mediada y la comunicación cara a cara y su hibridación, en un contexto de cultura de la conectividad, analizando los discursos de los estudiantes entrevistados.

Abordaremos además, la manera en que los informantes construyen su imagen, señalando cómo la línea entre lo virtual y lo real se ve desdibujada en el contexto del neoliberalismo y las subjetividades que moldea, haciendo que cada uno de nosotros nos gestionemos como si fuésemos empresas, en una cultura donde la proliferación de medios y redes de comunicación alcanza casi la totalidad de la vida en sociedad transformando la socialidad y creando nuevas formas de interacción.

Realizamos el análisis a partir de aportes teóricos de los autores José Van Dijck (2016), Franco Berardi (2017) y Eric Sadin (2017), principalmente. Pretendemos también relacionarlos con algunos otros conceptos como son crisis de la presencia del colectivo Tiqqun, retomado luego por Fernández Savater (2011), Cyborg de Donna Haraway (1995) y virtualización del cuerpo de Lévy (1999). También retomamos para ilustrar el concepto de subjetividad neoliberal algunos teóricos o pensadores de lo político como son Byung-Chul Han (2014), Diego Sztulwark (2015), Christian Laval y Pierre Dardot (2013).

CIBERNÉTICA - NEOLIBERALISMO – SOCIALIDAD

OBSERVATORIO DE MEDIOS, DEMOCRACIA Y CIUDADANÍA: RESULTADOS SOBRE MEDIOS DIGITALES DE 2017

Dr. Esteban Zunino
UMAZA / UNCUYO / CONICET

estebanzunino@hotmail.com / @eazunino
Lic. Martín Pérez Millán
UNCUYO / UMAZA
Lic. Andrea Ginestar
UMAZA

El Observatorio de Medios, Democracia y Ciudadanía de la Universidad Maza tiene como objetivo monitorear las agendas informativas de los principales diarios *on line* del país. Activo desde 2017, ha logrado sistematizar los primeros resultados de ese año, los cuales se obtuvieron a partir de dos cortes de observación en los que se recolectaron y analizaron empíricamente 2800 noticias producidas por 10 diarios *on line* de Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Mendoza. La estrategia metodológica consistió en la triangulación de dos dimensiones de análisis. La primera de ella, cualitativa, se basó en trece entrevistas en profundidad a trabajadores/as de prensa, incluidos/as directivos/as, que desarrollan diferentes funciones en las redacciones. La segunda consistió en un análisis de contenido cuantitativo sobre las primeras cinco noticias publicadas en las homes de diez diarios *on line* (*Clarín, La Nación, Página/12, La Capital, La Voz del Interior, Los Andes, Uno, El Sol, MDZ* y *Sitio Andino*) en dos cortes diarios (9hs. y 19 hs.). El primer momento de la investigación tuvo como fin operacionalizar algunos conceptos provenientes de las teorías de la *Agenda Setting*, el *Indexing* y las Teorías del Periodismo para construir un libro de códigos de 57 variables mediante el cual se procedió al trabajo empírico con los contenidos. Las entrevistas, a su vez, fueron sistematizadas para la presentación de este informe, aunque desde los inicios del trabajo de investigación fueron útiles para definir variables críticas y categorías centrales del libro de códigos. Los resultados nos permiten exhibir datos actuales acerca de la relevancia otorgada por los medios a los diferentes tópicos y temas, analizar los recursos audiovisuales y digitales que se unen al texto en la construcción de la noticia, explorar los criterios e noticiabilidad en medios digitales, indagar sobre indicadores de calidad informativa como el uso de fuentes de información y la eficacia en la escritura y desentrañar el tono valorativo de las notas de prensa. El trabajo de 2017 que se presentará en esta ponencia no agota la tarea. El Observatorio de Medios, Democracia y Ciudadanía de la Universidad Maza continúa su actividad y ha incorporado nuevos niveles de análisis, observaciones y diarios con el objetivo final de sostener en el tiempo un análisis sistemático y diacrónico de los contenidos informativos de los medios digitales, insumos básicos de información para la ciudadanía e indispensables para el ejercicio pleno del derecho humano a la comunicación.

MEDIOS DIGITALES – CONTENIDOS – RUTINAS PRODUCTIVAS

EJE N° 15 - HISTORIA DE LOS MEDIOS, PODER Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

“UNA RADIO NUESTRA, DE TODA LA VIDA...” MEMORIAS SONORAS E IMAGINARIOS SOCIALES REGIONALES SOBRE LU10 RADIO AZUL

Jorge Arabito

Silvia Boggi

Ana Silva

PROINCOMSCI - FACSOS – UNICEN

jarabito@gmail.com

<https://www.facebook.com/jarabito>

Nos proponemos compartir reflexiones y resultados parciales obtenidos a partir del desarrollo de los Proyectos de Voluntariado Universitario “Azul en la memoria de sus voces” y “Radio Azul, la memoria continúa” (seleccionados en las Convocatorias Generales de 2015, y 2016 de la SPU) y del Proyecto de Extensión “Patrimonio Sonoro LU10 Radio Azul”, seleccionado en la Convocatoria 2016 de la SPU y del proyecto en vías de implementación “Radio Azul, la memoria gráfica” de 2017. Se trata de proyectos abocados al acondicionamiento, catalogación, digitalización y difusión de los archivos sonoros de LU10 Radio Azul, emisora de AM ubicada en la ciudad bonaerense homónima. Estos proyectos surgen merced a una demanda de la actual “Cooperativa de Trabajo Radio Azul” interesada en rescatar la memoria de la radiodifusora, contenida en cintas abiertas, casetes y discos almacenados en su sede desde los comienzos de las emisiones, en 1952, que luego fue ampliada a la documentación gráfica (fotos, comunicaciones internas y externas, etc.).

La dimensión política de las voces, sonidos, discursos y música recuperados y digitalizados, sus condiciones de producción, de selección de contenidos a ser preservados así como la ventana sobre la realidad local y regional que construyen permite repensar parte de la propia historia de la radio, que es también la del tejido histórico local y de la urdimbre de la memoria de las audiencias. El 65° aniversario de LU10, conmemorado en octubre de 2017 (donde fueron difundidos archivos radiales digitalizados desde nuestros proyectos) nos permitió –al participar como actores en el acontecimiento- advertir algunas dimensiones de los imaginarios sociales locales y regionales referenciados en la radio, cuya presencia aparece potenciada y estrechamente ligada a las vidas cotidianas de sus radioescuchas. Acercamos aquí algunas reflexiones sobre estos imaginarios sociales y su articulación con nuestros procesos de trabajo – inéditos a nivel regional-, los desafíos atravesados y los resultados obtenidos hasta el momento con la intención de promover la réplica de nuestra experiencia en otros espacios socio-territoriales.

MEMORIAS SONORAS –DIGITALIZACIÓN ARCHIVOS RADIALES –
IMAGINARIOS SOCIALES

LA RADIODIFUSIÓN DURANTE EL PRIMER GOBIERNO DE JUAN DOMINGO PERÓN

Matías Beloso
belosomatias@gmail.com

La ponencia desarrolla y caracteriza el papel central que ocupó la radiodifusión para el ascenso al poder del, entonces, Coronel Juan Domingo Perón (1938-1945) y la utilización durante su primer mandato (1946-1951).

