



Centro de Investigaciones  
en Mediatizaciones

Facultad de Ciencia Política y RRII - UNR

# mediatizaciones en tensión: el atravesamiento de lo público

**Mariana Patricia Busso**  
**Mariángeles Camusso**  
(editoras)



Busso, Mariana Patricia

Mediatizaciones en tensión : el atravesamiento de lo público / Mariana Patricia Busso ; Mariángeles Camusso ; editado por Mariana Patricia Busso ; Mariángeles Camusso. - 1a ed. - Rosario : UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2017.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-702-232-2

1. Ciencias Sociales. 2. Comunicación Social. I. Camusso, Mariángeles II. Busso, Mariana Patricia , ed. III. Camusso, Mariángeles, ed. IV. Título. CDD 302.2

Fecha de catalogación: Agosto 2017

## **editoras**

Mariana Patricia Busso

Mariángeles Camusso



Centro de Investigaciones  
en Mediatizaciones

Facultad de Ciencia Política y RRII - UNR

### **Directora**

Dra. Sandra Valdetaro

### **Co-directora**

Dra. Mariana Maestri

### **Comité Académico**

Dra. Natalia Raimondo Anselmino

Dra. Mariana Maestri

Dra. María Cecilia Reviglio

Dra. Florencia Rovetto Gonem

Dra. Mariana Patricia Busso

Lic. Mariángeles Camusso

Dra. Irene Lis Gindin

# índice

<b>Prólogo</b>	<b>6</b>
<b>José Luis Fernández</b>	<b>10</b>
Las mediatizaciones y su materialidad: revisiones <i>As mediatizações e sua materialidade: revisões</i>	
<b>Gastón Cingolani</b>	<b>30</b>
Sistemas de recomendación, mediatizaciones de lo preferible y enunciación <i>Sistemas de recomendação, mediações do preferível e enunciação</i>	
<b>Sandra Valdettaro</b>	<b>48</b>
Mediatización y Segregación: anotaciones sobre la extimidad <i>Mediatização e Segregação: notas sobre 'extimidad'</i>	
<b>Irene Lis Gindin</b>	<b>62</b>
"Una parte mía se fue con él": ethos íntimo en el discurso de CFK <i>"Uma parte de mim foi-se com ele": etos íntimo no discurso de CFK</i>	
<b>Mariángeles Camusso - Florencia Rovetto Gonem</b>	<b>86</b>
Naturaleza y artificio: Iconografías de mujeres políticas en la bisagra de un "cambio de ciclo" <i>Natureza e artificio: Iconografia das mulheres políticas num tempo de uma "mudança de ciclo"</i>	
<b>María Cecilia Reviglio - Natalia Raimondo Anselmino - Irene Lis Gindin</b>	<b>107</b>
Mediatización, visibilidades y circulación de discursos sobre lo público- político en torno al caso #RosarioSangra. Notas para la delimitación de un objeto de estudio <i>Mediatização, visibilidades e circulação de discursos sobre o público-político no caso #RosarioSangra. Notas para delimitar um objeto de estudo</i>	

**Mariana Maestri - Virginia Brussa** **128**

Laboratorios ciudadanos: ¿alguien dijo participar?

*Laboratórios cidadãos: alguém disse participar?*

**Viviana Marchetti - Analía Brarda - Karen Kuschner - Ezequiel Viceconte - Arianna Piccioni - Guillermina Durando** **141**

Construcción de ciudadanía y accesibilidad web turística

*Construção da cidadania e acessibilidade web turística*

**Pablo Francescutti** **155**

El primer borrador de la historia: el periodismo y su discurso histórico

*O primeiro rascunho da história: o jornalismo e seu discurso histórico*

**Mariana Patricia Busso - Silvina Gibbons - Alberto Pérez Mirta Moscatelli - Lautaro Cossia** **174**

Los posicionamientos político-ideológicos del diario La Capital entre 1931 y 1949. Apuntes teórico-metodológicos sobre un proyecto en desarrollo.

*Posições político-ideológicas do jornal "La Capital", entre os anos de 1931 e 1949. Apontamentos teórico-metodológicos sobre um projeto em desenvolvimento*

**Soledad Larroucau - Stefanía Sahakian** **190**

Nuevas experiencias estéticas: el "Street Art Project" de Google

*Novas experiências estéticas: a "Street Art Project" do Google.*

**Alejandra Panozzo Zerere** **200**

Del Museo Moderno al Museo Contemporáneo, transformaciones en el modo de comunicar. Estudio comparativo de las prácticas comunicacionales del Museo de Arte Contemporáneo de Bahía Blanca y Museo de Arte Contemporáneo de Rosario

*A partir do museu moderno para o Museu contemporâneo, transformações na maneira de se comunicar. Um estudo comparativo das práticas de comunicação do Museu de Arte Contemporânea de Bahía Blanca e o Museu de Arte Contemporânea de Rosario*

# prólogo

**Mariana Patricia Busso**  
**Mariángeles Camusso**

Esta nueva publicación del CIM recoge gran parte de los trabajos presentados en el marco del Coloquio “Conversatorio sobre investigaciones en curso”, desarrollado el día 18 de agosto de 2016 en la Facultad de Ciencia Política y RR.II. de la Universidad Nacional de Rosario (Argentina), y organizado por el CIM – Centro de Investigaciones en Mediatizaciones de dicha Facultad.

En los escritos que se presentan en este libro se compilan las reflexiones producidas en tal instancia, en las que se da cuenta de la actualidad -y la continuidad- de los distintos procesos de mediatización en curso en las sociedades contemporáneas, atravesados de forma ineludible por nuevas problemáticas epistemológicas, teóricas y metodológicas surgidas al calor del desarrollo de la Red.

Precisamente, la edición del presente volumen es el resultado de un Coloquio que, convocado bajo la figura de un Conversatorio, tuvo como premisa guía la de someter a discusión las producciones en curso de los diferentes miembros y equipos de investigación que conforman el CIM. Es así que los distintos artículos compilados en este libro no se reducen a una versión escritural de lo que antes fue dicho y leído, sino que implica una revisión y una reversión de cada ponencia a partir de las sugerencias, las controversias y las oposiciones que cada presentación generó en el fructífero desarrollo del encuentro.

En ocasiones retomando y reelaborando derivas asociadas a reconocibles inquietudes teóricas en el área, y por momentos explorando distintas experiencias de investigación en materialidades disímiles, las investigaciones aquí problematizadas comparten y dialogan entre sí acerca de las constelaciones de sentidos que se enhebran en torno a los debates sobre

las mediatizaciones actuales, así como navegan sobre la vertiginosa transformación de los corpus en estudio, confirmando a tales estudios como una perspectiva válida de abordaje para las continuidades y las mutaciones mediáticas contemporáneas.

La diversidad de las temáticas abordadas por cada uno de los autores aparece entonces como una muestra de lo potente de la heterogeneidad de este área de estudios, aunada –en cierto modo– por su preocupación en dar cuenta de cómo los medios participan y delimitan las prácticas sociales. Así, se suceden en este libro una serie de reflexiones que, sin pretensiones de exhaustividad, permiten dar cuenta de una agenda posible de teorizaciones y de aplicaciones que gravitan en torno a dicha problemática, señalando además con agudeza dos cuestiones centrales: la necesidad de repensar y reproponer los términos del debate, así como la exigencia de detenerse en las demandas que resultan de la construcción de los distintos corpus de análisis.

El índice de este volumen desgrana entonces un posible –aunque no único– recorrido por las inquietudes desarrolladas a lo largo del Coloquio, y que se abren con el artículo de José Luis Fernández en el que se pone de manifiesto la necesidad de la revisión de conceptos centrales en los estudios sobre mediatización para la definición de los objetos de investigación, proponiendo para ello el establecimiento de puntos de vista macro, medium y micro. A continuación, Gastón Cingolani propone una aplicación posible de categorías analíticas definidas ligadas a los estudios enunciativos, para un corpus delimitado y claro, ligado a los sistemas de recomendación presentes en la segunda etapa de la Red.

A continuación, y tras las reflexiones de Sandra Valdetaro acerca de la noción de extimidad en relación con los procesos de mediatización, tensionando las caracterizaciones de lo íntimo en épocas de mediatización digital, se presentan una serie de artículos donde la definición de lo público, lo político y la intimidad atraviesan los distintos objetos y las distintas escrituras. Irene Lis Gindin reflexiona acerca de la construcción de un ethos íntimo en el discurso de la ex mandataria argentina Cristina Fernández de Kirchner, signado por el duelo –público y privado– producto del fallecimiento de su marido, Néstor Kirchner. Mariángel Camusso y Florencia Rovetto, por su parte, proponen un trabajo empírico acerca de las modalidades de representación de las imágenes de mujeres políticas en el marco del cambio presidencial ocurrido en la Argentina a fines de 2015, deteniéndose en el pasaje de sentidos entre iconicidades asociadas a la vida pública, primero, y al espacio de lo doméstico-privado, después.

María Cecilia Reviglio, Natalia Raimondo Anselmino e Irene Lis Gindin, por su parte, se preguntan por los modos de configuración de la esfera pública contemporánea producidos en

los sitios de redes sociales en Internet, analizando para ello la convocatoria a marchas en pedido de seguridad y justicia en la ciudad de Rosario realizada a través de Facebook y Twitter, focalizando en la gestión de la visibilidad de aquello que es considerado como público-político en las redes sociales de Internet, y que –como para el caso analizado- sobrepasan los límites de dichas plataformas. En el escrito de Mariana Maestri y Virginia Brussa, por su parte, lo público aparece ligado a las modalidades de saber y de participación que se asocian a los denominados laboratorios ciudadanos, valorizando positivamente en éstos el rol de lo colaborativo y el aporte en ese sentido de las humanidades digitales. En particular, se menciona el caso del +Datalab del CIM como posible espacio de vinculación entre distintos grupos sociales y una Universidad que se busca activa y comprometida con la gestión del conocimiento. Finalmente, lo político en clave de ciudadanía desplegada en distintos sitios de turismo accesible en la Red aparecen problematizados en el trabajo de Viviana Marchetti, Analía Brarda, Karen Kuschner, Ezequiel Viceconte, Arianna Piccioni y Guillermina Durando, donde se presenta un primer diagnóstico de accesibilidad realizado sobre una muestra de páginas web turísticas de distintas localidades de la región litoral de la Argentina.

Los artículos de Pablo Francescutti y del equipo de investigación conformado por Mariana Patricia Busso, Silvina Gibbons, Alberto Pérez, Mirta Moscatelli y Lautaro Cossia que se encuentran a continuación, por su parte, proponen un cruce entre la problemática de la mediatización y el discurso histórico, en particular para el caso de la prensa gráfica y televisiva. Francescutti propone un estudio de los vínculos entre el discurso histórico y aquel propiamente periodístico tomando como caso de estudio el de las efemérides mediáticas, y proponiendo allí una reflexión acerca de “la historia” confeccionada por los periodistas que podemos leer enlazada con la discusión acerca de los modos de narrar en la actualidad, particularmente vigente a la hora de abordar los discursos de la mediatización actual. Por su parte, Busso, Gibbons, Pérez, Moscatelli y Cossia se abocan al análisis de un exponente de la prensa gráfica local en un período complejo: el diario La Capital de Rosario durante las convulsionadas décadas de 1930 y 1940, poniendo el énfasis en las decisiones teóricas y metodológicas que demanda un objeto mediático entendido no sólo como insumo de la investigación histórica, sino como institución privilegiada en la gestión de lo público mediatizado, que opera a su vez para su propia legitimación.

Por último, cierran este recorrido los capítulos de Soledad Larroucau y Stefanía Sahakian y de Alejandra Panozzo Zerere, en los que experiencias contemporáneas vinculadas al mundo del arte se corporeizan en plataformas digitales, proponiendo nuevas tensiones para su abordaje y análisis. Para el caso de Larroucau y Sahakian, es lo efímero del Street Art que se

reconfigura en el espacio de la Red el que provoca reflexiones acerca de las mutaciones de la experiencia estética y urbana en un ambiente mediatizado, que por añadidura demanda detenerse en las implicancias de la modalidad de registro de la captura de pantalla como una especie de “nueva escritura”, según las autoras, de lo evanescente. Panozzo Zerere, por su parte, aborda las prácticas comunicacionales de dos museos de arte contemporáneo de la Argentina, centrándose en los distintos tipos de vínculos establecidos entre esas instituciones museales y las distintas plataformas digitales empleadas por cada uno de ellos para dar a conocer sus colecciones y muestras. Nuevamente, las transformaciones estéticas ligadas a la contemporaneidad mediatizada, coexistentes con disposiciones más bien modernas, son las que aparecen puestas en cuestión, propiciando en ese movimiento ulteriores reflexiones acerca de los sentidos posibles, muchas veces discordantes, de dichas temporalidades superpuestas.

Las temáticas que recorren este libro no pretenden erigirse en un punto de cierre para las distintas cuestiones ligadas a los estudios sobre mediatizaciones, aunque sí aspiran acercar al lector la definición de una agenda posible de preocupaciones sobre la temática. Una de ellas en particular, aquella ligada a la construcción y análisis de los corpus, es la que nos convoca en ocasión del Coloquio del CIM a desarrollarse en el año 2017. Hasta ese entonces, esperamos que la lectura de estas páginas, a la par que brinde claves de abordaje, aventure a su vez nuevas reflexiones posibles ■

# Las mediatizaciones y su materialidad: revisiones

## As mediatizações e sua materialidade: revisões

**José Luis Fernández**

Facultad de Ciencias Sociales - UBA

[unjlfmas@gmail.com](mailto:unjlfmas@gmail.com)

### Resumen

Estudiamos mediatizaciones que están en proceso de transformación. Nuestros esfuerzos de investigación están sometidos a dos juegos de tensiones: las que generan las propias transformaciones mediáticas y las que producen nuestros avances en su conocimiento. Ello exige procesos de redefinición y de ajuste de conceptos que vienen de otras etapas de estudio de la mediatización y también la formulación de nuevos conceptos.

Este artículo se presenta para estimular la interacción entre investigadores que venimos trabajando en campos cercanos y que no siempre encontramos espacios para intercambiar y discutir detalladamente.

Proponemos una revisión de conceptos centrales para la definición de nuestros objetos de investigación: mediatización, medios, plataformas mediáticas y redes. Se han ordenado esas conceptualizaciones según se trate de puntos de vista *macro*, *medium* y *micro*.

### Palabras clave

mediatizaciones, medios, plataformas, dispositivos técnicos.

## Resumo

*Estudamos mediatizações que estão em processo de transformação. Nossos esforços de pesquisa são sujeitos a dois conjuntos de tensões: as que geram as próprias transformações da mídia e as que geram nossos avanços em seu conhecimento. Isto está gerando processos de redefinição e adaptação de conceitos que vêm de outras fases do estudo da mídia e, também, a formulação de novos conceitos.*

*Este artigo é apresentado para estimular a discussão entre os pesquisadores que trabalharam nos campos próximos e nem sempre encontramos espaço para trocar e discutir em detalhe. Propomos uma revisão dos conceitos centrais para a definição de nossos objetos de pesquisa: mediatizações, mídia, plataformas de mídia e redes. Estas conceituações serão classificadas de acordo com pontos de vista macro, medium e micro.*

## Palavras-chave

*mediatizaciones, broadcasting, networking, interacción, enunciación, presuposición.*

## Introducción. Enfoques en épocas de transformación

Este trabajo recupera discusiones que se vienen dando, más o menos explícitamente, entre quienes investigamos mediatizaciones desde un punto de vista sociosemiótico. Aprovechamos el carácter interno del encuentro para promover estos intercambios que pueden abrir nuevos caminos para nuestros esfuerzos en común. Y, por supuesto, recordamos que estas discusiones están inscriptas en lo que hemos denominado como *tercer momento* del estudio de las nuevas mediatizaciones. Ya no nos preocupamos sólo por el digitalismo, por el acceso y por la conectividad, sino que estamos enfocados en fenómenos de *postbroadcasting*: convivencia en plataformas de múltiples sistemas de intercambio, no todos ellos en red y muchos de ellos en movilidad.

Una vez que superamos la fascinación por los conceptos centrales de un autor como Bruno Latour, podemos aprovechar como propia su experiencia leyendo diarios: los problemas para comprender en un mismo espacio las series conflictivas de los hechos, de las políticas y de los discursos (Latour, 2007, p. 15-21). Así nos ocurre cuando tratamos de dar una visión general, tan valorada, sobre las mediatizaciones.

Aquí nos enfocaremos solamente en el problema de la materialidad de las mediatizaciones y algunas consecuencias que aparecen según los puntos de vista con los que se observan estos niveles de los fenómenos mediáticos. Es decir, sólo un aspecto de nuestro mundo complejo.

Estudiamos mediatizaciones, medios, redes sociales, social media, plataformas y sus respectivos sistemas de intercambio discursivo. Y ya no es un campo específico. Pero puede decirse que la noción de *mediatización* en Latinoamérica sólo ha sido estudiada desde ciertas semióticas, y en esa tradición proponemos estas discusiones<sup>1</sup>.

De tanto en tanto, nos detenemos, leemos qué se está publicando en campos de investigación relativamente cercanos y encontramos desplazamientos, cambios de enfoque, nuevos modos de citar o de circunscribir los objetos respecto de cómo se lo hacía en otros momentos. Estamos en un momento de revisión y ajuste de nuevos caminos y por esto entendemos productivo volver sobre términos que, cuando se confunden, dificultan que se entiendan nuestras posiciones en discusiones propias de este momento.

---

1. Los estudios culturales han preferido la noción de mediación desde el clásico texto de Jesús Martín-Barbero (1991), para comprender qué ocurre con los medios más allá (o más acá) de lo específico mediático.

Un caso interesante, por ejemplo, es la insistencia de Eliseo Verón (1997) en considerar sólo dos series para la constitución de un medio: la de sus técnicas y la de sus usos sociales. Nuestra hipótesis es que ello le permitía dialogar con el *afuera* de la semiótica (con los tecnólogos y los sociólogos) y apropiarse del trabajo específico sobre lo discursivo. Seguramente allí también está una clave del éxito de la formulación.

La aceptación plena de ese modo veroniano de *situar* las definiciones y las discusiones sobre las mediatizaciones tuvo un principio de justificación mientras se consideraba a cada medio y a cada disciplina como, al menos relativamente, independientes de los otros u otras. Sin embargo, para los que nos hemos dedicado a mediatizaciones que no están en el centro de la escena académica, ese mandato parroquiano de construir celdas con medios + disciplinas funcionó siempre como celda literal: la especificidad del medio y de la disciplina obligan al aburrimiento de la autorreferencia. Por eso siempre elegimos entender a la radio como formando parte de sistemas transmediáticos -como denominamos a los géneros radiofónicos desde hace tiempo (Fernández, 1987)-, o en sistemas multimediáticos, con el teléfono, el fonógrafo y lo gráfico (Fernández, 1994). Por su parte, el estudio de lo musical ha sido periodizado en la actualidad, tanto a nivel gráfico como etnográfico, aunque su centro sea la mediatización del sonido (Fernández, 2013). Y siempre, para hablar de la radio, como luego respecto de las mediatizaciones del sonido, necesitamos incluir lo discursivo. Es decir, siempre utilizamos tres series y no dos: lo tecnológico entendido de cierto modo, los géneros y estilos que se registran y los usos a los que se aplica cada mediatización.

Las transformaciones mediáticas han borrado ahora aquellas fronteras útiles para preservar el propio campo académico: ya no pueden evitarse discusiones sobre qué es mirar un film en Youtube o en Netflix, qué es escuchar radio en canal digital o a través de un sitio web audiovisual, qué es leer el diario en la computadora, y así siguiendo.

Para ordenar la selección de discusiones aquí, recordamos que en nuestro proceso de trabajo de investigación hemos descrito tres *distancias* de observación que generan perspectivas, puntos de vista, que construyen a su vez diferentes objetos (Fernández, 2012, p. 29-31):

- una perspectiva *macro* desde la que se describen objetos complejos y extensos como la *sociedad*, la *cultura* o el *sistema discursivo* con sus respectivos *elementos de conflictos claves*: clases sociales, estilos de vida o discursivos, acciones, géneros y modos y medios de comunicación;

- una perspectiva *medium*, más cercana al fenómeno social, en las que observamos *escenas de intercambio y conflicto*: relaciones productivas, situaciones de exposición o lectura de obras de arte o equivalentes y de percepción de medios;
- y una tercera perspectiva *micro* en la que se enfocan *productos en sus procesos*: objetos industriales o artesanales, textos artísticos o mediáticos<sup>2</sup>.

Por supuesto que para comprender el funcionamiento de una sociedad, una cultura o un sistema discursivo, *es indiscutible la necesidad de articular los tres niveles*. Y también es evidente que en buena parte la consideración de un fenómeno como macro o micro depende del punto de vista tomado para construir el problema de investigación según los objetivos: la pantalla de Facebook puede ser micro para comparar plataformas mediáticas complejas entre sí, pero *medium* y hasta macro para estudiar los diferentes tipos de *megusteos*.

La ventaja que presenta la elección de un enfoque de investigación que acentúe el esfuerzo en ese análisis *micro*, desde la *materialidad textual y mediática* que va produciendo la sociedad, es que es más difícil que nos dejemos ganar por ideas o conclusiones generales que la sociedad produce constantemente. Del modo macro de enfocar los fenómenos mediáticos proviene, por ejemplo, la insistencia de la clásica oposición propuesta por Eco entre apocalípticos e integrados que cada novedad revive. Si se entiende a la caverna de Platón como un modelo macro de vida social, en cada fragmento de la misma se encontrarán encadenados y sombras ininteligibles.

Siempre lo hemos dicho, no consideramos secundaria la información proveniente del conocimiento de áreas extensas del funcionamiento social, pero nuestro esfuerzo está puesto siempre en contribuir a la observación desde lo *micro*. Recién desde allí extraemos conclusiones sobre aspectos más generales de la vida mediática y acerca de relaciones de lo discursivo con otros ámbitos de la vida social.

Tal vez sea importante aclarar otra vez el foco de la sociosemiótica de las mediatizaciones. Y el punto debiera ser la diferenciación entre la sociosemiótica y las *teorías de la comunicación*. La sociosemiótica ocupa sólo uno de los capítulos entre los múltiples enfoques sobre la comunicación que enumera Sandra Valdetaro (2015, p. 149-151)<sup>3</sup>. Esa posición específica

---

2. Como tantas otras formalizaciones que vamos armando, nunca consideramos a estos tres enfoques como determinantes para campos amplios de trabajo, sin embargo el extrañado Mariano Cebrián Herreros los tomó como centrales en el prólogo que atentamente nos escribió a *La captura...* (Cebrián Herreros, 2012, p. 8-9).

3. Valdetaro (2015, p. 86-87; p. 194-197), presta especial atención a los detalles que aporta el enfoque de lo material y que se manifiestan en nuestro trabajo de equipo sobre la construcción de lo radiofónico (Fernández, 2008).

que distingue Valdetaro en la sociosemiótica, apoyándose en el Eliseo Verón de *La semiosis social* (ahora considerada como *la primera*, 1987), como “abordaje empírico, material, situado y lógico de la circulación social de sentido...” y lejos de “...cualquier fundamento intencional, hermenéutico y fenomenológico y de todo modelo subjetivista del actor social...” (Valdetaro, 2015, p. 149), describe nuestro programa de trabajo mejor de lo que lo hacemos nosotros mismos.

Aquí discutiremos problemas de la materialidad de las mediatizaciones y lo haremos teniendo en cuenta los últimos esfuerzos de Verón sobre el tema, que consideramos que los hace desde un enfoque macro, y las proposiciones de Oscar Traversa sobre el dispositivo, a las que consideramos como producto de un modo medium de tratarlo. Por último, volveremos a las conceptualizaciones sobre las mediatizaciones que entendemos como micro y que consideramos que pueden tener interés productivo.

## Un camino hacia lo macro: la larga duración

Hay diversas razones que explican la tendencia hacia lo macro que puede percibirse en la actualidad. Aquí nos ocuparemos de uno de esos movimientos porque tal vez sea el que tenga más consecuencias sobre nuestro trabajo específico por las diversas cercanías: es el de Eliseo Verón reflexionando sobre *el primer fenómeno mediático* (Verón, 2013, cap. 11), que lleva a Oscar Traversa a hablar de “trayecto largo de la mediatización” (Traversa, 2015, p. 146-147).

En el escrito de Verón, de cuyo recorrido Traversa<sup>4</sup> toma buena cuenta, se propone la idea de volver a la construcción de los primeros utensilios conocidos y proponerla como la *primera mediatización*. Ello se hace en un cruce teórico en el que Verón combina a Jean-Marie Schaeffer, André Leroi-Gourhan y Niklas Luhmann. Para nosotros es dificultoso incorporarnos a esa discusión sin que intervengan directamente autores como Marcel Mauss y Claude Lévi-Strauss, que mucho han dicho sobre las relaciones entre utensilios y sistemas comunicacionales, pero por supuesto son elecciones válidas en un momento particular del trabajo de un autor.

---

4. Si bien lo biográfico no siempre da cuenta de la producción de sentido de un investigador, creemos que Traversa saca buen partido de estos puntos de vista de Verón por su formación universitaria en Biología.

Es muy posible que el camino macro sobre las mediatizaciones termine construyendo un nuevo objeto y campo de estudio. Sería un objeto de estudio que combine en un mismo nivel, a todas las series, a todos los sistemas que componen la mediatización. Ese modo sintético gusta a los sistémicos y parece imprescindible para la racionalidad occidental, pero creemos que ahí vale tener en cuenta que ya se cuestiona que se hable hasta de *sociedad* como *concepto-fondo* (para hacer referencia a Latour (2008, p. 150-151). En este camino, la mediatización corre el riesgo de convertirse en *fondo* antes de que hayamos conocido muchas de sus características.

Por nuestra parte, para intervenir en esa discusión deberíamos, sencillamente, cambiar nuestro objeto de estudio y nuestra formación, más allá de que como lectores involucrados sin duda seguiremos ese desarrollo con interés. Suponemos, sin embargo, que las mediatizaciones que seguiremos estudiando se medirán, como mucho, en siglos y alguna, tal vez, en milenios, pero seguramente estaremos lejos de los millones de años, por otra parte variables, que nos propone una alianza con la antropología física, los sistémicos y la filosofía.

Se nos hará notar que siempre hemos aceptado el concepto de *semiosis social*, que Traversa discute sagazmente en tensión con el de *trayecto largo de la mediatización*, pero no es lo mismo aceptar, como concepto-fondo (para insistir con Latour), un concepto espacial como el de semiosis social, sin principio ni fin, que un *vector temporal* como el que surge de una primera mediatización, atravesando todo lo conocido hasta nuestros días.

Nos interesa hacer notar que el caminar hacia el lado macro no es inocuo. Por ejemplo, veamos esta cita de nuestro cercano colega Gastón Cingolani:

Las investigaciones que enfocan en la materialización a través de los recursos o de los objetos bajo denominaciones como medios, dispositivos, tecnologías, entre otros, corren el riesgo de reducir los procesos sólo a su dimensión tecnológica, por identificación con el nombre de la tecnología en cuestión: *imprensa, fotografía, televisión, etc.*, o peor aún, *Internet*. Esa identificación atrae dos consecuencias: asumir que la mediatización es sólo la puesta en juego de un recurso tecnológico [y] montado en lo anterior, asumir que es suficiente conocer el recurso o medio implicado, para conocer su efecto. (Cingolani, 2013, p. 13)

Cingolani escribe en esa encrucijada bibliográfica, y el tecnologismo que denuncia no es el nuestro, y no creemos siquiera que se le pueda atribuir a un Marshall McLuhan y menos

luego de las lecturas que ha hecho de la ecología de los medios Carlos Scolari (2015), autores ambos que no aparecen en Verón, en ese modo novedoso de comprender la mediatización macro<sup>5</sup>.

Mariano Fernández, otro autor interesante y que realiza un recorrido bibliográfico muy rico y extenso (aproximadamente sesenta entradas), pero que tampoco incluye a McLuhan y a Scolari, propone también la oposición entre “serie larga” y “serie corta” de las mediatizaciones (Fernández, M., 2014, p. 194-199), pero no parece encontrarle lugar en el concepto de mediatización a las mediatizaciones interindividuales, como la del teléfono, ni a las nuevas mediatizaciones basadas en plataformas y redes.

Tanto Cingolani como Mariano Fernández, estimulados por la perspectiva macro y la bibliografía diversa se ven obligados a tener una posición *fundante* sobre el estudio de las mediatizaciones, complementario del punto de vista de Verón, quien en *La semiosis social 2* revisa toda su obra, sus fuentes y sus discusiones. Pero nosotros, desde nuestra perspectiva micro, como dijimos, estamos en el *tercer momento* de reflexión, uno más, sobre las nuevas mediatizaciones. Ya no es un momento novedoso y, aún en Europa -continente con menor recorrido específico sobre el tema-, autores prestigiosos deben unirse para defenderse de quienes sospechan que la mediatización es sólo un tema de moda (Hepp, Hjarvard & Lundby, 2015), es decir, que ya estamos lejos de las fundaciones. La fuerza del conocimiento micro y de los niveles que aceptan su utilización es más resistente al triunfo de los verosímiles que acechan en lo macro.

## El gesto traversiano: el dispositivo ampliado hacia lo medium

En realidad, consideramos que el movimiento clave en nuestro campo hacia lo medium proviene con seguridad de una serie de artículos de Oscar Traversa, que tienen también un ya un largo recorrido. Vamos a tener en cuenta y muy brevemente aquí a tres de ellos. El primero (2001) que lleva por título *Aproximaciones a la noción de dispositivo* y los otros dos, publicados casi juntos en 2009 son *Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de dispositivo* y *Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse*. En su conjunto generan un recorrido sugerente y complejo que ha sido fuente de inspiración para nosotros.

---

5. Ver especialmente, en el libro compilado por Scolari, además de su introducción, el artículo de Inderk Irbus (2015, p. 221 y sgts.)

Oscar Traversa es un referente y sus aportes sobre cine, gráfica y plataformas han iluminado nuestro trabajo sobre medios de sonido por sus enfoques novedosos. Su idea de *film no filmico* (1983) nos ha ayudado a pensar siempre las vidas de los medios como transmediáticas y su concepto de *mixtopías* (espacios sociales en los que se materializan los proyectos utópicos) nos ha servido mucho para organizar las relaciones entre lo mediático y el espacio urbano, por ejemplo.

Desde ese punto de vista, y teniendo en cuenta nuestra manera de ordenar el campo, Traversa ha sido siempre un gran articulador entre lo micro y lo medium, es decir, un gran alimentador del saber operativo sobre lo social. Descripto así su trabajo se parece más al de Christian Metz que al de Verón. Metz, investigando detalles sobre cine nos enseñó grandes claves sobre los intercambios mediáticos en general. Verón, en cambio, siempre nos pareció más como un gran articulador entre lo micro y lo macro, sin una producción especialmente fuerte en lo medium; por eso seguir el camino de Verón hacia lo macro no es un camino fácil, y más si no se cuenta con su impresionante capacidad para las descripciones micro.

Es evidente que cuando Traversa, otro gran descriptor micro, comienza a escribir sobre *dispositivo* así, a secas, realiza en ese camino un esfuerzo para resituar la problemática de lo material en la semiótica de los medios, respecto del conjunto de ciertos desarrollos de la época, pero también en relación a la fuerte presencia que el concepto dispositivo tenía (y tiene) en las ciencias sociales que explícita o implícitamente dialogan con la semiótica. Ello merece un estudio detallado y profundo que es imposible realizar aquí<sup>6</sup>.

En el trabajo de Traversa se registra un aprovechamiento muy productivo del campo marcado por Eliseo Verón (1974, p. 23), en el que una materia, para ser significativa, debe estar investida por reglas, y que esa reflexión es "protosemiológica". En el mundo de Verón, como vimos antes "...el concepto de 'medios' designa un conjunto constituido por una tecnología *sumada a* las prácticas sociales de producción y apropiación de esta tecnología, cuando hay acceso *público...* a los mensajes" (Verón, 1997, p. 55). Es de registrar el hecho de que lo discursivo, en este sentido, es un momento de discusión posterior a lo mediático y a su circunscripción.

---

6. Traversa viene escribiendo sobre temas vinculados a la noción de dispositivo al menos desde principios de la década de los 80 del siglo XX. Más allá de las razones que proponemos aquí, la elección de los tres artículos a revisar son también los que ha seleccionado el autor en un recopilación reciente de sus trabajos (Traversa, 2014). Por otra parte, partimos de la base de que Traversa conoce perfectamente la noción de dispositivo técnico, la que desarrollamos trabajando con él en cátedras y en su seminario de los miércoles en Filosofía y Letras de la UBA, y que menciona al pasar aunque sin profundizar.

La reflexión sobre la noción de dispositivo tiene, en la obra de Traversa, un lugar muy especial: a pesar de ser objeto de seminarios y de discusiones en los artículos, se privilegia una posición enunciativa de entrada y salida constante sobre el tema. A diferencia de otros tópicos que ha tratado, el modo de reflexionar sobre el concepto de dispositivo es por rodeo, alusiones, revisiones. También en su modo de tratamiento de este campo nos hemos inspirado seguramente cuando hablamos del avance del conocimiento *en espiral*: volver sobre lo aprendido antes de avanzar hacia un nuevo aprendizaje. No nos interesa hacer interpretaciones, pero tal vez Traversa decidió navegar medium para articular la distancia entre los extremos micro y macro de Verón, muy evidentes en *La semiosis social 2*.

En un primer momento, el enfoque de Traversa en estos artículos se centra en la problemática de lo visual (más que en lo audiovisual) y especialmente con la imagen de origen fotográfico (Traversa, 2001). En ese camino el reconocimiento a Aumont acentúa el efecto relacional entre la imagen y su vida social, porque el autor francés agrega, para comprender el funcionamiento de la imagen, “determinaciones fisiológicas y psicológicas” básicas del individuo (algo imprecisamente micro), la necesidad de tener en cuenta “determinaciones sociales” como los modos de producir, reproducir, hacerlas circular y hasta los soportes para hacerlas visibles (algo indeterminadamente macro) (Aumont, 1992, p. 143). Es decir que Aumont cruza en su reflexión desde conceptos macro hasta micro y materiales como los soportes que, como veremos luego, no son para nosotros materiales productores de sentido.

En un segundo momento, la reflexión de Traversa se enfoca en un objeto de estudio específico: las tapas de semanarios. Es interesante porque es un paso más en su largo trabajo sobre lo gráfico, un dispositivo técnico para nosotros, y los modos de representación de lo corporal, de construcción de ofertas de lectura y de relaciones de las diferentes partes de los medios gráficos entre sí<sup>7</sup>.

En el primer artículo publicado en 2009, el autor enfoca las relaciones entre tapas y kioscos. Es decir que, utilizando un cierto modo terminológico, las considera como *interfaces* entre el producto y sus posibles compradores/lectores.

En el segundo párrafo se menciona a Verón como fuente de inspiración:

---

7. Ver Traversa (1997), por otro lado basado en su tesis de doctorado dirigida por Nicolás Rosa. También en su recorrido hay que tener en cuenta los trabajos en conjunto con Steimberg (Steimberg y Traversa, 1997). Más adelante precisaremos la noción de dispositivo técnico.

Desde lo conceptual, los condicionantes de nuestra descripción están vinculados a la diferenciación que puede hacerse entre dispositivo técnico y medio. Pese a que esta distinción no ostenta puntos de acuerdo pleno entre quienes ya han reflexionado sobre ella, sí asistimos a la opinión común en torno de la necesidad de diferenciar esos niveles. Seguiremos aquí, en buena medida, los señalamientos de Eliseo Verón. (Traversa, 2009a, s.p.)

Y su definición de medio será la de las dos series de Verón: lo tecnológico y los usos. El artículo es complejo porque incluye una larga actualización bibliográfica de la noción de dispositivo dentro de la semiótica y tipologías de tapas de semanarios argentinos: lo teórico y lo descriptivo están en tensión. En el último párrafo de sus conclusiones, Traversa escribe sobre las tapas más complejas, posteriores a la década del 60 del siglo XX:

Es así que la tapa se ha convertido directamente en otro objeto significante, producto de que las nuevas operaciones de sentido que en ella se inscriben, condicionan de un modo sensiblemente diferente tanto en producción como en reconocimiento la discursividad que a través de la tapa se despliegan, y en relación con otro dispositivo –el kiosco– que expresa funcionamientos propios de la mediatización de las sociedades contemporáneas: los medios como sistema y la agenda como construcción de la actualidad. (Traversa, 2009a, s.p.)

Tapas de medios y kioscos son ambos dispositivos (a secas) para Traversa y, en cierto sentido, puntos intermedios de tensión entre los dispositivos técnicos, que en Verón eran tecnológicos, y los medios, definidos por sus usos. Ahí se ve la riqueza de esa complejidad. Pero debemos anotar que, por un lado, (y pedimos disculpas por introducir nuestro modo de trabajo), la tapa de un periódico está constituida por varios dispositivos técnicos, uno de ellos el gráfico, pero también por modos de tratamiento estilístico de noticias y opiniones, y está adaptada desde hace tiempo a un uso más *visual* (de vía pública), que de *lectura* detenida; por el otro lado, en cambio, el kiosco es un espacio vacío, puro soporte, que convierte en dispositivo técnico de exhibición la negociación entre los distribuidores de revistas y los diareros, es decir, un espacio más etnográfico que semiótico.