La constatación de que la utilización de la radio en política podía ser beneficiosa sólo se alcanzó en la medida en que el medio se expandió por toda la República Argentina, llegó a rincones alejados y se instaló en el centro de la escena familiar, transformando la sociabilidad y los individuos.

Instalado ya Perón en la Presidencia la cantidad de radios había aumentado considerablemente. Pero para poder comprender el papel destacado del medio es preciso señalar que en Argentina se produjo un proceso de inmigración interna. La masa de trabajadores industriales se engrósó con migrantes rurales, expulsados por la crisis agrícola, que se establecieron en las zonas periféricas de las grandes ciudades y fueron empleados por las fábricas, en pleno proceso de sustitución de importaciones, a raíz de la segunda guerra mundial.

Hasta la llegada del peronismo al poder ningún otro movimiento había prestado atención a la importancia que tenía la radio para el contacto con la masa. El gobierno de Perón adquirirá las mencionadas radios, y junto con la sanción del "*Manual de Instrucciones para las estaciones de Radiodifusión*", serán claves para comprender el manejo que se realizó del éter.

Teniendo en cuenta el proceso de expansión de la radiodifusión que se estaba generando cuando ocurre el golpe del 4 de Junio, y que Perón utilizó los medios de comunicación para incrementar y sostener su poder, el presente trabajo toma como pregunta de investigación ¿De qué forma utilizó Juan Domingo Perón la radio para sostenerse en el poder, desde su aparición en 1943 como Director de Trabajo y Previsión, hasta la finalización de su primer gobierno? y ¿Cuál fue el motivo por el que la radio fue el principal medio utilizado y no otro de los existentes?

En primer lugar se realizará un recorrido cronológico por la serie de hechos y medidas que llevaron a que Perón descubra la influencia que la radio podía generar en las masas, y la posterior utilización para su beneficio. Luego se analizará el "*Manual de Radiodifusión*", sancionado a pocos días de que asuma la primera presidencia, pieza clave para comprender la importancia asignada a la radiodifusión. Para finalizar se expondrán situaciones del Primer Gobierno peronista en que la radio fue trascendental y un recorrido por la programación de la época.

De su viaje a la Italia de Mussolini en 1937 Perón comprendió la importancia del sindicalismo, la clase obrera y la radio. De los dos primeros se han realizado exhaustivos análisis y trabajos. Pero pocos se han detenido a examinar la utilización que el Coronel/General hizo de la radio.

EL AUDIOVISUAL EN INTERNET Y LAS TENSIONES PARA REGULAR EL ECOSISTEMA DIGITAL

Ana Bizberge
IEALC - FSOC -UBA
anabizberge@gmail.com / Facebook: Ana Bizberge

El artículo se propone abordar las tensiones en torno a la regulación de los servicios audiovisuales over the top (OTT) a partir del estudio de los debates actuales en la Unión Europea, el estado de situación en América Latina y, en particular, en Argentina, Brasil y México.

Si bien para ello el trabajo presentará algunos casos (regulación y jurisprudencia), el objetivo es indagar algunos nudos comunes que involucran disputas económicas, el rol del Estado, la soberanía nacional y derechos digitales, entre otras cuestiones.

En primer lugar, el artículo propondrá un marco de comprensión sobre el ecosistema digital, poniendo énfasis en el impacto de nuevos actores en los cambios en la cadena de valor, así como su incidencia en las instituciones que dan forma a las reglas de juego a través de las cuales los actores interactúan (Fransman, 2007; Frías Barroso, et. al, 2016; Katz, 2015).

Una de las cuestiones que surge a partir de los cambios que supone el ecosistema digital es cómo encarar las políticas de comunicación y los aspectos regulatorios de una plataforma global. En este sentido, el artículo procurará dar cuenta de los principales aspectos en juego para el abordaje de los desafíos regulatorios desde una perspectiva de derechos humanos.

REGULACIÓN - SERVICIOS AUDIOVISUALES - ECOSISTEMA DIGITAL

2000-2017, DIECIOCHO AÑOS DE PAUTA OFICIAL NACIONAL: MÁS DE 2000 MILLONES DE DÓLARES

José Crettaz
Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Proyectuales
Universidad Argentina de la Empresa (Fundación UADE)
josecretaz@gmail.com / jcrettaz@uade.edu.ar

La difusión de los actos de gobierno y el acceso a la información pública, el uso lícito de los fondos públicos, la libertad de expresión y de prensa, y la viabilidad económica de los medios de comunicación se cruzan en la publicidad oficial, uno de los temas de la agenda pública de la Argentina desde principios del siglo XXI. Esta investigación -basada en datos provenientes de fuentes oficiales- estimó el volumen total de fondos públicos federales (jurisdicción 19 del presupuesto nacional) destinados entre 2000 y 2017 a ese fin: AR\$

15.455.869.000 en valores nominales, equivalentes a US\$ 1.972.211.862. A valores actualizados por inflación a diciembre de 2017 representaron \$ 51.451.711.077 equivalentes a US\$ 2.518.576.806, actualizados por inflación.

PUBLICIDAD OFICIAL - LIBERTAD DE EXPRESIÓN - ECONOMÍA DE LOS MEDIOS

LA HISTORIA Y LA MEMORIA EN LA CONSTRUCCIÓN DE SENTIDO DE LOS MEDIOS DE MISIONES. EL CASO DE LT 85 TC CANAL 12 Y LT 17 RADIO PROVINCIA DE MISIONES

*Carlos Alberto García Da Rosa
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
Universidad Nacional de Misiones
carlosgarcia darosa@gmail.com*

En la historia de los medios de la provincia de Misiones, la cuestión de la historia y memoria aparecen como un aspecto secundario en la construcción de sentido y, de manera terminante, en la necesidad de su preservación. Es el caso de los medios del Estado, los que por ser públicos, tienen (tendrían) como una de sus funciones conservar los relatos que dan cuenta de hechos significativos /trascendente de la vida social, política, cultural, económica del lugar /región en donde están instalados y funcionando. Pero además, está en la génesis de los medios. Uno de los primeros roles básicos que se les asignó fue, precisamente, el de ser transmisores del legado cultural (Laswell 1948), es decir, el de contar sobre la sociedad misma, su historia, normas y valores.

Lo que pretendemos, en este trabajo, es indagar de qué manera LT 85 TV Canal 12 y LT 17 Radio Provincia de Misiones, dos de los tres medios propiedad del estado misionero abordan el tema de la memoria e historia; qué valor le dan; cómo se registra (si hay registro); cómo se utiliza (ya en su producción de sentido o en articulación con otros); y de qué manera es (o no) compartido con la sociedad en general. Se trata de dos emisoras con una cobertura significativa en el territorio provincial y una estructura profesional y administrativa significativa que garantiza (ría) –o al menos así en la práctica cotidiana debería serlo- el uso y el resguardo de los sentidos producidos teniendo presente el bien común de la sociedad.

HISTORIA – MEDIOS DEL ESTADO – MEMORIA

LEYES PROVINCIALES SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES

*María Eugenia Iturralde
CONICET – PROINCOMSCI – FACSO – UNICEN
eugeniaiturralde@yahoo.com.ar
twitter.com/Chujelin*

Las frecuencias radioeléctricas son reconocidas internacionalmente como patrimonio común de la humanidad, los estados nacionales negocian sus derechos de administración en la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).

La UIT gestiona globalmente el espectro radioeléctrico, pero cada país dicta su propio sistema normativo sobre sus bandas de frecuencia. Argentina es miembro de la UIT y aprobó el Convenio de Torremolinos mediante la Ley N° 21.478 de 1977, este instrumento faculta al Estado para administrar las frecuencias.

En este sentido en Argentina el Artículo 3 de la Ley N° 22.285 de 1980 fijaba que la administración de las frecuencias y la orientación, promoción y control de los servicios de radiodifusión eran competencia exclusiva del Poder Ejecutivo Nacional (PEN). Al igual que su predecesora, la Ley N° 26.522 en su Artículo 7° establece que la administración del espectro corresponde al PEN. Si bien el Estado argentino tiene la potestad legal de administrar las frecuencias, existen instrumentos legales internacionales para poner coto a las acciones oficiales.

Teniendo en cuenta esto nos proponemos analizar las políticas públicas referidas a medios de comunicación, trazando un recorrido conceptual entre teorías y herramientas provenientes de la ciencia política y la comunicación, centrándonos en la economía política de la comunicación. En primer lugar abordaremos el concepto de Estado, entendido como una relación social, como un escenario en el que intervienen diversos actores (grupos sociales, fuerzas políticas, individuos), con capacidad de negociar en el ámbito político intentando favorecer sus intereses. En segundo lugar analizaremos estudios sobre políticas públicas, con especial interés en los trabajos de Oscar Oszlak y Guillermo O'Donnell, para finalmente adentrarnos específicamente en las conceptualizaciones sobre políticas de comunicación.

Entendemos que el Estado es un actor decisivo en el diseño y aplicación de políticas de comunicación, pero no es el único. Resulta insuficiente un análisis centrado sólo en el Estado porque en políticas de medios intervienen entidades gubernamentales, no gubernamentales y privadas que persiguen intereses particulares. Incluso suelen intervenir diferentes dependencias del Estado, en sus diferentes niveles, que persiguen objetivos contrapuestos.

Recuperando este último punto analizaremos leyes provinciales sobre radio y televisión sancionadas entre los años 1986 y 2010 en las provincias de Neuquén, Río Negro, Chaco, Corrientes, Tierra del Fuego, Buenos Aires, Misiones y San Luis.

Frente a la sanción de estas normas el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) y la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) iniciaron acciones legales contra las provincia, pidiendo la nulidad de las mismas por considerarlas inconstitucionales. La Procuración General de la Nación se expidió contra los estados provinciales y la Corte Suprema de Justicia de la Nación dictó sentencia, en todos los casos menos en el de San Luis.

El objetivo es analizar cuáles son los alcances y límites del Estado, en sus diversos niveles, al momento de legislar en materia de medios audiovisuales.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN – ESPECTRO RADIOELÉCTRICO - LEYES PROVINCIALES

DESAFÍOS REGULATORIOS EN LA ERA DIGITAL

*Dr. Fernando Krakowiak
Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires
ferkrako@gmail.com*

La teoría liberal que promueve una regulación más laxa de la industria audiovisual ha buscado ganar terreno durante los últimos años de la mano de la digitalización y la convergencia de las redes. El argumento es que la expansión de internet, la convergencia entre la radiodifusión y las telecomunicaciones, la posibilidad de multiplicar la oferta de señales con tecnologías de compresión digital, la proliferación de dispositivos para acceder y consumir contenidos audiovisuales y la reducción de los costos asociados a la producción de esos contenidos garantizan una mayor diversidad y pluralidad de voces y vuelven necesario flexibilizar las regulaciones previas. No hay dudas de que los organismos de regulación de la comunicación enfrentan nuevos desafíos sobre los cuáles es necesario trabajar. No obstante, en este trabajo se busca demostrar que las innovaciones descritas no garantizan por sí mismas la pluralidad y diversidad de contenidos.

REGULACIÓN - MEDIOS AUDIOVISUALES - POLÍTICAS DE
COMUNICACIÓN - DIGITALIZACIÓN

EL FINANCIAMIENTO DE LOS MEDIOS DEL ESTADO NACIONAL DURANTE EL KIRCHNERISMO. CIFRAS, COMPARACIONES Y EVALUACIONES

*Alejandro Linares
UBA/CONICET
linaresale@hotmail.com
@_ale_linares*

El artículo analiza y evalúa el presupuesto de los medios estatales nacionales argentinos durante el periodo 2003-2015 desde una propuesta metodológica que recupera dimensiones cualitativas y cuantitativas.

Se abordan los casos de Canal 7 y Radio Nacional, medios administrados por el Estado nacional argentino durante todo el periodo e incluidos en la regulación establecida por la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009.

Inserto en la tradición de estudios latinoamericanos críticos sobre políticas de comunicación, el trabajo describe los mecanismos de financiamiento y presenta el detalle de los presupuestos en estos medios. A partir de allí se plantean comparaciones con experiencias de otros países y propuestas analíticas para abordajes futuros.

El trabajo concluye que durante el periodo se produjo un crecimiento constante del financiamiento en términos absolutos y en sus variaciones interanuales. Sin embargo, su dimensión continuó muy por debajo de las cifras de las experiencias europeas de medios estatales.

MEDIOS PÚBLICOS – MEDIOS ESTATALES – POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

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

María Andrea Mallimaci
UCES

anmallimaci@gmail.com
TW: @anmallimaci

El concepto de políticas públicas de comunicación fue acuñado a fines de los años sesenta y principios de los setenta, refiriendo a la acción directa de los Estados nacionales en su creación y cumplimiento con el fin de garantizar distribución justa y plural de los bienes simbólicos (Postolsky, 2009)

Luis Ramiro Beltrán definía al concepto del siguiente modo en la década del 70: Una Política Nacional de Comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación en un país. (Beltrán, 1976:1)

El debate sobre las PNC volvió a surgir en los 2000 en Argentina a partir de una serie de procesos políticos e históricos que volvieron a poner en agenda la importancia del Estado en el pleno ejercicio de derechos. Según Damián Loreti y Luis Lozano: Los primeros años del siglo XXI mostraron una inédita demanda social en torno a la consagración y defensa de los principios elementales de los derechos humanos, lo cual se tradujo en una exigencia de respuestas para los sistemas y organismos multilaterales (...) Así, se originaron acciones que pusieron a consideración de los organismos internacionales cuestiones como la crítica a la penalidad de la expresión, el acceso a la información pública y de interés público, la protección física y material de los periodistas y de otras personas que toman la voz pública –entre ellos los defensores de los derechos humanos- y la necesidad de fomentar el pluralismo y preservar la diversidad de voces, en especial en los medios electrónicos (Loreti y Lozano, 2014: 25).