En el tercer artículo (2009b), Traversa se centra en las *plataformas*, siendo, como dijimos antes, uno de los primeros que construyó ese objeto de estudio<sup>8</sup>. De los múltiples niveles que el autor reconoce que se vincula con la problemática de las plataformas, decide quedarse

---

8. Para tener idea de la complejidad que reconoce al fenómeno, incluye "...en nuestros días, no corre sólo por parte de procedimientos propios y exclusivos de las plataformas, sino que a ellos es posible sumar otros SW externos con finalidades técnicas o de contacto más o menos definidas, o bien, apelear al conjunto de la memoria circulante en la web, sea ésta sonora, gráfica o mixta según convenga" (Traversa, 2009b, s.p.). En esto, estamos plenamente en línea y en posición de aprendizaje.

en este artículo con el nivel del *vínculo* y, a éste, describirlo como los diferentes modos de gestión de lo corporal en las relaciones entre emisión y recepción.

Con esa decisión travesiana, la discusión sale de lo exclusivamente mediático y, en ese movimiento, los *vínculos plenos* son los que se producen *cara a cara*, con lo cual todas las relaciones mediáticas serían *no plenas* y, por lógica consecuencia, aquellas mediatizaciones que incluyen aspectos corporales por vía indicial se convierten en *paradojales*: se trata de casos en que aparece lo corporal en el mismo tiempo de emisión y recepción (toma directa); la televisión y la radio en vivo se incluirían aquí.

Debemos entender que Traversa está hablando de sistemas de intercambio que deberían incluir en su descripción hasta sus formas industriales y mercantiles. Es decir, como mencionábamos al principio, que está pensando nuestros objetos de estudio, por decirlo así, como instalados en la gran mesa de las ciencias sociales y humanas. Al hacer ese desplazamiento hacia lo macro, se cruza con otro tipo de problemas, diferentes de los que venimos hablando. Para evitar introducirnos en esa discusión, debemos poner en relación ese nivel de análisis con el de la etnografía de redes, como hacemos con las investigaciones tan interesantes de Miller (2016).

Para nuestros objetivos, muchos más modestos desde ese punto de vista, esta manera travesiana de describir nos agrega dos tipos de problemas. Por un lado, todo sistema de intercambio discursivo mediático sería *no pleno*, con lo cual nos obligaría a discutir la problemática metafísica del cara a cara como *intercambio original* que entendemos resuelta con la gramatología derrideana<sup>9</sup>. Por el otro, quedarían como mediatizaciones paradojales (“especie extraña u opuesta a la común opinión”, según Traversa, 2009b, s.p.), nada menos que toda la televisión y la radio en vivo (que exceden a la toma directa) y a las que privilegiamos como núcleo estructurante del broadcasting, es decir de la comunicación masiva y, por supuesto los múltiples usos que del sonido y la voz van creciendo en diversas mediatizaciones como WhatsApp.

## Definiciones actualizadas desde lo micro

Si bien en los ejemplos que vimos se ve claramente que la visión a distancia generada por el enfoque macro sólo se sostiene dejando afuera lo micro, dado que incluirlo pondría

---

9. Recordar la crítica de la noción de escritura como *significante del significante* (Derrida, 1986, parte I). Tener en cuenta las relaciones de esta posición de Traversa, como casi de anticipación de este punto de vista, respecto de las reflexiones sobre la primera mediatización y los útiles en el último Verón.

en cuestión el conjunto del enfoque, esto de ninguna manera quiere decir que lo micro sea una posición fácil de defender. Tal vez tenga como ventaja lateral el evitar discusiones habituales que distraen del objetivo de trabajo, pero la contraparte es muy fuerte: obliga, todo el tiempo, a defender la importancia del propio objeto de estudio y del propio enfoque.

Es verdad que si investigáramos sólo por el placer de estudiar serían todas ventajas. Pero en verdad, investigamos lo social porque nos preocupan sus acontecimientos y estamos convencidos de la utilidad de nuestra tarea. Para esas intervenciones, la instancia micro exige redoblar esfuerzos.

El panorama que venimos recorriendo justifica que recuperemos la versión actualizada de nuestras definiciones micro, para ponerlas a disposición de las nuevas discusiones sobre mediatización, al menos con las que pretendan investigar en este período, histórico, del uso de las mediatizaciones. Una curiosidad es que ello nos obliga a un enfoque medium, pero veremos que la discusión central que nos interesa se resuelve, en primer lugar, en el nivel micro. Y ya vimos que el no hacerlo así tiene consecuencias.

Revisemos entonces nuestras definiciones actualizadas. En primer lugar, hemos denominado *mediatización* a todo sistema de intercambio discursivo que se practique en la vida social y que se realice mediante la presencia de *dispositivos técnicos* que permiten la modalización espacial, temporal o espacio-temporal del intercambio (directo, grabado, presencia o no del cuerpo, indicialidad, iconicidad o simbolicidad, etc.)<sup>10</sup>.

En ese sentido, una mediatización siempre se opone a los intercambios *cara a cara*, y con ello alcanza para una primera discriminación operativa. Desde ya que, como en toda la vida social, encontramos la presencia de zonas grises, como las conferencias con amplificación de sonido y soporte de medios visuales, así como las performances musicales cara a cara que incluyen muy diversos grados y tipos de mediatización y, en un caso muy particular de la actualidad, como lo es el intercambio de mensajes escritos vía telefónica estando los interlocutores en el mismo espacio público. Pero, en términos generales, la oposición dispositivos técnicos vs. cara a cara es una gran diferenciación productiva, y creemos que se ve su utilidad aun en los casos grises -o híbridos- que acabamos de mencionar. Por otra

---

10. Por supuesto que, en 1994, nuestra definición era a partir del medio radio, pero ya ahí interesaba "la radio en sus sistemas" y no había ningún gesto introductorio a la vida del medio que pudiera obviar el problema de lo discursivo. Esta oposición simple, entre mediatización y cara a cara, ha tenido siempre la ventaja de permitir que ordenemos rápidamente cualquier intercambio discursivo sobre el que trabajamos, sin obligarnos a ajustes. Los ajustes se producirán directamente por la descripción de los dispositivos técnicos utilizados.

parte, también es una diferenciación por principio micro: queremos decir, cada vez que sospechamos que hay un sistema de intercambio discursivo, lo primero que observamos es la presencia o no de dispositivos técnicos, y qué tipo/s de dispositivos técnicos participan del intercambio.

Por otro lado, para que una mediatización sea considerada como una parte relativamente estable de la vida social y cultural, debe estar constituida por al menos tres niveles de fenómenos, de vida relativamente independiente entre sí, y en esto nos separamos de Verón y de sus seguidores:

- En primer lugar, los ya mencionados *dispositivos técnicos* que tienen dinámicas de desenvolvimiento y desarrollo propias vinculada por ejemplo, a momentos sociales más o menos *invencionistas* o, en otro nivel, más o menos *naturalistas*.
- La presencia habitual en esos intercambios de *géneros* y *estilos* discursivos más o menos populares o masivos (no conviene en este nivel introducir el fenómeno de los *lenguajes*, porque así como sabemos ahora que hay más de un lenguaje radiofónico o televisivo, también notamos que en las nuevas mediatizaciones se presentan tanto hibridaciones, como esfuerzos teóricos, para construir categorías *metadiscursivas* de base metafísica).
- De la vida de una mediatización se deben entender sus usos sociales (información, entretenimiento, educación, competencia, lucha política, interindividualidad, etc.). La comprensión de sus usos sociales debe incluir la presencia de *usos desviantes* como, por ejemplo, que el *arte pop* utilizó las mediatizaciones masivas como fuente de creación artística, pero exponiendo que se trataba de fenómenos publicitarios o culturales dentro de los medios masivos (Fernández, 2008).

Respecto de las denominadas nuevas mediatizaciones, en términos generales, se denomina *redes sociales* o *social media* a las mediatizaciones que privilegian el intercambio en red (*networking* o *netcasting*) frente a los previos *medios masivos* (*broadcasting* o intercambios de un emisor con indeterminados receptores)<sup>11</sup>. Más allá de que esta oposición deja afuera a mediatizaciones tradicionales como las basadas en el correo y en la telefonía que son, al menos parcialmente, mediatizaciones en red, el propio desarrollo las mediatizaciones y el de nuestro conocimiento sobre ellas nos van obligando a diferenciar fenómenos.

---

11. En la explicación subsiguiente se verá por qué preferimos *networking* a *netcasting*. El primero remite a los intercambios peer to peer y el segundo puede confundirse con sistemas de broadcasting que se soportan en tecnologías de red.

Por un lado encontramos en la vida social funcionamientos en red, pero que no necesariamente son mediatizados. Es decir, se pueden aplicar las mismas metodologías de Análisis de Redes Sociales (ARS) a intercambios cara a cara, como sistemas de producción artesanal, como a intercambio mediatizados, por ejemplo, grupos de usuarios de WhatsApp (Teves & Pasarin, 2016). Esta necesidad de discriminación resulta obligada respecto de mediatizaciones como las de Facebook, YouTube, Vorterix o Spotify (sólo por mencionar a las más extensas o más diferenciadas), en las que conviven intercambios en networking e intercambios en broadcasting (ver un tutorial, un videoclip o un film de ficción en YouTube, no es un intercambio muy diferente al intercambio televisivo en grabado).

Por lo anterior, nos hemos visto obligados a diferenciar (siguiendo en esto tanto nuestras experiencias de investigación previa como a autores que se enfocan directamente en estos fenómenos, como Van Dijck, 2016) a las *redes sociales* (a veces mediáticas y a veces no) de lo que denominamos *plataformas de mediatización*<sup>12</sup>: denominamos así a los complejos sistemas *multimodality* de intercambios discursivos mediatizados que permiten la interacción o, al menos, la copresencia entre diversos sistemas de intercambio discursivo (cross, inter, multi o transmedia; sociales o interindividuales, en networking o en broadcasting, espectatoriales o interaccionales) (Fernández, 2016b).

Consideramos que uno de los conceptos claves para poder desplegar una teoría de la mediatización es la noción de *dispositivo técnico*, indispensable para comprender las características específicas de cada mediatización.

En una primera definición -que mantenemos- decíamos que el dispositivo técnico es el herramental tecnológico que "...puede definirse como el campo de variaciones que posibilita en todas las dimensiones de la interacción comunicacional (variaciones de tiempo, de espacio, de presencias del cuerpo, de prácticas sociales conexas de emisión y recepción, etc.) que 'modalizan' el intercambio discursivo cuando este no se realiza 'cara a cara'" (Fernández, 1994, p. 37).

Como se ve, tanto las definiciones de mediatizaciones como la de dispositivos técnicos, si bien tienen en cuenta la dimensión material de los intercambios discursivos, intentan escapar a la pura materialidad para enfocar lo relacional (no necesariamente interpersonal)

---

12. La diferenciación entre redes sociales y redes sociales mediáticas es muy importante para no atribuir a un tipo de red lo que es propio de otra o de cualquier tipo de red. Como ejemplo del funcionamiento de diferentes redes mediáticas y no mediáticas en el caso de nuestra música popular, pueden leerse los artículos de Jáuregui (2013) y Reder Carlson (2013) incluidos en el Dossier *Elementos para la conformación del broadcasting musical, del Nro. 9 de Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada*.

y lo diferencial; de ese modo, la noción de dispositivo técnico queda inscrita en una intersección entre aspectos tecnológicos y aspectos semióticos.

A partir de esa concepción de lo material, no hay para nosotros ningún dispositivo técnico denominado *papel*, que es un soporte material del dispositivo técnico *gráfico*, presente en libros, diarios, revistas, pantallas de computadores y smartphones y ahora presente también en buena parte de las pantallas televisivas. Y son diferentes dispositivos técnicos las pantallas, punto de pasaje o construcción de imágenes, con su capacidad de articular lo gráfico con lo fotográfico, en fijo o en movimiento, con el *touching* un modo más complejo de construir aspectos de los textos a intercambiar que los que permitía el *mouse*, un dispositivo técnico que facilita el linkear pero no el escribir.

Ese modo de entender lo material, teniendo en cuenta lo tecnológico pero enfocado en los efectos de producción de sentido, se relaciona con algunas conclusiones laterales:

- Una mediatización nunca es solamente sus dispositivos técnicos, aunque al no tenerlos en cuenta perdamos buena parte de nuestra capacidad descriptiva.
- Una mediatización difícilmente pueda sostenerse en un solo dispositivo técnico; el teléfono fijo, aparentemente muy sencillo, está constituido al menos por tres dispositivos técnicos: el que permite la *captura y conversión en señal eléctrica y el proceso inverso* (una de las formas de la *acusmatización* presente tanto producción como en recepción); el de la *telefonía*, capaz de enviar a distancia señal (es tan telefónico, en este caso, el *aire*, como el *cable* y aunque sea tecnológicamente diferentes), y el de la *amplificación*<sup>13</sup>.
- Una plataforma mediática está compuesta por diversas mediatizaciones integradas cada una, a su vez, en uno de sus niveles por diversos dispositivos técnicos. Por ejemplo, los posteos en el muro de Facebook son una combinatoria de intercambios escriturales, gráficos o iconográficos (*emojis*), interindividuales y grupales, de usos de socialización o políticos, etc.

Por supuesto corremos el riesgo del tecnologismo al otorgarle importancia a la presencia de diferentes dispositivos técnicos, en este sentido, para la comprensión de los diferentes intercambios mediáticos. Pero si los dejamos de lado, o los integramos sin crítica a conceptos

---

13. Chion (1999) dice que la mediatización del sonido consta de siete *efectos técnicos básicos*: captación, telefonía, acusmatización sistemática, amplificación/desamplificación, fonofijación (grabación o producción fijada), fonogeneración, remodelado. De esos efectos técnicos, producidos cada uno por dispositivos técnicos, algunos son necesarios para lo telefónico, otros para lo radiofónico o lo fonográfico.

de otro nivel, la noción de la mediatización como materialización discursiva de buena parte de la vida social se disuelve. O se metaboliza sin conflictividad a lo metafísico sistemático que ordena esa vida social. Es decir, su estudio pierde fuerza de cuestionamiento y entonces sí se corre el riesgo de confundir niveles como advertía Cingolani en su cita. La materialidad incorporada desde lo micro y en cada fenómeno analizado es nuestra propuesta para evitar los riesgos del mecanicismo interpretativo ■

## Referencias bibliográficas

- Aumont, J. (1992). El papel del dispositivo. En *La imagen* (pp. 143-206). Barcelona: Paidós Ibérica.
- Cebrián Herreros, M. (2012). Prólogo. En J.L. Fernández, *La captura de la audiencia radiofónica* (pp. 7-12). Buenos Aires: Líber Editores.
- Chion, M (1999). El corte. En *El sonido* (pp. 247-274). Barcelona: Paidós.
- Cingolani, G. (2014). ¿Qué se transforma cuando hay mediatización? En F. Rovetto & M.C. Reviglio, *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (pp. 11-23). Rosario: UNR Editora.
- Derrida, J. [1967] (1986). *De la gramatología*. México: Siglo XXI.
- Fernández, J. L. (1994) La entrada mediática. En *Los lenguajes de la radio* (pp. 31-52). Buenos Aires: Atuel.
- Fernández, J. L. (2008). La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva. En: J.L. Fernández (dir.), *La construcción de lo radiofónico* (pp. 9-73). Buenos Aires: La Crujía.
- Fernández, J. L. (2012). *La captura de la audiencia radiofónica*. Buenos Aires: Líber Editores.
- Fernández, J. L. (2013). Periodizaciones de idas y vueltas entre mediatizaciones y músicas. En J.L. Fernández (coord.), *Postbroadcasting. Innovación en la industria musical* (pp. 27-46). Buenos Aires: La Crujía.
- Fernández, J. L. (2016). Plataformas mediáticas y niveles de análisis. *In Mediaciones de la Comunicación*, 11, 71-96.

- Fernández, M. (2014). Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica. *La Trama de la Comunicación*, 18, 189-209.
- Hepp, A., Hjarvard, S. & Lundby, K. (2015). Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society. *Media, Culture & Society*, 37(2) 1-11. Recuperado de 10.1177/0163443715573835.
- Latour, B. (2007). *Nunca fuimos modernos. Ensayo de antropología simétrica*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: una introducción de la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.
- Martín-Barbero, J. (1991) [1987]. *De los medios a las mediaciones*. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: G. Gili.
- Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá). En C. A. Scolari (Ed.), *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*, pp. 15-42. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. & Logan R. (2014). El surgimiento de la comunicación móvil en el ecosistema mediático. *L.I.S. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, 11, 67-82.
- Steimberg, O. y Traversa, O. (1997). Por donde el ojo llega al diario: el estilo de primera página. En *Estilo de época y comunicación mediática* (pp. 75-90). Buenos Aires: Atuel.
- Teves, L. & Pasarin, L. (2016). Articulaciones entre etnografía y el análisis de redes sociales (ARS). *Primeras jornadas multidisciplinares para el análisis de las redes sociales (ARS)*. Buenos Aires: CIEA-UNTREF.
- Traversa, O. (1983). La aproximación inicial al filme: el contacto con el género. En *Cine: el significativo negado* (pp. 75-93). Buenos Aires: Hachette.
- Traversa, O. (1994). Mixtopías: las utopías de las sociedades mediáticas. En V. Fortunati, O. Steimberg, O. & L. Volta (comp.), *Utopías* (pp. 65-75). Buenos Aires: Corregidor.
- Traversa, O. (1997). *Cuerpos de papel*. Barcelona: Gedisa.
- Traversa, O. (2001). Aproximaciones a la noción de dispositivo. *Signo y Seña*, 12, 231-247.

- Traversa, O. (2009a). Por qué y cómo estudiar las tapas de las revistas: el papel de la noción de dispositivo. *Figuraciones*, (5), s.p.
- Traversa, O. (2009b). Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse. *Figuraciones*, (6), s.p.
- Traversa, O. (2014). *Inflexiones del discurso*. Buenos Aires: Santiago Arcos Editor.
- Traversa, O. (2015). Eliseo Verón y el “trayecto largo de la mediatización”. *Estudios*, (33), 131- 149.
- Valdettaro, S. (2011). Audiencias: de las “redes sociales” a las “asociaciones en red”. En S. Valdettaro (coord.), *Interfaces y Pantallas: análisis de dispositivos de comunicación* (pp. 13-20). Rosario: UNR Editora.
- Valdettaro, S. (2015). *Epistemología de la comunicación: una introducción crítica*. Rosario: UNR Editora.
- Verón, E. (1974). Para una semiología de las operaciones translingüísticas. *Lenguajes*, 2, 11-35.
- Verón, E. (1997). De la imagen semiológica a las discursividades. En I. Veyrat-Masson & D. Dayan, *Espacios públicos en imágenes* (pp. 47-70). Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2013). El primer fenómeno mediático. En *La semiosis social 2* (pp. 171-184). Buenos Aires: Paidós.

## Referencias electrónicas

- Fernández, J. L. (1987). Géneros en la radio-emisión. *Actas del 2do. Congreso Nacional de Semiótica*. San Juan: UNSJ. Recuperado de [https://www.academia.edu/29442316/G%C3%A9neros\\_en\\_la\\_radio-emisi%C3%B3n](https://www.academia.edu/29442316/G%C3%A9neros_en_la_radio-emisi%C3%B3n)
- Jáuregui, J. (2013). La sonoridad gráfica del tango. Metadiscursos de un género. *L.I.S. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, 9, 114-127. Recuperado de <http://www.revistalis.com.ar/index.php/lis/article/view/127>
- Neto, A. F. (2010). A circulação além das borda. En F. Neto & S. Valdettaro (dirs.), *Mediatización, Sociedad y Sentido: Diálogos entre Brasil y Argentina* (pp. 2-17). Rosario: Departamento de Ciencias de la Comunicación - Facultad de Ciencia Política y RRH

- UNR. Recuperado de <http://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/1500/Mediatizaci%C3%B3n%2c%20sociedad%20y%20sentido.pdf?sequence=1>

Parente, D. (2008). La concepción heideggeriana del artefacto en Grundbegriffe der Metaphysik. *Signos filosóficos*, 10(20), 75-93. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-13242008000200004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-13242008000200004)

Reder Carlson, J. (2013). ¿Una modernidad primitiva? Andrés Chazarreta, el folklore argentino y los medios masivos de comunicación *L.I.S. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad mediatizada*, 9, 128-135. Recuperado de <http://www.revistalis.com.ar/index.php/lis/article/view/128>

# Sistemas de recomendación, mediatizaciones de lo preferible y enunciación

## Sistemas de recomendação, mediações do preferível e enunciação

**Gastón Cingolani**

Instituto de Investigación en Arte y Crítica / IIEAC (UNA)  
Fac. de Periodismo y Comunicación Social / FPyCS (UNLP)  
[gastoncingolani@gmail.com](mailto:gastoncingolani@gmail.com)

### Resumen

Una parte importante del flujo informativo que alimenta la organización y el uso de sitios web y aplicaciones surge de la captación de preferencias de los usuarios, preferencias de diferentes niveles: desde la búsqueda de consumos *ony offline*, hasta cómo organizar los recorridos por los sitios. En la superficie textual estos niveles están condensados y constituyen estrategias discursivas a partir de operaciones enunciativas de interpelaciones variadas. Se propone un ensayo de clasificación considerando en lo enunciativo tanto las operaciones *espaciales* y *verbales*, como las disposiciones *abiertas* o *individualizadas* y los modelos *antropoides* o *automatizados*, a fin de distinguir modelos y variantes de mediatización de la recomendación y las preferencias. Para esta clasificación inicial se toman sitios orientados a prácticas y contenidos diferentes, ya que el aspecto que nos interesa no es solo del orden de lo que allí se tematiza, sino sobre todo el de cómo establecen recomendaciones sobre los contenidos.

### Palabras clave

enunciación - sistemas de recomendación - mediatización - web - juicios de gusto

## Resumo

*Uma parte importante do fluxo de informação que alimenta a organização e utilização de web sites e aplicações vem da captura das preferências do usuário, preferências de diferentes níveis: de procurar o consumo on e off line, para a forma de organizar percursos pelos sites. Na superfície textual estes níveis são condensados e são estratégias discursivas de várias operações enunciativas de interpelação. Um ensaio de classificação é proposto, considerando as operações tanto espaciais e verbais, tais como disposições abertas ou individuais, e os **modelos antropóides ou automatizados**, para distinguir modelos e variantes da **mídiatização sobre a recomendação e as preferências**. Para esta classificação inicial, práticas orientadas e diferentes sites de conteúdo são tomadas como o aspecto que nos interessa não é apenas o fim do que é tematizada lá, mas especialmente como estabelecer recomendações sobre o conteúdo.*

## Palavras-chave

*enunciação - sistemas de recomendação - mídiatização - web - juízos de gosto*

## Presentación del trabajo<sup>1</sup>

La dimensión enunciativa de los discursos, como lo han demostrado diferentes análisis y teorizaciones, es fértil en operaciones que marcan las condiciones de funcionamiento del sentido. Debemos a autores tan dispares como Latour (2006), Metz (1991), Verón (1988, 1994) o Fisher (1999), entre otros, el camino ya marcado para indagar discursos con superficies ardua o escasamente provistas de recursos lingüísticos, o con muy baja intensidad de interacciones indiciales humanas<sup>2</sup>. Ese camino nos hizo ver cómo el “antropomorfismo” o el “lingüisticismo” podían enturbiar peligrosamente el análisis. A cambio, nos instruyeron en la observación y sistematización de operaciones que dan forma a las estrategias de un medio o de un complejo multimedial. Las operaciones enunciativas están, al mismo tiempo, condicionadas por la dimensión material y técnica, arraigadas en lo cognitivo y procesadas socialmente (Verón y Fisher, 1986). En específico, esas operaciones activan las formas representacionales y los modos vinculares, que exceden las regulaciones de una lengua (Culioli, 1990 y 1999).

En este trabajo analizamos algunas formas emergentes en la segunda etapa de la Red, formas que tienen lugar en una enorme variedad de sitios y de aplicaciones. Lo enunciativo, de entrada, nos lleva a analizar el sentido diferencial entre lo antropomórfico y lo que no lo es, entre lo personalizante y lo impersonal, entre lo colectivo y lo individual, entre lo genérico y lo singular que opera –más allá de las micro relaciones– como condicionante del dispositivo (Traversa, 2001 y 2014).

El esquema que aquí se presenta es sólo una primera instancia, bajo la forma de una tipificación de sitios y aplicaciones que, en su conjunto o parcialmente, funcionan arquetípicamente como un Sistema de Recomendación (SR). ¿Qué es un SR? Es un dispositivo que consiste

---

1. Esta exposición amplía lo presentado en el X Congreso Argentino y V Congreso Internacional de Semiótica, organizado por la Asociación Argentina de Semiótica, UNL y UNER, Paraná, el 17 de septiembre de 2016 bajo el título “Sistemas de recomendación. Mediatizaciones con rebordes enunciativos de los juicios de gusto”. El trabajo se realiza en el marco del proyecto “De los medios a las mediatizaciones (II). Mediatizaciones de la experiencia estética”, Instituto de Investigación y Experimentación en Arte y Crítica, Área Transdepartamental de Crítica de Artes, Universidad Nacional de las Artes. (COD 34/0410 – Res.: 0091/15).

2. Seguimos aquí la distinción entre máquinas y humanos de Collins y Kusch (1998, p. 1-2, traducción nuestra): “Los humanos pueden ejercer dos clases de acciones y –como las máquinas– pueden simplemente comportarse. Cuando los humanos ejercen *acciones polimórficas*, echan mano a su comprensión de la sociedad; cuando hacen *acciones mimeomórficas*, actúan intencionalmente como máquinas, es decir, como entidades que no necesitan entender a la sociedad. (...) Llamamos “humanos” a todas aquellas entidades que pueden hacer acciones polimórficas.”

en una base informática de obtención y procesamiento de datos sobre lo que los usuarios hacen en la Red, y que vuelve como generador de “atajos” para facilitar el encuentro de cada usuario con aquello que podría interesarle (Burke, R., 2002, “Hybridrecommendersystems: Survey and experiments”, cit. en Powelse, Van Slobbe, Wang, Reinders y Sips, 2005; De Koven, 2005, p. 1, Ben Schafer, Frankowski, Herlocker y Sen, 2007, p. 296; Ricci, Rokach y Shapira, 2011, p. 1-35). Abundan las páginas académicas sobre algoritmos, lo que hace suponer que casi todo lo que interesa de un SR se limita a su plano sub- o pre-discursivo; por otra parte, casi siempre opacoa los usuarios. Curiosamente, no suele atenderse el plano discursivo, es decir, el modo en que esos “atajos” son traducidos y puestos en la superficie como *preferencias, recomendaciones, tendencias, agenda, etc.*

Es importante ver que aquí consideramos no solo sitios y aplicaciones que se sobrentienden como organizados por un algoritmo: también guardan algo de este comportamiento los portales de noticias, los sitios de redsocialización, o los de consumos on line y off line.

Inicialmente y de modo amplio, se tomará como SR a toda superficie o conjunto textual en el que correlacionen los siguientes parámetros (tabla 1):

- <b>ALGO</b> (específico o genérico)	- es <b>OFRECIDO</b> (presentado / ecomendado)	- <b>SOLO</b> o en un <b>CONJUNTO</b> o en varios conjuntos <b>simultáneos</b> (listados <b>simples o complejos, sistemas</b> )	- de parte de <b>“ALGUIEN”</b> (“máquina” o “humano”, que podrá ser un <b>especialista, una institución, otro usuario</b> )	- para que <b>“ALGUIEN”</b> (un individuo, un tipo <b>sociocultural</b> )	- tome <b>CONTACTO</b> y/o <b>consume</b> (conozca, <b>compre, recomiende, vea/lea/escuche</b> ).
--	---	--	--	--	---

**Tabla 1**

Como se ve, este esquema es, además de muy general, difícil de presentar sin incorporar algunos términos instanciados con valores que ya son enunciativos. (Culioli, 1999, p. 170-171; Fisher, 1999, p. 88 y p. 174-175).

Pero justamenteeste primer ensayo busca avanzar en el análisis de las estrategias en caracteres enunciativos. Esos caracteres enunciativos nos permitirán distinguir una gama de situaciones que podríamos listar así:

- presentación curatorial (protoSR)
- presentación cronológica (protoSR)
- presentación algorítmica (SP)
- especialista o experto (protoSR, SR super-peer)
- juicio de gusto (seudoSRy SR p2p)<sup>3</sup>

Como se ve, es fundamental considerar las variantes enunciativas que tienden a complejizar este esquema: ¿se *recomienda* o qué? ¿*qué* se recomienda? ¿lo que se ofrece, participa de una serie o es una singularidad? ¿*quién* enuncia? ¿*a quién* se dirige? ¿para que haga qué (compre, conozca, aprecie)? ¿cómo impactan las maneras automatizadas (donde lo “sub-discursivo” no se manifiesta sino por inferencia de lo que sucede discursivamente) y los gestos “humanos” de recomendación? ¿es eso indistinto para el modo en que quiero ser tratado? El orden clasificatorio que se propone, marca (no estrictamente) una serie que incluye desde formas mediáticas anteriores a la Red, hacia formas no mediáticas que ingresan a la Red como operatorias discursivas para sistemas digitales.

En nuestra caracterización, consideraremos centralmente los problemas enunciativos que surgen del sentido diferencial entre lo antropomórfico y lo que no lo es, entre lo personalizante y lo impersonal, entre lo colectivo y lo individual, entre lo genérico y lo singular, entre lo indicial y lo convencional.

Este trabajo es exploratorio, por lo que no partió de un corpus cerrado sino que se fue completando con el análisis de los siguientes sitios y aplicaciones (entre otros): Lanacion.com.ar; Clarin.com; Perfil.com; Nytimes.com; Scribd.com; Guiaoleo.com.ar; Taringa.net; Eldia.com; Revistaenie.clarin.com; Youtube.com; Discovr; Vimeo.com; Twitter.com; Espanol.yahoo.com; Bandcamp.com; Tastekid.com; Yelp.com.ar; Tripadvisor.com.ar; Amazon.com; Pinterest.com; Slate.fr; Elpais.com; Washingtonpost.com; Lemonde.fr; Corriere.it; Infobae.com; Oglabo.globo.com; Folha.uol.com.br; Repubblica.it; Eobservador.com.uy; Elpais.uy; Huffingtonpost.com; Facebook.com; Lindkedin.com; Filmaffinity.com; Goodreads.com; Grooveshark; Spotify.com; Netflix; Hoteles.com; Despegar.com; DeRemate.com; Alamaula.com.

---

3. Las siglas y denominaciones entre paréntesis serán esclarecidas a lo largo del texto.

## Operaciones enunciativas I: circuitos y modos de integración en el espacio textual

Las primeras operaciones que tomaremos son las que se despliegan implícitamente en el empleo del espacio en pantalla en sitios web y aplicaciones. Como sabemos, la pantalla dispone fenoméricamente de una espacialización en dos dimensiones, que por lo general rebasa en sus bordes a los de la pantalla. (Franchi, 2013, p. 37)

Todo sitio, cuando se abre, presenta por defecto su parte superior. El tamaño de una página puede ser muy variable, y el *escroleo* (o *scrolling*) es la acción que permite traspasar esa frontera y recorrer el largo y ancho de la misma<sup>4</sup>. En consecuencia, la operación primera de toda *home page* es la de jerarquizar espacialmente y ser su propio SR de los contenidos que distribuye en el sitio. A partir de allí, todos los recursos que se emplean para destacar un ítem o contenido (tamaño relativo, indicadores visuales, títulos y otros textos) cumplen la tarea de recomendación implícita, similar a lo que se hace en las portadas y páginas de los periódicos impresos. *El primer sistema o soporte de jerarquización es la puesta en el espacio, aprovechando esa suerte de atracción gravitatoria que es el contacto secuenciado desde un espacio inicial.*

Para algunos sitios, esto es un gran atajo en el ordenamiento de los contenidos. El caso primordial es el de los portales de noticias, que efectuaron la transposición parcial de la lógica que habitaba en las tapas y páginas de diarios a lo largo del siglo XX, por el cual el espacio se hacía cargo del ordenamiento de lo *importante*. Sin embargo, en los portales de noticias ese criterio está tensionado por otros dos: el de la actualización (lo *último*: el dispositivo hace suponer la irrigación operativa de lo reciente) y el de la *selección temática*, que toma forma también como agrupamiento espacial en casi todos los portales de noticias (Cingolani, 2016b y 2016c).

Por obvia que parezca, o por naturalizada que esté, conviene considerar la tensión entre estas dimensiones porque no todos los tipos de sitios y aplicaciones comprenden la misma lógica. Los portales de noticias ofrecen primordialmente (aunque no solo eso) información, y en consecuencia las dimensiones que movilizan (en diferentes dosis) y entrecruzan son las de lo *importante*, lo *temático* y lo *último*, es decir, se involucra la temporalidad en un sentido fuerte<sup>5</sup>. En cambio, otros tipos de plataformas –como en las que se comparten

---

4. Actualmente, el scrolling supera ampliamente al clicking en las acciones exploratorias de los usuarios (Codega, 2013, p. 31).

5. Al respecto, distintos pero complementarios enfoques: Verón (1983), Luhmann (2000), Valdetaro (2005).

o recomiendan videos, música, cine, textos, etc.–tienen el mismo principio de base con respecto al soporte espacial, pero sus operaciones enunciativas son diferentes. Esos tres ejes (lo importante-lo temático-lo último) no están necesariamente presentes ni en las mismas gradaciones, y sus contenidos no traducen un criterio de temporalidad dominante.

Es entonces que se vuelve interesante describir los operadores discursivos que introducen diferentes instancias de recomendación, que *siempre se montan sobre un ordenamiento*.

Como veremos, los sitios que tomaremos para una suerte de clasificación inicial son muy diferentes entre sí en cuanto a los contenidos; pero la diferencia que nos interesa no es sólo del orden de lo que allí se tematiza, sino sobre todo el de cómo establecen recomendaciones.

## Operaciones enunciativas II: la toma de la palabra

La otra gran materialidad operatoria para recomendar en los sitios y aplicaciones es, naturalmente, la palabra. En un importante grupo de sitios y aplicaciones, el usuario tiene acceso a producir y leer comentarios y recomendaciones sobre diferentes tipos de consumos (muchos de ellos off line: turismo, gastronomía, pero también aparatos electrónicos, servicios varios, etc.). La espacialidad cumple el rol de ordenar ofrecimientos, pero lo que resulta diferencial es lo que arrojan las opiniones de *peers*, es decir, otros-usuarios-como-uno. Este doble corrimiento (del ranking a la palabra, del algoritmo maquínico al discurso del usuario) completa el armazón de variedades de SR. La palabra tiene un espesor enunciativo –del orden del juicio de gusto– cuyo principal efecto perlocutorio es el de humanizar el sistema: el comentario enuncia un origen humano. *Ese otro que habla así es verosímil, se me parece (al menos en cuanto escribe). Y lo puedo conocer mejor y confirmar o rechazar porque accedo a su historial como usuario o comentarador*, porque el sistema provee sus mecanismos de control por pares.

## ¿Quién recomienda, y a quién? Portales y SNS

Los portales de noticias presentan en su gran mayoría un espacio de desdoblamiento enunciativo sobre lo que ofrecen. Además del conjunto de noticias y contenidos en general, muchos de ellos disponen un espacio particular, incluso anómalo, que provee una suerte de imagen en espejo: los rankings e indicadores de las reacciones de los lectores o usuarios. Sobre esto pueden leerse trabajos minuciosos y específicos (Raimondo Anselmino, 2012).

Aquí nos interesan en tanto operadores de SR anexos, en una escala y una lógica que no es la base de un portal de noticias: sobre lo ofrecido por éste como *su propia* curaduría, en esos rankings se expone lo que otros han elegido para leer, o comentar, o compartir. Estos rankings son siempre laterales, no compiten seriamente con la decisión editorial del medio para ordenar su contenido, pero su visibilidad aunque secundaria no es menor. Esas tablas de rankings tienen un doble asiento enunciativo con respecto al propio medio: producen (por cantidad, indiferenciada y compacta, lo que *hasta allí no es* un colectivo sino un número de individuos) la exposición de una preferencia *ajena* al medio, a la vez que su puesta en discurso revela un interés del medio (que sí es *un colectivo*) por hacer visible ese contraste. De hecho, aunque las variantes de estos rankings son limitadas, no todos los portales proveen los mismos charts. Tomando como referencia solo una quincena de casos, esto se puede ver en la tabla (2) elaborada con los rankings de noviembre 2016:<sup>6</sup>

Más Vistas / Más Leídas	Más Votadas	Más Comentadas	Más Compartidas (por e-mail / por redes sociales)
NYTimes.com WashingtonPost.com Clarin.com LaNacion.com.ar Perfil.com El Día.com Infobae.com ElPais.com Corriere.it OGlobo.globo.com Folha.uol.com.br Elpais.com.uy Eobservador.com.uy	Perfil.com El Día.com	Clarin.com Perfil.com El Día.com Corriere.it OGlobo.globo.com Folha.uol.com.br Elpais.com.uy	NYTimes.com Folha.uol.com.br Repubblica.it LeMonde.fr

**Tabla 2**

De ellos, solo una minoría ya incorporó la recomendación individual: de este grupo, sólo *NYTimes* lo hace sin exigir *logging* al usuario; otros –como *Clarín*, por ejemplo– derivan una recomendación de cada noticia *clikeada*. En todos los casos, la enunciación privilegia *lo público* doblemente: como espacio de lo *común universalizado* (todo aquel que ingrese al

6. Yahoo! Noticias, por caso, tiene un esquema que parece invertir la lógica, ya que ordena bajo la rúbrica “Tendencias” un set acotado de noticias, que toma en cuenta por su IP al usuario que ingresa para seleccionar las noticias que le ofrece.

sitio encontrará exactamente *lo mismo*) y como expresión de interés *masivo* (los rankings lo “confirman”, aunque no coincidan con la curaduría editorial del sitio).