En este contexto surge el debate público por la ley de servicios de comunicación audiovisual. Esta discusión otorgó presencia en los medios a un tema necesario y ocultado por intereses económicos y permitió reflexionar sobre el rol y el carácter de los medios masivos de comunicación (Mastrini et al, 2011:16). El airado debate público hizo lugar a la acción parlamentaria que dio por resultado la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522. El texto de la ley avanza sobre la desconcentración del sistema y los límites a la propiedad generando las condiciones de posibilidad para el

surgimiento de nuevos actores. Además, crea un organismo de control descentralizado del poder ejecutivo, reserva un tercio del espectro para organizaciones sin fines de lucro y fija cuotas mínimas de contenido nacional y producción de informativos propios.

Al mismo tiempo, el rol del Estado como actor determinante en el audiovisual argentino se hace visible con la decisión de desplegar la Televisión Digital Terrestre (TDT) en todo el territorio y lanzar fuertes políticas de fomento a la producción audiovisual. De esta manera se cierra un círculo de políticas públicas incluían la posibilidad legal (Ley de servicios de comunicación audiovisual), la posibilidad técnica (transmitir mayor cantidad de señales a partir de las tecnologías digitales de compresión en el mismo espacio en el que antes transmitía un señal analógica) y la producción de contenido (las políticas de fomento a la producción audiovisual contenidas en el BACUA) para una comunicación desconcentrada.

Este trabajo se propondrá analizar el BACUA desde su formulación e implementación hasta las razones de su declive a partir de 2016 y su finalización en 2017. El análisis se configurará en torno a la concepción de derecho a la comunicación y de ciudadanía entendiendo que los medios y contenidos audiovisuales adquieren una centralidad nuclear como escenario de intercambios y constructores de identidad.

DINÁMICA DE LA REGULACIÓN Y DE LA OFERTA DEL AUDIOVISUAL EN ARGENTINA

*Santiago Marino
USAL – UNQ
sgomarino@gmail.com*

El presente trabajo se encuadra en el eje “Historia de los medios, poder y políticas de comunicación” y presenta un análisis del marco regulatorio y la dinámica del mercado del Espacio Audiovisual Ampliado (EAA) en Argentina. Se sistematiza la actualidad de las políticas para el sector en la y de la oferta y formas de producción/distribución/comercialización de los distintos jugadores.

En primer lugar se presentan los elementos teóricos y metodológicos que encuadran la investigación. En segundo término se retoma la propuesta de pensar en la noción de EAA. A continuación se sistematizan las acciones implementadas en materia de regulación durante el primer año de gestión de Mauricio Macri. Luego se identifican las formas significativas del mercado del EAA. Para finalizar se propone recorrer el interrogante respecto de si se asiste a la configuración del mercado.

Los medios de comunicación masiva, como actores sociales, políticos y económicos están en el centro del debate en América Latina desde hace más de diez años a esta parte. En ese marco, el sistema comunicacional es abordado a partir de las políticas de comunicación, de la regulación de los medios, como así también desde una perspectiva que da cuenta de la economía política del sector, y de las dinámicas del poder y la relación entre los agentes y actores estatales con los comunicacionales.

El trabajo aborda la pregunta ¿Cómo se encuadran las ofertas en el marco regulatorio actual? Y continua en ¿Es la paleta disponible un elemento más de la transición o todo lo que habrá en el mercado argentino acostumbrado a pagar para recibir contenidos audiovisuales?

El sistema comunicacional es abordado a partir de la noción de políticas de comunicación entendidas como el resultado de un proceso dinámico de interacción entre diversos actores, institucionales y no institucionales, que persiguen variados intereses y

recurren a mecanismos formales e informales para influir sobre los procesos de regulación y sobre la configuración de los sistemas de medios. (Califano, 2015)

La configuración del EAA es comprendida a partir del surgimiento y expansión de tecnologías que rompen inercias y formas de organización productivas y de consumo en las distintas industrias culturales (Marino, 2015). Es integrado por los sectores del Cine, la Televisión (abierta y de pago, analógica y digital) y los servicios de distribución de contenidos audiovisuales online.

El mercado configura una oferta con líderes que dominan sus sectores originales y avanzan —a tientas- a otros espacios -los convergentes- en los que intentan domesticar comportamientos de las audiencias. Y en los que se topan con la dificultad de ver madurar modelos de negocios. Este será el foco del análisis de la presente ponencia.

MERCADO – AUDIOVISUAL - REGULACIÓN

UN RECORRIDO POR LA HISTORIA DE LA INSTITUCIONALIDAD DE LAS COMUNICACIONES

Santiago Marino

USAL – UNQ

sgomarino@gmail.com

TW: @SantiagoMarino

Agustín Espada

CONICET – UNQ

aeespada@gmail.com

TW: @AgustinEspada

El sistema de medios argentino ostenta una serie de rasgos constitutivos: centralización de la producción de contenidos en Buenos Aires, concentración de la propiedad, alta incidencia de capitales extranjeros, etc. Uno de los más destacados —y profundamente analizados integralmente (Mastrini, 2005; 2012, Becerra y Mastrini 2016, Marino 2017)- es lo irregular del desarrollo de políticas públicas al respecto. Si bien se pueden identificar etapas y procesos históricos con medidas sistematizadas en planes, programas, proyectos, leyes, decretos y resoluciones- resulta complejo encontrar una serie de medidas implementadas a largo plazo y respetadas más allá de cambios en la dinámica política (en términos de *politics*) y/o derroteros en los modelos económicos. Quizá el sector del Cine sea la excepción en las Industrias Culturales, con una

tradición de presencia estatal y una política vigente y activa de largo aliento (Marino, 2017).

Con todo, una arista constitutiva del campo de interés radica en la ausencia de configuración institucional para los principales sectores –la radio y la televisión– de la comunicación en el país. A lo largo de la historia, desde la aparición de medios masivos de comunicación que utilizan elementos o soportes que son propiedad pública y demandan la acción estatal para su gestión/desarrollo y hasta la actualidad se suceden leyes, decretos y resoluciones que dieron vida a diferentes entes que cumplieron el rol de organismo de control y/o aplicación del conjunto integral de medidas regulatorias del sistema.

El presente trabajo se propone elaborar una sistematización del conjunto de entes públicos (en términos de propiedad) que fueron creados por diferentes gobiernos y mediante distintos mecanismos institucionales (leyes/decretos/resoluciones) cuya tarea principal radicara en constituirse en el órgano de control y aplicación de las medidas de políticas de comunicación.

El recorrido por el proceso histórico se realizará a partir de un relevamiento de medidas concretas, institucionales. Y el análisis dará cuenta además de los contextos históricos, el modelo de Estado imperante en cada momento y los rasgos específicos de cada ente, con el fin de poder realizar luego un estudio comparativo.

El recorte temporal estará abierto en agosto de 1920, en ocasión de la aparición de la radio en el país. Y se completará en marzo de 2018, con el vencimiento del plazo establecido por el gobierno de Mauricio Macri para elaborar y presentar en el Congreso un proyecto de ley del sistema de comunicaciones convergente.

El texto identificará rasgos constitutivos de la creación del organismo, tareas, obligaciones, integrantes, configuración dentro de la administración pública, modelos de estado imperante en el momento, entre otros aspectos. Y permitirá identificar, tras el estudio comparado, rasgos que deberían constituir un órgano de control/aplicación a crear en el futuro.