En contraste, el *newsfeed* de Facebook (y el de otros SNS) es una clase de SR que ocupa la columna central y principal con la producción de lo *público* en el espacio de lo *común restringido*. Dos diferencias lo ubican en un polo prácticamente opuesto al de los portales de noticias:

- los contenidos no están dispuestos ni por una línea editorial (un colectivo *humano* coordinado, con un criterio *curatorial*) ni por individuos (humanos no coordinados, como puede ser la interfaz de la casilla de e-mail), sino por un sistema que automatiza el orden (el inefable algoritmo) según un criterio que combina factores opacos, que se pueden inferir mejor o peor;
- el orden es total o parcialmente diferente para cualquier visitante, ya que es ajustado para cada usuario o lector: no hay un espacio público universal.

También aquí el orden hace discurso su criterio, pero con una lógica diferente a los portales: no se organiza por temas o por afinidad de contenidos, sino que presenta un criterio parcialmente cronológico y parcialmente en función del núcleo de relaciones sociales.

Un caso intermedio es el de Twitter que también introduce en la columna central, de arriba abajo en orden de aparición, contenidos producidos por usuarios, con una inicial aparición prioritaria de aquellos *tweets* de usuarios con los que se tiene mayor frecuencia de interacción<sup>7</sup>. Su *newsfeed* está constituido por las dimensiones de lo *último* más lo *predeterminado por el usuario* en función de sus contactos, siendo una doble enunciación automatizada<sup>8</sup> y customizada lo que preestablece el servicio.

En ese sentido, el *newsfeed* (o *timeline*) de Twitter no termina de ubicarse completamente en ninguno de ambos tipos: la limitación del algoritmo social lo diferencia de otros SNS (Kwak, Lee, Park & Moon, 2010). Y pese a que en su funcionamiento se ha acentuado la (re)producción de noticias, ésta no gira en torno a una dimensión curatorial que prioriza y organiza temas, sino que es un puro transcurrir.

---

7. Solo al momento de reingresar se ofrecen tweets bajo títulos como “Mientras tú no estabas” y “Por si te lo perdiste”.

8. Nos inspiramos en la noción de Carlón (2016) pero con reparos, ya que el automatismo implicado en la toma directa o en la producción fotográfica de imágenes, por ejemplo (ambas más bien icónico-indiciales en términos peirceanos) difiere del que motoriza la renovación de contenidos ofrecidos (¿más simbólico-indiciales?). Hay un trabajo en preparación sobre esto.

Ambos tipos de sitios (Portales y SNS), sin embargo, tienen un aspecto en común nada menor: no son plataformas para que el usuario *busque* los contenidos, sino para que estos lo *encuentren* a él. En ese marco, la dimensión de la *actualidad* se ajusta como una suerte de criterio autónomo (ya que no estrictamente *automático*) que predomina, y se justifica en relación con el comportamiento de entrar al sitio a ver qué ha sucedido o está sucediendo: los contenidos *ya están*<sup>9</sup>. En este punto, una enunciación parcialmente “maquínica”, la del algoritmo, y parcialmente “natural”, la de la temporalidad linealizada, toma forma y protagonismo en los SNS, mientras que lo humano colectivo domina en los portales de noticias.

Ninguno de ambos tipos son plenamente sitios de recomendación, ya que *no recomiendan*. En el caso de los portales de noticias<sup>10</sup>, hay un doble ofrecimiento de contenidos: el principal de parte del propio medio, que no recomienda salvo en el sentido elemental y trivial de que informar es, por defecto, recomendar la propia información, y algo menos trivialmente, ofrecer un criterio jerárquico, como la marca primera del valor editorial del medio; sólo de manera secundaria, y diferenciada de la enunciación del propio medio, hay una recomendación indirecta que surge de los rankings de reacciones de los lectores. Por su condición de estado “previo” y también modélico como SR, propongo llamar globalmente a este tipo (el de los portales) *proto-SR*.

El segundo tipo de sitios, que agrupa en buena medida a los SNS, tampoco se comporta como SR propiamente dicho (salvo en el mismo sentido trivial de los portales). Sin embargo, todos o casi todos sus contenidos se ofrecen con un criterio personalizado para cada usuario.

No debemos olvidar que Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, por mencionar algunos SNS, además ofertan otros contenidos y contactos, bajo dos maneras contrapuestas. En un sentido bastante más parecido al de la tradición publicitaria, promueven dar “like” a otras páginas, contactar otros usuarios, incrementar la red de seguidores o de contactos, etc. Estas promociones no son requeridas por el receptor sino activadas por el sistema, siguiendo alguna pauta personalizada o algoritmo, en el régimen de la enunciación automatizada. A su vez, los otros usuarios son frecuentes recomendadores de contenidos producidos en otra parte por ellos o por otros usuarios. Estas recomendaciones pueden ser abiertas o bien dirigidas personalmente, según su espacio en la plataforma, y claramente se enuncian en el

---

9. Esa ha sido una dimensión fundamental de lo real-social en la era de los medios masivos: abrimos la “ventana al mundo”, y este está allí, en forma de portada, de kiosco de diarios y revistas, de noticiero radial o televisivo.

10. Es interesante: los especialistas en SR llaman a este tipo de sitios de recomendaciones no-personalizadas (Ricci et al, 2011, p. 1-2).

régimen de lo humano. Esta segunda modalidad será la semilla de lo que es central en otros tipos de plataformas, que veremos a continuación.

Por todo ello, este complejo de modalidades enunciativas tejido en los SNS se aproxima a un SR sin serlo verdaderamente: por esto proponemos identificarlo como *cuasi-SR*. También aquí los contenidos *encuentran* o *esperan* a los usuarios, pero los marcos (los SNS) son vacíos, desprovistos de editorialización<sup>11</sup>, no conllevan una huella curatorial propia de cada plataforma como garante de la calidad o cualidad de los contenidos (todo lo contrario a lo que sucede en un portal informativo). Sí interviene el propio usuario de manera indirecta al seleccionar a sus contactos, ya que estos oficiarán de (espontáneos) recomendadores, no muy distinto a lo que hacen sus amigos, conocidos, compañeros en la vida *off line*.

## ¿Sistemas de Recomendación o Sistemas de Preferencias?

Plataformas como las que se utilizan para compartir y difundir videos, música, documentos o libros, por ejemplo, establecen otro tipo de entorno. La principal diferencia es la siguiente: mientras al ingresar al sitio el usuario se encuentra con una presentación de materiales ofrecidos, siendo plataformas tipo *banco* o *reservorio*, está previsto que sea él mismo el que acciona una búsqueda. Esa tensión entre lo que ya se ofrece y lo que se dispone pero debe ser buscado se expresa en un híbrido enunciativo. En consecuencia, estos sitios tienen lógicas que se adaptan –como mínimo– a tres tipos de *programas* posibles de parte de los usuarios. El usuario puede ingresar allí a buscar un material particular, singular; es decir, con un programa de *búsqueda específica* (*tal video, un video de tal evento o pieza, tal canción, tal álbum, tal libro, etc.*). O bien, puede ingresar con una idea de búsqueda de especificidad intermedia, incluso general (*algún video de..., música de tal género o de tal artista o de tal época, un texto referido a tal tema...*) lo que implica un programa exploratorio pero *orientado*. Y finalmente, puede suceder que el usuario ingrese sin un plan de búsqueda, sólo por entretenimiento o por curiosidad, al encuentro de algo que atrape su atención o distracción, sabiendo que estas plataformas ya tienen una vocación orientadora. Este tercer programa tiene un parentesco con el encendido del televisor o de la radio sin mayor intención que su compañía o contacto, y también con el zapping en el que se recorre sin rumbo. Llamemos *derivantea* este programa.

---

11. El límite está dado por lo que cada plataforma considera aceptable por razones morales. Como ejemplo que ha estado en el centro de múltiples debates, <https://www.facebook.com/communitystandards>

Estos tipos de sitios se disponen a contener potencialmente los tres programas, en grados y anticipaciones diferentes. Por ejemplo, al momento de escribir estas líneas (noviembre 2016), abro YouTube y en Inicio me ofrece un conjunto de videos organizado en dieciséis grupos ordenados de arriba abajo con las siguientes rúbricas: “Recomendados”, “Ver otra vez”, “Programas de TV. Videos recomendados para ti”, “Canciones del momento. Argentina de Música”, “Subidas recientes. Videos recomendados para ti”, “Últimos videos de Juegos”, y “[nombre de un canal]. Canal recomendado para ti”, (este tipo de rúbrica se repite varias veces, con títulos genéricos más el subtítulo “videos recomendados para ti” o “canal recomendado para ti”), “Trailers de películas”, “Música Popular en YouTube”, “Tendencias”.

Las rúbricas que quedan en el perímetro de las recomendaciones obedecen al conocimiento previo que YouTube tiene de mis anteriores búsquedas y reproducciones, bajo diferentes denominaciones: las que emplean el término “recomendación” traducen bien el programa *orientado*, y la que simplemente anuncia “Ver otra vez”, economiza la exploración en un programa de *búsqueda específica*. Ambos programas, pero principalmente este último, son complementados por el campo principal en el margen superior de la pantalla, siempre presente: el motor de búsqueda (por palabras clave). La *deriva*, por su parte, está tácitamente distribuida en el todo, y lo que encauzaría mejor el programa *derivante* está resueltamente postergado, más abajo. Se requiere *escrolea*r para alcanzar las rúbricas que podrían distraerme, como “Canciones del momento”, “Tendencias” o “Popular en YouTube”, o alternando de la solapa Inicio a la de Tendencias. YouTube dispone gran parte de su superficie como un escaparate heterogéneo de oportunidades, con mayor o menor interpelación personalizada, y diferentes “géneros-P”<sup>12</sup>. Encontramos lógicas similares –en diferentes proporciones– en Spotify, Last.fm, Scribd, Netflix o la desaparecida Grooveshark (por mencionar solo unos pocos): el espacio está plenamente ocupado (o casi) por la oferta de contenidos. Y las posibilidades para que el usuario recorra el universo latente con una sintagmática *derivante* están variablemente previstas en algunas plataformas más que en otras.

Por el hecho de que la organización primordial esté al servicio del programa *búsqueda orientada*, estas plataformas no son estrictamente hablando *Sistemas de Recomendación*, pese a lo que se autoproclama o se dice de ellas (Fernández-Manzano, Neira y Clares-Gavilán, 2016; Dergarabedian, 2016). Su razón es la de operar por *afinidad*, ya sea cotejando con otros contenidos similares (*Content-based Filtering*) o con otros usuarios similares

---

12. Adaptamos la noción de “Géneros-P” de Verón (1988, p. 196-197), para referenciar los tipos de productos que permiten la distinción entre Programas de TV, Canciones, Canales, Videos caseros, Videoclips, Trailers, Documentales, etc.

(*Collaborative Filtering*) (Ben Schafer et al, 2007; Cingolani, 2016a). En definitiva tienden a construir un *loop* del usuario sobre sí: más de lo mismo, más de sí mismo. Acontece así la enunciación *automatizada*, que emulando –a veces– un gesto antropeide para presentarle al usuario conjuntos de contenidos sin parecer necesariamente una máquina de espiar, entraña la *mimicry* de un sistema observante (Collins y Kusch, 1998; Cingolani, 2016a). Sólo la acción del propio usuario, su decisión consciente o no de intervenir sobre el algoritmo, puede introducir nuevos elementos que amplíen o modifiquen el silencioso patrón que lleva a lo que convendría llamar *seudo-SR* o directamente *Sistema de Preferencias* (SP).

## “Humanos” demasiado humanos

La ya desactivada plataforma de música Grooveshark introdujo tempranamente la posibilidad de disponer de listas de reproducciones propuestas por el propio sistema en base a criterios surgidos de las propias búsquedas, y guardarlas para futuras escuchas o bien compartirlas en SNS. Ese detalle de que un usuario se identifique, sea alguien “humano”, y ponga al alcance de otros, incluso de un público, la propia preferencia es un cambio enunciativo sensible. A partir de ello, otros usuarios podían seguir sus preferencias y eventualmente tomar sus “gustos” como criterio, algo bastante similar a lo que sucede en la vida cotidiana, fuera de los medios, como respecto a críticos o referentes de opinión mediatizada. Esto dio cabida a que ciertos usuarios (algunos ya previamente célebres, otros a partir de estas plataformas) se transformaran en *super-peers* (Powelse et al, 2005) o en *influencers* (Gallo, 2016)<sup>13</sup>; es decir, usuarios con una cantidad extraordinaria de seguidores, y a los cuales se considera –discursiva o sub-discursivamente– especialmente por su rol. En lo enunciativo, son una clase de “humanos” con valor diferencial en tanto curadores o selectores.

El modelo de los *influencers* está en el núcleo de la idea de sitios y aplicaciones tales como Tastekid, en los que se ve el pasaje de las *preferencias* a las *recomendaciones*. Frente al SR que genera sugerencias a partir del estudio de los propios consumos o búsquedas anteriores, estos sitios en cambio hacen de plataformas de recomendaciones de otros usuarios, no necesariamente destacados. El caso de Tastekid (y el de muchos otros como Filmaffinity, Goodreads, o la aplicación Discovr) es interesante porque simplemente brinda una orientación, ya que no ofrecen los contenidos que sugieren o critican o evalúan. La mayoría

---

13. La diferenciación técnica entre *super-peers* e *influencers* excede lo que podemos desarrollar aquí. Pero, simplificando, mientras los *influencers* operan en el nivel discursivo a la manera de los líderes de opinión de Laszarsfeld y Katz (1957), los *super-peers* son usuarios de mayor peso y responsabilidad en tanto nodos de flujo de datos en la red para determinados comportamientos que utilizan los sitios para conocer las preferencias (Powelse et al, 2005).

de estos sitios son combinaciones de *Preferencias y Recomendaciones*, es decir, orientan (en diferentes espacios y proporciones) en base a sistemas por afinidad (= preferencias), o bien dan recomendaciones propiamente dichas hechas por otros usuarios. Precisamente, y para completar esta taxonomía tentativa, recordemos que no sólo hay sitios para consumos *on line* (culturales en su mayoría: libros, música, videos, films, juegos, etc.) sino también entran en esta categoría de SR los sitios y aplicaciones para conocer las apreciaciones y calificaciones que otros usuarios hacen sobre servicios tales como restaurantes, hoteles, paseos turísticos, odontólogos, bicicleterías, reparaciones para el hogar, etc., (GuiaOleo, TripAdvisor, Yelp!, por citar unos pocos).

### A modo de síntesis: operaciones enunciativas

Tipos de SR	Sitios web y aplicaciones	Activación	Recomendación				Casos
			origen		destinación		
			orden	recomen-dador	interfaz	interpe-lación	
proto SR	1 Portales (de noticias u otros contenidos)	encuentro	humano (especialista) + editorial		abierta (igual para cualquiera)		Portales de noticias Yahoo Twitter Taringa!
cuasi SR	2 SNS (Redes Sociales)	encuentro	maquínico + vacío	humano ( <i>peer</i> )	individual	abierta o individual	Facebook MySpacie Linkedin
seudo SR o SP	3 Plataformas de consumos on line (enlazados)	búsqueda	maquínico + curatorial		individual	abierta	Youtube Amazon Spotify Netflix
	4 Plataformas de consumos off line (enlazados)	búsqueda	semi-humano (maquínico + filtro)	humano ( <i>peer</i> )	individual	abierta	Hoteles.com Despegar DeRemate Ebay
SR	Sitios de recomendación "puros" (no enlazados)	búsqueda	humano o maquínico + vacío	humano ( <i>peer</i> o especialista)	individual	abierta	(Filmaffinity) Discover Goodreads Yelp! Tripadvisor

**Tabla 3**

Tenemos los proto-SR, los cuasi-SR, los seudo-SR o SP (sistemas de preferencias) y los SR propiamente dichos (Tabla 3). La presentación de un ofrecimiento de contenidos jerárquicamente organizado es una función en común. Los criterios pueden entrecruzarse, según

el grado de transparencia de los criterios de la plataforma y de la perspicacia del usuario, pero no siempre tienen una dimensión discursiva explícita. De allí que las operaciones enunciativas carguen con los modos de presentación y también de interpelación. Los primeros hacen equilibrio entre marcas de lo maquínico y de lo humano, por un lado, y de lo institucional editorial y el vacío-plataforma por el otro, y con diferentes grados de contención de los distintos programas de recorrido de los usuarios. Esos equilibrios muestran algunos *degradé*, propios de una conjunción de lógicas previas a la Red que van ajustando su adaptación a los nuevos entornos. Aunque se contraponen en muchos aspectos, los tipos de sitios más ligados al *contacto* (proto-SR y cuasi-SR) se definen fuertemente por la situación contextual (espacio-temporal) y sobre una base con marcas menos “humanas”: los portales contienen voces antropoides, pero en órdenes de fuerzas mayores, supra-individuales (la “agenda”, “la realidad”, “lo que está pasando”), mientras que los SNS responden a estructuras vacías y automatizadas. Aquí el usuario más que buscar, *encuentra*. En cambio, las plataformas de los SP y los SR propiamente dichos, hacen de bancos de datos (*memoria*) y vuelven su contacto hacia el usuario, ya para que se mire a sí mismo, ya para ponerlo en diálogo con otros. En estos sitios, la enunciación se presenta como adaptativa a los planes de los usuarios y no a la inversa, y por lo tanto operan como recomendadores, sean máquinas o humanos. En cualquier caso, la puesta en discurso requiere marcas de la enunciación de juicios de gusto: es decir, no admiten *en simultáneo* operaciones que remitan a un origen genérico y a una destinación inespecífica, abierta: su origen (*Yo recomiendo...*) o su destinación (...te recomendamos *a vos*) presentan marcas de la individualidad enunciada ■

## Referencias bibliográficas

- Ben Schafer, J., Frankowski, D.; Herlocker, J. & Sen, S. (2007). Collaborative Filtering Recommender Systems. En P. Brusilovsky, A. Kobsa & W. Nejdl (eds.), *The Adaptive Web* (pp.291–324). Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- Carlón, M. (2016). *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube*. Buenos Aires: La Crujía.
- Cingolani, G. (2016a). Preferencias y vigilancias se vuelven discursos: entre los gustos individuales y los dispositivos de recomendación en plataformas web. En P.C. Castro (org.), *Vigiar a Vigilância: uma questão de saberes?* (pp. 123-141). Maceió: Edufal.
- Cingolani, G. (2016b). Estrategias para el acceso: los sitios de recomendación como espacios de tensiones en la circulación y mediatización del reconocimiento. *Pentá-*

logo VII de Ciseco "A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento". Centro Internacional de Semiótica y Comunicación, Japaratinga (AL, Brasil), 19 a 23 de septiembre.

- Cingolani, G. (2016c). Disoluciones y recomposiciones de lo público: de las tapas de medios impresos a los sistemas de recomendación. *XII Congreso Nacional y V Internacional Sobre Democracia*, Facultad de Ciencia Política y RR.II., UNR, 12 al 15 de septiembre.
- Codega, D. (2013). Reuters. Flexible Structures. En F. Franchi, *Designing News. Changing the World of Editorial Design and Information Graphics* (pp.30-36). Gestalten: Berlin.
- Collins, H. & Kusch, M. (1998). *The Shape of Actions. What humans and machines can do*. Cambridge: The MIT Press.
- Culioli, A. (1990 / 1999). *Pour une linguistique de l'énonciation* (3 tomos). París: Ophrys.
- Fisher, S. (1999). *Énonciation. Manières et territoires*. Paris: Ophrys.
- Franchi, F. (2013). *Designing News. Changing the World of Editorial Design and Information Graphics*. Gestalten: Berlin.
- Luhmann, N. (2000). *The Reality of the Mass Media*. Stanford: Stanford University Press.
- Metz, Ch. (1991). *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*. París: Meridiens Klincksieck.
- Ricci, F., Rokach, L. & Shapira, B. (2011). Introduction to Recommender Systems Handbook. *Recommender Systems Handbook* (pp. 1-35). Nueva York: Springer.
- Raimondo Anselmino, N. (2012). *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación*. Buenos Aires: UAI-Teseo.
- Traversa, O. (2001). Aproximaciones a la noción de dispositivo. *Signo y Seña*, (12), 231-247.
- Traversa, O. (2014). Dispositivo-Enunciación: en torno a sus modos de articularse. En *Inflexiones del discurso* (pp. 63-83). Buenos Aires: Santiago Arcos.
- Valdettaro, S. (2005). Prensa y Temporalidad. *La Trama de la Comunicación. Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, 10, 97-103.
- Verón, E. (1987 [1983]). Prefacio a la segunda edición. En *Construir el acontecimiento*, pp. I-VII. Buenos Aires: Gedisa.

- Verón, E. (1988). Presse écrite et théorie des discours sociaux: production, réception, régulation. En P. Charaudeau (ed.), *La presse. Produit, production, réception*(pp. 11-25). Paris:Didier Erudition.
- Verón, E. (1994). De la sémiologie de l'image aux discursivités. Le temps d'une photo. *Hermès*, (13/14), 45-64.
- Verón, E.& Fisher, S.(1986). Théorie de l'énonciation et discours sociaux. *Etudes de Lettres*, 4, 71-92.

## Referencias electrónicas

- Dergarabedian, A. (2016). Los secretos de Netflix, según su master, entrevista a Carlos Gómez Uribe. *Portinos*, 17 de marzo. Recuperado de <https://portinos.com/30624/los-secretos-de-netflix-segun-su-master>
- Cingolani, G. (2013). *Para una teoría de las operaciones enunciativas de los juicios de gusto*. (Tesis doctoral inédita). Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/1500>
- De Koven, E. (2005).Off-Topic Recommendations. *Workshop: Beyond Personalization 2005 International Conference on Intelligent User Interfaces IUI'05*, San Diego, 9 Enero, 2005. Recuperado de <http://www.cs.umn.edu/Research/GroupLens/beyond2005>
- Fernández-Manzano, E.P, Neira, E. & Clares-Gavilán, J. (2016). Data management in audiovisual business: Netflix as a case study. *El profesional de la información*, 25(4), 568-576. Recuperado de <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2016/jul/06.pdf>
- Gallo, M. F. (2016). *Comunicación y moda: el caso de las fashion influencers en Instagram*. (Tesis de Licenciatura inédita). Universidad de San Andrés, Buenos Aires.
- Katz, E. (1957). The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis. *Political Opinion Quarterly*, 21 (1), 61-78. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/f43d/59d68e66aa3ffe1137177582217a66e41ca1.pdf>

- Kwak, H., Lee, Ch., Park, H. & Moon, S. (2010). What is Twitter, a Social Network or a News Media? *WWW 2010*, Raleigh, North Carolina, EE.UU, 26–30 Abril. Recuperado de <https://an.kaist.ac.kr/~haewoon/papers/2010-www-twitter.pdf>
- Latour, B. (2006). Petite philosophie de l'énonciation. *Texto*, XI(2). Recuperado de [http://www.revue-texto.net/Inedits/Latour\\_Enonciation.html](http://www.revue-texto.net/Inedits/Latour_Enonciation.html) (original en Basso P, Corrain L. (1998). *Eloqui de senso. Dialoghi semiotici per Paolo Fabbri, Orizzonti, compiti e dialoghi della semiótica*. Costa & Nolan, pp.71-94.
- Powelse, J., Van Slobbe, M., Wang, J., Reinders M., & Sips, H. (2005). P2P based PVR Recommendation using Friends, Taste Buddies and Superpeers. *Workshop: Beyond Personalization 2005 International Conference on Intelligent User Interfaces IUI'05*, San Diego, 9 Enero. Recuperado de <http://www.cs.umn.edu/Research/GroupLens/beyond2005>

# Mediatización y Segregación: anotaciones sobre la extimidad

## Mediatização e Segregação: notas sobre 'extimidad'

**Sandra Valdettaro**

Directora del CIM (Centro de Investigaciones en Mediatizaciones),  
Instituto de Investigaciones, Fac.de Ciencia Política y RR.II (UNR)

[sandravaldettaro@gmail.com](mailto:sandravaldettaro@gmail.com)

### Resumen

En este texto se explora la noción de *extimidad* y su vinculación con los procesos de mediatización, proponiendo una genealogía crítica del término en su acepción psicoanalítica. A los fines de ejemplificación, se presenta un caso preliminar de análisis. El propósito general del texto es contribuir al debate acerca de las mutaciones del ámbito de lo íntimo en épocas de mediatización digital, y sus posibles vinculaciones con lo *éximo*.

### Palabras-clave

Mediatización - segregación - intimidad - extimidad - debate

### Resumo

*Neste trabalho é explorado a noção de "extimidad" e sua relação com os processos de mediação, propondo uma genealogia crítica do termo em seu sentido psicoanalítico. Para efeitos de exemplificação, uma análise de caso preliminar é apresentada. O objetivo geral do texto é contribuir para o debate sobre o alcance de mutações da noção de intimidade em momentos de cobertura da mídia digital e suas possíveis ligações com a extimidad.*

### Palavras-chave

Mediatização - segregação - intimidade - extimidad - debate

## Introducción

Retomo en este texto algunas consideraciones acerca de las redes sociales en términos de *asociaciones en red* (Valdettaro, 2011). La pregunta ahora es de qué “amigos” se trata cuando hablamos de redes sociales. Si la amistad es, siguiendo a Blanchot (2007), el único vínculo que se sustrae a la envidia o al odio del goce del otro -esto es, el único vínculo de *libertad* con el otro-, entonces se torna dudosa la noción de “amigos” que circula en las redes. Se trataría, más bien, de distintos tipos de asociaciones artefactuales, en las cuales lo que parece primar es el gusto narcisista por el lucimiento personal o la competencia con el otro. Por supuesto en las redes suceden muchas cosas -entre ellas, por cierto, vinculaciones colaborativas-, pero también sucede esto. Propongo, entonces, interrogar dicha dimensión a partir de la problemática de la *extimidad*.

A los fines de revisar las modalidades en que dicha dimensión se aloja en la deriva subjetiva actual, partiremos de una exploración genealógica preliminar de la noción de *extimidad*. Con esta noción se intenta caracterizar, en innumerables papers y textos académicos -de manera rápida y, en general, sin detenerse demasiado en sus consecuencias, según mi punto de vista-, la particular situación del sujeto y de la intersubjetividad en épocas de redes sociales. Se fue instalando, así, la extimidad en la doxa de las ciencias humanas y sociales como un concepto-fetiché borroso más, entre tantos otros. Trataremos, entonces, de explorar la genealogía del término a los fines de evaluar su pertinencia analítica.

## Extimidad

Mi hipótesis es que lo *éxtimosí* aparece en las redes, pero *no* justamente en las mascaradas y simulacros habituales del yo a las que en general se vincula. Aparece, al contrario, como *traza* o *signatura* (Agamben, 2010) de *algo* que es estructural al sujeto, y que, por lo tanto, es previo a las redes.

No se trata, tampoco, de situaciones totales -es decir, del comportamiento entendido como conjunto homogéneo-, sino de ciertos *rasgos* que es posible observar en cualquier escenificación en que el sujeto se encuentre.

Con *extimidad* se designa aquello que, siendo muy íntimo y familiar, se convierte, a la vez, en algo radicalmente extraño. Se lo atribuye como *propiedad* del sujeto; un sujeto siempre exiliado de sí mismo, que sólo parece encontrar su ser más íntimo en lo más

lejano y deslocalizado de él. El término *extimidad* fue planteado por Lacan, por primera vez, en suseminario sobre *La ética del psicoanálisis* en 1958, y reelaborado por J-A Miller en su curso de 1985. Sin dudas no eran épocas de redes sociales; aunque -como decíamos anteriormente- el término se fue instalando desde hace unos años de manera profusa en papers y textos académicos como analizador de las subjetividades en red. La *extimidad* se presentifica como “un goce que toma las formas más variadas de su síntoma”. Ese goce, como dice Miller, se da como “algo exterior, librado a sí mismo, rechazado del lenguaje. Ya no es éxtimo al Otro sino forcluído y retorna en lo real” (Bassols en Miller, 2010, contratapa). Con esta noción, Miller se refiere al fenómeno de una intimidad que se exhibe, señalando a lo *éxtimo* como condición de lo íntimo. Se trataría del goce que habita en ese Otro que es el sujeto para sí mismo desde el momento en que habla, y que, ocasionalmente, puede localizarse afuera como su partenaire. Esta cuestión es estructural, y tiene que ver no con las redes sociales, sino con la propia naturaleza del animal hablante (Bassols en Miller, 2010, contratapa).

Poca atenta a dicha genealogía en el psicoanálisis, la noción de *extimidad* circula -decíamos- por las ciencias sociales actuales entramando diversas cuestiones. En principio, se la relaciona con las prácticas confesionales foucaultianas, las cuales se postularon como reconfiguradoras de las relaciones entre lo privado y lo público, reconceptualizando el concepto de intimidad. También, desde la historia de la vida cotidiana, se recupera la noción de intimidad en tanto doble faz con *extimidad*, como sentimiento de la modernidad que surge a la par de la familia y la infancia. Se postula al siglo XIX como el de la privacidad, desplegada en la cultura burguesa de la sociedad anglosajona con su centralidad del yo que se literaturiza en las novelas y el arte. La noción de una intimidad como refugio del yo y el establecimiento del individualismo enlazarían con nuestra actualidad, en la cual la exposición cobra un nuevo valor como voyeurismo universal. Si bien estos enfoques resultan pertinentes para el análisis de las modificaciones de la intimidad en los distintos momentos de la modernidad, creo que no resultan del todo operativos a los fines de especificar suficientemente aquello que se juega con la *extimidad*, ya que aparece, simplemente, como sinónimo de exposición. Y no toda exposición implica *extimidad*.

La cuestión enlaza con la pregunta acerca de qué tipo de intimidad se está produciendo en las redes. Habría que ver si esa mirada fetichizada como mercancía yoica en un mercado narcisista universal tiene que ver o no con la *extimidad*. La visibilización de la intimidad no es un fenómeno novedoso de los reality-shows ni de las redes sociales porque, como ya lo dijimos, por lo menos desde el siglo XIX, pero desde mucho antes, se figuró en la

literatura y el arte este espacio atribuido a lo interior y secreto del sujeto. Es decir que para que emergiera justamente esa atribución de lo oculto del sujeto hizo falta un dispositivo de circulación que se alojó, preeminentemente, en la literatura y el arte de la modernidad. Con lo cual podemos plantear que la reconfiguración de las relaciones entre lo íntimo, lo privado y lo público tiene que ver con una constitución psíquica eminentemente moderna, y no exclusiva de la mediatización actual. El diario íntimo, la psicoterapia, la introspección, son dispositivos de una ancestral pulsión por hacerse visible que sin dudas enlaza con reality-shows, talk-shows, biografías en literatura y cine, documentales en primera persona, autorretratos. Es decir que la idea de intimidad como espectáculo (Sibilia, 2008) la podemos encontrar en esos discursos de la primermodernidad, y mucho antes. La noción de espacio biográfico de Arfuch (2002) también da cuenta de esta dispersión de textualidades sobre lo íntimo en nuestra contemporaneidad: la biografía, la autobiografía, la historia de vida, el diario íntimo, las memorias, los relatos de autoayuda. El espacio biográfico alimenta, por un lado, la exaltación narcisista, pero también opera como mecanismo ordenador, narrativo, de la propia vida (Cfr. Arfuch, 2002).

Ahora bien, ¿este espacio *constelado* de lo íntimo en la actualidad de las redes puede nombrarse como *extimidad*? Volvamos al término. Como decíamos, en su seminario de 1985 Miller trata el tema (publicado en español recién en 2010). Retomando a Lacan, Miller claramente afirma que lo éxtimo es una estructura, o varias. Se trata de una formulación paradójica -según sus propias palabras-, ya que lo éxtimo es lo que está más próximo al sujeto, lo más interior, sin dejar de ser exterior. Lacan formula el término a partir de un cruce entre *das Ding* (la Cosa) de Heidegger, y la noción de *Nebenmensch* (semejante) de Freud, y plantea que esos dos términos coinciden (Miller, 2010, p. 13-14). Extimidad se construye sobre intimidad, pero no es su contrario porque, precisamente, lo éxtimo es lo más íntimo, y lo más íntimo del sujeto está, como un cuerpo extraño, en el exterior. Se constata la presencia del término *intimité* (intimidad) en 1684 en Madame de Sévigné, “la epistológrafa que se la pasaba confesándose” (Miller, 2010, p. 14). En tal caso adquiere el significado de “un lugar donde uno se siente como en su casa, liberado del mundo exterior”, como un “nido mullido” (Miller, 2010, p. 15). Pero *íntime* (íntimo) data de 1390, refiriendo a lo profundamente interior, lo contenido en lo más profundo del ser, algo secreto, invisible, impenetrable. Entonces tenemos esto de que la intimidad sería “lo cálido, lo interior más personal, lo cerrado y lo profundo”(Miller, 2010, p. 15).

Sin embargo, hay otra genealogía, ya que el verbo precedió tanto al sustantivo como al adjetivo. *Intimer* data de 1320, y no se trata acá de eso que está al abrigo, sino de todo

lo contrario. Intimar es una *intimación*, es el llamado a comparecer ante un tribunal, ante la justicia; es la notificación legal que tiene que ver con prescribir u ordenar. Lejos está dicha acepción del nido mullido; al contrario, es aquello que lo altera. Conducir a lo íntimo de alguien, dice Miller, es darlo a conocer, hacerlo público. El mandamiento divino “ama a tu prójimo como a ti mismo” es una intimación -imposible de cumplir, por cierto (Cfr. Miller, 2010, p. 15-16). El acto analítico, por ejemplo, tiene una función intimante, un aspecto directivo, de conminación. El Superyó puede situarse también como una función intimante. La extimidad, por tanto, designa una fractura constitutiva de la intimidad del sujeto (subrayo constitutiva). Es decir, como se podrá notar, no tiene nada que ver con las redes sociales, sino más bien con aquello que postulaba San Agustín: “Dios es más interior que lo más íntimo mío” (Miller, 2010, p. 17). O sea que hay algo, en el seno de mí mismo, que es más íntimo que cualquier cosa que sea mía. Nuevamente, hay una estructura, o varias, de lo éxtimo (subrayo estructura). Es, lo repito, lo más próximo, lo más interior, sin dejar de ser exterior. Es, además, lo que exige el concepto de inconsciente en Freud: la extimidad del inconsciente. Y también, con Lacan, el Otro como éxtimo, la “excentricidad radical de uno consigo mismo”, una “heteronimia radical” dirá Lacan (en Miller, 2010, p. 18), y es radical porque no se trata simplemente de que el sujeto estaría gobernado desde el exterior por lo que sea, o sea, simplemente heterónomo -es decir, no es un hecho de sugestión identificatoria-, sino que el sujeto -y aquí está la paradoja- “es gobernado desde su interior mismo” (Miller, 2010, p. 19). Con esto -plantea Miller-, Lacan echa por tierra la separación entre el interior y el exterior. Sería, según este punto de vista, la gobernabilidad que en el sujeto adquiere el fantasma. Y también éxtimo es el Otro del significante, ya que la lengua en la que expreso mi intimidad es la del Otro que me intima, justamente, a ceder mi intimidad, a sacrificarla podríamos decir. Pero esta donación tiene una función de alivio; se trata de aliviarse, justamente, de aquello que el sujeto tiene y lo excede (Cfr. Miller, 2010, p. 21-22).

Más allá del acto analítico, la extimidad podría entenderse como la intimación a la obediencia de la regla, dando acceso a su intimidad, y enlaza con lo ominoso en Freud (Cfr. Epszstein, 2013, p. 205), que es algo que, destinado a permanecer en lo oculto, ha salido a la luz. Es lo familiar-entrañable que ha experimentado una represión y retorna desde ella. La imagen especular lacaniana tiene este rasgo, ya que se presenta como extrañeza radical, develando la no autonomía del sujeto y haciéndolo aparecer como objeto (Cfr. Epszstein, 2013, p. 204-205).

También se juega la extimidad en la relación del sujeto con los otros sujetos, y en la imposibilidad estructural -como insinuamos más arriba- de amar al prójimo. Hay algo, sí,

en las redes sociales, que comporta a la extimidad. Y es la fatal cercanía de los otros. Los procesos actuales de segregación, mediatizados a nivel global, tienen que ver -en muchas de sus dimensiones- con esta fatal cercanía. La aldea global, aunque se considere como antisegregativa y colaborativa, recíproca, etc., es también, paradójicamente, el espacio en el que se despliega la manifestación más horrorosa de la segregación. Esa fachada humanitaria es el cínico simulacro de la presencia de la extimidad, es decir, en este nivel, del odio al otro. La utopía de la universalización de los modos del goce se topa con esta cuestión del odio. Pero ¿qué es lo que se odia? Es el odio al goce del otro, se odia la manera particular en que el otro goza (Cfr. Miller, 2010 y Epsztein, 2013). Por ejemplo, el reciente intento de prohibición del uso del burkini en Francia no es banal, devela eso; lo que devela es que hay ahí una *signatura* -a la manera de Agamben (2010)- de la prescripción de lo que debe ser, en definitiva, la relación sexual. El caso del burkini -entre tantos otros, como las prohibiciones previas del uso de la burka (ver más adelante)- signaría entonces esa extimidad indecible cifrada en las culturas tradicionales, un modo de goce que, evidentemente, Occidente no soporta, y que se encuentra, trágicamente, demasiado cercano. En otras palabras, al prójimo se lo ama siempre y cuando esté lejano. Cuando la vecindad de las redes territoriales y de las redes virtuales torna al otro muy cercano, su propia extimidad se vuelve amenaza para la propia subjetividad occidental, que se quiere bienpensante y políticamente correcta. No puede haber nada, ahí, de solidaridad, porque hay nuevos fantasmas que recaen sobre el exceso de goce del otro. Con estas conductas, el otro, en verdad, saca una parte indebida de goce. El goce del Otro es, en definitiva, intolerable, porque se quiere al Otro siempre que se vuelva el Mismo (Cfr. Epsztein, 2013, p. 204-205). En esto consiste, creo, el problema de la extimidad de las redes sociales en la actualidad; es decir, no simplemente en las mascaradas narcisistas de Facebook o Twitter, sino en este núcleo no negociable de insoportabilidad de la diferencia del otro. En nuestra actualidad no parece haber espacio, en definitiva, para una política de la tolerancia.

Entonces, lo que propongo con respecto al uso del término *extimidad* es una cuestión de responsabilidad intelectual que nos conmina a intentar descifrar, de una manera más atenta, cómo y por dónde circula lo ominoso en nuestra actualidad.

## Un caso de circulación de lo éxtimo: la “prohibición de los velos”

Como decíamos antes, el fenómeno de la segregación es uno de los ámbitos donde es posible detectar la manifestación de lo éxtimo. Entre tantos casos posibles de ser analizados, el de la “prohibición del velo” resulta significativo (Badiou, 2005). El 10 de febrero de 2004 los diputados franceses aprobaron, por mayoría, un proyecto de ley que prohibía el uso de signos religiosos “llamativos” en las escuelas públicas. El veto incluía, entre otros, la prohibición del uso de velos, kipás y cruces grandes. Uno de los motivos esgrimidos fue “mantener fuera de las aulas las tensiones entre las minorías musulmana y judía”, y también defender “los valores básicos de la república” y “el laicismo del país” (*La Nación*, 11/02/2004)<sup>1</sup>.

Propuesta por el gobierno de Chirac y apoyada por la oposición socialista, esta ley fue aprobada por 494 votos a favor y 36 en contra, pasando al Senado que -en el caso de sancionarla definitivamente- haría entrar en vigor la prohibición del uso del kipá judío, de grandes crucifijos y del velo islámico en escuelas y liceos públicos franceses a partir de septiembre de 2004. La ley estipulaba que “está prohibido en las escuelas primarias y secundarias llevar vestimenta o artículos que exhiban de manera evidente la filiación religiosa de los estudiantes”. Las sanciones eran la suspensión o incluso expulsión de las escuelas. El presidente de la Asamblea, Jean-Louis Debré, declaraba que “lo que está en juego aquí es la clara afirmación de que la escuela pública es un lugar para aprender y no para actividad militante o proselitismo” (*La Nación*, 11/02/2004).

El debate sobre el uso de velos data, por lo menos, de 1989, cuando dos niñas con velo fueron expulsadas de una escuela en Creil, en las afueras de París. Los maestros se quejaban “de problemas con alumnos musulmanes que interrumpen las clases de historia para negar que los nazis asesinaron judíos, boicotean clases sobre reproducción humana alegando que son impúdicas o se niegan a asistir a las clases de educación física” (*La Nación*, 11/02/2004).

La prohibición fue condenada a nivel internacional por violar la libertad de culto, y en el mundo árabe se organizaron manifestaciones frente a las embajadas de Francia. Simultáneamente, los opositores al proyecto -“un frente heterogéneo que va desde los religiosos hasta la extrema izquierda y los ecologistas”- señalaban que la ley acentuaría las tensiones

---

1. Ver nota “Aprueban en Francia la prohibición del velo en las escuelas” (*La Nación*, 11/02/2004), <http://www.lanacion.com.ar/572090-aprueban-en-francia-la-prohibicion-del-velo-en-las-escuelas>

intercomunitarias en Francia, donde vive la mayor población musulmana y judía de Europa; y la Federación Internacional de los Derechos Humanos de Helsinki manifestaba que “violaría las convenciones internacionales sobre los derechos humanos” (*La Nación*, 11/02/2004).

Finalmente aprobada la ley en marzo y puesta en vigor en septiembre -y pese a la oposición de dichos sectores-, en octubre de 2004 fueron expulsadas de escuelas estatales francesas, en Mulhouse y en Flers, tres niñas musulmanas -dos de 12 años, y una de 17- que se negaron a quitarse los pañuelos con los que cubrían sus cabezas (*La Nación*, 21/10/2004)<sup>2</sup>. Todo el mecanismo de institucionalización de la segregación se puso en marcha. Las tres alumnas expulsadas recibían clases en salas privadas, no podían entrar ni salir con el resto de sus compañeros ni compartir con ellos los recreos. Las niñas declararon que usaban el pañuelo islámico no por razones religiosas, sino “por pudor” (*La Nación*, 21/10/2004).

Los comportamientos asociados al sentimiento de pudor pueden interpretarse como uno de los ámbitos en los cuales se manifiestan rasgos de extimidad. La paradoja es que la mediatización actual conduce a una situación prácticamente innegociable, ya que el ensanchamiento de la barrera del pudor en Occidente supone, sin embargo, un clamor por la desnudez al recuperarse como consigna libertaria en las luchas femeninas actuales, por ejemplo, que no por ser anacrónica deja de ser convocada. Es uno de los casos en que la cercanía y circulación de los cuerpos torna tóxico el encuentro entre dos maneras de experimentar la intimidad: cubrirse o desvestirse. El carácter político que en cada caso adquieren cada uno de estos polos es innegable y no negociable, ya que para algunas mujeres musulmanas el uso de los velos -que en los países musulmanes es signo de opresión- en Occidente muchas veces se constituye en recurso de distinción identitaria, e incluso de manera frívola -como es el caso de las turistas acaudaladas de Medio Oriente que se pasean ostentosamente con velos completos y costosos accesorios por los Campos Elíseos o por la Costa Azul-.

De ahí la fijación de las instituciones liberal-democráticas de Occidente con la cuestión del velo islámico.

En 2004 se contabilizaron alrededor de 600 casos de infracción a la ley del velo, resueltos la mayoría en la “fase de diálogo” (*La Nación*, 21/10/2004). Además de estudiantes musulmanas,

---

2. Ver nota “Por la ley del velo expulsan en Francia a alumnas musulmanas” (*La Nación*, 21/10/2004) <http://www.lanacion.com.ar/646840-por-la-ley-del-velo-expulsan-en-francia-a-alumnas-musulmanas-21/10/2004>.

también hubo casos de sikhs que se negaron a quitarse los turbantes. Las expulsiones se encontraron con el obstáculo de tener que negociar con un grupo radical islámico que desde el 20 de agosto de ese año tenía secuestrados a dos periodistas franceses -Christian Chesnot y Christian Malbrunot-. A cambio de su liberación, demandaban la abolición de la ley (*La Nación*, 21/10/2004).

Esta incomodidad con las musulmanas que se cubren la cabeza -con prohibición o no-, persiste en el tiempo y se profundiza. Luego de más de una década de la aprobación de la primera ley sobre el velo, “la cabeza cubierta de las musulmanas religiosas, desde coloridas pañoletas de seda hasta negros chadores, se ha convertido en un potente punto de ignición en las tensas relaciones de ese país con su vibrante y creciente población musulmana” (*The New York Times*, 5/6/2015)<sup>3</sup>. Tal como se señala en esta crónica de 2015, la presión por imponer la restricción del velo se profundiza, siempre “en nombre del orden público y a beneficio del laicismo, el consagrado concepto francés de la separación entre la iglesia y el Estado” pero, al contrario de promover la inclusión, lo que sucede es una “discriminación desbocada contra los musulmanes en general, y las mujeres con velo en particular”, colocando a Francia como una forma de “racismo de Estado” y, simultáneamente, provocando la exacerbación de los islamistas radicales (*The New York Times*, 5/6/2015).

Además de la ley del velo de 2004, una segunda ley -promulgada en 2011- proscribió el velo que cubre toda la cara, la burka, “usado sólo por una pequeña fracción de la población” (*The New York Times*, 5/6/2015). Dicho contexto dispone a las musulmanas como “objetos de abuso”: les escupen; les arrancan los velos en la calle; las empujan; en algunos casos hasta no les permiten acompañar a sus hijos a la escuela. La violencia suele acompañarse con la expresión “sucia musulmana” (*The New York Times*, 5/6/2015). El Observatorio Nacional contra la Islamofobia mostraba que “en los últimos dos años, el 80 por ciento de los actos antimusulmanes que implicaron violencia y ataques fueron lanzados contra mujeres, la mayoría con velo” (*The New York Times*, 5/6/2015). El auge en Francia de la extrema derecha, que deplora la “islamización” de ese país, sumado a los atentados perpetrados por extremistas musulmanes franceses -como el ataque al teatro Bataclan en noviembre de 2015 y a las oficinas de la revista *Charlie Hebdo* en enero del mismo año, y el perpetrado en Niza en julio del 2016- profundizan la segregación y la estigmatización, provocando una expansión del gusto por la prohibición del velo tal como en Bélgica, que por “razones de seguridad” impuso

---

3. Ver nota “Musulmanas francesas viven la discriminación con la prohibición del velo” (Daley, S & Rubin, A., *The New York Times*, 05/06/2015) [https://www.nytimes.com/2015/05/27/universal/es/musulmanas-francesas-viven-la-discriminacion-con-la-prohibicion-del-velo.html?\\_r=0](https://www.nytimes.com/2015/05/27/universal/es/musulmanas-francesas-viven-la-discriminacion-con-la-prohibicion-del-velo.html?_r=0)

medidas semejantes (*The New York Times*, 5/6/2015). De tal modo, como plantean Daley y Rubin en el citado artículo del *The New York Times*, de la acepción del término “laicismo” resulta borrado su significado original -que en el contexto de la Revolución Francesa remitía a limitar la influencia de la iglesia en el gobierno- cobrando, paradójicamente, “un sentido de defensa de las tradiciones que se perciben amenazadas por la influencia musulmana” (*The New York Times*, 5/6/2015).

La prohibición del burkini forma parte de esta genealogía. Tras el atentado en Niza en 2016, varias ciudades de la Costa Azul prohibieron su uso en la playa (*La Vanguardia*, 24/8/2016)<sup>4</sup>. Las autoridades francesas declararon -en pleno debate sobre la *islamización* de Francia- que el burkini “... manifiesta de forma ostentosa una pertenencia religiosa, cuando Francia y los lugares de culto religioso son actualmente objetivo de ataques terroristas, puede provocar disturbios del orden público” (*La Vanguardia*, 24/8/2016). Pero el nivel de las controversias llevó a que, a principios de septiembre de 2016, la justicia francesa anulara la proscripción del uso de los “trajes de baño integrales” en las playas.

Estos episodios, entre tantos otros, hacen que la prohibición del velo se constituya, siguiendo a Badiou, en una “situación filosófica”; es decir, en una ocasión para reflexionar acerca de ciertas lógicas de la cultura actual. Según Badiou (2005),

una situación es filosófica, o “para” la filosofía, cuando impone la existencia de una relación entre términos que, en general, o para la opinión establecida, no pueden tener relación. Una situación filosófica es un encuentro. Un encuentro entre dos términos esencialmente extraños, uno respecto del otro. (Badiou, 2005, p. 9)

La cuestión del velo presenta esta condición, ya que pone en tensión los postulados iluministas de fraternidad e igualdad con una prohibición de libertad elemental -en este caso de las mujeres- como la de llevar los cabellos cubiertos (Cfr. Badiou, 2005, p. 69-85), bajo los argumentos de que “el velo debe ser proscrito porque es signo del poder de los machos (el padre, el hermano mayor) sobre las mujeres”, produciendo no sólo la paradoja de que estas mujeres, por ser oprimidas, merecerían ser castigadas, sino también en el caso de que quieran llevar por propia decisión el velo. Lo que parece molestar es la “ostentación” de su creencia: “o bien es el padre o el hermano mayor y entonces feministamente debe ser quitado -dice Badiou-, o bien es la joven misma según su creencia y entonces laicamente

---

4. Ver nota “La policía de Niza obliga a una mujer a quitarse el burkini” (*La Vanguardia*, 24/08/2016). <http://www.lavanguardia.com/internacional/20160824/404166818888/niza-multa-burkini.html>

deber ser arrancado". Por lo tanto, "no hay velo bueno", y las cabezas deberán andar desnudas (Badiou, 2005, p. 70).

Parece una obviedad remarcar el carácter sexual de los cabellos, pero lo cierto es que eso que se ordena descubrir mediante la prohibición del uso del velo es signo, justamente, de las complicaciones culturales de la relación sexual -esto es, de la diferencia-, y devela una de las manifestaciones de la extimidad en nuestra contemporaneidad. Lo éxtimo enlaza acá, mediante ese componente nuclear de la diferencia sexual -de la molestia del goce del otro-, con la naturaleza segregativa del lazo social, ya que esos padres y hermanos mayores no son -como plantea Badiou-, simplemente, figuras opresivas, sino también "obreros, empleados, vendedores de hashish"; gente de los "barrios marginales", "clases peligrosas", representantes de la "religión musulmana" que es la "religión de los pobres" (Badiou, 2005, p. 71).

Lo que nos devuelve esta situación es la fatal concordancia entre extimidad y segregación, ya que para la mente liberal bienpensante occidental, el caso del velo constituye una molestia radical: "... pobres que oprimen a pobres bajo la mirada de un pobre Dios" (Badiou 2005, p. 71). Y esto se refuerza con el caso de las barbas, ya que también se intentó -por un principio democrático de igualitarismo, plantea irónicamente Badiou- "reprimir las barbas de los hermanos mayores", constituyéndose, de tal modo, "la pilosidad en un asunto de estado" (Badiou, 2005, p. 76).

El mandato de "andar desnudos" de nuestra cultura parece una contraposición; sin embargo, no es más que la internalización de nuestra propia "religión" de la mercadotecnia del cuerpo: mostrar los senos, los pezones, los muslos, los ombligos, los traseros... soltar los cabellos... es una ley de nuestro mercado del goce que, sin embargo -y tal vez de manera poco inocente- como decíamos antes se ha recuperado como una supuesta consigna de liberación femenina, cumpliendo así, de manera paradójica, la orden del capital: "...el cuerpo de las mujeres no debe ser sustraído a las miradas, todas desnudas ya!", dice Badiou (2005, p. 73).

Esta conversión de una obligación social de nuestra cultura -la obligación de andar desnudos que requiere el desarrollo global del capital del goce- en consigna liberadora, continúa Badiou, se torna aún más incongruente luego de décadas en que ya la minifalda se hubo consolidado como "significante de la liberación femenina", "la caída de los totalitarismos" y "los derechos humanos" (Badiou 2005, p. 74). Resulta fatalmente cierto lo que plantea el

autor: "... se pasó de la consigna feminista 'mi cuerpo es mío' a la consigna *prostitucional* 'mi cuerpo es de todos'" (Badiou, 2005, p. 74).

La consecuencia -no menor- es la alienación de "un derecho femenino intangible", que es el de "no desvestirse sino delante de aquel o aquella que ha sido elegido/a para eso" (Badiou, 2005, p. 75). Al contrario, en nuestra actualidad, "el goce se ha convertido en una obligación siniestra" y "la exposición universal de las partes supuestamente excitantes, en un deber más rígido que el imperativo moral kantiano" plantea con contundencia Badiou (2005, p. 77).

La profusión de imágenes ligadas a estas cuestiones por los medios y las redes sociales nos lleva a plantear que, en una de sus dimensiones, la mediatización actual vendría a cumplir "la consigna sesentayochesca del gozar sin trabas" (Badiou, 2005, p. 80-82), constituyéndose en un escenario prostitucional en el cual, de manera funcional al mercado del goce, la consigna de desnudarse se presenta equívocamente como de liberación; cuando, en realidad, al contrario de estar prohibida es justamente lo que el capital necesita para seguir su expansión.

El presentar como liberación algo que no está prohibido se convierte, así, en una especie de fraude autoconsentido. Los modos de existencia levemente diferentes a los nuestros -como los de cubrirse los cabellos- resultan en cambio sospechosos; y, esos sí, requieren prohibición. Se trata, en definitiva, del miedo al goce del otro lo que expresa nuestro afán de desnudarnos y de prohibir su desnudo. Una cuestión, en definitiva, de extimidad. Eso sí circula, sin dudas, por las redes sociales.

## Reflexión final

Como tratamos de exponer, una de las dimensiones en que es posible advertir la manifestación de lo éxtimo en la mediatización actual es en los fenómenos vinculados a la segregación, tanto a nivel local como global. Asociada a diversas problemáticas -la inseguridad, las desigualdades de clase, las diferencias culturales, raciales, sexuales e identitarias, etc.- la segregación -aunque constitutiva del propio origen del vínculo social- ocupa en nuestra actualidad un lugar central, debido a la virulencia que adquiere en su circulación mediática a escala mundial. Sus múltiples manifestaciones prácticas adquieren, mayormente, un estatuto de violencia que a su vez se inscribe como vector principal de las modalizaciones estilísticas propias de los lenguajes de la época. Ello constituye un núcleo paradójico central para las sociedades que se autopostulan como democráticas, las cuales intentan asentarse en una

ficción de contrato en la cual se vela el componente trágico y conflictual de la segregación al tratar de ubicarla como dimensión inaudita, es decir, como el lugar de lo abyecto. Y la paradoja es que, en las condiciones actuales de lo mediático transnacional, lo abyecto se expresa como signo de época a partir de su visibilización y retorización recurrente. La mediatización *corre el velo* de aquello que la sociedad occidental intenta, sin éxito, apartar, perforando el sentido común democrático bienpensante y constituyendo algo así como un *demos interruptus*; es decir, un demos radicalmente incapacitado para procesar dicha violencia constitutiva. La mediatización puede entenderse, entonces, como laboratorio de la sintomatología de la cultura actual. Los ejemplos expuestos sobre la prohibición del *velo* creemos que señalan, justamente, el *velo* de la mediatización actual ■

## Referencias bibliográficas

- Agamben, G. (2010). Teoría de las firmas. En *Signatura rerum. Sobre el método* (pp. 17-42). Barcelona: Anagrama.
- Arfuch, L. (2002). *El espacio biográfico: dilemas de la subjetividad contemporánea*. Bs As: FCE.
- Badiou, A. (2005). Velo. En *Filosofía del presente* (pp. 69-85). Bs As: Libros del Zorzal. (Fragmentos publicados en *Le Monde* el 23/2/2004).
- Blanchot, M. (2007). *La amistad*. Madrid: Trotta.
- Miller, J-A. (2010). *Extimidad. Los cursos psicoanalíticos de J-A Miller*. Bs As: Paidós. Contrata de Miquel Bassols.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Bs As: FCE.

## Referencias electrónicas

- Epsztein, S. (2013). Extimidad y posición del analista. *V Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XX Jornadas de Investigación. Nove-no Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*. Buenos Aires: UBA-Facultad de Psicología. Recuperado de <https://www.academica.org/000-054/700.pdf>

Valdettaro, S. (2011). Audiencias, de las redes sociales a las asociaciones en red. En S. Valdettaro (coord.), *Interfaces y Pantallas: análisis de dispositivos de comunicación* (pp. 13-20). Rosario: UNR Editora. Recuperado de [http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/pid\\_interfaces\\_y\\_pantallas.pdf](http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/pid_interfaces_y_pantallas.pdf)

## “Una parte mía se fue con él”: ethos íntimo en el discurso de CFK

## “Uma parte de mim foi-se com ele”: etos íntimo no discurso de CFK

**Irene Lis Gindin**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) (UNR)

[iregindin@hotmail.com](mailto:iregindin@hotmail.com)

### **Resumen**

Esta publicación está centrada en la exposición de una serie de resultados de análisis de lo que en nuestra tesis doctoral hemos denominado como el *ethos íntimo*. Este tipo de ethos sirve para caracterizar la producción discursiva de la ex mandataria argentina Cristina Fernández de Kirchner luego del fallecimiento de su marido, Néstor Kirchner. Las dimensiones que aquí abordamos son: a) la institución de una *escenografía íntima*; b) la caracterización tanto del lugar de enunciación de la ex mandataria, como de los principales argumentos esgrimidos por los *contradestinatarios* durante este período, atravesado transversalmente por el duelo y en el que se evidencian y cuestionan ciertos estereotipos de género; c) los principales significados que el discurso presidencial le atribuye a la figura de Kirchner.

### **Palabras clave**

ethos – discurso – Fernández de Kirchner – género

## Resumo

*Esta publicação é centrada na exibição de uma série de resultados de análise do que nós denominamos como o etos íntimo em nossa tese doutoral. Este tipo de etos caracteriza a produção discursiva do presidente anterior argentino Cristina Fernández de Kirchner depois da morte de seu marido, Néstor Kirchner. Nós chegamos as dimensões seguintes: a a instituição de uma cenografia íntima; b) a caracterização do locus de enunciação do mandatária anterior e dos argumentos principais do contradestinatários durante este período, cruzado pela luto e onde eles aparecem certos estereótipos de gênero; c) os principais significados que o discurso presidencial dá a figura de Kirchner.*

## Palavras-chave

*etos – discurso – Fernández de Kirchner - gênero*

## Introducción

El discurso kirchnerista viene conformándose como objeto de estudio hace más de una década. Las pertenencias disciplinares diversas desde las que se abordó el fenómeno nos ha permitido observarlo desde distintos campos de saber y atendiendo a aristas diversas. El análisis del discurso, en tanto modo de comprender los procesos significantes, no se ha quedado atrás, proveyéndonos de un sinnúmero de trabajos de calidad que se han preocupado por describir, caracterizar, comparar –y un gran etcétera–, las producciones discursivas de los enunciadores identificados con dicho movimiento político. En nuestro caso y producto de nuestra tesis doctoral<sup>1</sup>, nos interesa mostrar en esta publicación un recorrido por una serie de características distintivas del discurso de Cristina Fernández de Kirchner (en adelante, CFK) luego de la muerte de su esposo, el ex presidente Néstor Kirchner (en adelante, NK). Nos centramos, a modo de aclaración metodológica, en los discursos pronunciados entre el 27 de octubre de 2010 y el 10 de diciembre de 2011 (final de su primer mandato).

En este trabajo consideramos que uno de los modos de acercarse al análisis de la identidad política es a partir de la categoría de *ethos*. Nos detendremos en esto a fin de asentar nuestra propuesta teórica. El *ethos*, tal como lo entendemos aquí, se encuentra inserto en un dispositivo enunciativo y conlleva la institución de una determinada *escenografía*. Ambos –*ethos* y *escenografía*– se apoyan en *escenas enunciativas validadas*, “es decir ya instituidas en la memoria colectiva, ya sea a título de ejemplo negativo o de modelo valorizado” (Maingueneau, 1996, p. 84-85). Esta escenografía plantea un modo de vinculación con los otros participantes de la escena enunciativa, con los cuales el enunciador establece lazos de jerarquía, solidaridad, complicidad, etc. En nuestra tesis doctoral identificamos dos tipos de *ethos* que construye el discurso de CFK durante su primer mandato (2007-2011), el *ethos magistral*<sup>2</sup> y el *ethos íntimo*, este último del cual nos ocuparemos en estas páginas. En ambos casos, nos referimos a dos escenografías distintas en las que se ponen en juego estrategias enunciativas diferentes de vinculación del enunciador con sus destinatarios.

Diremos aquí que la identidad política en tanto práctica sedimentada que instituye orientaciones gregarias de la acción en relación a asuntos públicos (y, por tanto, políticos) (Aboy Carlés, 2001) encuentra en la noción de *ethos* y, correlativamente, en la construcción

---

1. Este trabajo es producto de nuestra tesis doctoral, titulada “La construcción discursiva de la identidad política de Cristina Fernández de Kirchner durante su primera presidencia (2007-2011)”.

2. Ver al respecto: Gindin, 2016 a y b.

de *colectivos de identificación*, su principio discursivo fundante. El líder político, aquella figura representativa que funciona como operador través de la cual se construyen la serie de relaciones propias de todo discurso, se constituye, esencialmente, a través y por medio de discursos. De este modo, cuenta con la posibilidad de articular una serie de demandas aisladas y, a partir de ellas, erigirse como la voz autorizada de una determinada comunidad política. Mediante su *ethos*, un *ethos político*, moviliza una serie de creencias generando adhesiones y distanciamientos, inscribiéndose en una comunidad de pertenencia, proponiendo caracterizaciones que identifican y distinguen a la comunidad que representa. El *ethos político* adquiere, en el caso de una enunciación presidencial, una importancia aún mayor: quien enuncia no representa a un sector, una parte, un partido, sino a la comunidad toda. Por tanto, la atención a su lugar de enunciación, a la posición institucional que encarna, se vuelve fundamental.

Habiendo expuesto, aunque sea sucintamente, nuestro posicionamiento teórico, nos centraremos ahora en desarrollar los resultados del análisis. A partir de la caracterización de un tipo de *ethos*, el *ethos íntimo*, nos proponemos analizar la producción discursiva de CFK a partir de tres dimensiones<sup>3</sup>. En primer lugar, dado que el *ethos* se vincula con un tipo de *escenografía*, ambos cambian al unísono. Por esa razón, nos referiremos a la construcción de una nueva *escenografía*, que denominamos *escenografía íntima* y realizaremos algunas breves consideraciones teórico-epistemológicas sobre la categoría de *género*, dada la importancia que la inscripción genérica comporta en el discurso de Fernández de Kirchner. En segundo lugar, propondremos la caracterización tanto del lugar de enunciación de la ex mandataria, como de los principales argumentos esgrimidos por los *contradestinatarios* durante este período, período atravesado transversalmente por el duelo y en el que se evidencian y cuestionan ciertos estereotipos de género. En tercer y último lugar, analizaremos el modo en que se construye, desde el discurso presidencial, la figura de Néstor Kirchner y cuáles son los principales significados que le son atribuidos.

---

3. Por cuestiones de espacio nos centraremos en estas tres dimensiones que, resulta menester aclarar, no son todas aquellas con las que trabajamos en nuestra tesis. Tanto el lugar de la juventud militante como la emergencia de un discurso de campaña centrado en destacar su lugar como mujer-viuda, dos características distintivas del *ethos íntimo*, quedarán para próximos trabajos.

## La escenografía íntima

El 27 de octubre de 2010, el país –y el mundo– despertó con una inesperada noticia: la muerte de Néstor Kirchner. Pocas horas pasaron desde la irrupción de la novedad para que diversas muestras de afecto se desplegaran a lo ancho y largo del país. El funeral, al que asistieron mandatarios extranjeros y diferentes figuras de la cultura, el espectáculo y la política nacionales, se desarrolló a lo largo de tres días, en los cuales se permitió el ingreso de quienes durante ese tiempo se habían apostado en la puerta de la Casa Rosada. Kirchneristas y no kirchneristas se acercaban a saludar a Cristina Fernández y esgrimían una frase que permearía la propia producción discursiva de la ex mandataria: “Fuerza, Cristina”.

Cinco días después, el 1.º de noviembre, CFK hizo su primera aparición pública, a través de un mensaje grabado y emitido por cadena nacional desde el despacho de la Casa Rosada. Vestida de riguroso negro, como lo haría durante los próximos tres años, su primer discurso empezaría a perfilar lo que será este nuevo *ethos* que hemos nombramos como *ethos íntimo*. ¿Qué características comporta este nuevo *ethos*? En principio diremos que es un tipo de *ethos* que irrumpe ante esta coyuntura que estamos explicitando. Sin posibilidad de anticipación, el *ethos íntimo* se construye a partir de una *escenografía íntima* en la cual, diremos ahora de forma preliminar, la ex mandataria enfatiza su lugar de mujer en un péndulo que va *de la fragilidad a la fuerza*, marcada por su condición –nueva– de mujer viuda. A su vez, las formas de contradestínación que analizaremos en los siguientes apartados y que definen este nuevo dispositivo enunciativo también se encuentran supeditadas a este escenario y se definen en función de la ausencia del ex presidente. La diferencia entre la *dificultad* y el *dolor* (diferencia que CFK explicita en su primera aparición pública) establece una distinción entre el terreno de lo privado y lo público o, mejor aún, entre lo íntimo y lo político: la *dificultad* es inherente a su condición de gobernante, el *dolor* es propio de la pérdida de su marido.

En lo que se refiere a la mediatización de la figura presidencial, nuestro trabajo se nutre de los aportes de Cingolani (2009, 2015). Si los cuerpos de los gobernantes son, en sí mismos, *materias discursivas*, el cuerpo de CFK pone en tensión esta dicotomía entre lo público y lo privado; de allí que, de acuerdo al autor,

pese a que no tenemos acceso a lo privado sino ya como público, podemos reconocer allí algo que opera como clave de lectura en términos de una observación que franquea un límite, de una irrupción, intromisión o profanación de lo privado, que se ha vuelto accesible, y que está inscrito como estrategia enunciativa. En ese sentido, mi hipótesis es que en la mediatización, lo privado constituye discursividad sólo como modalidad enunciativa (Cingolani, 2015, p. 190).

Por lo tanto, definimos al *ethos íntimo*, entre otras características distintivas, como aquel que oscila entre reproducir algunos de los estereotipos de género más usuales (la mujer en tanto sujeto débil y la mujer-madre que protege y cuida) y realzar la importancia del género utilizándolo como elemento de legitimación política (Valenzuela Somogyi, 2015). Esta doble significación no es exclusiva del período que aquí abordamos, sino que su particularidad se encuentra en que, ahora, la construcción de su pertenencia genérica se vincula, de manera exclusiva, con el duelo y, por tanto, con la emergencia de CFK como *mujer viuda*.

## El género en CFK: mujeres, discurso y política

Hace ya varios años que asistimos a una proliferación de estudios que problematizan la vinculación entre el género y el discurso, desde variadas tradiciones disciplinares y en diferentes lugares del mundo. En primer lugar, todos coinciden en la denuncia a un discurso que establece a *los hombres* como el modo universal de denominar a los seres humanos, como ese Uno que funciona como “principio de organización y control estable y unificado” (Colaizzi, 1992, p. 110) y que encontraría a la Mujer como desplazada a un segundo término, “lo-que-no-es-el-hombre (naturaleza y Madre, sede de la sexualidad y del deseo masculino, signo y objeto del intercambio social masculino)” (de Lauretis, 1992, p. 15). En una revisión teórica sobre los estudios de género e identidad, Arango, León & Viveros (1995) advierten ciertas dificultades surgidas a partir de la *moda* que supuso la implementación de la palabra *género*, otrora utilizada indistintamente para nombrar una diferencia anatomofisiológica –y, en este sentido, como sinónimo de *sexo*<sup>4</sup>–. Sin embargo, recuperan dos repercusiones que la introducción del concepto de *género* conlleva al estudio de la identidad femenina:

en tanto “identidad de género”, la identidad femenina se presenta como una construcción social y cultural, variable, histórica y transformable que se distingue de la identidad sexual entendida como estructuración psíquica (Lamas, 1994; Santos, 1995). Otra de las repercusiones del concepto género es la problematización de la identidad masculina y de las interrelaciones entre identidad femenina e identidad masculina. (Arango et al., 1995, p. 23).

La categoría de *género* como concepto dinámico, complejo teóricamente y con posibilidad de operativización política, se forjó en diálogo con el marxismo y en vinculación con el concepto de *clase* (Fernández Cordero, 2016). Es por esto que las vinculaciones entre la

---

4. Fernández Cordero (2016) también advierte que, tanto en el ámbito político como en el académico, con frecuencia los términos género y feminismo se utilizan como sinónimos de mujer. .

izquierda y el feminismo dividen a aquellas corrientes *institucionalistas* –con posibilidades de que las reivindicaciones se transformen en efectivas políticas de género aunque con el riesgo de ver “cómo las leyes se desdibujan en las peripecias de las reglamentaciones y los presupuestos exiguos” (Fernández Cordero, 2016, p. 122)– y las corrientes autónomas –con reivindicaciones que parecen menos contaminadas por la política pero, a su vez, con la imposibilidad de tener un mayor alcance–.

En el discurso de Fernández de Kirchner, la identificación con un *colectivo de identificación* definido por el género es también y en sí misma, problemática. Si aceptamos que hay algo del orden de *lo femenino* que constituye “un sistema simbólico o sistema de significados que correlaciona el sexo con contenidos culturales de acuerdo con valores sociales y jerarquías” (de Lauretis, 1989, p. 11), esto da forma a una serie de discursos circulantes que pugnan por definir qué significados se le atribuyen al *ser mujer* y, más aún, al *ser mujer en la arena política*. En nuestro caso de estudio, un discurso esencialmente misógino recorrió las páginas de la prensa y las declaraciones de la oposición durante todo el período en el que CFK desarrolló su gobierno. Resaltaremos las tres ideas que son las que, consideramos, tuvieron mayor peso en la opinión pública. En primer lugar, el argumento con el que se cuestionó la postulación de CFK a la presidencia y que se mantuvo durante gran parte del período, fue la idea de *doble comando*, haciendo de la ex mandataria una simple instrumentadora de los designios de su marido. Subyacía aquí, la idea de que la mujer se somete, en silencio, a los deseos de un otro, su marido. En segundo lugar, a partir del desarrollo del conflicto con las patronales agropecuarias en 2008, un nuevo vocativo le fue adjudicado a CFK: *la yegua*, vocativo que resaltaba ciertas características de su figura y algo del orden de lo indomable, de lo imposible de contener. En último lugar, una vez producido el fallecimiento de Néstor Kirchner, se construyó una imagen de CFK en la que se cuestionaban las capacidades psíquicas de la ex mandataria para continuar en funciones.

Los sentidos atribuidos a *ser mujer* y, aún más, *ser mujer y ser presidenta* reproducían estereotipos que hacían de CFK una mujer débil, incapaz, sometida. El discurso presidencial de Fernández de Kirchner, en el marco de este *ethos íntimo* con el que trabajamos en este artículo, se constituye polémicamente como un *ethos* fundamentalmente dialógico en relación a ciertas representaciones de género que circulaban fundamentalmente en los medios y es en este sentido que decimos que su discurso variará entre la reproducción y la ruptura de algunos de estos estereotipos, en un péndulo que va de la *fragilidad a la fuerza*.

## El enunciador y la contradestinatación durante el duelo. El límite entre la fragilidad y la fuerza

Para comenzar con este apartado creemos necesario resaltar la particularidad del primer discurso que pronuncia la ex mandataria luego de la muerte de Kirchner. A diferencia de la mayor parte de su producción discursiva, en esta oportunidad Fernández de Kirchner emitirá un discurso desde el despacho de la Casa Rosada, mirando hacia la cámara. Haciendo foco en el primer discurso pronunciado por CFK luego de la muerte de NK, Cingolani (2015) propone una clasificación de tres grandes modalidades enunciativas: *la mediación*, *el espectáculo* y *el contacto*, dado que “la puesta en escena televisiva articula una enunciación consistente en una suerte de ‘diálogo’ entre un *primero* y un *segundo*, pero tiene como principio regulador el *tercero* construido en esa escena” (p.192). Es en la tercera modalidad, la del *contacto*, en la que particularmente nos detendremos aquí, dado que es aquella que se corresponde con el primer discurso emitido por Fernández de Kirchner luego de la muerte de su marido. En la modalidad del *contacto* “mirando a cámara y situado en un espacio-sinécdoque de su figura institucional (despacho, escritorio, residencia oficial), el cuerpo del gobernante interpela directo al receptor televisivo en tanto ciudadano” (Cingolani, 2015, p. 193). En esta modalidad, *segundo* y *tercero* se homologan, disolviéndose en una misma figura.

Hasta ese momento, los discursos pronunciados por CFK no comportaban una mirada directa a la cámara, lo que le impedía dirigirse simultáneamente a receptores y ciudadanos (Cingolani, 2009, 2015), dado que “el espectador mediático de la escena sólo tiene una relación representacional con el destinatario del contacto, quedando fuera de escena, y pudiendo reingresar sólo bajo un proceso de identificación” (Cingolani, 2015, p. 193). En este caso, sin embargo, la puesta en escena del discurso se corresponde con *la modalidad del contacto*, modalidad reservada para contadas ocasiones:

En contraste con su habitual disposición –enérgica, estridente, conductora, generadora a su alrededor de un espacio voluminoso, plasmada enunciativamente en televisión bajo una modalidad espectáculo–, el tono anímico está en una escena de otra escala, clara e íntima, centrada en el contacto. Enunciado y enunciación cambiaron al unísono. (Cingolani, 2015, p. 195).

Sentada en el despacho y visiblemente emocionada, el macroacto de habla que compone el discurso del 1ro. de noviembre es el de *agradecer*. Grabado unas horas antes de ser emitido, la ex presidenta sienta la primera diferencia que será blanco de críticas durante todo el período venidero: la diferencia entre lo íntimo y lo político. ¿Qué queremos decir con esto?