INSTITUCIONALIDAD – POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN – MEDIOS

LAS ENCRUCIJADAS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL: NUEVAS REGLAMENTACIONES EN TORNO AL PLAN DE FOMENTO DEL INCAA Y LA CONVERGENCIA DE MEDIOS

*Pablo Messuti
Instituto Gino Germani – CONICET
pablo.messuti@gmail.com
Twitter @pablomessuti*

El nuevo Plan de Fomento implementado por el INCAA en 2017 (Res 1/17 y anexos) ha redefinido instrumentos centrales de apoyo al cine nacional en función de la necesidad de captar audiencias acordes a los distintos modelos de producción (cine independiente y destinado a públicos masivos). No obstante, el establecimiento de nuevas reglas en torno a la percepción de créditos (Resolución 942/2017) y la ausencia de fondos para solventar la

solicitud de créditos industriales otorgados de manera directa por el INCAA hasta el ejercicio presupuestario correspondiente al año 2019 (Res 1565 e/2017) generan un escenario incierto a futuro dentro de la industria cinematográfica. A su vez, la demora en la discusión de un futuro proyecto de Ley de Servicios Convergentes (Resolución 694/17) que unifique la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual Ley 26.522 y la Ley 27.078 Argentina Digital plantea el interrogante de la sustentabilidad de los recursos que alimentan el fondo de fomento cinematográfico en la medida en que el paradigma liberalizador de las comunicaciones que ha inspirado a la nueva gestión es contrario a las políticas de promoción de la diversidad audiovisual amparadas en la UNESCO.

En este contexto, en el que resulta central el mantenimiento de cuotas de pantalla televisivas y de producción nacional en nuevas plataformas, se ha fijado la percepción de IVA a servicios digitales de empresas del exterior, aunque los recursos obtenidos por el nuevo gravamen no engrosan los fondos de fomento al cine y el audiovisual (Ley 27430 de Reforma Tributaria). En efecto, las principales plataformas que operan en Internet (Netflix, por ejemplo) no suelen tener un domicilio legal en los distintos países en los que operan. Por tal motivo, al gobierno se le ha dificultado la percepción de nuevos gravámenes, a pesar de que existieron iniciativas en tal sentido, como la retención del 3% sobre el precio neto de las operaciones de servicios de suscripción de contenidos online (resolución AFIP 593).

CINE – CONVERGENCIA – AUDIOVISUAL

LAS PRÁCTICAS DE ASISTIR AL CINE Y VER TELEVISIÓN EN LA DÉCADA DEL 60 EN LA PAZ, ENTRE RÍOS

*Javier Miranda
Mariana Perticará
FCEDU-UNER*

javierimiranda@yahoo.com – Facebook: Javier Miranda

Las prácticas de asistir al cine y la llegada de la televisión en nuestra provincia en la década del 60 difieren de los estudios realizados por autores que han estudiado el cine y la televisión en Buenos Aires.

Los aportes de especialistas como Octavio Getino y Jorge Couselo, así como Gonzalo Aguilar, hacen mención a una apropiación del público que se daba con ciertas características de aproximaciones a un cine crítico, vinculado a los procesos de liberación nacional y a una televisión que se inicia en 1951 y en la cual, para 1959 ya se veían cuatro canales en la ciudad de Buenos Aires.

En la ciudad de La Paz, ubicada al noroeste de la provincia de Entre Ríos, la historia se nos presenta de manera diferente. Las prácticas de ir a ver cine y las películas que se proyectaron, distan de lo que sucedía en la ciudad de Buenos Aires. Por su parte, la televisión recién hacía su aparición a fines de los 60's, lo que da cuenta de otra constitución de pensar, vivir y sentir la asistencia a las salas de cine y la llegada de la televisión.

Para el análisis trabajamos con la metodología de la historia oral y el aporte de autores como Alesandro Portelli, Paul Thompson, Peter Burke y Dora Schwarzstein. Además de los autores mencionados para historizar el cine en nuestro país: Octavio Getino y Jorge Couselo. Las reflexiones se inscriben en una línea de trabajo ya iniciada hace algunos años desde la cátedra de Historia de los Medios FCEDU-UNER, en aproximaciones que involucran a ciudades del interior provincial tales como: Gualeguay, Diamante, Colón, Villaguay y Paraná.

HISTORIA - CINE Y TELEVISIÓN - ENTRE RÍOS

EL DESAFÍO *ONLINE* DE LOS MEDIOS ESTATALES EN ARGENTINA. EL CASO DE LA TV PÚBLICA (2015- 2018)

Mgt. Ezequiel Alexander Rivero
Departamento de Ciencias Sociales de UNQ
Doctorando en FSOC UBA
squielrivero@gmail.com
Twitter: @skielrivero

En la actualidad los medios públicos estatales en Argentina cuentan con experiencia y condiciones tecnológicas y operativas –en parte heredadas– para sostener una política de emisión en internet. En efecto, fueron punta de lanza, y desde 2008, han diseminado por las redes cientos de miles de horas de contenidos gratuitos y de acceso universal. A su vez, en 2015, la TV Pública (Canal 7), como parte de las políticas de diseminación de contenidos online, lanzó el ex Archivo Prisma (actual Archivo RTA), una plataforma que permitía el acceso a una creciente cantidad de contenidos de uno de los mayores reservorios históricos audiovisuales del país.

Sin embargo, la expansión hacia el nuevo entorno no se lleva a cabo sobre un territorio en blanco. Por el contrario, el encuentro de los medios estatales e internet ocurre sobre la base de sus antecedentes, y en particular, en relación a un contexto. Por esto las posibilidades de desarrollo de actividades en la red están condicionadas por características nacionales vinculadas a los legados de cada país en temas económicos, políticos, culturales y sociales. Entre los condicionantes externos se cuentan las políticas estatales para el sector de los medios; el nivel de desarrollo tecnológico del mercado de medios del país; la existencia de financiamiento destinado a la innovación tecnológica en el Estado; el comportamiento de los factores privados del sistema de medios y la legitimidad de los medios públicos, referido al nivel de influencia gubernamental, la existencia de acuerdos de mediano y largo plazo sobre su función y financiamiento, y su alcance en término de niveles de audiencia.

Al mismo tiempo la expansión online está además condicionada por un frente interno, que puede actuar favoreciendo o dificultando el diseño e implementación de políticas de emisión en internet. En este punto se incluyen las características de la empresa, su cultura organizacional en relación a la forma en que es percibido el cambio, como oportunidad o amenaza, y el

compromiso de la conducción con la reconversión tecnológica. Conseguir las condiciones externas es un asunto de discusión pública y decisión política, mientras que desarrollar las condiciones internas es una tarea de gestión de las propias emisoras.

Este trabajo focaliza en los aspectos externos que condicionan el despliegue de contenidos y servicios en internet por parte de los medios estatales, y los analiza desde la perspectiva del derecho a la comunicación, considerando a estas operaciones en la web como parte de una política de acceso universal a contenidos audiovisuales públicos. Más precisamente, identifica, describe y analiza las principales políticas implementadas en el período comprendido entre 2015, -a partir del recambio en la conducción política del Gobierno Nacional-, y 2018, que tuvieron impacto sobre el funcionamiento de los medios públicos estatales en general, y sus políticas de emisión en internet en particular.