Si atendemos a las distintas publicaciones de la prensa opositora y de las declaraciones de algunos políticos también opositores, gran parte de los argumentos que buscaban deslegitimar la palabra de la ex mandataria recaían en lo insoportable de la viudez y, por lo tanto, en la imposibilidad de seguir gobernando después de la pérdida de su esposo. Además, esto se combinaba con otro argumento que había poblado las páginas de la prensa durante el primer período de la presidencia de CFK y que nombramos anteriormente: la idea de *doble comando* para aludir a lo que, entendían, era un matrimonio en el poder y que coadyuvaba a la construcción de la imagen de una mujer débil, incapaz de tomar decisiones por fuera de los designios de su marido. Sin embargo, apenas iniciado este primer discurso que estamos analizando, CFK dirá:

[1] He leído o escuchado que este es mi momento más difícil, en realidad es otra cosa, es mi momento más doloroso. El dolor es algo diferente a las dificultades o a las adversidades. Yo he tenido en mi vida política y en mi gobierno, en particular, muchísimas dificultades y muchísimas adversidades, pero el dolor es otra cosa... es el dolor más grande que he tenido en mi vida, es la pérdida de quien fue mi compañero, durante 35 años, compañero de vida, de lucha, de ideales. (01/11/2010)

Conviven, en este nuevo *ethos*, la mujer viuda –ahora, mujer dolida, que expone su pena ante la multitud– con la mujer política. La exposición de su dolor no va en desmedro de su capacidad política pues, como dirá en este mismo discurso, “siento que de mí depende la suerte de todos los argentinos” (CFK, 01/11/10); y, además de gobernar, ahora otra responsabilidad se hace carne en su figura, “la de hacer honor a su memoria [la de NK] y hacer honor a su gobierno que transformó y cambió el país” (CFK, 01/11/10).

En términos políticos y, también, claro está, en términos de funcionamiento discursivo, CFK pudo capitalizar rápidamente la muerte de su esposo creando una comunidad de identificación frente al dolor. La *irreparable pérdida* funcionó como cohesionadora y creó un nuevo vínculo con el *prodestinatario*, frente a este *otro*, inaceptable, que ahora no sólo cuestiona medidas económicas, políticas, sociales, sino que se inmiscuye en la vida íntima de la enunciativa. Cambian, en este sentido, la construcción de su lugar de enunciación y, correlativamente, los argumentos por los cuales se cuestiona al *contradestinatario*. Analizaremos, en este apartado, ambas cuestiones.

Resulta menester realizar aquí una aclaración: en este trabajo analizamos el *ethos íntimo*, en el que se enfatizan ciertas disputas en torno a los estereotipos de género y en el que este *ethos* se construye de manera esencialmente dialógica, recuperando las críticas que eran esgrimidas, fundamentalmente, desde la prensa. Sin embargo, la pertenencia genérica y la

identificación con este colectivo no resulta exclusiva de este período analizado, sino que se conforma como uno de los elementos más importantes a la hora de erigir un tipo especial de liderazgo político:

[2] También -porque saben, que la sinceridad es uno de mis datos proverbiales- sé que tal vez me cueste más porque soy mujer, porque siempre se puede ser obrera, se puede ser profesional o empresaria, pero siempre nos va a costar más. Estoy absolutamente convencida. Pero creo tener la fuerza para poder hacerlo y además el ejemplo, el ejemplo no solamente de Eva que no pudo, no pudo, tal vez ella lo merecía más que yo, el ejemplo de unas mujeres que con pañuelo blanco se atrevieron donde nadie se atrevía y lo hicieron. Ese era el ejemplo de ellas, de las Madres y de las Abuelas, de las Madres y de las Abuelas de la Patria. (10/12/07)

Por tanto, nos limitaremos a analizar estos significados que se disputan en el espacio público *sobre CFK en tanto mujer-viuda*. Por otro lado, el *ethos íntimo* que abordamos aquí se compone de otras aristas que no se reducen a las cuestiones relativas al género, sino que configuran una *escenografía* diferente, de mayor intimidad con los otros participantes de la escena enunciativa.

Es en esta primera referencia a su pertenencia genérica (nos referimos a [2]), en la que CFK comenzará a delinear ciertos aspectos desfavorables que aparecen como inherentes a su condición de mujer. En este sentido, coincidimos con el argumento de Valenzuela Somogoyi (2015) quien, analizando las campañas de Bachelet en Chile y Fernández de Kirchner en Argentina, afirma que ambas utilizan al género como un elemento que permite la legitimación de sus respectivos liderazgos políticos, respondiendo a las críticas que, desde la prensa o desde otros sectores partidarios, se esgrimían sobre sus posibilidades de ejercer la presidencia. Resulta interesante señalar, como lo hace Vitale (2014) que tanto en el caso de CFK como en el de Rouseff en Brasil, la construcción del *ethos* no está sólo atravesada por su pertenencia genérica sino, a su vez, por el desafío de construir una imagen de sí luego de presidentes carismáticos (Kirchner y Lula da Silva, respectivamente)<sup>5</sup>.

---

5. En este punto, nuestro trabajo dialoga con la acepción de *ethos* híbrido no convergente que utilizan Vitale y Maizels (2011) para caracterizar a los tipos de *ethos* que se desprenden del discurso electoral de Fernández de Kirchner y con la caracterización de *ethos* de la feminidad que también desarrolla Vitale en un trabajo posterior (2014). En su artículo Vitale y Maizels (2011) identifican dos tipos de *ethos* que se proyectan en el discurso electoral de CFK: el pedagógico-experto y el de la feminidad. La consideración de que se trata de un *ethos* híbrido no convergente da cuenta de que “en ciertos tramos discursivos el ‘ethos de la feminidad’ tiende a socavar la fuerza persuasiva del ‘ethos pedagógico-experto’ a favor de su candidatura presidencial” (p. 342). El *ethos* híbrido no convergente sugiere que las dos imágenes de sí que se proyectan en el discurso orientan a distintas conclusiones: en nuestro caso, consideramos que las imágenes proyectadas en el discurso presidencial –una de ellas, el *ethos*

En primer lugar, como es propio de esta nueva *escenografía íntima*, se suceden a lo largo de los discursos referencias explícitas a cuestiones que dan cuenta de la cotidianeidad del vínculo con NK, lo que configura un discurso más afectivo que enfatiza el profundo dolor. Sin embargo, esta nueva mujer que se construye en el discurso, como decíamos, no está exenta de compromisos políticos<sup>6</sup>. Es decir, el lugar de enunciación se modifica correlativamente en dos carriles: por un lado, se construye un discurso modalizado afectivamente que busca establecer un vínculo con los partidarios a partir del reconocimiento del dolor de la pérdida y, en este sentido, CFK se muestra como una mujer dolida, en situación de duelo; por el otro, correlativamente, con el dolor y a pesar de él, CFK se hace eco de la consigna de “Fuerza, Cristina” que comenzará a ser esgrimida por sus seguidores desde la muerte de NK y que servirá como consigna para el lanzamiento de la reelección en 2011:

La muerte del ex presidente y de la figura más importante de su propio gobierno es, corporalmente, la misma muerte que la de su esposo, su “compañero”: fatal condensación de una instancia pública y otra privada (...) su figura corpórea será signo público de la fusión de ambas instancias. (Cingolani, 2015, p.196)

Decíamos que el lugar de enunciación de CFK a partir de la muerte de Néstor Kirchner se modifica en dos vías. La primera de ellas se visualiza en el hecho de que aparece un discurso afectivo que da cuenta del dolor de la pérdida, con reiterados anclajes en cuestiones íntimas y en las que, podríamos afirmar, CFK se asume víctima de un dolor que la deja en soledad, expuesta a una fragilidad que funciona como blanco de críticas por parte de la oposición. Por la segunda vía, vinculada a lo político, se capitaliza el duelo en función de generar una imagen de mujer *fuerte*, esto es, resistente, luchadora, coincidente con los modelos de

---

íntimo, sobre el que aquí nos detenemos—, forjan un tipo especial de liderazgo político que esencialmente se caracteriza por ser un liderazgo en el que se condensan ciertos lugares de enunciación que resultan novedosos en la política argentina: se enuncia desde el género, desde el peronismo, desde la democracia, desde la institucionalidad, desde el Estado y desde el proyecto. En la caracterización que realizan las autoras sobre lo que denominan el ethos de la feminidad, se realza la importancia de la utilización de la primera persona del plural apelando a “nosotras, las mujeres” y advierten que este tipo de ethos busca generar empatía e identificación con una idea de mujer no vinculada exclusivamente al sexo. Debemos considerar, además, que el análisis que proponen las autoras se basa en un período que no es el aquí consideramos y que, fundamentalmente, ninguno de los dos trabajos mencionados atiende a la construcción discursiva que realiza la ex mandataria a partir de la muerte de su marido, cuestión que resulta crucial en nuestro trabajo. Por último, la idea de ethos que recorre las páginas de las autoras se reduce a pensar el ethos como una proyección de la imagen de la enunciativa en el discurso, acepción que en nuestro trabajo no tomamos de manera exclusiva.

6. Ambas caras del vínculo se resumen en un fragmento del discurso de la propia CFK: “No solamente el padre de mis hijos; no solamente una relación de carácter marital, sino además una profunda relación política” (CFK, 26-11-10).

conducta a los que apela en su discurso. Analizaremos cada uno de estos movimientos argumentativos, empezando por el primero:

[3] Una parte mía se fue con él, está en Río Gallegos. Pero no es este un momento para utilizar la cadena nacional para terapia emocional, sino para agradecer. (01/11/2010)

[4] Así fue toda su vida y en todas sus cosas, hasta cuando logró conquistarme a mí, en la Universidad, sí. Era un hombre.... eso es tuyo Chávez<sup>7</sup>; él no era tan lindo, pero era alto, gallardo, maravilloso, único e irrepetible, por lo menos para mí. (26/11/10)

[5] La lluvia es muy buen símbolo. Quiero contarles que el día que me casé con Néstor, hace un poco más de 35 años, diluviaba y fuimos juntos en estos 35 años que pasamos una mujer y un hombre muy felices. Y la mejor manera de homenajearlo es seguir adelante con fuerzas este proyecto nacional, popular y democrático, este proyecto de redistribución de la riqueza, este proyecto de dignidad e integración regional que hemos logrado. (02/12/10)

El pasaje de lo íntimo a lo político, de lo privado a lo público, permea la mayor parte de los fragmentos, en los que se entrecruzan la vida de pareja con la vida política. Esto se observa fundamentalmente en [4] y [5]: la narración de la historia de una pareja feliz, y el paso a la concreción de un proyecto “nacional, popular y democrático” que honre la memoria de su esposo. La intimidad de la pareja y de los sentires de la enunciadora son expuestos ante el pueblo, en una especie de confesionario multitudinario, de *terapia emocional*. Además, dado que la mayor parte de los discursos con los que trabajamos responden a la modalidad del *espectáculo* a la que aludimos anteriormente, bien podría leerse esto en esos términos: al obviar la presencia de la cámara, los discursos ocurren como si CFK estuviera dialogando con sus funcionarios o seguidores. Los destinatarios de estos discursos, como podemos inferir, no pueden ser más que aquellos que ya adhieren al proyecto que representa CFK. Pérez (2013) identifica aquí un quiebre a partir del cual “sin abandonar los rasgos de ‘experta’ y ‘líder’, las expresiones y estrategias conversacionales comienzan a teñir los discursos presidenciales, aun los que se pronuncian en cadena nacional” (p. 170). Vemos, entonces, la proliferación de discursos en los que la enunciadora se dirige de manera informal y voseante a miembros de su gabinete o bien a personas que se encuentran en los recintos en los que enuncia sus discursos, a saber:

[6] Che Lino, ¿cuánto era que cobrabas? (01/03/11)

---

7. En el video subido por el canal oficial de la Casa Rosada de este discurso, se escucha la voz de Hugo Chávez, aunque resulta imposible dilucidar qué es lo que dice. Ver <https://www.youtube.com/watch?v=UAU5hQzYNSI> (consultado el 30 de Enero de 2017).

[7] Decime “Ganzo” cómo estaba Puerto Madryn en el 2003 y contáanos cómo está ahora. (12/03/11)

[8] Vos, “Tano”, acordáte la lágrima que era Comodoro en el 2003 y mira a la Comodoro de hoy, pujante y rebosante. (12/03/11)

Observamos en estos pasajes recursos lingüísticos y semióticos más vinculados a una interacción cara a cara que a un mensaje presidencial. A su vez, como decíamos al inicio de este artículo respecto del vínculo que establece CFK con la cámara, en [6], [7] y [8] CFK se dirige a personas que están en el recinto, obviando que el discurso está siendo transmitido, en ese instante, a millones de personas. Esta informalidad que comporta el discurso de CFK coincide con lo que Arnoux (2008) identifica en el discurso de Hugo Chávez como *dialogismo generalizado expuesto*, para dar cuenta de un tipo de discursividad en la que el dialogismo constitutivo de todo enunciado “es expuesto notablemente con marcas recurrentes en la superficie textual” (p. 108). ¿Cuáles son las características que adquiere esto en la discursividad de la ex mandataria? En primer lugar, la interpelación en segunda persona del singular; en segundo lugar, la introducción de términos (vocativos, interpelativos, nominativos) que replican una conversación cara a cara (“Che, Lino”, “Decíme, Ganzo”, “Acordáte”) y la incorporación de un lenguaje informal; en tercer término, el predominio de recursos semánticos del dominio del afecto; por último, la inclusión de escenas de la vida cotidiana, ya sean presentes o pasadas. Veamos otros ejemplos:

[9] Bueno, pero la verdad que no lo veo [a los partidos de fútbol], sí él, que no se despegaba del televisor mirando no solamente a Racing, veía todo. Cualquier cosa que fuera 22 corriendo atrás de una pelota, lo miraba, era impresionante. (24/02/11)

[10] Ustedes cuando le larguen veneno y odio, larguen amor, amor, amor y amor. Contra el amor no se puede. (20/04/11)

La enunciadora parece quitarse la investidura presidencial y establecer un diálogo de pares, rompiendo con ciertas formalidades propias de los discursos políticos y, fundamentalmente, de los discursos presidenciales. Nuevamente, los *prodestinatarios* aparecen como el destinatario exclusivo del discurso de la ex mandataria: es a ellos a quienes se les pide que respondan con amor. Las expresiones de afecto y evaluaciones pueblan la producción discursiva que estamos analizando y refuerzan esta comunidad de pertenencia. Por supuesto que todas las unidades léxicas son, en cierto sentido, subjetivas; aunque la carga subjetiva depende de las elecciones que el sujeto de la enunciación realiza y es aquí donde, coincidiendo con Kerbrat-Orecchioni (1986) podemos afirmar que “*el eje de oposición*

*objetivo/subjetivo no es dicotómico sino gradual*<sup>8</sup> (p. 94). En el caso del *discurso subjetivo* “el enunciador se confiesa explícitamente (‘lo encuentro feo’) o se reconoce implícitamente (‘es feo’) como la fuente evaluativa de la afirmación” (p. 93).

Lo que podemos reconocer en el período de preeminencia del *ethos íntimo* que estamos aquí analizando es la recurrencia de elecciones léxicas que dan cuenta de un discurso *más subjetivo* y que, por tanto, suponen una evaluación o posición más explícita del enunciador frente al enunciado: de ello es prueba, por ejemplo, la utilización de la expresión *no despegarse del televisor* –[9]– o *largar veneno, largar amor* –[10]– y que conlleva, como todos los *verbos intrínsecamente subjetivos* (Kerbrat-Orecchioni, 1986) una evaluación, con fuente en el sujeto de la enunciación, sobre el proceso que se denota. Lo mismo puede decirse del uso de *adjetivos afectivos* que, para citar algunos ejemplos, en [8] aparecen para caracterizar a Comodoro Rivadavia: en el 2003, esa ciudad, era *una lágrima*, ahora está *pujante, rebosante*; y en [9] para referirse al fanatismo de NK con el fútbol: *era impresionante*. Para Kerbrat-Orecchioni (1986), este tipo de adjetivos no sólo expresan una propiedad del objeto al que se refieren sino, fundamentalmente, una “reacción emocional” (p. 111).

Como dijimos, correlativamente a la mostración del duelo, la imagen de CFK aparece fortalecida por la idea de un *dolor vivido*, un dolor que funciona como argumento para dar cuenta de su propia fuerza, poniendo lo político por encima de lo personal:

[11] A las mujeres, a los chicos, quiero decirles que son ustedes los que me dan fuerza, que cuando siento que se me pone difícil, tomo contacto con todos ustedes y es como que viniera fuerza de otra parte. Estoy segura que ustedes son el hilo conductor, la polea de transmisión que él me manda de algún lado para tener toda la fuerza que tengo que tener para seguir adelante, junto a todos ustedes, chubutenses, patagónicos, argentinos, hombres y mujeres.  
(12/03/11)

El gesto de poner lo político por encima de lo íntimo funciona también como respuesta a las críticas que recibía y que ponían en duda su capacidad para continuar gobernando y que caracteriza a este *ethos* como un *ethos dialógico*.

Decíamos que correlativamente al cambio en las posiciones de enunciación de CFK se produce un cambio en el argumento al que apelaban los contradestinatarios. El duelo pobló la opinión pública y la muerte del ex presidente se transformó en el argumento por excelencia tanto para seguidores como detractores. Entre estos últimos, los medios de comunicación

---

8. Las cursivas son del original.

ocuparon sus páginas y horas de aire para debatir sobre el tema, teniendo como eje la supuesta debilidad de la presidenta y, por lo tanto, la imposibilidad de continuar en el cargo. A las críticas y cuestionamientos ya mencionados, ahora se le sumaban aquellos de índole psicológica: ¿estaba apta la presidenta para desempeñarse como tal?

[12] Pero, a partir del 27 de octubre, se agregaron a todo lo que ya venía siendo descalificación, agravio, ficciones, mentiras, dos capítulos nuevos: medicina y psicología. O sea, a partir del 27 de octubre, de repente muchos devinieron –esos que escriben en letras de molde, algunos, no todos, algunos, sería injusto generalizar– en psicólogos que me auscultaban mis estados de ánimo, en médicos que diagnosticaban si la baja tensión era por estrés. (21/06/11)

[13] Pero realmente este fin de semana dije “basta”, porque mañana por allí me agarraba, no sé, un ataque de hígado o me pasaba algo e iban a tratar de interpretar y decodificar que, bueno, que era que estaba deprimida, que no quería, que no podía, que mi hija tal cosa, que mi hijo tal otra. Y la verdad que llega un momento que aburre, ¿no? No molesta, aburre, no molesta, aburre. (21/06/11)

Claro está, la base de la discusión respondía a ciertos estereotipos de género: la ex mandataria, mujer, ahora viuda, no estaba en condiciones psicológicas de hacerse cargo de la Presidencia de la Nación. La descalificación de los discursos circulantes en torno al duelo y que intentaban forjar la imagen de una mujer débil, incapaz de continuar con sus compromisos políticos, es rápidamente cuestionada. Incluso, de manera burlona, como puede apreciarse en [13]. Los cuestionamientos sobre esos estereotipos de género se comprenden mejor si pensamos en las imágenes de mujeres que CFK utilizó como modelos, como ejemplos de conducta –Madres y Abuelas de Plaza de Mayo, Eva Duarte–, figuras vinculadas a la lucha y el sacrificio. “[CFK] No se asocia a sí misma con la imagen divina sacrificial de las mujeres ligada a la figura de lo materno como constructo cultural latinoamericano, aspecto que ha sido una imagen importante de análisis dentro de la historiografía feminista” (Valenzuela Somogyi, 2015, s.p.) sino más bien, asimila su liderazgo a la idea de las mujeres como trabajadoras, enérgicas, decididas.

## El fundador innombrable

Como venimos describiendo, a partir de la muerte del ex Presidente el discurso de Cristina Fernández sitúa a la imagen de su marido en el centro de la escena. El relato de algunos aspectos biográficos –relativos a la vida privada de la pareja y la familia– aparece inmerso en

un contexto más amplio, en el que la figura de Néstor Kirchner se vincula con el heroísmo y el sacrificio públicos. Parte de la riqueza discursiva de estos aspectos está dada por el uso de la tercera persona cuando Fernández de Kirchner refiere a su difunto esposo: Él. Hay algo en relación a lo innombrable que se desprende de este uso pues, de todas las posibilidades de nombrar a NK, la enunciadora elige esta, que no consiste en llamarlo por el nombre, ni por el apellido, ni siquiera por las funciones políticas cumplidas, ni por el lazo marital: Néstor Kirchner es Él. La comparación no tarda en aparecer: en la cultura occidental, al menos, esta tercera persona se utiliza para referirse a dios. Dios es, por definición, omnipresente y esta característica también le será atribuida al ex mandatario argentino:

[14] No tengan dudas, él vive en esta fábrica, él vive en la Universidad Jauretche, él vive en el hospital del Cruce, él vive en las cloacas, él vive en el agua corriente, en el agua potable, en las viviendas, en cada uno de ustedes, en cada pibe, como cantan ustedes, que quiere la Asignación Universal, en cada jubilado, en cada argentino que ha aprendido que decir “patria” no nos debe dar vergüenza, que al contrario, nos debe dar orgullo. (13/10/10)

NK parece habitar en todos aquellos lugares que forman parte de los logros del kirchnerismo, logros que son realizados y puestos en el lugar de lo que parecía imposible. Si comparamos esto con el análisis que Sigal y Verón (2008) realizan del dispositivo enunciativo peronista, podríamos asociar este uso a la cuestión del *enunciador primero* y los *enunciadores segundos*. En dicho dispositivo enunciativo, el enunciador primero era el Gral. Perón, único autorizado para hablar en nombre del pueblo:

Mientras Perón está en vida, en el colectivo plural “los peronistas” no puede haber ni profetas, ni evangelistas, ni padres de la Iglesia: sólo mártires, que es la forma suprema de la lealtad. La intransferibilidad de la enunciación expresa simplemente el funcionamiento de la persona física de Perón como colectivo singular, del cual el “Nosotros” peronista es absolutamente inseparable. (Sigal y Verón, 2008, p. 131)

La Juventud Peronista, Evita y demás podían funcionar como *enunciadores segundos*, reformulando e interpretando las palabras del líder, con las consecuencias que ello supuso<sup>9</sup>. En nuestro caso de estudio, la palabra de NK, pronunciada por su esposa, goza de legitimidad y prestigio, fundamentalmente para la joven militancia. Esto es así en tanto, al interpelar a un *prodestinatario* que, como tal, ya adhiere al marco de creencias en el que se inscribe la enunciadora, la apelación a la figura de NK, que sintetiza lo realizado por el kirchnerismo, se torna fuente de legitimación.

---

9. Ver, al respecto, página 115 y ss. del libro mencionado de Sigal y Verón (2008).

Ahora bien, ¿qué significados se le atribuyen a la imagen de NK? Como se preguntan Bubenik y Simison (2012):

¿Cómo permite la referencia a la persona de Néstor Kirchner la articulación de distintas demandas y proyectos?; ¿en qué sentido podría entenderse como un significante vacío?; ¿y cómo un significante flotante?; ¿o se podría estar más bien frente a la construcción de un mito? (Bubenik y Simison, 2012, s/p).

Siguiendo la reflexión de los autores, se dilucidan, en el discurso de CFK, tres ideas-fuerza en torno a la imagen de Kirchner posterior a su fallecimiento: la de *fundador*, la de *salmón* y la de *juventud maravillosa*. Nos detendremos en las dos primeras.

En primer lugar, observamos el establecimiento de un recorte temporal, en el que el año de asunción de Kirchner funciona como punto cero. Lo anterior, el infierno; lo posterior, la realización de un sueño que parecía imposible. En este sentido, Kirchner se erige como *fundador*. La *salida del infierno* con la que se vinculaba la gestión de Kirchner resumió este componente heroico que estamos analizando: un *pingüino*, electo apenas con el 22% de los votos, había logrado sacar al país de una de las mayores crisis políticas e institucionales de los últimos tiempos:

[15] Si él no se hubiera plantado frente a los acreedores externos y hubiera dicho que íbamos a refinanciar pero que íbamos a pagar en la medida de nuestras posibilidades, si no hubiera rechazado las voces de afuera y lo que es mucho peor, las de adentro, las que decían que estaba loco, que íbamos a quedar afuera del mundo por no pagar todo lo que decían que teníamos que pagar, cuando habían especulado durante años sacando plata fácil de la Argentina. Menos mal que tampoco escuchó a algunos agoreros cuando decidió cancelar la deuda con el Fondo Monetario Internacional, menos mal que no escuchó tampoco cuando comenzó a impulsar las convenciones colectivas de trabajo y a desarrollar un potente mercado interno con salarios dignos, con millones de puestos de trabajo. Menos mal, porque sin ese esfuerzo, sin ese coraje, sin ese compromiso con los intereses de la nación y del pueblo, hubiera sido imposible estar hoy aquí (...). (28/02/11)

[16] Quiero remarcar siempre que a mí me gustaría que si alguna vez nos recuerdan a él y a mí, cuando pasen muchos años, nos recuerden como los que fundamos o refundamos, porque antes lo habían hecho nuestros próceres... (23/07/11)

Un visionario, un pingüino, un hombre con valentía y coraje; en fin, un fundador: tales son los atributos que el discurso de Cristina Fernández le adjudica a su esposo. La anáfora presente en [15] (“menos mal que...”) enfatiza la distancia entre los que adherían al proyecto

kirchnerista y los *enemigos* –tanto externos como internos–, haciendo de NK un hombre con coraje que actuó en pos del beneficio colectivo, desoyendo a los *agoreros* que recomendaban el camino contrario. Finalmente, la enumeración de los logros y la utilización del *nosotros* que abarca a CFK y a NK como líderes del proyecto kirchnerista, dan forma al carácter *fundador* con el que se identifica a Kirchner.

La segunda idea-fuerza relacionada a la figura de Kirchner es la del *salmón*, que refuerza la imagen sacrificial de un hombre que deja la vida por el país:

[17] El otro día alguien me decía recordándolo a Kirchner: “él fue como un salmón” fue contra la corriente, desovó, entregó y saben qué pasa, los salmones mueren luego de desovar y nadar contra la corriente. (18/11/11)

Dar la vida por el país es, sin duda alguna, un acto de sacrificio y heroísmo. Kirchner es, entonces, *fundador* y, además, *salmón*, alguien que nada entre las adversidades hasta resignar su propia vida, que cumple un deseo en apariencia irrealizable y devuelve la dignidad al pueblo argentino. Tales construcciones se vinculan con otros dos atributos: la *locura* y la *utopía*. Para hacer las cosas que el kirchnerismo logró, según CFK, había que estar un poco loco y “más loco que Néstor no hubo nadie ni nunca lo habrá en este país” (CFK, 26/08/11). La utopía, visualizada no como sueño irrealizable sino como “el objetivo que se fija una sociedad para seguir creciendo y progresando” (CFK, 29/09/11), los une a ambos bajo la caracterización de *soñadores*. En ambos casos, hay un *otro* –negativo– que es quien identifica a Kirchner y a Fernández de Kirchner con estas características: “Siempre nos decían, bueno, ‘son soñadores, no se pueden hacer las cosas’” (CFK, 29/09/11).

Vimos, entonces, las características más sobresalientes del discurso de CFK respecto de la figura de Kirchner. Por un lado, el uso de la tercera persona mayestática, que recuerda la simbología cristiana y construye a Kirchner como un ser omnipresente. Por otro lado, analizamos también los sentidos atribuidos a su imagen y figura: sacrificio y heroísmo, fundamentalmente, que se fusionan en la tipificación de Kirchner como un *loco*, un *utópico*, un *salmón*, dispuesto a entregar su propia vida por el beneficio de la Nación. Un *fundador*, también, al inaugurar un período que condensa los sueños imposibles que la sociedad argentina había depositado luego de la crisis de 2001.

Existe un último punto que quisiéramos resaltar, dado que consideramos, enfatiza esta imagen de sacrificio y heroísmo que venimos describiendo. Uno de los íconos que, si bien fue anterior a su fallecimiento, adquirió una relevancia inusitada a partir de ello, fue lo que se denominó el *Nestornauta*, una mutación del héroe creado por Oesterheld y Solano López

en la década del '50. De la odisea que retrata la historieta y de la conocida militancia de Oesterheld, nacen los paralelismos que fueron utilizados para la creación del *Nestornauta*. Como apunta oportunamente Francescutti (2015), el *Nestornauta* es un

ícono cargado de significaciones alusivas a ciertas maneras de entender la argentinidad contemporánea. Tiene además la particularidad de ser un símbolo derivado, surgido de la resemantización de otro preexistente (el Eternauta) a resultas de una acción de propaganda política (Francescutti, 2015, p.29).

El *Nestornauta* fue usado por primera vez en un acto de la juventud kirchnerista, encabezado por la agrupación *La Cámpora*, bajo el lema "Néstor le habla a la juventud, la juventud le habla a Néstor. Bancando a Cristina", el 14 de Septiembre de 2010, en el Luna Park. Las únicas modificaciones que se le hicieron a la imagen original fueron, en primer lugar, la omisión del fusil que colgaba sobre el brazo derecho del personaje y, en segundo lugar, la sustitución del rostro del protagonista del cómic por el de Néstor Kirchner:

En el caso estudiado, observamos un modelo de construcción heroica mítica que, en términos generales, exagera características "guerreras" del héroe y mantiene una estructura de relato de Cotidianidad Negativa (CN) (Cf. Roig, 1984), pues plantea un relato en el cual el héroe se rebela contra una realidad que lo oprime o bien encuentra injusta, asumiendo el rol de portavoz de una clase o grupo social. El héroe asume la misión de "develar" y/o "reparar" el daño social, político o cultural, dentro de un relato preconcebido para exceder el esquema de héroe, convirtiéndolo al personaje en mito. Para ello, es fundamental reconstruir retrospectivamente un pasado ajustado a las necesidades del presente, delimitando y direccionando el sentido, siempre abierto, tanto del presente como del futuro. (Fernández y Gago, 2011, s.p.).

La aparición del *Nestornauta*, junto al discurso de CFK, realzan lo que se ha denominado como el *ethos militante* de Néstor Kirchner (Montero, 2012). Además, el *Nestornauta*, que poblará los actos del kirchnerismo, nos trae la imagen de Oesterheld, un intelectual desaparecido durante la dictadura. Los DD.HH. son vueltos a ubicarse en el centro de la escena, con Kirchner como aglutinador de los grandes logros de la gestión entre los cuales la política de DD.HH. funciona como cohesionadora. Un héroe resistiendo a los invasores, en el caso del personaje del *Eternauta*; otro héroe resistiendo los embates de los grandes grupos de poder, en el caso de Kirchner.

Situados en este punto, podemos observar de qué modo se van aglutinando, en el discurso de la ex mandataria, distintos sentidos en torno a la figura de NK; sentidos que van de lo personal a lo político, estableciendo el *mito del origen* como momento nodal que aglutina

esta serie de demandas. La cuestión del mito resulta, a nuestros fines, de suma importancia: ¿es Néstor Kirchner erigido como mito?, si así fuera, ¿en qué sentido?

Biset (2012) dedica su artículo a discutir la oposición entre mito y razón y, consecuentemente, la posibilidad de pensar en la construcción de un mito y su fijación como mitología una vez producida la muerte de Kirchner. Desde la filosofía, el autor nos sitúa en el quiebre que produce el kirchnerismo en general y la muerte de Kirchner en particular, para ver en eso un cierto retorno a la política, la posibilidad de pensar a esta última en términos positivos. Si la política estatal anterior al kirchnerismo era, o bien una “zona gris entre gestión económica y tranza mafiosa” (p. 138) o bien una exterioridad, un mal absoluto, para el autor, el fallecimiento del ex presidente significó, utilizando una expresión de Hegel, el *fin de las almas bellas*: “La expresión hegeliana ‘almas bellas’ nombra aquí la conformación de un emplazamiento donde se constituía epocalmente cierta subjetividad política” (p. 138), aquella, propia de los ‘90, caracterizada por un alejamiento de todo lo vinculado con la política, una subjetividad cuya integridad surgía de la no contaminación con lo estatal. En este sentido, en primer lugar, propone ubicar a la muerte de Kirchner en el marco de un *mito político*, dado que no oculta o transforma una realidad, sino que la crea:

El mito surge cuando los límites entre vida y muerte se vuelven difusos, esto es, cuando la finitud de la corporalidad da lugar a una fuerza, a una vida más allá de la muerte. Si el luto es un viejo momento mítico-político es porque la muerte abre a una sacralización, retira un cuerpo del ámbito común de los vivos e inaugura una sobrevida que interpela no en una fe privada, sino en la participación pública. De hecho, la distinción entre público y privado, parece perder sus márgenes cuando aquello que parece intransferible, nadie puede vivir la muerte por otro, se transfigura en nacimiento común. (Biset, 2012, p.142)

Podemos decir, entonces, que aparece en Kirchner, luego de su fallecimiento, la emergencia de un *mito del origen*, en el que NK es *fundador y héroe*. Comprendemos el mito, a la manera de Barthes (2014), como un *sistema semiológico segundo*: el signo del primer sistema se vuelve significativo en el segundo; “se trate de grafía de letras o de grafía pictórica, el mito sólo reconoce en ellas una suma de signos, un signo global, el término final de una primera cadena semiológica” (pp. 205-206). Es este último término el que se convertirá en primer término del sistema semiológico. Esta definición de mito retoma Aboy Carlés (2001, 2003), advirtiendo la coincidencia que, según su punto de vista, se encuentra entre la noción de mito, en Barthes, y la de significativo vacío, en Laclau. Entendiendo al *significante vacío* como “la posibilidad de vaciamiento de un significante” (Aboy Carles, 2001, p. 58), vaciamiento siempre parcial, nunca completo pues “todo nuevo sentido se juega en un campo donde

existe una sedimentación previa” (p. 58), para el autor el lugar del significante vacío no puede ser otro que el de la construcción mítica<sup>10</sup>.

El emergente de esta muerte, un discurso de CFK que habla por y gracias a su esposo y al que le atribuye una serie de tópicos que hemos venido describiendo en estas páginas, en el que se consagra una imagen que recupera la militancia setentista, erigen este mito del origen en el que Kirchner se figura como el aglutinador de la serie de demandas que el proyecto kirchnerista resignifica.

## Reflexiones finales

Hemos analizado en estas páginas la construcción de lo que aquí denominamos el *ethos íntimo* en la producción discursiva de la ex mandataria, *ethos* que irrumpe a partir de la muerte de Néstor Kirchner, en octubre de 2010. Los ejemplos desplegados permitieron caracterizar la construcción de un nuevo tipo de *escenografía*, íntima, en la que CFK deja de construirse desde una posición de saber/poder, para establecer una suerte de *terapia emocional*, de *confesionario multitudinario*, exponiendo su pena ante el pueblo. Caracterizamos su discurso, también, como fundamentalmente dialógico, dado que oscila entre reproducir y quebrar ciertos estereotipos de género, que buscaban deslegitimar su posibilidad de seguir gobernando y, más aún, de presentarse a una posible reelección, estableciendo una dicotomía entre el terreno de lo privado y el de lo público. Dada la importancia que el discurso presidencial le otorga a la figura de NK, que opera ahora como fuente de legitimación, reflexionamos sobre los distintos sentidos que le son atribuidos: *fundador*, *salmón*, *héroe*. Estos sentidos tienen un gran impacto en la militancia juvenil kirchnerista, que acrecienta sus filas notablemente luego del fallecimiento del ex presidente, juventud que ocupa ahora un lugar central en el discurso de Fernández de Kirchner ■

## Referencias bibliográficas

Aboy Carlés, G. (2001). *Las dos fronteras de la democracia argentina. La reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*. Rosario: Homo Sapiens.

---

10. El ejemplo al que apela Aboy Carlés (2001), presente ya en Laclau, es aquel de la figura del Perú del '73: un significante que sólo puede ser comprendido en tanto recupera mucho de lo que su figura significaba en el período 1945-1955.

- Aboy Carlés, G. (2003). Repensando el populismo. *Política y Gestión*, 4, 9-34.
- Arango, L. G.; León, M. y Viveros, M. (1995). Introducción. Estudios de género e identidad: desplazamientos teóricos. En L.G. Arango, M. León & M. Viveros (comps.), *Género e identidad. Ensayos sobre lo femenino y lo masculino* (pp. 21-35). Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Arnoux, E. (2008). *El discurso latinoamericanista de Hugo Chávez*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Barthes, R. (2014). *Mitologías*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Biset, E. (2012). De almas bellas, mitologías y composiciones. En M. Barros, V. Morales & A. Daín, *Escritos K* (pp. 135-150). Villa María: Editorial Universitaria de Villa María.
- Cingolani, G. (2015). La mediatización, entre los cuerpos ciudadanos y el cuerpo presidencial. En P.C. Castro (org.), *Dicotomía Público/Privado: estamos no caminho certo?* (pp. 187-209). Maceió: EDUFAL.
- de Lauretis, T. (1992). *Alicia ya no. Feminismo, Semiótica, Cine*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Fernández, L. & Gago, S. (2011). El Eternauta: apropiaciones, usos y construcciones de mitos en la política posdictatorial argentina. *VI Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani*. Facultad de Ciencias Sociales: Universidad de Buenos Aires.
- Fernández Cordero, L. (2016). Izquierdas y feminismos, hitos contemporáneos. *Revista Nueva Sociedad*, 261, 116-127.
- Francescutti, P. (2015). Del Eternauta al 'Nestornauta': la transformación de un ícono cultural en un símbolo político. *CIC – Cuadernos de Información y Comunicación*, (20), 27-43.
- Gindin, I. (2016a). El poder de legitimar: el campo en el discurso de Cristina Fernández (2007-2011). *Revista Razón y Palabra*, (93), 694-708.
- Gindin, I. (2016b). Los avatares del pasado en el discurso de Cristina Fernández: Peronismo y Bicentenario. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (31) 79, 86-107.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires: Hachette.

- Maingueneau, D. (1996). El ethos y la voz de lo escrito. *Revista Versión*, 6, 79-92.
- Montero, A. S. (2012). *'¡Y al final un día volvimos!'* Los usos de la memoria en el discurso kirchnerista. Buenos Aires: Prometeo.
- Pérez, S. (2013). Ser mujer y ser Presidenta: la construcción discursiva de la imagen de Cristina Fernández de Kirchner en el discurso presidencial, 2007-2011. En J. Balsa (comp.), *Discurso político y acumulación en el kirchnerismo* (pp. 157-176). Buenos Aires: UNQui – CCC.
- Sigal, S. y Verón, E. (2008). *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Buenos Aires: Eudeba.
- Valenzuela Somogyi, M. (2015). La pertenencia de género como capital de legitimación discursiva: el caso de las presidentas Michelle Bachelett (Chile) y Cristina Fernández (Argentina). *Revista de la Academia*, (19), s.p.
- Vitale, M. A. (2013). Ethos y legitimación política en los discursos de asunción de la presidente argentina Cristina Fernández de Kirchner. *Revista ICONO 14*, (11)1, 05-25.
- Vitale, M. A. (2014). Ethos femenino en los discursos de asunción de las primeras mujeres presidentes de América del Sur: Michelle Bachelet, Cristina Fernández de Kirchner y Dilma Rousseff. *Anclajes*, (XVIII) 1, 61-82.
- Vitale, M. A. y Maizels, A. L. (2011). El discurso electoral de Cristina Fernández de Kirchner (2007). Un caso de ethos híbrido no convergente. *Revista Linguagem em (Dis)curso*, (11) 2, 337-360.

## Referencias electrónicas

- Bubenik, H. y Simison, E. (2012). Néstor Kirchner: ¿significante flotante, vacío o mito?. *Terceras Jornadas Debates Actuales de la Teoría Política Contemporánea*, Buenos Aires. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/99877189/Nestor-Kirchner-significante-flotante-vacio-o-mito#download>
- Cingolani, G. (2009). Mediatización de la figura presidencial: espacios, estrategias y transiciones. *Pentálogo Inaugural CISECO*, Brasil. Recuperado de <https://comycult.>

[files.wordpress.com/2009/03/cingolani-mediatizacic3b3n-de-la-figura-presidencial2.pdf](http://files.wordpress.com/2009/03/cingolani-mediatizacic3b3n-de-la-figura-presidencial2.pdf)

Colaizzi, G. (1992). Feminismo y teoría del discurso: razones para un debate. *Debate feminista*, (5), 105-119. Recuperado de [http://www.jstor.org/stable/42624038?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/42624038?seq=1#page_scan_tab_contents)

de Lauretis, T. (1989). La tecnología del género. En *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and Fiction* [Traducción de A.M. Bach y M. Roulet] (pp. 1-30). London: Macmillan Press.. Recuperado de <http://www.caladona.org/grups/uploads/2012/01/tecnologias-del-genero-teresa-de-lauretis.pdf>

# **Naturaleza y artificio: Iconografías de mujeres políticas en la bisagra de un “cambio de ciclo”**

# **Natureza e artifício: Iconografia das mulheres políticas num tempo de uma “mudança de ciclo”**

## **Mariangeles Camusso**

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM)  
Centro de Investigaciones Feministas y Estudios de Género (CIFEG)  
Facultad de Ciencia Política y RR. II. (UNR)  
Universidad Abierta Interamericana (UAI)  
[mariangeles.camusso@gmail.com](mailto:mariangeles.camusso@gmail.com)

## **Florencia Rovetto**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)  
Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM)  
Centro de Investigaciones Feministas y Estudios de Género (CIFEG)  
Facultad de Ciencia Política y RR. II. (UNR).  
[florencia.rovetto@gmail.com](mailto:florencia.rovetto@gmail.com)

## Resumen

Aquí retomamos las indagaciones presentadas en Coloquios del CIM precedentes, intentando trazar una continuidad reflexiva en torno a las modalidades de representación de las mujeres en las imágenes que circulan en Internet y, en especial, en la plataforma infocomunicacional de Facebook. En los distintos acercamientos al campo observado hemos caracterizado recurrencias y disrupciones en las modalidades iconográficas que constituyen los discursos político, militante y ciudadano sobre las mujeres. A su vez, hemos puesto en conexión tales iconografías con reivindicaciones feministas que irrumpen en la agenda política, generando ciertos “climas de época” que le dan origen y sentido a su circulación, interrogando sobre los límites y posibilidades de las mismas para la construcción de discursos políticos. En esta ocasión nos proponemos profundizar las hipótesis trabajadas anteriormente, analizando las modalidades iconográficas con que las que se representan a las mujeres políticas en el marco de un nuevo escenario, signado por el cambio de la figura presidencial en diciembre de 2015. Con ello, vemos la incipiente construcción de un modo de representación que podríamos denominar “naturalista”, enfocando funcionarias del nuevo gobierno en contextos de cotidianidad y, a manera de hipótesis, consideramos que esta operación discursiva entraña una intencionalidad orientada a la naturalización reforzadora de lo que es y siempre fue el artificio de la domesticidad.

## Palabras clave

feminismo, iconografía en red, cuidados, domesticidad obligatoria

## Resumo

*Aqui voltamos às perguntas apresentadas na CIM anterior Coloquios porque tentamos desenharmos uma continuidade reflexiva em torno das modalidades de representação das mulheres nas fotos que circulam na Internet e especialmente na plataforma de info-comunicações Facebook. Nos diferentes abordagens para o campo observado que têm caracterizado as recorrências e rupturas nas formas iconográficas que constituem os discursos políticos, militantes e cidadãos sobre as mulheres. Por sua vez, temos que colocar em conexão tal iconografia com reivindicações feministas que estouraram na agenda política, criando certos “climas de tempo” que dão origem e significado do seu movimento, questionando sobre os limites e possibilidades de-los para a construção discursos políticos. Desta vez temos a intenção de aprofundar trabalhou acima hipótese, analisando as modalidades iconográficas do que aqueles representando as mulheres políticas no âmbito de uma nova etapa, marcada pela mudança na presidência, em dezembro de 2015. Assim, vemos a construção incipiente de um modo de representação pode ser chamado de “naturalista”, focando funcionários do novo governo em contextos da vida cotidiana e, como uma hipótese, acreditamos que esta operação discursiva implica orientada reforçando naturalização do que é intencionalidade e era sempre o artificio da domesticidade.*

## Palavras-chave

*feminismo, rede iconografia, cuidados, domesticidade obrigatória*

## Forma, existencia y valor: desplazamientos semióticos en las iconografías de las mujeres

Antes de presentar los interrogantes que nos proponemos desarrollar realizamos un breve recorrido por el trabajo de observación y análisis que iniciamos hace varios años en el marco del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) y del Centro de Investigaciones Feministas y Estudios de Género (CIFEG) de la Facultad de Ciencia Política y RR. II. (UNR, Argentina). Ambos espacios institucionales han cobijado nuestros intereses personales, académicos y políticos recuperando los aportes de los estudios feministas en su articulación con los estudios de comunicación y cultura.

Al ordenar cronológicamente los objetivos trabajados hasta el momento, las preguntas planteadas y los objetos analizados, podemos trazar una línea de continuidad reflexiva que, lejos de estar agotada, se diversifica, complejiza y abre nuevos interrogantes. Desde el inicio nos propusimos sistematizar los modos en que las representaciones visuales de las mujeres emergen como huellas<sup>1</sup> de las tensiones que configuran un clima de época, atravesado por la emergencia masiva de reivindicaciones propias de las agendas feministas.

La hipótesis inicial postulaba que estas transformaciones impactan, de una manera no lineal, pero tampoco azarosa, en la producción de significación asociada al término (signo) mujer. En cada uno de los análisis desarrollados, nos preguntamos cuáles son las *formas cualitativas* particulares de la representación de las mujeres, cómo se manifiestan en las intervenciones *existentes* concretas, y cuáles son los *valores* que se ponen en tensión, se desplazan y se reconfiguran en la producción y circulación de esos mismos *existentes* (Guerri, 2014).

En una primera aproximación al campo de la representación de mujeres en la red social Facebook (en adelante, FB), nos propusimos relevar los modos de construcción de las *imágenes identitarias* de diferentes espacios gubernamentales y otros vinculados a organizaciones políticas relacionados con las problemáticas de género, en sentido amplio. En esa ocasión analizamos las producciones iconográficas puestas a circular durante conmemoración del día 8 de marzo<sup>2</sup> de 2013, generadas y emitidas por diversas entidades

---

1. Utilizamos el concepto huella en el sentido veroniano del término.

2. Como ya se sabe, el día 8 de marzo, desde el año 1910, se conmemora la masacre de más de un centenar de mujeres quemadas en una fábrica de Sirtwoot Cotton en 1908, por hacer huelga reclamando igualdad salarial, la disminución de la jornada laboral a 10 horas y un tiempo para poder dar de mamar a sus hijos. En 1910, durante la Segunda Conferencia Internacional de Mujeres Trabajadoras celebrada en Copenhague (Dinamarca), más de 100 mujeres aprobaron declarar el 8 de marzo como Día Internacional de la Mujer Trabajadora.

públicas y sin fines de lucro, pertenecientes a espacios gubernamentales y a organizaciones sociales argentinas. Retrospectivamente, podemos reconocer que el trabajo analítico sobre el corpus -conformado por 33 cuentas de FB, relevadas mediante la utilización de las siguientes combinaciones de palabras de búsqueda: área / secretaria / asociación + mujer/es / género / feminista<sup>3</sup>- se focalizó en la descripción de las *cualidades formales* de las imágenes recopiladas.

Al preguntarnos qué imágenes representan a las mujeres, advertimos que las modalidades estético-narrativas de los espacios políticos se mezclaban, superponían y solapaban con el gran volumen de imágenes producidas para la fecha de carácter comercial<sup>4</sup>, a partir de una recurrencia de elementos iconográficos estereotipados (flores acuareladas, colores pastel, vientres embarazados, labios carnosos, ojos grandes, cabellos largos, retratos de mujeres infantilizadas, proliferación de corazones u otros íconos relacionados a la maternidad y la afectividad). Todas estas *formas* estaban presentes aún en espacios institucionales de gobierno con alto grado de imbricación en políticas de igualdad de género<sup>5</sup>.

Esta observación nos permitió reflexionar en torno a la persistencia simbólica de ciertas imágenes e interrogarnos por los límites y posibilidades de las mismas en la constitución de discursos políticos “igualitaristas” en materia de derechos y equidad. Asimismo, pudimos ponderar los modos en que tanto el Estado como las organizaciones políticas participan por acción u omisión en la construcción de ciertas iconografías que refuerzan el sentido común hegemónico de la feminidad, aun con un gran número de mujeres en los cargos políticos de mayor jerarquía durante la última década, y con la proliferación de organizaciones y colectivas feministas surgidas del creciente activismo militante del movimiento de mujeres en el país<sup>6</sup>.

---

3. Esta exploración inicial fue publicada con el título “Representaciones iconográficas feministas, de mujeres y de género en las redes sociales”, en Camusso & Rovetto (2014).

4. Este fenómeno es denunciado cada año por las organizaciones que forman parte del movimiento feminista al considerar que el Día Internacional de la Mujer ha devenido en una oportunidad más del patriarcado para mercantilizar el reclamo por los derechos de las mujeres. Se señala que marzo se conoce como el mes de la mujer, en el cual distintos comercios y marcas ofertan sus productos de belleza, indumentaria “femenina” y electrodomésticos hogareños, con importantes descuentos y promociones. También se presenta como una instancia en que varones (parejas, jefes, colegas) agasajan con cenas, flores, chocolates y piropos a las mujeres (Actis, s/d).

5. Nos referimos a áreas o secretarías de Estado cuyos propósitos están orientados a abordar, por ejemplo, la problemática de la violencia de género, entre otras.

6. Los usos de las TICs por parte de las organizaciones feministas de mujeres jóvenes se han intensificado notablemente en la última década. Al respecto, Laudano (2015) señala que las “colectivas”, compuestas por jóvenes activistas en todo el país se destacan por una relación fluida con plataformas infocomunicacionales como FB que, a su vez, configuran de manera singular sus prácticas activistas

Con este primer acercamiento a las producciones iconográficas circulantes en FB pudimos determinar que las estéticas disponibles en un momento dado operan como lugares comunes *-topoi-* y que los modos de representación –criticados con facilidad en las publicaciones de índole comercial, atribuyendo la estereotipia a las exigencias del mercado- se reproducen punto por punto en las comunicaciones de otros espacios referenciales. Así, los *topoi* discursivos en red garantizan la repetición de estereotipos o clichés, en tanto lugar común que se vuelve sensible a las necesidades de un consumo masivo. Esta operación se presenta como “una producción discursiva en la que prima la eficiencia antes que la búsqueda estética y la eficacia persuasiva” (Acebal & Maidana, 2010, p. 3), sin aportar alternativas iconográficas que la interpelen o transformen.

En un segundo momento analizamos comparativamente un repertorio de materiales iconográficos contra la violencia de género que circularon en FB durante el año 2015, pertenecientes a las campañas #NiUnaMenos (Argentina)<sup>7</sup> y #VivasNosQueremos (México)<sup>8</sup>, para abordar la dimensión política de estas figuraciones en el entramado de la cultura visual en la que se inscriben, apropian y reproducen (Camusso & Rovetto, 2016). Podemos decir que en este abordaje nos enfrentamos al corpus interrogando sus condiciones de *existencia*, es decir, la manifestación en objetos diferentes de posibilidades disponibles (Guerri, 2003, p. 8).

Allí pudimos detectar que, mientras las imágenes de las campañas #NiUnaMenos y #VivasNosQueremos en FB -con sus diferencias estético-políticas- ponían en escena el cuerpo “real” de las mujeres en tanto *locus* en que se exhibe la potencia predatoria de la dominación patriarcal (Segato, 2014), las imágenes analizadas en 2013 y construidas como marcas de identidad por instituciones estatales y organizaciones vinculadas a mujer/

---

y constituyen un cambio significativo respecto a las de los grupos feministas en décadas anteriores.

7. La campaña #NiUnaMenos, se inicia en Argentina el 10 de mayo de 2015, como reacción frente a un nuevo femicidio. En pocas horas alcanzó su momento de condensación provocando la circulación en FB y Twiter de una gran cantidad de imágenes compuestas principalmente por ilustraciones que incluían el hashtag #NiUnaMenos y la convocatoria a marchar “3 de junio a las 17 horas” en más de sesenta ciudades de todo el país.

8. Por su parte, la campaña #VivasNosQueremos, es iniciada en México por la Colectiva feminista Mujeres Grabando Resistencias, que denuncian sistemáticamente, los femicidios producidos masivamente en ese país. Además, esta colectiva que se relaciona con la Escuela de Cultura Popular Mártires del '68, organización comunitaria, fundada en 1988, para quienes el trabajo gráfico constituye un instrumento de denuncia, información y organización política. Realizan talleres de producción gráfica en distintas ciudades mexicanas, denunciando minería, privatizaciones, feminicidios, desapariciones en Ayotzinapa, entre otros.

es, género y feminismo ponían en circulación la persistencia de rasgos estereotipados aún en aquellas organizaciones que son parte del movimiento de mujeres y feministas. A partir de aquí constatamos que la construcción iconográfica de las mujeres se alimenta mayoritariamente del catálogo de simbologías culturales asociadas a un sistema de género desigual, reproduciendo, en gran medida, muchos de los estereotipos femeninos vigentes.

Con ambos análisis y en un lapso de dos años (2013-2015) pudimos advertir que las representaciones producidas en torno a mujer/es, géneros y feminismos se modificaban al calor de los acontecimientos, pero, también, que existían matices diferenciales en las producciones iconográficas sobre violencias sexistas en ambos países. Mientras la campaña argentina propiciaba imágenes construidas como una acción inmediata al calor de la indignación producida por un nuevo y brutal femicidio<sup>9</sup>, la otra, originada en México, mostraba las derivas de una praxis política en tanto resistencia colectiva y articulación programática de las luchas feministas en el continente latinoamericano.

Así, mientras las mujeres representadas en la campaña argentina se muestran solas, flotando en un cuadro plano y sin referencias espaciotemporales o en escenas fantásticas de bosques, paisajes irreales, cielos imaginarios; en la campaña mexicana se representan mujeres en contextos definidos e identificables (la ciudad, el campo, el barrio, la calle) como escenarios cotidianos, reconocibles y concretos, donde las mujeres aparecen inscriptas en situaciones que las vulneran o las fortalecen individual y colectivamente. En síntesis, las imágenes de #NiUnaMenos mostraban víctimas inertes o heridas, vendadas y sangrantes, desmembradas, acurrucadas y desprotegidas, cuyo dolor se representa como un problema personal, individualizado y experimentado en soledad, borrando las tramas de poder que posibilitan la producción social de la violencia contra las mujeres. Las mujeres de #VivasNosQueremos presentaban una intención política con agudeza visibilizadora, mediante apuestas creativas que ponen en escena los más sutiles y escondidos mecanismos de dominio patriarcal a través de la violencia machista, con efectos disciplinadores y normalizadores del orden social.

Pese a estas diferencias cualitativas emergentes, sostenemos que la *existencia* de ambos fenómenos configura las transformaciones de un sistema de *valores* en determinados

---

9. El 12 de mayo de 2015, en la localidad de Rufino, al sur de la provincia de Santa Fe, Chiara Páez, que era buscada desde el domingo 3 de mayo, apareció enterrada en la casa del novio de 16 años, quien confesó el crimen. Ver: <http://www.telam.com.ar/notas/201505/104789-chiara-paez-fiscal-novio-confesion.html>. Recuperada el 22/06/2015.

tiempos y espacios que ponen en el seno de la escena tensiones en torno al signo (ser/ parecer) mujer.

Resulta evidente que, en Argentina, después de dos marchas del colectivo *Ni Una Menos* (3 de junio de 2015 y 2016) y dos Paros de Mujeres (19 de octubre de 2016 y 8 de marzo de 2017, de carácter internacional), las condiciones de producción y de reconocimiento han cambiado y la emergencia pública y masiva de la discursividad feminista impactan en las narrativas visuales pero también en las lecturas que se realizan sobre las mismas<sup>10</sup>.

En un breve lapso de tiempo que va de aquella primera marcha del 3 de junio de 2015 al Paro Internacional de Mujeres (8M 2017), advertimos que las prácticas de visibilización del fenómeno de las violencias sexistas se ha complejizado en consignas y convocatorias circulantes en las redes y en las calles con el objetivo de alejar definitivamente el Día Internacional de la Mujer del regalo de flores y de la conmemoración vacía, para transformarlo en un día de protesta a nivel mundial<sup>11</sup>. Con prácticas cada vez más creativas, medidas de fuerza inéditas y acciones cada vez más masivas, comienzan a circular nuevos sentidos que buscan denunciar la desigualdad histórica de las mujeres en la sociedad y sus múltiples consecuencias: desde las violencias machistas –y su expresión más extrema, los femicidios– hasta las muertes por abortos inseguros, el trabajo doméstico y de cuidados no remunerado que recae mayoritariamente sobre sus espaldas, la brecha salarial en relación a los sueldos masculinos, y la precarización laboral. Las demandas enunciadas el 8M adquieren su propia impronta en cada país y ciudad, con un denominador común: se trata de una respuesta a la actual violencia social, económica, legal, política, moral y verbal.

---

10. Esta protesta social masiva, creativa, vital que ha dado vueltas al mundo y generó inspiración para el activismo en rincones inesperados del planeta, semantiza una toma de conciencia general con efecto de contagio y rebeldía. Al respecto sostiene Verón: “En la red infinita de la semiosis, toda gramática de producción puede examinarse como resultado de determinadas condiciones de reconocimiento; y una gramática de reconocimiento sólo puede verificarse bajo la forma de un determinado proceso de producción: he ahí la forma de la red de la producción textual en la historia. Estas gramáticas no expresan propiedades en sí de los textos; intentan representar las relaciones de un texto o de un conjunto de textos con su más allá, con su sistema productivo (social)” (Verón, 1987, p. 130).

11. “Este 8 de marzo la tierra tiembla. Las mujeres del mundo nos unimos y organizamos una medida de fuerza y un grito común: Paro Internacional de Mujeres. Nosotras Paramos. Hacemos huelga, nos organizamos y nos encontramos entre nosotras. Ponemos en práctica el mundo en el que queremos vivir”. Así comienza el llamamiento difundido en redes sociales desde #NUM y se señala enfáticamente: “Nos apropiamos de la herramienta del paro porque nuestras demandas son urgentes. Hacemos del paro de mujeres una medida amplia y actualizada, capaz de cobijar a las ocupadas y desocupadas, a las asalariadas y a las que cobran subsidios, a las cuentapropistas y a las estudiantes, porque todas somos trabajadoras”. Más información en: <http://niunamenos.com.ar/> Fecha de consulta: 12/03/2017.

En este marco, las consignas son cada vez más claras y sus repercusiones más contundentes<sup>12</sup>. No es casual que la identificación del colectivo *Ni Una Menos* (#NUM), protagonista en la organización del evento a nivel local, se haya construido a partir de una propuesta visual que prescinde de las representaciones figurativas como elemento principal y opta por la abstracción que ofrece el componente tipográfico (la silueta que refiere al signo mujer pictográfico se inscribe dentro de una letra A, y pierde protagonismo en el conjunto). Abstracción que posibilita una generalización de un concepto que incluya a todas las mujeres con todas sus diversidades (generalización imposible en términos icónicos sin acudir a algún modo de estereotipia). Una tipografía despojada y pregnante, con un solo color -el magenta puro- que tensiona semantizaciones en torno a “lo femenino”, pero las subvierte con su saturación, intensidad y dificultades combinatorias -un color que sólo funciona señaléticamente a pleno con blanco o con negro, nunca con grises- constituyendo un núcleo identitario contundente, que sacudió el universo de las representaciones feministas y de género. **Imágenes 1 a 3**



**Imágenes 1, 2 y 3.** Diseño identitario de convocatoria 2015 y adaptaciones a diversos usos.

12. Algunas de las consignas de la convocatoria con mayor difusión en las redes sociales fueron: #NosotrasParamos, #EstamosParaNosotras, #VivasNosQueremos #NiUnaMenos, “Si nuestras vidas no valen, iproduzcan sin nosotras!”, #NosMueveElDeseo, #NosotrasMovemosElMundo o “Hacemos que la Tierra Tiemble”, entre otras. Cada una de ellas merecería un desarrollo analítico situado que esperamos producir próximamente.

Cabe señalar que la selección del color fue un tema de discusión importante en las asambleas previas organizadas por el movimiento de mujeres en distintas ciudades del país. Por una lado, quienes propugnaban usar el color negro, como muchas organizaciones internacionales, o quienes proponían consolidar el violeta característico del feminismo, o elegir un color particular. Que haya primado esta última opción en detrimento de las otras tal vez sea producto del azar; pero probablemente, al sostener cierta continuidad con las iconografías *mainstream* (ies el color de Barbie!) haya sido un símbolo más amigable, más reproducible, más internalizable, para muchas mujeres no militantes, alejadas de las discusiones políticas, pero conmovidas y movilizadas por el aumento de la cantidad de femicidios y de la crueldad de los mismos.

Es así como la pura posibilidad de un color, reproducida *ad infinitum* en marchas, redes sociales, medios masivos, carteles, volantes, pancartas, animaciones, manifiesta la instalación -con ribetes, con discusiones, con cuestionamientos pero con indudable masividad- de la discursividad feminista en la agenda cotidiana.

## **Espacio Público / Espacio Privado: de la excepción a las idénticas**

En esta oportunidad revisamos un repertorio de imágenes producidas y difundidas durante un lapso de tiempo corto que abarca los primeros meses del mandato presidencial de Mauricio Macri, después del triunfo electoral de la alianza *Cambiamos* en noviembre de 2015. Interesa reflexionar sobre las modalidades de representación de las mujeres en las imágenes que circulan en Internet, observando, principalmente, las representaciones de mujeres políticas que ocupan cargos de mayor jerarquía en estamentos ejecutivos y legislativos a nivel nacional. Pero, a su vez, examinamos los contrastes con las representaciones de mujeres que ocuparon cargos de similar calibre durante los 12 años de gobierno del *Frente para la Victoria*.

En concreto, detenemos la mirada allí, en ese momento de transición de un gobierno a otro, para relevar las retóricas visuales que se articulan con un conjunto más amplio de discursividades circulantes emanadas del gobierno entrante: “somos un gobierno que dialoga”, “somos el mejor equipo”, “recibimos una pesada herencia”, “venimos a renovar la

política”, entre otras. Estos fragmentos discursivos otorgan sentidos a un *ritual de paso* que, en tanto pedagogía social, se construye a base de “grieta”<sup>13</sup> y tensiones.

El traspaso de mando presidencial entre referentes de partidos “antagónicos” constituye en Argentina una rareza y también una novedad, cuyo impacto simbólico se intensifica a través de algunos aspectos que nos interesa destacar: el final de la prolongada experiencia del kirchnerismo, la radicalidad del cambio desde las primeras medidas políticas de Estado y la apropiación semántica del término “cambio” por parte del nuevo gobierno. Este contexto propicia un análisis que se desprende de una observación aparentemente *menor* -realizada sobre notas/noticias “de color” publicadas en la prensa diaria- que pone en escena la imagen de las representantes del nuevo gobierno en situaciones cotidianas, asociadas al espacio doméstico, tal como veremos a continuación.

Estas construcciones o representaciones iconográficas nos permiten revisar la relevancia metafórica del término “cambio” y preguntarnos por su alcance para la vida de las mujeres. Sin dudas, los cambios en la orientación de todas las políticas de Estado (económicas, sociales, exteriores, etc.) iniciados a finales de 2015 tuvieron impactos rápidamente medibles en la vida del conjunto social (Natanson, 2016). Sin embargo, aquí proponemos calibrar los modos en que dichos cambios fueron acompañados por producciones visuales que re-instituyen la tradicional separación entre las esferas de la vida social: pública/privada, productiva/reproductiva o doméstica.

Con la batidora semiótica puesta en posición turbo se mediatizan imágenes de las representantes del nuevo gobierno que parecen restituir un sentido común menos disruptivo sobre roles de género que, en una misma operación, difuminan “la grieta” entre familia y trabajo, y configuran visualidades opuestas a las iconografías promovidas durante el gobierno anterior.

A esta altura resulta una obviedad decir que las imágenes más difundidas sobre la participación de las mujeres políticas durante el gobierno saliente cristalizan la figura de Cristina Fernández de Kirchner -como sucedió con la imagen de Eva Perón- mediante un

---

13. “Grieta” es un término geológico devenido metáfora para explicar la profunda división política que vive la sociedad argentina durante los años finales del kirchnerismo y que perdura durante el gobierno de Mauricio Macri. Acuñado por el periodista Jorge Lanata en 2013, es un término difundido y amplificado por los medios de comunicación que reversiona en clave siglo XXI la confrontación entre peronismo y antiperonismo. “La ‘grieta’ es una de las expresiones de la Cultura. Logra transmutar lo perdurable del enfrentamiento social en una coyuntura de polarización exacerbada entre kirchneristas y antikirchneristas” (Stulwark, 2016, p. 13).

proceso de individuación mítica de su liderazgo. La retórica iconográfica parece reivindicar su participación en la política como el espacio público por excelencia, pero situada en un plano de excepción, al que hemos denominado *síndrome de Pitufina*<sup>14</sup>, por su capacidad de destacarse en un escenario del poder que históricamente fue construido como patrimonio genérico de los varones.

Tales operaciones se entraman con un sistema de difusión dinámica del poder basado en desigualdades que dialectizan jerárquicamente las dicotomías público/privado y masculino/femenino. Para explicar mejor esta apreciación y considerar matices que nos permiten observar su implicancia en el análisis propuesto, sostenemos, junto con Celia Amorós (1994) que la división entre público/privado constituye una *invariante estructural* del sistema patriarcal, pero donde, al mismo tiempo, el *carácter metaestable* de éste modula formas y valores que van adaptándose a los cambios en la organización económica y social.

En este sentido, si consideramos que parte de las luchas del movimiento de mujeres se han centrado en alcanzar la *igualdad de derechos* para participar de la esfera *pública* en las mismas condiciones que los varones (reivindicando desde el derecho al voto hasta las leyes de cupo o paridad), y que después de más de dos siglos de luchas han incrementado su acceso a los espacios tradicionales de poder, lejos se está de haber minado la bases de la dominación patriarcal y su articulación con otros sistemas de dominación social. Hoy, la imagen de la mujer política -sobre todo la que participa en las instituciones políticas del Estado-, si bien constituye una modificación importante de ciertos mandatos de género, no implica un peligro indigerible para la dominación masculina. Seguramente estas “transgresiones” a los mandatos tradicionales de género no serían “aceptables” hace algunas décadas, pero el hecho de que hoy lo sean no supone de ninguna manera que el patriarcado esté llegando a su fin. Por el contrario, su “metaestabilidad” radica en un sistema de ajustes que le permite subsistir a ciertos cambios, incorporándolos, y así seguir garantizando su reproducción (Fabbri, 2013).

Esta digresión sobre el patriarcado como sistema metabólico nos permite iluminar los desplazamientos y tensiones que presentan las imágenes que analizamos más adelante. Sutiles movimientos icónicos que hacen vibrar el paño de las representaciones de las

---

14. El tropo del síndrome de Pitufina es aquella convención que muestra en una serie, película o cualquier otro producto cultural a una sola mujer en un elenco de varones. El ejemplo más evidente es el de la serie animada Los Pitufos. Más información en: <http://generoneutro.wordpress.com/2012/11/13/tropes-1-el-principio-de-pitufina/>

mujeres políticas y que se re-es escenifica sobre la histórica división entre las esferas pública/privada.

Antes de describir y analizar las imágenes seleccionadas, retomamos los aportes de Celia Amorós (1994) para revisar la relación entre principio de individuación, poder y representación. Recordemos una vez más que, en la configuración de las sociedades actuales, el espacio público es el de los *sujetos del contrato social*, donde la individualidad se configura por medio del *pacto entre iguales*; por contraposición, el espacio privado es el de las *pactadas*, donde no hay discernimiento de individuos ni sujetos: es el espacio de las *idénticas*. Como plantea Carole Pateman: “Una vez que se ha efectuado el pacto (contrato sexual entre varones), la dicotomía relevante se establece entre la esfera privada y la esfera pública: Las mujeres no forman parte del contrato originario pero no permanecen en el estado de naturaleza; son incorporadas a una esfera que es y no es parte de la sociedad civil: la esfera privada” (Pateman, 1995, p. 22).

La vigencia de estos aportes feministas, ya clásicos, nos invita a revisar las imágenes que presentamos a continuación, observando las tensiones que emanan de las representaciones de las mujeres políticas. Tensiones que se sitúan en la bisagra de un “fin de ciclo” y refuerzan una dicotomía figurativa que reproduce sólo una oposición posible en el escenario público: las mujeres políticas como excepción alejadas de la domesticidad obligatoria (artificio de lo indomesticable), frente a las mujeres políticas que glorifican la escena de la vida privada (artificio de la domesticidad).

## **Representaciones de funcionarias en la bisagra de un “cambio de ciclo”**

Hasta aquí, nos hemos preguntado y analizado las recurrencias y interrupciones en las modalidades iconográficas como parte de la trama de discursos políticos sobre las mujeres, sus reivindicaciones y sus luchas, leídas en conexión con las transformaciones en sus condiciones de emergencia y masificación. En este apartado, como anunciamos más arriba, analizamos las continuidades y discontinuidades en los modos de representar a las mujeres en el marco del nuevo escenario político argentino, signado por el cambio de gobierno nacional (al mismo tiempo cambio de la figura presidencial y del signo político partidario que representa) en diciembre de 2015.

En este contexto político nos detenemos a observar las representaciones de las mujeres en los canales de comunicación utilizados por el nuevo gobierno, que incluye las redes sociales

pero también la cartelera y campañas de prensa o audiovisuales emitidas por Presidencia de la Nación. A partir de este recorte, comenzamos a advertir la incipiente construcción de un modo de representación que podríamos denominar “naturalista”, centrado en la localización de funcionarias en contextos de cotidianidad. A manera de hipótesis, consideramos que esta operación discursiva entraña una intencionalidad orientada a la naturalización de lo que es y siempre fue artificio, y puede ser leída como operaciones de reafirmación de sentidos hegemónicos.

En principio pudimos distinguir dos corpus diferentes: por un lado, las representaciones de las mujeres en las comunicaciones oficiales del Estado (particularmente del Estado Nacional) en las primeras campañas del nuevo gobierno; por otro, las imágenes de las propias mujeres funcionarias del nuevo gobierno que circularon mayoritariamente en las redes sociales y se replicaban en los medios masivos de comunicación.

A los fines del recorte metodológico y pretendiendo barrer con exhaustividad las imágenes difundidas en los primeros meses del nuevo gobierno para compararlas con las imágenes del gobierno saliente, desarrollamos una exploración web asociando los nombres de las funcionarias del poder ejecutivo y legislativo durante ambos mandatos presidenciales con términos como: familia / maternidad / hogar / cocina / hijo/a/s. Esta búsqueda se apoyó en un doble objetivo: por un lado, analizar las primeras representaciones de las mujeres del nuevo gobierno y, al mismo tiempo, observar similitudes y contrastes posibles con representación de las mujeres políticas según las adscripciones político/partidarias<sup>15</sup>.

Nuestras observaciones arrojan algunos datos preliminares que ameritan reflexiones sobre el conjunto de representaciones de mujeres funcionarias y sobre las imágenes puestas a circular en la bisagra “del cambio de ciclo”. En este sentido, es notable como nuestra primera aproximación abductiva al corpus adquirió regularidad y consistencia al encontrar numerosas imágenes de las mujeres de la alianza *Cambíemos* retratadas en sus actividades privadas. Con actividades privadas definimos aquellas que no tienen que ver con sus responsabilidades como funcionarias sino con las actividades realizadas fuera de horario de trabajo, fuera de actividades de gobierno, en instancias referidas a “lo cotidiano” y tradicionalmente vinculadas con “lo femenino”: lo doméstico, lo hogareño, lo materno.

---

15. Realizamos búsquedas de imágenes de las siguientes mujeres: María Eugenia Vidal, Gabriela Michetti, Susana Malcorra, Patricia Bullrich, Elisa Carrió, Juliana Awada (aunque no es funcionaria, el amplio espacio que ocupan sus imágenes en los medios nos resultó significativo) de la alianza *Cambíemos*; Cristina Fernández, Juliana Di Tullio, Alicia Kirchner, Débora Giorgi, del Frente para la Victoria, y agregamos a Margarita Stolbizer y Victoria Donda como integrantes de otros espacios políticos diferentes.