INTERNET – POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN – MEDIOS PÚBLICOS ESTATALES

PROVEEDORES DE SERVICIOS DE INTERNET EN ARGENTINA: RESTRICCIONES AL DEBATE DE SU REGULACIÓN

*Lic. Diego Rossi
Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires (UBA)
Observatorio de Comunicación y Derechos (DerCom)
dondiegrossi@gmail.com*

Sobre el debate de la regulación de la circulación de contenidos en nuevas plataformas digitales en Argentina, focalizando en el proyecto “de Responsabilidad de Proveedores de Servicios de Internet” (tratado en ambas Cámaras del Congreso entre 2016 y 2017 aunque aún no sancionado), esta ponencia abordará el sesgo corporativo de la consulta en la hechura de las políticas sectoriales y el tratamiento del proyecto de ley.

Señalamos los principales aspectos conceptuales y procesales de este debate, y los problemas de regulación (y riesgos de cesión de autorregulación empresarial) de servicios digitales y derechos humanos.

A pesar de la invocación del paradigma de las “múltiples partes interesadas”, se relevan los diversos actores involucrados o excluidos y sus vinculaciones con empresas globales y concentradas.

Se propone ampliar la caracterización de conflictos de intereses por “puertas giratorias” enfocando, además de las relaciones entre la función pública y el empresariado, a la deriva de la “sociedad civil” y la “academia” hacia las corporaciones transnacionales.

Se aporta una visión crítica del desbalanceo de la participación invocada y la falta de ponderación de las incidencias sobre la cuestión. Ante el discurso democratizador políticamente correcto derivado de los organismos multilaterales y los foros globales, espejado por los decisores políticos parlamentarios, se actualiza la doctrina para la elaboración de proyectos que efectivamente dispongan una mirada “heterostakeholder”.

REGULACIÓN – INTERNET - MULTISTAKEHOLDER

HISTORIA Y ESTRUCTURA DE PROPIEDAD DE LOS CANALES DE TELEVISIÓN ABIERTA DE CÓRDOBA Y ROSARIO EN EL PERÍODO 2000-2016

Florencia Daniela Sosa
Licenciatura en Comunicación Social - Universidad Nacional de Quilmes
florsosa.pato@gmail.com
<https://www.facebook.com/florencia.sosa.39904181>

La historia argentina da cuenta de cómo diferentes gobiernos tanto democráticos como dictatoriales han utilizado su papel de Estado para -a través de sus políticas de comunicación- favorecer la concentración del sector, sin preocuparse por sus impactos en los medios de comunicación.

Las ciudades de Córdoba y Rosario son –después de Buenos Aires- las más importantes de Argentina en cuanto a su densidad demográfica y a su desarrollo social, cultural, político y económico. A su vez, estas poseen los canales de televisión abierta con mayor audiencia en el Interior del país: 3 y 5 (Rosario) y 10 y 12 (Córdoba).

Los canales 3 de Rosario y 12 de Córdoba, están aliados y dependen del conglomerado infocomunicacional más dominante del país: el Grupo Clarín. El canal 5 de Rosario es uno de los ocho canales que posee el Grupo Telefón en todo el país. El canal 12 de Córdoba pertenece a la Universidad Nacional de Córdoba y por lo tanto al Estado bajo la figura de Servicio de Radio y Televisión (SRT).

Si bien estos canales tienen un significativo porcentaje de producción local (sobre todo en programas periodísticos), la mayor parte de su programación se sustenta en la réplica de información y contenidos que se crea, produce, piensa y circula desde Buenos Aires. Esta práctica tiende a unificar la línea editorial de los canales cabeceras con los canales del Interior, limitando su pluralidad y diversidad y afectando el derecho a la comunicación.

Son pocas las investigaciones que se realizan sobre los medios de comunicación del Interior del país, la mayoría de los trabajos se restringen al estudio de los canales de tv más importantes del AMBA. La información sobre los medios de comunicación del país es selectiva y no federal. Es por ello que entendiendo la importancia de conocer la historia y estructura de propiedad de los canales de televisión abierta de todo el país y no sólo de Buenos Aires, el objeto de estudio de este trabajo adquiere suma relevancia.

TV ABIERTA DEL INTERIOR - CONCENTRACIÓN - POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

LA PROTESTA Y LA COMUNICACIÓN POLÍTICA A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX

Carlos Toledo
Guillermo Cavia
Gabriel Negri
Facultad de Periodismo y Comunicación Social - UNLP
ctoledo@perio.unlp.edu.ar

Este trabajo propone investigar el diario la Protesta desde 1904 a 1905 como un actor político enfrentado a los demás medios y grupos dominantes del periodo y fundamentalmente y sobre todo, entender la comunicación política que establecía para influir en sus lectores. El surgimiento de la comunicación política como fenómeno importante es el resultado del doble proceso de democratización y de comunicación iniciado dos siglos atrás que asegura la transcripción del ideal político democrático del siglo XVIII en un espacio público ensanchado en el que los distintos miembros tienen una categoría legítima.

En este sentido este trabajo intenta señalar algunas ideas para la configuración de una historiografía de los medios de comunicación, o menos pretencioso, algunas pautas para abordar su investigación teniendo en cuenta una serie de interrogantes que nos ayuden a problematizar el campo de estudio.

Es lícito plantearse entonces si esta no es la historia de las clases populares, de su cultura, de la vida cotidiana, también habría que preguntarse por los públicos y la multitud. Se trata entonces de recuperar las significaciones que el consumo de medios de la época y sus narrativas ha influenciado a sus lectores y a sus condiciones sociales de existencia.

En relación a la noticia, esta funciona como una construcción de la realidad social en el medio gráfico, dando por sentado que la comunicación no es un proceso lineal, sino que interactúa con los públicos, este proceso que produce el medio de producción y circulación, implica también el consenso que la sociedad local de la época le otorga al medio gráfico como construcción de sentido. De esta manera, este anclaje entre público y texto periodístico conforman la figura de contrato de lectura o contrato mediático. Entonces el texto es capaz de construir una gran variedad de significados, de acuerdo con la experiencia socio cultural del lector. Por lo tanto reconocer como verosímil el discurso periodístico y la información responde a una visión del mundo que concuerda con la del lector, esta confianza que se establece con el medio lo legítima.

COMUNICACIÓN POLÍTICA - CLASES POPULARES - OPINIÓN PÚBLICA

ACCESO A LA INFORMACIÓN: UN ANÁLISIS DE LA LEY 27.272

Javier Torres Molina
Elena Espin Di Febo
Universidad Nacional de Río Negro

El objetivo del presente trabajo es analizar el texto de la ley de Acceso a la información N° 27.272 que se sancionó en el año 2016.

En ese sentido, nuestra intención es describir el contenido de ese texto legal, haciendo hincapié en los aspectos más fundamentales de la normativa, pero

también se revisará el proceso legislativo que tuvo la mencionada norma, es decir, se analizará el texto presentado por el poder ejecutivo nacional y las diferentes posturas que se desarrollaron en la discusión parlamentaria y que originaron diferentes dictámenes por parte de distintos legisladores.

A la vez, también nos referiremos a opiniones que varios colectivos relacionados con la comunicación y el derecho han manifestado en torno a la ley de acceso a la información.

Pero para realizar la referida descripción, consideramos necesario primero analizar conceptualmente el derecho de acceso a la información, entendiendo que dicho concepto no es operativo sólo para quienes se desempeñan en los medios de comunicación social, sino que su ejercicio pleno a través de la garantía estatal redundará en un mayor y mejor ejercicio de la ciudadanía.

ACCESO A LA INFORMACIÓN – DERECHOS - CIUDADANÍA

EJE N° 16 - PRÁCTICAS Y EXPERIENCIAS PERIODÍSTICAS

EL “MITO” DEL PERIODISMO INDEPENDIENTE

Sebastián Ernesto Ackerman
Facultad de Ciencias Sociales - UBA
sebasackerman@gmail.com
@sebasackerman

En el presente trabajo tenemos un doble objetivo: por un lado, buscamos 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 presentaremos 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, para nosotros, 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 encontramos 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, realizamos un recorrido por los que consideramos 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, 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 de nuestro 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 significativo” 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.*

PERIODISMO - PÁGINA/12 – MITO

LOS PERIODISTAS Y LA “GENTE COMÚN”. LAS DIMENSIONES SIMBÓLICAS DE LA RELACIÓN

Marcela Lis Bosco

Universidad Nacional de Río Cuarto

m lisbosco@yahoo.com

FB: <https://www.facebook.com/marcelalis.bosco>

Estudiar los cambios que se producen y se han producido en la profesión periodística en los últimos años supone dar cuenta de un espectro de transformaciones variadas y referidas a cuestiones que exceden lo puramente profesional.

Las prácticas periodísticas han sido analizadas desde diversos puntos de vista: las rutinas de trabajo, los formatos propios de los medios, la inserción del periodista en los diversos ámbitos de trabajo, entre otros aspectos. En nuestro caso, estamos abocados a estudiar las construcciones de sentido que se producen en los distintos ámbitos de interacción en los cuales los periodistas se desenvuelven y llevan a cabo sus tareas habituales. En ese sentido, nos interesa entender algunas de estas características desde un enfoque relacional a través del cual podamos acceder, a partir de la palabra de los propios periodistas (de los medios locales de la ciudad de Río Cuarto), al modo en que estos establecen vínculos tanto con sus colegas, como con sus fuentes y también con sus públicos; cuando decimos que estudiamos relaciones nos referimos a vínculos que se sostienen con cierta continuidad en el tiempo - que podríamos considerar como la dimensión estructural- pero que, al mismo tiempo, delinear y configuran significados compartidos – que consideramos como la dimensión simbólica.

En este trabajo nos interesa presentar el aspecto simbólico a través del que se construyen esos vínculos entre los periodistas y lo que llamamos “*la gente común*”, es decir aquellos sujetos que ocasionalmente toman contacto con el periodista y cuyo rol es significativo en la producción de noticias. Al respecto, hemos podido visibilizar y reconocer tres configuraciones que dan cuenta de los modos en que los periodistas locales son reconocidos por los sujetos que forman parte de sus públicos pero que, al mismo tiempo, establecen algún

vínculo con ellos que los sitúa, a ambos, en un plano de cierta confianza y habitualidad. Junto con esas formas de visibilizar a los periodistas, se imponen también modos diferentes de concebir la información que hace que el periodista se ubique como alguien capaz de revelar verdades, como alguien que pueda reconstruir pistas a la manera de un detective o bien como alguien que se erige como un juez y es capaz de establecer sentencias.

PERIODISMO – PÚBLICO - DIMENSIONES SIMBÓLICAS - ENFOQUE RELACIONAL - MEDIOS LOCALES

DELITO, VIOLENCIA E INSEGURIDAD: QUÉ Y CÓMO PRODUCEN LOS NOTICIEROS DE MAYOR AUDIENCIA DE ARGENTINA. EL IMPACTO EN LAS RUTINAS PRODUCTIVAS

Ornela Carboni
UNQ
ornelacarboni@yahoo.com.ar
TW: @ocarboni
Lorena Retegui
CONICET-UNQ

La presente ponencia se propone sintetizar los avances de una línea de investigación en curso, cuyo propósito es analizar el circuito completo de las noticias de delito, violencia e inseguridad en los noticieros televisivos de mayor audiencia de cuatro ciudades Argentinas (Buenos Aires, Mendoza, Córdoba y Rosario). El foco está puesto en una de las áreas de estudio: el análisis de las rutinas productivas que se ponen en juego al momento de seleccionar, elaborar y poner al aire este tipo particular discurso informativo.

En ese sentido, se brindarán los avances que surgen a partir de un total de 30 entrevistas semi-estructuradas y en profundidad, que se llevaron a cabo durante el período 2017- 2018, y que se complementan con observaciones de campo en tres estudios televisivos. Editores, productores ejecutivos, camarógrafos, conductores, cronistas/movileros, columnistas, operadores de gráf y placas, son algunos de los perfiles de trabajadores de prensa que fueron entrevistados en el presente estudio.

La fase del análisis de las rutinas productivas forma parte de una investigación más amplia que aglutina también el abordaje de las condiciones de propiedad de la producción mediática, el contenido noticioso y su construcción discursiva y la instancia de recepción de las noticias de delito e inseguridad. Se trata de una investigación financiada por CONICET, la Defensoría del Público Audiovisual y la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica. El estudio combina diferentes encuadres teóricos y metodológicos, mientras que el corpus está conformado por los noticieros transmitidos durante el horario central por los canales 11 y 13 de Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), 10 y 12 de Córdoba, 3 y 5 de Rosario y 9 y 7 de Mendoza.

NOTICIEROS – DELITO E INSEGURIDAD – RUTINAS PRODUCTIVAS

LA INCORPORACIÓN DEL TESTIMONIO EN LA NACIÓN DIGITAL (2012-2016)

Laura Díaz
Florencia Giuliano
Florencia Moderna
USAL
lauradiaz-2011@live.com.ar
TW: @2011_lauradiaz

La actual investigación analiza el valor que le otorga el diario *La Nación* en su versión digital al uso del testimonio entre 2012 y 2016. El objetivo es demostrar cómo el testimonio se afianza en las publicaciones de este medio, considerado pionero en la transición del papel a la versión online (1995) y esto le ha concedido un lugar de privilegio a este nuevo soporte digital.

En la actualidad, se puede observar que el periodismo digital hace uso del testimonio de una manera singular. Se entiende al mismo como "el relato que hace una persona en su condición de protagonista o testigo acerca de un hecho noticioso con todos los detalles que considere pertinentes". (Torrice Villanueva, 1989)

Los protagonistas de las historias de las publicaciones tomadas como objeto de estudio dan testimonio de sus vivencias. "Es un privilegio del testigo dar fe de lo vivido o visto y relatarlo a los demás. Pero este testimonio solo adquiere forma cuando el testigo inicia su narración diciendo: 'Estuve, vi, comprobé, hice, actué, soporté'". (Gargurevich, 1982).

El objetivo general del trabajo ha sido indagar el afianzamiento del testimonio como recurso periodístico en las publicaciones de *La Nación digital*, entre 2012 y 2016, período en que el diario online gesta contenidos propios, diferentes al soporte en papel.

Para esto, se han analizado las secciones del diario que hacen uso con mayor frecuencia del recurso del testimonio y se han estudiado las temáticas que emplean con gran énfasis el testimonio en el desarrollo de la nota. Para arribar a tales conclusiones se llevó a cabo un análisis de contenido de las notas que priorizan el testimonio como herramienta discursiva.