Estas imágenes a su vez pueden dividirse en dos tipos: por un lado, una suerte de “fotos robadas” (imágenes de baja calidad fotográfica, movidas, con iluminación deficiente, que denotan que las retratadas fueron tomadas aparentemente por sorpresa, capturadas por personas anónimas que las ponen en circulación) (**Imágenes 4 a 9**); por otro, imágenes que podríamos denominar “coloquiales”, donde con plena conciencia las políticas son retratadas -a veces por reporteros- o se fotografían junto a sus hijos, en las cocinas de sus casas. (**Imágenes 10 a 15**)



**Imagen 4:** Canciller Susana Malcorra pagando en la caja de un supermercado (<http://www.perfil.com/politica/la-canciller-malcorra-tambien-fue-sorprendida-en-el-supermercado-0209-0023.phtml>)

**Imagen 5:** Gdora de Pcia de Bs As, María Eugenia Vidal haciendo compras en supermercado (<https://www.merca20.com/hacer-compras-en-el-supermercado-esta-de-moda-en-el-marketing-politico/>)

**Imagen 6:** Juliana Awada retratada en una pescadería de Belgrano (<http://www.lanacion.com.ar/1866404-sorprenden-a-juliana-awada-en-un-supermercado-en-el-barrio-chino/>)

**Imagen 7:** Mtra. Patricia Bullrich con changuito en el súper. (<https://www.merca20.com/hacer-compras-en-el-supermercado-esta-de-moda-en-el-marketing-politico/>)

**Imagen 8:** Diputada Elisa Carrió haciendo compras (<http://www.infobae.com/2013/07/15/720177-elisa-carrio-fue-al-supermercado-y-se-indigno-el-precio-los-ravioles/>)

**Imagen 9:** María Eugenia Vidal comprando Rosca de Pascua en la panadería de su barrio (<http://rouge.perfil.com/2016-03-25-80573-vidal-compro-una-rosca-en-la-panaderia-de-su-barrio/>)



**Imagen 10:** Gabriela Michetti cenando en su casa con su familia (<http://www.perfil.com/politica/secretos-de-la-familia-de-los-candidatos-del-pro-el-refugio-para-sus-campanas-0426-0027.phtml>)

**Imagen 11:** Elisa Carrió con su nieto (<https://twitter.com/elisacarrio/status/697437834848944128>)

**Imagen 12:** Gabriela Michetti en su casa (<http://www.lanacion.com.ar/1547117-gabriela-michetti-le-recomendaria-a-mauricio-que-no-sea-candidato>)

**Imagen 13:** Gabriela Michetti en su casa (<http://bucket.glanacion.com/anexos/fotos/47/2237447.jpg>)

**Imagen 14:** Gabriela Michetti planchando (<http://www.radiolarioja.com.ar/wp-content/uploads/2016/08/gabriela-michetti-arremangada-planchando-en-la-vispera-del-9-de-julio-0712-g5.jpg>)

**Imagen 15:** María Eugenia Vidal visita a Margarita Stolbizer (<http://bucket2.glanacion.com/anexos/fotos/44/elecciones-2015-2119144w620.jpg>)

Es notable, en contraposición, que la búsqueda de imágenes de las mujeres políticas vinculadas al kirchnerismo no arroje resultados de fotografías en situaciones similares. Por el contrario, estas funcionarias y legisladoras aparecen siempre en situaciones vinculadas a su vida pública: actos de gobierno, trabajo legislativo, actividades protocolares. Las imágenes de algunas de ellas (particularmente Cristina Fernández de Kirchner y Alicia Kirchner) junto a sus hijos siempre corresponden a actividades de la agenda pública. **(Imágenes 16 y 17)**



**Imagen 16:** Cristina Fernández de Kirchner con sus hijos, el día de asunción de su segundo mandato ([http://img.lagaceta.com.ar/fotos/notas/2016/11/29/709569\\_20161129152522.jpg](http://img.lagaceta.com.ar/fotos/notas/2016/11/29/709569_20161129152522.jpg))

**Imagen 17:** Cristina Fernández de Kirchner con sus hijos, nuera y nieto durante un acto protocolar en Casa de Gobierno, durante su segundo mandato ([http://jornadaonline.com/Fotos/T00\\_familia%20Kirchner\(1\).jpg](http://jornadaonline.com/Fotos/T00_familia%20Kirchner(1).jpg))

Con respecto a Margarita Stolbizer y Victoria Donda, podemos observar particularidades que las diferencian de los otros grupos y a su vez entre sí. Ambas aparecen en situaciones variadas con su familia directa (hijos/pareja). Aunque algunas de las fotografías de Margarita Stolbizer en situaciones familiares se deben a la presencia de su hijo –un destacado deportista-, también encontramos imágenes en las cuales “enriquece” su perfil público con habilidades domésticas o se fotografía en espacios como la cocina o el comedor diario de su casa. **(Imágenes 18 a 20)** Victoria Donda, en cambio, es fotografiada con su pequeña hija en su espacio de trabajo (la Cámara de Diputados), invirtiendo la relación habitual entre público y privado: en su caso, lo privado –la maternidad, el amamantamiento- se instala en el espacio público. **(Imagen 21)**



**Imagen 18:** Margarita Stolbizer en selfie con su familia (<https://twitter.com/stolbizer/status/550101841753935872>)

**Imagen 19:** Margarita Stolbizer con su hijo basquetbolista (<https://twitter.com/nicolapro7/status/472884585815343104>)

**Imagen 20:** Margarita Stolbizer mostrando ollas que le obsequiaron en el programa de Mirtha Legrand (<https://twitter.com/Stolbizer/status/719295284115808256/photo/1>)

**Imagen 21:** Diputada Victoria Donda amamantando a su hija en plena sesión del Congreso (<http://www.lanacion.com.ar/1811091-la-foto-del-dia-victoria-donda-madre-full-time>)

## El derrotero de los retrocesos: lo personal es doméstico

La contemporaneidad de los acontecimientos y la potencia de sus sentidos urgentes, hacen de este trabajo un “work in progress” continuo. No obstante, pretendemos plantear algunas conclusiones iniciales y dejar abiertos nuevos interrogantes.

En primer lugar, consideramos que ninguna de estas modalidades narrativas es azarosa, sino que constituyen prácticas intencionadas y que en esas prácticas se plasman modos de comprender el mundo. Esta verdad de perogrullo que es fácilmente advertible cuando hablamos de campañas de difusión comercial o estatal, también es evidente en las imágenes aparentemente menos planificadas.

Como sostenía Barthes hace ya muchos años en su canónico texto “El Mensaje Fotográfico”, la selección de objetos constituye uno de los procedimientos más habituales de connotación (Barthes, 1982). Fotografiarse en la cocina de su casa y no en el living, jardín o en la terraza, o aparecer retratadas en actividades tan triviales como pagar en un supermercado, constituyen sin dudas actos enunciativos que van más allá de cuestiones estéticas. No hacerlo, también.

En la decisión de cuáles son las imágenes que se publican y/o se hacen públicas se construyen modos de referenciación de las mujeres en relación a lo político y, si bien esta exposición de lo privado es compatible con otras estrategias de contacto y proximidad que implementa la alianza *Cambiamos* con la población (el timbreo para hablar con “la gente común”, el modo enunciativo de sus campañas dirigiéndose individualmente “a vos”, la constante y cuidada presencia en diferentes redes sociales), no deja de ser llamativo que sólo las mujeres aparezcan en este tipo de actividades.

Como anticipamos, pareciera que el nuevo escenario político necesita que sus representantes mujeres hagan visible su vida privada, pero no cualquier vida privada sino aquellas acciones que remiten a lo tradicionalmente femenino, promoviendo un modo de ser mujer pública que, además de no abandonar sus responsabilidades privadas/domésticas, asume natural y acríticamente su ejercicio.

Si consideramos que la visibilización del impacto del trabajo doméstico -o del trabajo reproductivo- en las economías familiares, pero también en las economías nacionales y globales, constituye no solo uno de los tópicos fundamentales de las reivindicaciones del momento actual del feminismo (Federici, 2013) sino también uno de los planteos más revulsivos para el *status quo* económico, estas estrategias narrativas no resultan inocentes

y demuestran en imágenes la ausencia de cualquier atisbo de perspectiva de género en las bases programáticas -e ideológicas- del actual gobierno argentino.

Ahora bien, si *lo doméstico* como categoría es nodal para pensar la agenda de las mujeres, sus modos de visibilidad/invisibilidad dan cuenta de la complejidad que la incorporación que *lo privado* comporta para *lo público*.

Podemos observar al respecto que durante los años del kirchnerismo, aún habiéndose generado avances en materia de derechos vinculados a mujeres y género ([Ley N° 26485/12](#) para la Erradicación de Violencia contra las Mujeres; [Ley 25.929](#) de Parto Respetado; [Ley N° 26.618](#) de Matrimonio Igualitario; [Ley N° 26.743](#) de Identidad de Género, etc.), lo privado/doméstico constituye una ausencia en las representaciones de las mujeres públicas. Es notable que este fenómeno abarque a la mayoría de las mujeres importantes del movimiento, aunque se cristalice con intensidad paradigmática en la figura de CFK. Es así que la *calidad formal* de las imágenes -de prensa o protocolares-, que se funde con la potencia de su *indicialidad* a la vez que encuentran en ellas su *valor*-las imágenes “valen” porque capturan *existentes*, acontecimientos de interés público- dan cuenta de un esfuerzo denodado por construir sus identidades públicas, o, al decir de Celia Amorós, por pertenecer al mundo de los *iguales*. Lo *privado*, mientras tanto, permanece ausente; es un inexistente visual, que sólo se actualiza a través del relato -mítico- de la propia protagonista.

Por el contrario, como venimos describiendo, en las narrativas de la alianza *Cambiamos* priman las *formas* (fotografías de redes sociales, sacadas con celulares, desprolijas, sin “retoques” y *existentes* concretos (la casa, la cocina, la plancha, la caja del supermercado). “Nosotras”, parecen decir las chicas de *Cambiamos*, “ejercemos cargos y vamos al supermercado”. “Somos mujeres como todas las demás”, son las *idénticas*. Así lo privado se hace presente como fuente de legitimidad (como un *valor*) y no como fuente de desigualdad y conflicto.

Si para el kirchnerismo fue necesario obviar el costado doméstico (privado) en pos de construir un liderazgo incómodo para el machismo imperante<sup>16</sup>, para *Cambiamos* lo privado

---

16. Durante los dos mandatos de CFK, y después también, no fueron pocos los agravios mediáticos que asociaban negativamente su función público/política con la sexualidad. La revista Noticias hizo de esto una línea editorial y fue duramente cuestionada. Algunas de esas críticas pueden verse en el artículo de Luciana Peker (2012): “Se menosprecia a quien ocupa el más alto cargo político por ser mujer, con la desvalorización de su sexualidad asociada al ejercicio del poder. Se expresan así los prejuicios más elementales que no pueden concebir juntos el rol público, la capacidad intelectual y la femineidad de la figura de Cristina Fernández” (Peker, L., “El goce femenino en el paredón”, Diario Página/12, Suplemento Las 12, 14/09/2012).

retorna despolitizado y naif, diluyendo entre ollas y sartenes toda la potencia disruptiva e interpeladora de la consigna feminista “lo personal es político”.

Retomando nuevamente a Barthes (1957), vale recordar que la naturalización de lo histórico y la despolitización de la vida son rasgos esenciales del habla mítica de las sociedades burguesas. En este sentido, las iconografías analizadas nos advierten de un cambio de ciclo en el cual la pedagogía disciplinadora del patriarcado capitalista moderno se reconfigura en un proceso político de corte neoliberal que privatiza el carácter violentogénico del artificio doméstico ■

## Referencias bibliográficas

- Amorós, C. (1994). Espacio público, espacio privado y definiciones ideológicas de ‘lo masculino’ y ‘lo femenino’. En C. Amorós, *Feminismo, igualdad y diferencia* (pp. 23-52). México: UNAM, PUEG.
- Barthes, R. (1982). “El mensaje fotográfico”. En R. Barthes, *Lo Obvio y lo Obtuso* (pp. 11-27). Buenos Aires: Paidós.
- Barthes, R. (1957). *Mitologías*. Buenos Aires: Paidós.
- Fabbri, L. (2013). *Apuntes sobre feminismos y construcción de poder popular*. Rosario: Puño y Letra.
- Federici, S. (2013). *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas*. Madrid: Ed. Traficantes de Sueños.
- Guerri, C. (2003). El nonágono semiótico: un ícono diagramático y tres niveles de iconicidad. *deSignis*, 4, 157-174.
- Guerri, C. (2014). *Nonágono Semiótico. Un modelo operativo para la investigación cualitativa*. Buenos Aires: Eudeba.
- Natanson, J. (2016). “Contra la igualdad de oportunidades”. *Le Monde Diplomatique*, enero 1, editorial.
- Pateman, C. (1995). *El contrato sexual*. Madrid: Ed. Anthropos.
- Segato, R. (2014). Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres. *Revista Sociedad e Estado*, 29(2), 341-371.

- Verón, E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Stulwark, D. (2016). Macri y el deseo de normalidad. En AA.VV., *Macri es la Cultura* (pp. 10-17). Buenos Aires: Ediciones Tinta Limón.

## Referencias electrónicas

- Acebal, M. & Maidana, N. (2010). Los estereotipos verbales y visuales, continuidades y especificidades. *Arqchile.cl, Portal de Arquitectura de la Comunidad Regional Latinoamericana*. Recuperado de [https://www.academia.edu/13497039/Los\\_estereotipos\\_verbales\\_y\\_visuales\\_continuidades\\_y\\_especificidades](https://www.academia.edu/13497039/Los_estereotipos_verbales_y_visuales_continuidades_y_especificidades)
- Actis, M. F. (s/f). 8 de marzo: negociaciones en torno al Día Internacional de la Mujer. *Centro de Comunicación y Género, FPyCS, UNLP*. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/node/3999>
- Camusso, M. & Rovetto, F. (2014). Representaciones iconográficas feministas, de mujeres y de género en las redes sociales. En F. Rovetto & M.C. Reviglio (comps.), *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones* (pp. 77-94). Rosario: UNR Editora. Recuperado de <http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim2.pdf>
- Camusso, M. & Rovetto, F. (2016). #Ni una (imagen) menos. Imágenes, apropiaciones y circulación en las redes sociales. En G. Cingolani & B. Sznaider (eds.), *Nuevas mediatizaciones, nuevos públicos. Cambios en las prácticas sociales a partir de las transformaciones del arte y los medios en la red* (pp. 159-177). Rosario: UNR Editora. Recuperado de [http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim\\_4\\_nuevas\\_mediatizaciones\\_nuevos\\_publicos.pdf](http://www.cim.unr.edu.ar/archivos/cuadernodelcim_4_nuevas_mediatizaciones_nuevos_publicos.pdf)
- Peker, L. (14/09/2012). "El goce femenino en el paredón". *Diario/Página 12*, suplemento *Las 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/13-7495-2012-09-14.html>

# Mediatización, visibilidades y circulación de discursos sobre lo público-político en torno al caso #RosarioSangra

Notas para la delimitación de un objeto de estudio

# Mediatização, visibilidades e circulação de discursos sobre o público-político no caso #RosarioSangra

Notas para delimitar um objeto de estudo

## María Cecilia Reviglio

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM)  
Facultad de Ciencia Política y RR. II. (UNR).

[ceciliareviglio@hotmail.com](mailto:ceciliareviglio@hotmail.com)

## Natalia Raimondo Anselmino

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)  
Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM)  
Facultad de Ciencia Política y RR. II. (UNR)

[natalia\\_raimondo@hotmail.com](mailto:natalia_raimondo@hotmail.com)

## Irene Lis Gindin

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)  
Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM)  
Facultad de Ciencia Política y RR. II. (UNR)

[iregindin@hotmail.com](mailto:iregindin@hotmail.com)

## Resumen

Durante el segundo semestre de 2016 la ciudad de Rosario (Argentina) fue escenario de una serie de marchas en pedido de seguridad y justicia que adquirieron gran notoriedad pública. Movilizaciones cuya convocatoria circuló inicialmente a través de las redes sociales en Internet (RSI) —fundamentalmente nucleadas en torno al hashtag #RosarioSangra— y, en este sentido, su funcionamiento deviene fértil para analizar los modos de vinculación entre regímenes de visibilidad de lo público-político en la actualidad. Se describe, aquí, un caso de estudio que comprende tanto discursos mediatizados a través de las plataformas de Facebook y Twitter y en medios masivos de comunicación, como la perspectiva que sobre su participación tienen los actores involucrados. De este modo, se busca contribuir al conocimiento de la manera en que las RSI participan de la configuración de la esfera pública contemporánea, en el marco de la reflexión sobre el devenir del proceso histórico de mediatización.

## Palabras clave

esfera pública, redes sociales, mediatización, circulación, visibilidad

## Resumo

*Durante a segunda metade de 2016, a cidade de Rosario (Argentina) foi palco de uma série de passeatas demandando segurança e de justiça, que adquiriram grande notoriedade pública. Estas mobilizações foram convocadas inicialmente através das redes sociais em Internet (RSI) —fundamentalmente utilizando o hashtag #RosarioSangra— e, neste sentido, o seu funcionamento é um fértil terreno para analisar a ligação entre os regimes de visibilidade pública-política hoje. Descreve-se, aqui, um caso de estudo que inclui tanto os discursos mediatizados através de plataformas do Facebook e Twitter e meios de comunicação, como a perspectiva que sobre sua participação têm os atores envolvidos. Deste modo, procura-se contribuir ao conhecimento da maneira em que as RSI participam da configuração da esfera pública contemporânea, no marco da reflexão sobre o devir do processo histórico de mediatização.*

## Palavras-chave

*esfera pública, redes sociais, mediatização, circulação, visibilidade*

## Presentación

Con esta publicación nos proponemos avanzar en la descripción del caso de estudio de una investigación que procura analizar los modos de vinculación entre regímenes de visibilidad de lo público-común, en el marco de un conjunto de reflexiones sobre el devenir del proceso histórico de mediatización —comprendido este último tal cual lo propone Verón (2013). Denominamos el caso escogido a partir de un *hashtag* en torno al cual se nuclea un conjunto diverso de discursos sociales sobre la inseguridad: #RosarioSangra.

Emprendemos esta labor en el marco de un proyecto<sup>1</sup> concebido desde el inicio transdisciplinariamente y conformado por investigadores provenientes de las ciencias sociales, de la estadística y de la ingeniería en sistemas, especialistas, estos últimos, en minería de datos. El grado de sofisticación de los procesos actuales de mediatización que se plasma en la complejidad de los fenómenos a estudiar requiere, según entendemos, de abordajes que den cuenta de ese entramado que excede a los campos de estudio monolíticos y articulen saberes en pos de una comprensión más cabal de los objetos de estudio<sup>2</sup>.

En ese marco, hay un posicionamiento teórico que emerge con notoria claridad: si como dice Verón (1987a), todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un fenómeno de producción de sentido, es ineludible que nuestra investigación suponga un sustrato semiótico, entendiendo a la semiótica como una “teoría global de la sociedad y de la cultura, localizada en la producción de sentido” (Verón, 1997, p. 68).

Desde ese lugar, el proyecto se propone contribuir al conocimiento de la manera en que las redes sociales en Internet —en adelante, RSI (ONTSI, 2011) — participan de la configuración de la esfera pública contemporánea. Attendemos, específicamente, a los modos en que los discursos sobre lo público-político<sup>3</sup> visibilizados a partir de ser publicados y puestos

---

1. El PI+D “Nuevas visibilidades en la cultura digital: esfera pública contemporánea y redes sociales en Internet”, está radicado en Programa de Incentivos (Mincyt) y es ejecutado en el Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) bajo la dirección de Sebastián Castro Rojas y la codirección de Natalia Raimondo Anselmino y Ma. Cecilia Reviglio. Integran el equipo del proyecto los investigadores Irene Gindin, Luis Baggiolini, Guillermo Leale y Ricardo Diviani; los becarios Mariana Busso (CONICET) y Alejandro Sambrana (CIN) y los auxiliares de investigación Natalia Coiutti, Virginia Brusa, Daniela Sánchez, Karen Roberts, Claudio Arfuso, Ana Laura Cardoso y Martina Di Carlo.

2. Cabe aclarar que el proyecto no sólo se propone como transdisciplinario desde los campos del saber, sino que también intenta avanzar en la articulación institucional, en tanto el equipo está formado por investigadores de la Universidad Nacional de Rosario y de la Universidad Tecnológica Nacional, sede regional Rosario.

3. Entendemos por discursos sobre lo público-político aquellos que tienen por objeto temas de interés

en circulación en RSI —como Facebook o Twitter— adquieren, fuera de las plataformas propuestas por las mismas, alguno de los dos tipos de visibilidad reconocidos por Thompson (2011): ya sea la visibilidad situada de la co-presencia propia del espacio público tradicional o la visibilidad mediática que posibilitan los medios masivos de comunicación.

Thompson (2011) postula que “lo visible es lo que puede ser visto, lo que es perceptible por el sentido de la vista (...) Lo que vemos es lo que está dentro de nuestro campo visual, y los límites de este campo es lo que está conformado por las propiedades espaciales del aquí y el ahora” (p. 22). Y agrega que dado que es situada, es recíproca. De ahí que la llama *visibilidad situada de la co-presencia*. Visibilidad que nace en la Grecia Antigua y en la cual la esfera pública es un espacio de aparición donde dichos y acciones son percibidos por todos los presentes.

Los medios de comunicación inauguraron, más tarde, un nuevo tipo de visibilidad en el que ni la reciprocidad ni la situabilidad están presentes. Esa otra visibilidad, según Thompson (2011), ya no ocurre en un espacio común compartido en tanto “el campo visual se extiende en el espacio y posiblemente en el tiempo” (p. 23), ni adquiere una única forma, debido a que las propiedades específicas de cada una “son definidas por medios de comunicación determinados” (p.23). Eso, por supuesto, modificó la esfera pública y los modos de relación que allí se entranan, repercutiendo sobre todo en el vínculo entre gobernados y gobernantes, entre quienes pareciera poder establecerse una suerte de intimidad mediática. Al respecto, Thompson (2011) concluye que el tipo de visibilidad desespacializada de los medios de comunicación “permitió una forma íntima de auto-presentación liberada de las restricciones de la co-presencia” (p.25).

A estas nociones de visibilidad, Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani (2016) suman un tercer tipo en el cual las RSI tienen un rol clave, visibilidad que se gesta en el marco de lo que Raimondo Anselmino (2012) considera una nueva ruptura de escala en el proceso de mediatización<sup>4</sup>. Hoy las RSI ocupan un lugar relevante en el sistema mediático, no sólo

---

colectivo.

4. “Así como durante las décadas de 1970 y 1980 el registro semiótico televisivo alteró el orden establecido entre el sistema de medios masivos y lo que se consideraba como ‘real’ extramediático (Verón, 2001; Valdetaro, 2007), así también hoy el conjunto conformado por Internet, dispositivos móviles y redes sociales produce una nueva ruptura de escala” (Raimondo Anselmino, 2012, p. 297). Asimismo, se agrega que “la zona de mayor impacto es ahora la creencia en la que hasta hace poco se asentaba ‘la trama de la construcción de la verdad mediática’ (Escudero Chauvel, 1996: 53)” (Raimondo Anselmino, 2012, p. 298).

porque atraen la mayor cantidad del tiempo consumido en Internet (Comscore, 2013) sino porque, también, la categoría *social media* alcanza al 96% de los usuarios latinoamericanos en *desktop* (Comscore, 2015). Esta penetración de las RSI las ha convertido en un escenario privilegiado de encuentro y exposición de posiciones sobre la cosa pública, al punto de gestarse allí discursos cuya puesta en visibilidad se inicia en las redes y luego, tal como lo explicamos anteriormente, ingresan en alguno de los otros dos regímenes de visibilidad.

Esta situación devela una dinámica, al parecer novedosa, de conformación de la agenda de discusión sobre lo común que demanda desentrañar los modos en que los discursos publicados en RSI adquieren visibilidad por fuera de las plataformas de las mismas. La novedad no radicaría, por cierto, en el hecho de que un individuo o colectivo de individuos nucleados por una problemática común se empodere y accione políticamente (algo que sucede hace tiempo), sino en la posibilidad de que ese mismo grupo pueda hacer público un reclamo, pedido o denuncia sin la intermediación necesaria de los medios masivos de comunicación. Esto nos lleva a recordar que, como sostiene Verón (2012), Internet es un gigantesco dispositivo que transforma las condiciones de acceso a los discursos, “comporta una mutación en las condiciones de acceso a los actores individuales [...], [y], produce transformaciones inéditas en las condiciones de circulación” (p. 14).

Resta decir que la delimitación del caso #RosarioSangra fue posible a partir de un relevamiento previo guiado por dos criterios: en primer término, que se tratase de un acontecimiento publicado inicialmente en alguna de las RSI indagadas —Facebook o Twitter—; en segundo lugar, que a esa puesta en visibilidad inicial le correspondieran otras posteriores: mediática o de la co-presencia, o ambas. En esta publicación nos restringiremos a la descripción del fenómeno en Facebook y mencionaremos solo algunas particularidades de su desarrollo en Twitter, dejando la atención más específica de esta última RSI para próximos trabajos.

## #RosarioSangra en contexto

*“Un fenómeno permanece inexplicable en tanto el margen de observación no es suficientemente amplio como para incluir el contexto en el que dicho fenómeno tiene lugar” (Watzlawick, Beavin Bavelas & Jackson, 1895, p. 22).*

Durante el segundo semestre de 2016 la ciudad de Rosario<sup>5</sup> fue sede de una serie de convocatorias en pedido de seguridad y justicia. Una enorme movilización ciudadana gestada por familiares de víctimas<sup>6</sup> de inseguridad, se dio cita en varias oportunidades reclamando a los poderes del Estado la toma de decisiones que pudieran revertir el escenario local. Las pancartas desplegadas durante las distintas movilizaciones, así como los testimonios recabados por el periodismo local, dieron cuenta de la falta de homogeneidad en las consignas. Desde aquellos que sostenían: “Preferimos 3000 maestros en vez de 3000 gendarmes” hasta los que bregaban por la legalización de la pena de muerte, el abanico de opiniones y posturas fue francamente enorme.

Pese a las repercusiones mediáticas que han obtenido los hechos de inseguridad, la tasa de homicidios no aumentó en los últimos años e, incluso, se observa un leve declive desde el año 2014. Si bien la cantidad de homicidios en la ciudad de Rosario se incrementó fuertemente entre 2010 y 2013 (cuando de 97 pasó a 225), según datos del Ministerio Público de la Acusación (2014), en 2014 descendió a 207. Asimismo, el informe de 2015 de dicho organismo señala una merma del 8,2 % en la tasa de homicidios en el Departamento Rosario (Ministerio Público de la Acusación, 2015)<sup>7</sup>. Y aunque aún no hay datos oficiales para 2016, la página web de un concejal de la ciudad informa para ese año 180 asesinatos<sup>8</sup>.

---

5. Rosario es una ciudad metropolitana ubicada en Santa Fe, una de las provincias más productivas de Argentina. En los últimos años, la ciudad ha adquirido notoriedad en la prensa nacional debido a una escalada de crímenes vinculados con el narcotráfico y el narcomenudeo que el periodismo tanto local como nacional han puesto bajo la lente. Asimismo, políticas locales e incluso nacionales —como el desembarco de un equipo de gendarmes enviados por el gobierno nacional en 2014 con una cobertura mediática espectacular— se han intentado implementar en relación con esta situación. Todo esto ha impregnado a la ciudad de un clima de violencia sin precedentes.

6. Los grupos conformados por familiares directos de víctimas de inseguridad constituyen por sí solos una agregación social de relevante interés, sobre todo para la sociología política, tal como puede verse en los trabajos como los de Schillagi (2009) o Jelin (2007). No obstante, no nos ocuparemos, en nuestro caso, de su configuración como grupo, sino más bien de su condición de colectivos en tanto entidades enunciativas (Verón, 1987b) y el modo en que la identificación de éstos opera en relación con la legitimidad del reclamo.

7. Cabe hacer algunas aclaraciones sobre las cifras, ya que hay varios informes de diferentes fuentes que presentan diferencias en sus números (aunque no significativas). El Observatorio de Seguridad Ciudadana (2015), consigna que la ciudad de Rosario sufrió 264 homicidios en 2013 y 248 en 2014, mientras que el sitio web del concejal Jorge Boasso (<http://boasso24horas.com/index.php/mapa-de-homicidios-de-rosario>), identifica 250 para 2014 (primera fecha de su relevamiento). De todos modos, preferimos usar las cifras de los informes del Ministerio Público de la Acusación (2014 y 2015) por considerarlas oficiales.

8. <http://boasso24horas.com/index.php/mapa-de-homicidios-de-rosario>

Por otro lado, y tal como se consigna en una nota periodística, “en el último informe disponible del Ministerio Público de la Acusación (2014) se señalaba que en Rosario tres de cada diez víctimas no tenían ningún empleo y casi la mitad sólo tenía concluida la escuela primaria. La mayoría de agresores y víctimas son de entornos sociales pobres, no céntricos, con posiciones intercambiables en edad y procedencia social” (Lascano, 2016, p. 27).

Las marchas que tuvieron lugar durante el segundo semestre de 2016 fueron convocadas inicialmente a través de las redes sociales, fundamentalmente de Facebook. Y es dicha modalidad de convocatoria, sumada a la repercusión que esto tuvo en el espacio público tradicional (magnitud de la respuesta traducida en cantidad de manifestantes, así como la cobertura que obtuvo de medios locales e incluso nacionales) lo que convierte a este acontecimiento en un caso privilegiado para nuestro análisis.

A partir de una exploración del caso es posible reconocer, en primer lugar, tres hechos que sirvieron como emergente para la movilización ciudadana. El 9 de agosto se publica en los medios locales la desaparición de Fabricio Zulatto, un joven que el 11 de agosto fue encontrado muerto en un pozo ciego en una zona suburbana de Rosario. Cuatro días más tarde, Nahuel Ciarroca muere víctima del intento de robo de su teléfono móvil. Por último, el 19 de agosto es asesinado Héctor Villalba durante una entradera<sup>9</sup> en calle Avellaneda al 1900. Si bien estos hechos no constituyen la totalidad de las víctimas de inseguridad en la ciudad de Rosario durante esas dos semanas del mes de agosto de 2016, fueron destacados mediante procedimientos de tematización<sup>10</sup> por parte de la prensa local y funcionaron, a diferencia de otros sucesos, como motivación para las convocatorias que aquí analizamos. Las tres víctimas, todas de clase media, tenían las características necesarias para que una parte importante de la ciudadanía se viera identificada. Esto, sumado tanto a que los homicidios ocurrieron en un lapso de apenas diez días, como a la cobertura mediática de cada uno de ellos, gestaron un clima de indignación social propicio para la organización de las marchas.

---

9. Éste es un término empleado en Argentina para designar a un tipo particular de robo que se da durante el ingreso de la víctima a la vivienda.

10. Si bien no nos detendremos aquí en estudiar específicamente los procedimientos de tematización ni es nuestro interés situarnos en una perspectiva que atienda a la hipótesis de la construcción de la Agenda Setting, sólo recordamos que se denomina tematización al tratamiento informativo por medio del cual, durante un determinado período de tiempo, se aborda una serie de acontecimientos diferentes en un único ámbito de importancia que comprende la “indicación de un problema que tenga significado público y que reclame una solución” (Wolf, 2007, p. 185).

Si bien entre los meses de agosto y noviembre se convocaron a al menos nueve marchas/concentraciones<sup>11</sup>, nuestra indagación se centrará en el análisis de tres de ellas: la del 25 de agosto, la del 8 de septiembre y la del 10 de noviembre. La selección obedece a que, además de ser convocadas originalmente a través de las RSI, fueron gestadas por grupos locales<sup>12</sup> no en función de un caso de inseguridad puntual<sup>13</sup> sino en reclamo por mayor seguridad y justicia.

## Las movilizaciones de #RosarioSangra

La primera de las movilizaciones a estudiar fue convocada a partir de dos eventos en Facebook, uno creado el 19 de agosto por Celeste Figueroa (familiar de la víctima de un



**Imagen 1:** Evento creado el 19 de agosto de 2016



**Imagen 2:** Evento creado el 20 de agosto de 2016

11. Referimos a: 13, 15, 18, 23 y 25 de agosto, 8 y 29 de septiembre, 11 de octubre y 10 de noviembre.

12. A diferencia de la marcha nacional, que bajo el lema “Para que no te pase” se realizó el 11 de octubre de 2016.

13. Como sí es el caso, por ejemplo, de la concentración a la que convocaron los familiares de Zulatto ante Tribunales Provinciales en ocasión de la audiencia imputativa por su asesinato, el 13 de agosto; la marcha del 18 de agosto organizada tras la muerte de Nahuel Ciarroca, o la concentración bajo el lema “Todos somos Pablo” que se llevó a cabo el 29 de septiembre.

homicidio ocurrido en noviembre de 2015) y otro el 20 de agosto por Cristina Souza<sup>14</sup>, administradora del grupo público que por entonces se denominaba “Rosario de pie” (ver imágenes 1 y 2).

Mediante estos dos eventos, la ciudadanía en general fue invitada a marchar desde distintos puntos de la ciudad<sup>15</sup> hasta la sede de los Tribunales Provinciales y, de allí, hacia la sede local de la Gobernación. Aunque ambos convocaban a la misma marcha, el texto del “Detalle” que puede leerse en la interfaz de cada uno de los eventos es bastante diferente. El del 19 de agosto, enunciado desde la primera persona del singular, reza:

A 9 meses de seguir sin respuestas y porque todo quedó en la nada... Porque siguen matándonos... Porque todos los lugares son inseguros... Les pido a todos los que conocían a mi viejo que nos acompañen en esta marcha... Partimos desde el Mini, donde nos arrebataron a mi papá para llegar a tribunales y acoplarnos a todos los rosarinos...

Ayudanos a compartir... No nos olvidemos de Rubén Figueroa...

Nos juntamos en Montevideo esquina Castellanos a las 19 hs. para movilizarnos hasta tribunales y allí juntarnos con todos...

Por su parte, presentado desde un enunciador colectivo, en el evento creado un día más tarde puede verse:

Necesitamos que la sociedad se involucre, no queremos más muertos víctimas de la Inseguridad, queremos vivir en paz pero sólo lograremos algo con la unión y la fuerza de todos!!!

Organizan: Familiares de víctimas, Mesa de Compromiso Ciudadano, Ciudadanos autoconvocados (HARTOS de vivir en esta situación de inseguridad extrema).

La convocatoria estuvo además movilizada a través de Twitter. Según la búsqueda realizada a partir del *hashtag* #RosarioSangra<sup>16</sup> observamos que ya el 19 de agosto se puso en circulación la invitación a la movilización del día 25, con el siguiente texto (que también circuló vía Facebook):

---

14. Según registro del 23/02/2017 el primero de los eventos (<https://www.facebook.com/events/1830213553927218/>) cuenta con 128 interesados, 235 asistentes y 2122 invitados, cantidades todas menos significativas que el segundo (<https://www.facebook.com/events/182338725520230/>), en el que se observa un total de 2046 interesados, 3501 asistentes y 40231 invitados.

15. Durante la exploración de posteos de Facebook hemos podido observar que en algunos casos los puntos de concentración se vinculaban a lugares donde había sido cometido algún asesinato. Por ejemplo, Celeste Figueroa convocó a concentrar en Montevideo y Castillas, donde fue asesinado su padre, Rubén Figueroa, así como el hermano de Ciarroca pidió en su muro que se concentraran donde fue ultimado Nahuel.

16. Ver: <https://twitter.com/hashtag/rosariosangra?src=hash>

S.O.S. #rosariosangra QUÉ ESPERÁS? QIE TE PASE A VOS! MARCHAMOS TODOS! SEGURIDAD Y JUSTICIA, EL JUEVES 25/8 19:30, EN TRIBUNALES DE ROSARIO.

Asimismo, desde el 20 de agosto comienza a utilizarse el *hashtag* #RosarioMarcha<sup>17</sup>, registrándose fuertes incrementos en su utilización los días de las concentraciones aquí consignadas. Lo mismo sucede con los *hashtag* #RosarioDePie, #RosarioDiceBasta, #RosarioLlora, #RosarioDuele, que comienzan a adquirir visibilidad en las redes entre el 18 y 25 de agosto. Un estudio pormenorizado de Twitter nos permitirá conocer y analizar el modo en que estos *hashtag* fueron viralizándose durante el período al que aquí nos abocamos.

La marcha en sí contó con una asistencia multitudinaria y durante la realización de la misma se concertó la fecha de la siguiente movilización. Ese mismo día, según la cuenta de Twitter Trendsmap Rosario, el *hashtag* #rosariomarcha se convirtió en *trending topic* a nivel local. Asimismo, el sitio trendinalia.com ubica a #RosarioSangra en el octavo puesto en la lista de *trending topics* por Argentina para el día posterior a la marcha<sup>18</sup>, lugar que adquiere, evidentemente, como repercusión de la movilización<sup>19</sup>.

Los familiares de personas fallecidas por hechos de inseguridad no sólo tuvieron un rol activo en la gestación de la marcha, sino que también estuvieron visiblemente presentes durante la misma ya sea a partir de las pancartas y banderas que llevaban, como también mediante una serie de alocuciones que, megáfono mediante y a modo de testimonio, de denuncia (con críticas hacia el Poder judicial y las fuerzas de seguridad, así como hacia diversos funcionarios públicos) o de arenga, tuvieron lugar tanto durante la concentración frente a los Tribunales Provinciales como, más tarde, en la Plaza San Martín, ante la sede local del Gobierno de Santa Fe. Además de otros testimonios como por ejemplo el de familiares de las tres víctimas mencionadas en el apartado anterior, pusieron su voz Enrique Bertini, uno de los referentes de la Mesa de Compromiso Ciudadano<sup>20</sup> y padre de Mariano Bertini (joven asesinado en 2014), el periodista Pablo Procopio, cuyo hermano Sandro Procopio fuera asesinado en 2015, y Pablo Semitiel Rodríguez, quien había quedado cuadripléjico a causa de un robo sufrido en el año 2013 y que falleció el 25 de septiembre de 2016.

---

17. Ver: <https://twitter.com/search?l=&q=%23RosarioMarcha%20since%3A2016-07-01%20until%3A2016-11-30&src=typd>

18. Ver <http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/argentina/argentina-160826.html>

19. Consignamos esto ya que, un día antes, sólo había conseguido posicionarse en sexagésimo primer lugar. Ver <http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/argentina/argentina-160825.html>

20. Daremos cuenta de las características e importancia de esta organización en las próximas páginas.



**Imagen 3:** Vista aérea de la concentración frente a Tribunales.  
Fuente: Rosario3.com



**Imagen 4:** Vista aérea de la congregación en Plaza San Martín.  
Fuente: Rosario3.com

La segunda movilización fue convocada para el 8 de septiembre en la sede de los Tribunales Provinciales (y también teniendo como objetivo de llegada la sede local de la Gobernación) a través, fundamentalmente, de un evento creado el 28 de agosto por uno de los grupos que había convocado a la marcha anterior, por entonces denominado “Rosario de pie”. El evento tuvo primariamente otro nombre –“Rosario de pie”, al igual que el grupo- pero más tarde se termina denominando “Rosario Sangra”<sup>21</sup> (ver imagen 5). Según anuncia la administradora

---

21. De todos los eventos analizados este es el que mejores métricas presenta dado que obtuvo (según se registra el 23/02/2017) un total de 4753 interesados, 6624 asistentes y 60361 invitados. Ver evento en: <https://www.facebook.com/events/294905480881391>.

del grupo, Cris Souza, en un posteo del 30 de agosto, se cambió el nombre “para seguir utilizando la frase con la que se difundió la marcha anterior en los medios locales y en Capital Federal”. En la información del evento se lee:

Rosario vuelve a marchar clamando SEGURIDAD, JUSTICIA INDEPENDIENTE, aplicación de PENAS JUSTAS, NO A LAS SALIDAS TRANSITORIAS, NO A LA LIBERTAD CONDICIONAL, NO al GARANTISMO, ESCLARECIMIENTO de los delitos, BASTA de muertos víctimas de la INSEGURIDAD, queremos volver a caminar tranquilos, no queremos que nos sigan matando, queremos vivir en PAZ, TODOS JUNTOS VAMOS A LOGRAR QUE REACCIONEN QUIENES TIENEN QUE CUIDARNOS. Convoca: Rosario Sangra Adhieren: Mesa de Compromiso Ciudadano, Familiares de Víctima, Red Antimafia Rosario, Vecinos Autoconvocados. SIN BANDERAS POLITICAS



**Imagen 5:** Evento creado el 28 de agosto de 2016

Volviendo sobre el texto que se publica en el “Detalle”, vale señalar que si bien se identifican un conjunto de organizadores que ya estaban presentes en el evento de la marcha anterior - Mesa de Compromiso Ciudadano, Familiares de Víctimas y Vecinos Autoconvocados- en este momento se suman la ONG Red Antimafia Rosario<sup>22</sup> y, lo que es más curioso aún, Rosario Sangra, como si fuera esta última una organización en sí misma (movimiento de construcción actancial que, como veremos más adelante, ya estaba presente unos días antes en el discurso de la prensa)<sup>23</sup>.