A su vez, mediante el análisis del discurso de las notas se pudo determinar las características que adquiere el discurso periodístico como la subjetividad y la inserción de la primera persona como principal recurso.

PERIODISMO DIGITAL – TESTIMONIO – DISCURSO

EL RESCATE DE LA NOTA INFORMATIVA COMO VALOR CENTRAL DE LA PRÁCTICA PERIODÍSTICA. ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE ADJETIVOS, REDES SOCIALES E INTERESES ECONÓMICOS Y SU INFLUENCIA EN LAS NOTICIAS

Walter Fabián Kovacic

Facultad de Ciencias Sociales - Universidad de Buenos Aires
kovacic.fabian@gmail.com
TW: @FabianKovacic
www.periodismo-kovacho.blogspot.com

La nota periodística fue desde comienzos del siglo veinte la matriz que permitió la aparición de otros géneros dentro del periodismo a lo largo del tiempo. El rescate del periodismo como herramienta de búsqueda y difusión de la información a través de la nota periodística. En eso radica la siguiente ponencia.

En los últimos años, la prensa escrita –aunque también la televisiva, radial y digital en general- ha forzado los límites informativos hasta confundirlos con la opinión a partir del uso de adjetivos dentro de una cierta matriz retórica. La información fue relegada además por el auge de la crónica, otro género donde esos adjetivos tienen un rol en el rompecabezas del texto. Las redes sociales con su impronta democratizadora y un lenguaje coloquial de aparente frescura, también colaboraron con la erosión del lenguaje informativo más estricto, aquel de la Pirámide invertida, en beneficio de una cierta forma de opinión, a la que también moldean los manejos empresariales y sus intereses económicos.

La nota informativa –un estilo seco, en términos periodísticos- nació históricamente usando los datos como materia prima para informar y explicar a la sociedad sobre hechos y situaciones por las que atravesaba. La construcción actual de la noticia y la valoración informativa utilizan otros estándares en las redacciones, más cercanos a los manejos económicos de las empresas que al concepto académico de noticia. Y la noticia aparece encapsulada entre el dato y el rigor como valores alejados de la tarea cotidiana del periodista. Hoy, la prensa encontró en el periodismo de datos un nuevo aliado para recuperar una de las aristas que caracterizaron a la prensa: la precisión. Y con más prestigio, la investigación periodística aparece como aquella labor suprema e irrefutable dentro de la tarea de la prensa.

El rescate de la nota informativa como un texto central del trabajo periodístico, a partir del cual pivotean posteriormente el resto de los géneros –crónica, entrevista, opinión- es la propuesta de este trabajo. Para ellos analizamos algunos ejemplos emblemáticos –en la prensa escrita, las redes sociales, la televisión- los cuales bajo diferentes -y a veces novedosas-, formas de lenguaje reconvirtieron el rol del trabajo periodístico y sus efectos sociales.

INFORMACIÓN, NOTA, ADJETIVOS

EL ACCESO A LAS FUENTES EN EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN. PRODUCCIÓN DE UN INFORME PERIODÍSTICO SOBRE LAS RELACIONES CONFLICTIVAS ENTRE EL GREMIO UOCRA Y EMPRENDEDORES INMOBILIARIOS DE OLAVARRÍA

Lucas Germán Lindner
Facultad de Ciencias Sociales - UNICEN
lindnerlucas77@gmail.com
FB: Lucas Lindner

El presente trabajo surge como resultado de la tesis de grado realizada para obtener el título de Licenciado en Comunicación Social, orientación en Comunicación Mediática de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la provincia de Buenos Aires.

La temática que se aborda es el acceso a las fuentes en el periodismo de investigación a partir de la producción de un informe periodístico acerca de las relaciones conflictivas entre el gremio UOCRA y los emprendedores inmobiliarios de Olavarría.

El producto comunicacional realizado da cuenta de la utilización de la entrevista como herramienta metodológica propia del periodismo de investigación permitiendo al periodista la elaboración de un informe a partir de la recolección de datos inéditos. El mismo, en tanto práctica surgida de la experiencia periodística, pone en evidencia la necesidad de problematizar el acceso a las fuentes en el periodismo de investigación como un tipo específico de periodismo, que trata temas de relevancia social y denuncia hechos que de otra manera hubiesen permanecido ocultos.

Existen un conjunto metodológico que todo periodista investigador debe aplicar cuando quiere ahondar en un asunto de interés público y que proviene de larga data. Los orígenes de este género particular del periodismo se remontan a principios del siglo XX en los Estados Unidos y llega a Europa después de la II Guerra Mundial. En Argentina el primer gran referente de la actividad fue Rodolfo Walsh y su "Operación Masacre", quien en la década del 50' desenmascaró con su investigación el fusilamiento de disidentes políticos durante el golpe militar autodenominada Revolución Libertadora, que terminó derrocando al gobierno del general Juan Domingo Perón.

Por lo tanto, en este trabajo en particular, que versa sobre las relaciones conflictivas entre el gremio de la Unión Obrera de la Construcción de la República Argentina (UOCRA) y los emprendedores inmobiliarios de la ciudad de Olavarría, se condensa gran parte del arsenal científico y metodológico que conlleva todo abordaje desde el periodismo de investigación. Por último, se esbozan una serie de consideraciones teóricas sobre el periodismo de investigación, dando cuenta de conceptos centrales para su comprensión, y se hace referencia a antecedentes históricos de este tipo de periodismo y a la legislación vigente.

FUENTES – INVESTIGACIÓN - PERIODISMO

DEL PACTO A LA CONSTITUCIÓN. UNA MIRADA DESDE MEDIOS ANTAGÓNICOS

Myriam Pelazas

Cristina Micieli

María Eva Mira

Gustavo Picotti

Gustavo Salmún Feijóo

Facultad de Ciencias Sociales - UBA

¿Cómo se constituyen las Constituciones nacionales? ¿Cómo se las informa y comunica a distintos públicos lectores? ¿A una sociedad impregnada por el neoliberalismo del '90 eso les importaba? ¿Y a los medios? ¿Qué lugar ocupa en sus agendas la narración de la trastienda de esas constituciones?

El caso que aquí contaremos es cómo los diarios *Ámbito Financiero* y *Página/12* contaron el Pacto de Olivos, su antes y después, en tanto fue la plataforma de la Constitución vigente de 1994.

Este artículo surge como parte de nuestro proyecto UBACYT "Crisis y economía: acerca de los nuevos homo sacer en la "era Menem". La década mirada por *Página/12* y *Ámbito Financiero* que da cuenta cómo relataron distintos aspectos de los gobiernos de Carlos Menem los diarios mencionados a la luz de categorías fundamentales de la biopolítica.

CONSTITUCIÓN – DIARIOS - BIOPOLÍTICA

AUSPICIANTES

Sociales 30 años

Facultad de Ciencias Sociales UNICEN



UNICEN
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO
DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

AGENCIA



Fadeccos

Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social

Olavarría
MUNICIPIO



MT&CD
MEDIACIONES TECNOLÓGICAS
Y COMUNICACIÓN DIGITAL