22. La ONG Red Antimafia se encuentra emparentada a Gustavo Vera, diputado nacional por UNEN. Uno de los referentes más visibles de dicha entidad es Ariel Monge.

23. En la edición impresa del día 22 de agosto, el diario La Capital publica la nota “Una nueva marcha

En lo que va del desarrollo del caso en cuestión, con esta movilización se da por primera vez que otra ciudad replica lo que sucede en Rosario, dado que para el mismo día fue organizada una marcha de similares características en la capital provincial bajo los lemas “Santa Fe Sangra” y “Santa Fe dice basta”.

Como sucedió con la convocatoria anterior, la información de la marcha se multiplicó en las redes sociales durante los días previos, consiguiendo la presencia de miles de ciudadanos en las calles. A su vez y tal como consigna el sitio trendinalia.com, el *hashtag* #RosarioSangra se convirtió, el día de la marcha, en *trending topic* ocupando la quinta posición en Argentina<sup>24</sup>.

Por último, la tercera movilización fue convocada mediante un evento también publicado desde el grupo “#Rosario Sangra” el 1º de noviembre con el nombre “Rosario dice basta”<sup>25</sup> (ver imagen 6) y el siguiente detalle:

ROSARIO DICE... BASTA!! .

Llamamos a todos los vecinos de nuestra ciudad a sumarse a una nueva “convocatoria popular” cuyo objetivo principal consiste en exigir mayor seguridad y justicia.

Necesitamos la unión y compromiso de todos, no podemos seguir siendo vulnerables y víctimas, tenemos que unirnos a un único reclamo, que no es ni más ni menos que nuestro derecho, movilizemosnos pacíficamente, generemos un cambio, exijamos a los gobernantes, compromiso, resoluciones inmediatas y medidas efectivas.

Los delitos siguen y cada vez una nueva persona es víctima de esta terrible inseguridad.

#ROSARIOdiceBASTA

Yo no marchó solo por mi, yo marchó por el, por ella, por vos, por mi flia, por la tuya, por amigos, por los que aún estamos y por los que ya no.

//Para que a vos no te pase//...

JUEVES 10 de NOVIEMBRE

19:30 HS. frente a GOBERNACIÓN.

---

para exigir justicia” donde anuncia la movilización del 25 de agosto y afirma que la convocatoria “fue hecha desde las redes sociales por una organización denominada Rosario Sangra” (p.5). Es la primera mención de esta nominación en la prensa local.

24. Ver <https://twitter.com/search?l=&q=from%3ATrendinaliaAR%20since%3A2016-09-07%20until%3A2016-09-09&src=typd>

25. Para el caso de este evento (<https://www.facebook.com/events/1850145951882505>) las métricas no fueron buenas, dado que se observan 490 interesados, 300 asistentes y 4913 invitados.

Dicha actividad tuvo lugar el 10 de noviembre y contó con una repercusión mucho menor que las dos precedentes, tanto en términos de participación efectiva como de cobertura mediática.

Finalmente y para cerrar este apartado, vale destacar una vez más la relevancia que obtuvieron dos grupos de Facebook y dos *fanpages*. Su activa participación en la puesta en circulación y en la convocatoria de las diferentes actividades que se llevaron a cabo en pedido de justicia



**Imagen 6:** Evento creado el 1 de noviembre de 2016

tuvieron, incluso, un considerable impacto mediático. Estos grupos y *fanpages* que se detallarán a continuación, funcionaron como aglutinadores de intereses comunes que, tal como plantea Calvo (2015), nos permiten pensarlos bajo la metáfora de la cámara de eco<sup>26</sup>. Al tiempo que le dieron difusión a las marchas sirvieron, asimismo, como catalizadores de la indignación suscitada por los distintos hechos de inseguridad sufridos a nivel local.

---

26. En su análisis sobre el fenómeno #YoSoyNisman, el autor argentino utiliza la expresión cámara de eco para dar cuenta de “un espacio virtual donde la información que recibimos es un eco de nuestros propios prejuicios y nuestras creencias sobre cómo funciona el mundo” (p. 15). Y continúa, “puesto que la información que recibimos refleja nuestro mundo social y nuestras preferencias previas, los mensajes publicados en nuestro muro confirman nuestros prejuicios. Twitter, Facebook e Instagram, así como la mayoría de las redes sociales a las que accedemos, nos permiten vivir un mundo en el que todos somos mayoría” (p. 17).

El más representativo en cuanto a cantidad de miembros se denomina “#ROSARIO SANGRA”<sup>27</sup>. Se trata de un grupo público creado el 2 de abril de 2015, al cumplirse un mes del asesinato de Damián Lucero, con la finalidad de difundir la convocatoria a una marcha organizada por vecinos de la víctima, residentes del barrio Luis Agote. Aunque en principio tuvo como nombre “Rosario marcha en pedido de seguridad y justicia”, más tarde se llamó “Rosario de pie” y, finalmente, su rótulo pasó a ser “#Rosario Sangra” luego de la marcha masiva del 8 de septiembre de 2016. Según Cristina Souza, su administradora, este último cambio de nombre se efectuó “a pedido de la gente que había participado de las marchas”<sup>28</sup>. En palabras de Souza: “Para que el grupo no se pierda decidí dejarle el mismo nombre [que las marchas] al grupo”<sup>29</sup>.

El segundo de los grupos recibe el nombre “Rosario dice basta!!! Seguridad y Justicia Ya!!!”<sup>30</sup> y no sólo limita sus temas a cuestiones vinculadas con la seguridad, sino que despliega una variedad de reclamos de órdenes diversos cuyo efecto de lectura pareciera ser más catártico que orgánico y coherente.

Puede decirse que en ambos casos se trata de grupos públicos, cuyas conversaciones y posteos están a la vista de todos aunque se requiere de la autorización de un miembro para formar parte del grupo y postear en él. En los dos, la cantidad de miembros fue tan rápida en crecer como en asumir el proceso inverso: mientras que al 16 de enero de 2017 “#Rosario Sangra” contaba con 6497 miembros y “Rosario dice basta!!! Seguridad y Justicia Ya!!!” con 1972, poco más de un mes después (el 23 de febrero) el primero tiene un total de 4403 miembros y el segundo 1958. Asimismo, podemos agregar que aunque el primero de estos grupos casi triplicaba en enero de 2017 la cantidad de miembros del segundo, en febrero apenas lo doblaba, al perder un 32% de sus seguidores.

Por su parte, la *fanpage* de la “Mesa de Compromiso Ciudadano” cuenta con 561 “me gusta”<sup>31</sup> y se autodefine como una “organización comunitaria”. Gracias a los posteos allí publicados puede observarse que la misma suele organizar marchas en pedido de seguridad y justicia el primer miércoles de cada mes. Asimismo, se destaca un posteo donde afirman:

---

27. Ver grupo: <https://www.facebook.com/groups/836936743039723/?fref=ts>

28. Entrevista a Cristina Souza. Fuente propia.

29. Entrevista radial a Cristina Souza. Ver [https://ar.ivoox.com/es/luchadora-social-sin-banderas-partidarias-audios-mp3\\_rf\\_12715178\\_1.html](https://ar.ivoox.com/es/luchadora-social-sin-banderas-partidarias-audios-mp3_rf_12715178_1.html)

30. Ver grupo: <https://www.facebook.com/groups/1752670541616901/>

31. Cifra al 30 de Marzo de 2017.

La 'Mesa de Compromiso Ciudadano' está conformada por un grupo de personas que trabajan con el objetivo de una mejor seguridad, justicia y convivencia en paz, siendo un espacio que no se identifica con ningún partido político ni creencia religiosa específica. Su principal objetivo es comunicar e informar aquellas acciones que cada uno de sus integrantes se encuentra desarrollando, como asimismo fomentar acciones conjuntas para generar un efecto multiplicador en el trabajo de mejorar la seguridad, la justicia y la convivencia en paz, y propiciar la participación de otros ciudadanos que adhieran al objetivo enunciado. Funciona en un ámbito de respeto y comprensión mutua, donde cada uno de sus integrantes puede exponer sus ideas dirigidas a coordinar esfuerzos para avanzar hacia el fin propuesto. Las actividades programadas en la agenda común y las comunicaciones deben ser pacíficas, inclusivas y respetuosas de todas las personas que a ellas concurran. Acciones en concordancia con seguridad, justicia y paz. Para impulsar un efecto multiplicador las personas que participen de las actividades convocadas por la 'Mesa de Compromiso Ciudadano' procurarán, en la medida de sus posibilidades, convocar, difundir y concientizar dentro de sus círculos de influencia para lograr un cambio en seguridad, justicia y convivencia en paz. El cambio comienza por uno mismo...el compromiso es un cambio.<sup>32</sup>

Por último, la *fanpage* de la "Red Antimafia Rosario", otra de las organizaciones involucradas en la organización y difusión de las movilizaciones aquí analizadas, cuenta con 2290 "me gusta"<sup>33</sup>. La "Red Antimafia Rosario" es una organización no gubernamental que forma parte de la Red Nacional Anti Mafia y fue lanzada oficialmente en la ciudad en febrero de 2014. En su *fanpage* se convoca a todas "las mujeres y hombres de buena voluntad se sumen a la red para avanzar hacia una Argentina sin mafias y sin esclavos, ni excluidos"<sup>34</sup>.

Tanto la cantidad de miembros de cada uno de los grupos como los "me gusta" con los que cuentan las páginas mencionadas no pueden ser considerados como indicadores de adhesión, en tanto el hecho de participar de un grupo no significa el acuerdo total ni parcial con las consignas que allí se sostienen.

## #RosarioSangra en los medios

En esta etapa de nuestra investigación realizamos una primera exploración por los principales referentes de la prensa local, en papel y *online*<sup>35</sup>, para recoger las notas que atendieran

---

32. Ver [https://www.facebook.com/pg/Mesa-de-Compromiso-Ciudadano-1604551499779910/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Mesa-de-Compromiso-Ciudadano-1604551499779910/about/?ref=page_internal)

33. Cifra al 30 de marzo de 2017.

34. Ver [https://www.facebook.com/pg/redantimafiaros/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/redantimafiaros/about/?ref=page_internal)

35. El período relevado comprendió desde el 10 de agosto, cuando se hace pública la desaparición

a tres cuestiones: los asesinatos de Zulatto, Ciarroca y Villalba; las movilizaciones; y las repercusiones de las marchas, es decir, las declaraciones de funcionarios respecto de la situación de inseguridad y la información sobre proyectos o medidas de gobierno emparentados con el reclamo. En este apartado haremos un breve repaso de esas coberturas para dimensionar su magnitud, dejando para un futuro próximo el análisis de la construcción discursiva que la prensa realizó en torno a nuestro caso de investigación.

La versión impresa del diario *La Capital* publicó, entre el 10 de agosto y el 13 de noviembre de 2016, 84 notas de interés para nuestro estudio. La primera de ellas se encuentra en la edición del 12 de agosto y la última, en la del 31 de octubre. Esto indica que el diario no realizó ninguna cobertura de la marcha del 10 de noviembre. De las notas mencionadas, 14 están relacionadas con los crímenes que funcionaron como marco de la convocatoria a la primera marcha #RosarioSangra: 8 referidas al caso Zulatto, 5 al caso Ciarroca y 1 al asesinato de Villalba. Asimismo, se publicaron 13 notas sobre las dos primeras marchas, 9 sobre otras movilizaciones ligadas con la situación de inseguridad en general y 48 sobre las repercusiones de #RosarioSangra. Del total de las notas, 26 fueron tema de tapa, 24 se publicaron en la sección *Policiales*, 48 en *La Ciudad* y 6 en *Opinión*. Son 32 las notas que llevan firma: las 6 de *Opinión*, 11 en *Policiales* y 15 en *La Ciudad*.

Destacamos, además, tres ediciones en las que el diario desplegó una cobertura significativamente extensa. La primera de ellas, el 26 de agosto —día posterior a la primera marcha—, cuando el diario publicó 9 notas vinculadas a la temática desplegadas en 6 páginas. La segunda, el 27, cuando publicó 6. Por último, la edición del 10 de septiembre —dos días después de la segunda marcha— donde, en 7 páginas, se desarrollan 10 piezas informativas, incluyendo infovisualizaciones y recuadros, bajo el cintillo “Tiempos violentos”<sup>36</sup> que la sección *La Ciudad* utiliza para estos temas desde el 18 de agosto<sup>37</sup>.

---

de Fabricio Zulatto, al 13 de noviembre de 2016, luego de la última marcha estudiada. Hasta ahora hemos realizamos una búsqueda hemerográfica exhaustiva de la prensa papel y un primer rastreo, vía buscadores, de noticias publicadas en las versiones online de *La Capital*, *El Ciudadano* y *Rosario3*. Un próximo paso consistirá en optimizar la búsqueda online mediante técnicas de minería de datos, para recabar la totalidad del material publicado sobre el tema en medios locales. Es por ello que aquí sólo consignamos el resultado de la búsqueda de los medios impresos.

36. Encontramos acá el tipo de operación a la que Verón (1983) denomina como seudorubro o seudosección: “nombre de una clase de acontecimientos que aparece en lugar de un rubro o de una sección, pero que es manifiestamente inventada en función del acontecimiento en cuestión” (95).

37. Al menos, hasta donde pudimos corroborar.

En el mismo período, *Rosario/12* -el suplemento local del diario nacional *Página/12*-, publicó 18 notas: 6 sobre el caso Zulatto, 2 sobre Ciarroca, 1 sobre Villalba, 2 coberturas de las dos primeras marchas y 7 emparentadas con el tema. De estas últimas, se destaca que una de ellas relata la seguidilla de casos de inseguridad, 4 están vinculadas a las repercusiones de la marcha y citan declaraciones de funcionarios, y 2 son noticias de reuniones entre los gobiernos local y nacional por la situación de inseguridad. Además, 2 de esas 7 notas forman parte de una columna —Siete días en la ciudad— firmada siempre por el mismo periodista. Asimismo, 10 de las 18 notas fueron tapa del suplemento y 7 llevaron firma.

Por su parte, durante el período relevado, el diario *El Ciudadano* publicó, en su edición impresa, 26 notas. La primera data del 12 de agosto y la última del 24 de septiembre<sup>38</sup>. Esto nos lleva a aclarar que, como sucede en *La Capital*, la última de las marchas estudiadas no estuvo ni en la agenda del *Rosario/12* ni en la de *El Ciudadano*.

Del total de notas de *El Ciudadano*, 7 estuvieron dedicadas al caso Zulatto, 5 a Ciarroca, 1 al asesinato de Villalba, 3 a las marchas, 1 a otra movilización ligada a la inseguridad y 8 a las repercusiones de #RosarioSangra. En 15 oportunidades las notas sobre el tema tuvieron un lugar en la tapa del diario. Destacamos, además, que 12 de las 26 notas llevan firmas y que se distribuyeron en diferentes secciones: 13 en Policiales, 7 en Ciudad, 3 en Política y Economía y 1 en Contratapa.

## Cierre

Como advertimos en la presentación, el objetivo de este texto no es exponer resultados sino describir el caso cuyo análisis estamos recién emprendiendo, procurando dar cuenta de su complejidad. Complejidad que suscita la contribución de diferentes disciplinas cuyas perspectivas nos proponemos entrecruzar. Se trata, como ya dijimos, de un trabajo colectivo motorizado por un equipo con formaciones disciplinares diferentes pero con un objeto de conocimiento común.

Nos interesa, sobre todo, indagar cómo en un determinado momento el *hashtag* #RosarioSangra nuclea un reclamo sobre lo público-político que parte de las RSI pero adquiere también visibilidad mediática y llena las calles. Para eso, entre otras cosas, analizaremos la configuración discursiva del caso tanto en los medios de comunicación

---

38. Cabe destacar que entre el 24 de septiembre y finales del mes de octubre, el diario estuvo en conflicto por posible cierre, hasta transformarse en una cooperativa.

como en las RSI. Asimismo, realizaremos un estudio de corte etnográfico sobre los actores (individuales y grupales) e indagaremos sus interacciones. Por último, rastreamos el papel de los algoritmos de las RSI y su vinculación en la construcción de lo común.

En síntesis, nos guía el interés por comprender la articulación de los diferentes regímenes de visibilidad (en las redes, de la co-presencia y mediática) de los discursos en torno a #RosarioSangra y la manera en que dicha articulación participa de la configuración de la esfera pública contemporánea. Tal como sostienen Watzlawick, Beavin Bavelas y Jackson (1985), "cuando hay configuración hay significación" (p. 37) y entonces entramos, nuevamente, en la disquisición respecto de la puesta en sentido y su circulación ■

## Referencias bibliográficas

- Calvo, E. (2015). *Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Jelin, E. (2007). Víctimas, familiares y ciudadano/as: las luchas por la legitimidad de la palabra. *Cadernos Pagu*, 29, 37-60.
- Lascano, H. (29/08/2016). Cinco problemas en la base de la masiva marcha contra la inseguridad. *Diario La Capital*, 27.
- ONTSI. (2011). *Las redes sociales en Internet*. España: Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI.
- Raimondo Anselmino, N. (2012). *La prensa online y su público. Un estudio de los espacios de intervención y participación del lector en Clarín y La Nación*. Buenos Aires: Teseo.
- Raimondo Anselmino, N.; Reviglio, M. C. & Diviani, R. (2016). Esfera pública y redes sociales en Internet: ¿Qué es lo nuevo en Facebook? *Revista Mediterránea de Comunicación*, 1(7), 211-229.
- Schillagi, C. (2009). 'Inseguridad', reclamos al Estado y actuación pública de organizaciones y familiares de víctimas de delitos en la Argentina (2004-2006). En G. Delamata (coord.), *Mobilizaciones sociales ¿nuevas ciudadanía? Reclamos, derechos, Estado en Argentina, Bolivia, Brasil* (pp. 109-159). Buenos Aires: Biblos.

- Thompson, J. (2011). Los límites cambiantes de la vida pública y privada. *Comunicación y Sociedad, Nueva época*, 15, 11-42.
- Verón, E. (1983). *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente de la central nuclear de Three Mile Island*. Buenos Aires: Gedisa.
- Verón, E. (1987a). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: Gedisa.
- Verón, E. (1987b). La palabra adversativa. En E. Verón, L. Arfuch, M.M Chirico, E. de Ipola, N. Goldman, M.I. Bombal, & O. y Landi, *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos* (pp. 11-26). Buenos Aires: Hachette.
- Verón, E. (1997). De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía. En I. Veyrat-Masson & D. Dayan (comps.), *Espacios públicos en imágenes* (pp. 47-55). Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Watzlawick, P., Beavin Bavelas, J. y Jackson, D. (1985). *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*. Barcelona: Herder.
- Wolf, M. (2007). *La investigación de la comunicación de masas: críticas y perspectiva*. Paidós: Buenos Aires.

## Referencias electrónicas

- Boasso, J. (2017) *Mapa de homicidios de Rosario*. Recuperado de <http://boasso24horas.com/index.php/mapa-de-homicidios-de-rosario>
- Comscore. (2013). *Futuro Digital Latinoamérica 2013. Estado actual de la industria digital y las tendencias que están modelando el futuro*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/kiklio/futuro-digital-latinoamerica2013by-comscore>
- Comscore. (2015). *Futuro Digital LATAM 2015*. Recuperado de <http://www.comscore.com/lat/FuturoDigital2015>
- Ministerio Público de la Acusación de la provincia de Santa Fe. (2014). *Informe sobre homicidios. Año 2014*. Departamento Rosario. Ciudad de Rosario. Recuperado

de [https://mpa.santafe.gov.ar/mediafiles/nw576c1cd13033a\\_31\\_Informe%20de%20Homicidios%202014%20-%20Resumen%20Ejecutivo%20-%20Departamento%20Rosario.pdf](https://mpa.santafe.gov.ar/mediafiles/nw576c1cd13033a_31_Informe%20de%20Homicidios%202014%20-%20Resumen%20Ejecutivo%20-%20Departamento%20Rosario.pdf)

Ministerio Público de la Acusación de la provincia de Santa Fe. (2015). *Informe sobre homicidios. Provincia de Santa Fe. 2014/2015*. Recuperado de [https://mpa.santafe.gov.ar/mediafiles/nw5864d99a34894\\_31\\_Informe%20de%20Homicidios%202015%20-%20Resumen%20Ejecutivo%20-%20Provincia%20de%20Santa%20Fe.pdf](https://mpa.santafe.gov.ar/mediafiles/nw5864d99a34894_31_Informe%20de%20Homicidios%202015%20-%20Resumen%20Ejecutivo%20-%20Provincia%20de%20Santa%20Fe.pdf)

Observatorio de Seguridad Ciudadana. (2015). *Homicidios Argentina. Estadísticas*. Recuperado de <http://www.seguridadciudadana.info/datos-y-estadisticas/homicidios/argentina>

# Laboratorios ciudadanos: ¿alguien dijo participar?

## Laboratórios cidadãos: alguém disse participar?

### **Mariana Maestri**

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) (UNR)

[maestrimariana@gmail.com](mailto:maestrimariana@gmail.com)

### **Virginia Brussa**

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) (UNR)

[virbrussa@gmail.com](mailto:virbrussa@gmail.com)

### **Resumen**

Las características de instantaneidad y participación directa, junto a la exponencial expansión de la telefonía móvil y otros dispositivos portables entre diferentes sectores de la sociedad y las redes sociales presentes en la Red, permiten reconstruir virtualmente una aldea de contactos directos, un ágora con efectos políticos que podemos denominar laboratorios ciudadanos. En este artículo realizamos una caracterización de los laboratorios ciudadanos y su vinculación con el ámbito educativo, particularmente con la Universidad a partir de la constitución del +*Datalab* en la Facultad de Ciencia Política y RR. II. de Rosario.

### **Palabras clave**

laboratorios ciudadanos - participación – mediatización – conocimiento - universidad

## Resumo

*As características da instantaneidade e participação direta, juntamente com a expansão exponencial de telefones celulares e outros dispositivos portáteis entre os diferentes setores da sociedade e das redes sociais presentes na rede, permitindo que praticamente reconstruam uma aldeia que contactos directos, uma ágora com efeitos políticos podemos chamar laboratórios cidadãos. Neste artigo, vamos realizar uma caracterização dos laboratórios cidadãos e sua relação com o campo educativo, principalmente com a universidade a partir da constituição de + Datalab na Faculdade de Ciências Políticas e RR. II. Rosario*

## Palavras-chave

*laboratórios cidadãos – participação- mediação conhecimento - universidade*

El escenario diseñado por los dispositivos de comunicación e información, portables y conectados a Internet todos los días, las 24 horas, nos habilita a pensar en un nuevo ecosistema de medios organizados en red, en constante conexión y en el cual los ciudadanos tienen la posibilidad de participar, dar a conocer y producir sus ideas de modo casi instantáneo. Las características de instantaneidad y participación directa, junto a la exponencial expansión de la telefonía móvil y otros dispositivos portables entre diferentes sectores de la sociedad y las redes sociales presentes en la Red, permiten reconstruir virtualmente una aldea de contactos directos, un ágora con efectos políticos. Esta temática ya ha sido estudiada en el caso de Filipinas con la destitución del presidente José Estrada, acusado de corrupción; en el caso Nosamo de Corea del Sur, para promover la elección del presidente Roth Moo Hyun en el año 2002; y en el caso español de 2004, con respecto a los actos terroristas y como resistencia a los intentos de manipulación de la información gubernamental para atribuir el ataque a ETA (Castells, Fernández-Ardèvol, Luchuan Quiu y Sey, 2007, pp. 292-315).

Sin embargo no sólo en eventos excepcionales se recurre a la utilización de las tecnologías de comunicación e información para establecer conexiones con los otros. En una sociedad digital e interconectada surgen necesidades y demandas nuevas hacia las instituciones tradicionales de los sistemas democráticos, donde las diversas administraciones públicas deben elaborar estrategias comunicativas sobre “gobiernos abiertos”, “datos abiertos”, “cultura libre”, etc. En muchos de estos casos la “apertura” replica el modelo unidireccional de comunicación, por lo que sólo se dan a conocer documentos escritos, datos tal cual circulan al interior de estas administraciones. En otros, sí se utiliza una estrategia de comunicación para acercar a los ciudadanos toda la información de manera clara, concisa y transparente. En este último caso no sólo se ofrece una página web sino que también se difunden los mensajes a través de diversas redes sociales como Facebook o Twitter. Esta “apertura” de los datos e información de los gobiernos otorga la posibilidad a los ciudadanos de hacer uso de ellos como un recurso básico para su empoderamiento y el de su comunidad.

El ejercicio de la ciudadanía o la participación ciudadana en contextos de mediatización digital se ha modificado, dado el vínculo directo que permiten estas nuevas tecnologías de comunicación e información. El cambio en el papel del público en el proceso político se relaciona con el “tránsito de la concepción individualizada del ciudadano informado hacia el concepto cooperativo del ciudadano vigilante” (Jenkins, 2008, p. 211). De modo tal que los ciudadanos observan el entorno y aplican sus experiencias de consumidores a las responsabilidades cívicas. Con un mayor acceso y competencias sobre nuevas narrativas digitales, los ciudadanos adoptan una estrategia de participación política colectiva

y colaborativa. Las “multitudes inteligentes” equipadas con dispositivos inteligentes han transformado el uso de la web ya que ha pasado de ser participativa a ser autogestiva.

Es que, como han señalado Castells, Fernández-Ardèvol, Luchuan Quiu y Sey (2007), la telefonía móvil ha generado canales independientes de comunicación autónoma, de persona a persona, con mayor credibilidad para el receptor, personalización e interactividad, lo cual también ha producido efectos políticos. Ha brindado *voz* al descontento de la población contra los poderes establecidos y ha permitido realizar *movilizaciones relámpago*, turbas relámpago o *flash mobs*, en la terminología de Howard Rheingold (2009).

## **Los laboratorios ciudadanos: ¿rasgo de innovación iberoamericana?**

Debido a los cambios que se han producido a nivel tecnológico mencionados más arriba, que facilitan la posibilidad de acceso, de contacto y de organización, y al descontento o desilusión de la ciudadanía con los partidos políticos, los organismos de seguridad y control y los gobiernos en general, se han ido desarrollando diversos espacios -muchos de ellos autogestionados- con el fin de crear entornos colaborativos y abiertos en los cuales la discusión y el intercambio de ideas entre los ciudadanos apunte a producir un cambio o modificación del entorno. Surgen así los denominados *espacios sociales de innovación* o *Living Labs*, cuyo eje y objetivo primordial es la producción colaborativa y horizontal de estrategias para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Es importante remarcar que el espacio “laboratorio” tal como se lo representa hoy no es necesariamente una noción forjada en ésta última década, como se podría vislumbrar dado su crecimiento cuantitativo o su relación netamente unidireccional con la tecnología; a su vez, las modalidades que han sido adoptadas a lo largo del tiempo conllevan diversidad de objetivos, actores y procesos. Desde aquellos denominados *científicos* a los *Living Labs*, y pasando por los de índole gubernamental o los Globales señalados por Latour (2003) y los *ciudadanos* (Schiavo y Serra, 2014), la matriz de democratización del saber ha ido ganando lugar, adeptos, territorios y discusiones teóricas.

La mixtura de concepciones y prácticas adoptadas por los *Labs* en su conjunto se ha nutrido del contexto de apertura, colaboración y transdisciplinariedad que encontramos tanto en los debates al interior de la ciencia como en las organizaciones o movimientos sociales y

activistas, así como de políticas públicas en pos de un escenario olvidado de binomios o fronteras limitantes.

De manera integral, los laboratorios con una intensiva modalidad inherente a la participación ciudadana son espacios de trabajo colaborativo entre pequeños grupos de personas que se reúnen con un fin u objetivo determinado. Podríamos decir que estos laboratorios tienen su origen en diversos espacios de encuentro cuya finalidad es producir conocimiento, reflexionar sobre un problema que afecta al contexto cercano o glocal, distribuirlo, compartirlo, y hacer al saber público y abierto. En algunos casos, aquellos datos recabados o producidos en esas instancias y que refieren a un tema de interés público operarán como otro elemento que definirá la coproducción y su reutilización.

Los ejemplos que podemos dar en relación a la tradición u origen de los actuales laboratorios de modalidad mixta son los ateneos, los centros culturales, los centros cívicos, los museos, las bibliotecas, las universidades, etc. Es en el encuentro, en el valor de la religancia como “creación de lazos, de oportunidades y de posibilidades” (Amar, 2011, p. 72) en el que estos espacios adquieren mayor valor.

El objetivo principal de los laboratorios ciudadanos es el de unir, tender lazos, entre las instituciones y las personas a través de un sistema abierto y amigable de organización en el que todos los ciudadanos se sientan parte de la comunidad. Con esta estructura de funcionamiento se intenta conectar diversos ámbitos de conocimiento en el que conviven lo académico, lo científico y tecnológico con lo artístico, lo amateur, lo profesional, en un enfoque interdisciplinario y basado en la innovación como dispositivo de construcción de nuevos saberes abiertos, colaborativos e inclusivos. La idea de religancia toma mayor fuerza cuando se la une a la de innovación.

En estos espacios, la noción de *innovación* se relaciona con la idea de generar, de crear. Forma parte de una etapa de descubrimiento en el proceso de creación y desarrollo colectivo que se basa en la capacidad de escuchar al otro, de los intercambios y de la horizontalidad en la participación. La innovación es el resultado de un proceso de trabajo en el que se abordan temas o problemáticas de forma situada y mediante los cuales se les busca soluciones o propuestas novedosas, pero que principalmente apunta a la visibilización y toma de conciencia sobre los temas propuestos. En este proceso, las herramientas digitales tienen un lugar central dado que facilitan el intercambio y la producción de conocimiento, a la vez que permiten la distribución y circulación de las propuestas mediante el uso de diversas redes sociales y de la web.

Muchos autores hacen referencia a la noción de innovación mediante el gráfico de cuádruple hélice en el que se incorpora a la gestión del conocimiento el usuario o ciudadano como una de los actores sociales centrales, por lo que los laboratorios ciudadanos se presentan como nuevas instituciones en el marco de los sistemas tecnológicos y científicos tradicionales.



**Gráfico nº 1.** Modelo de innovación de cuatro hélices.  
Elaboración propia en base a Schiavo, E y Serra, A. (2014)

Los laboratorios ciudadanos se proponen, de este modo, como motores o gestores del cambio social mediante las tecnologías y el conocimiento desarrollados por sus usuarios en tanto difusores y promotores del capital social.

En paralelo, reflexionar sobre qué es la innovación y cómo se puede innovar implica contener enfoques múltiples, que abarcan desde elementos propios de un determinismo tecnológico hasta la búsqueda de soluciones en base a la reflexión crítica sobre la incorporación de las tecnologías; desde aquellos que aspiran a iniciar por la identificación de los problemas, el diseño y el pensamiento centrado en lo humano sumando el prototipado: es decir, el hardware y software libre, datos y capacidades de interpretación situada, desarrollando tanto productos como procesos innovadores. La mayor o menor intensidad de recursos o concepciones que un *lab* seleccione como catalizadores para concretar su propósito son hoy en día objeto de experimentación y análisis. Pero el territorio, la temática, el origen institucional/organizacional y la infraestructura serán variables distintivas a tener en cuenta

para comprenderlos. En ese sentido podemos tomar como ejemplo el devenir y la intensidad que los laboratorios ciudadanos iberoamericanos están imprimiendo a nuestra región, por un lado, y el quehacer que los laboratorios creados al calor de las universidades están evidenciando, por el otro.

Como parte de la genealogía que da cuenta de *labs* de innovación ciudadana iberoamericanos, podemos mencionar finalmente el trabajo realizado en el seno de una propuesta institucional desarrollada como iniciativa de un organismo internacional regional tal como la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), que forma parte de las Cumbres Iberoamericanas de Jefes y Jefas de Estado y de Gobierno.

En el año 2013 se presenta en la XXIII Cumbre una Carta de contenido originado colectivamente como propuesta para el impulso de la innovación ciudadana. En dicho documento queda expresada la esencia de los próximos espacios de colaboración como los *labs* que la misma institución promoverá en los años venideros con la ayuda de otros actores regionales. La innovación de tal modalidad quedará resumida como “la participación activa de ciudadanos en iniciativas innovadoras que buscan transformar la realidad social, a fin de alcanzar una mayor inclusión social” (*Ciudadanía 2.0* de SEGIB, 2013, s.p.).

Esta participación activa se puede diferenciar de aquella denominada *social* si retomamos a Freire (2017) cuando hace alusión a ambos enfoques: uno de ellos ligado al solucionismo muchas veces anclado en lo empresarial, tecnológico; y el otro, inherente a las concepciones y prácticas donde el ser humano -como ciudadano- está en el centro de la discusión y acción. Esa misma diferenciación nos ayuda a comprender los ingredientes *situados* que pretenden incentivar los *labs* de innovación ciudadana, tales como los desprendidos de las instituciones, universidades u organizaciones afines a tal enfoque.

En el mismo momento en el que se asiste desde hace varios años a un debate epistemológico, ontológico y metodológico impulsado por “lo digital”, la búsqueda de espacios de democratización del saber ejemplificada a través de los *labs* está gestando nuevos conceptos, pensamiento crítico y *formas de hacer* inherentes a una *institucionalidad*<sup>1</sup> horizontal, abierta e iberoamericana. Una geopolítica del saber que aplica también a campos como el de las Humanidades Digitales o las llamadas Ciencias Sociales Digitales, la Ciencia Abierta, los datos abiertos y, por supuesto, a la misma institución universitaria y científica.

---

1. Remitimos aquí a la entrevista “Donde la innovación respira ciudadanía” (SEGIB, 2017), disponible en <https://youtu.be/8m5oTPSPcHE>

## Laboratorios ciudadanos y Universidad: un puente necesario

Teniendo en cuenta el modelo de innovación que hemos expuesto en el apartado anterior, aquí nos centraremos en el rol de la Universidad y en particular de la Facultad de Ciencia Política y RR. II. de la ciudad de Rosario, en la cual desde hace unos años se producen acciones que tienden a acercar las prácticas propias de los *labs* con las características de la vida académica más tradicionales.

La Universidad es un actor social que debe profundizar su visión inclusiva y democrática en pos de involucrarse en las transformaciones de su contexto. No sólo se batalla un cambio de niveles epistemológicos sino también de índole institucional, de infraestructura, de espacios de producción de conocimiento y comunicación.

Problemáticas urbanas y globales demandan herramientas, métodos y objetos digitales, además de nuevas competencias o habilidades; mientras que nuevas mediatizaciones proclaman la necesidad de una doble sensibilización pública acompañada con una síntesis ciudadana desde la Universidad de nuestros días. Una mirada introspectiva que permita aproximaciones múltiples al conocimiento, dotándolo al mismo tiempo de la amplitud y complejidad del contexto inmediato, sumado a cuanto aportado por actores, globalidades y prácticas de “foráneos”, tanto en el nivel práctico como en el teórico, a fines de permitir el desarrollo de políticas de largo plazo que comprendan e incentiven el diálogo sobre qué tipo de institución pensamos y necesitamos en el presente digital.

No menos relevante para nuestro objetivo de análisis han sido las transformaciones en las empresas de medios. Salaverría Arriaga (2015) da cuenta de ellas analizando los laboratorios creados para dar solución en el área de los medios de comunicación, un área de importancia para nuestro trabajo dada la implicancia para las mediatizaciones y su repercusión en el quehacer de la investigación y las competencias digitales.

Un recurso que podemos retomar como instrumento que ayude en aquella doble sensibilización y aproximación ciudadana mediatizada son los *labs* de origen universitario<sup>2</sup>. De ellos no podemos decir que son nuevos como plataformas de experimentación; sin

---

2. Decimos de origen universitario para denotar sólo el ámbito institucional de actuación intensiva en su creación. Ello no soslaya otros laboratorios que puedan ser creados a instancias de alianzas con otros actores.

embargo, si los mismos se plantean gradualmente como espacios que acompañen a esta nueva institucionalidad propuesta desde lo iberoamericano, pueden manifestarse como otros recursos de democratización.

Acentuando los procesos, lineamientos y políticas esenciales que construyen la comunidad académica, creemos que el desarrollo de *labs* de innovación -de colaboración intensiva universitaria- y comprometidos con lo ciudadano pueden ser relevantes como sostenes e intermediarios en temas y prácticas de lo abierto, del prototipado, de lo colaborativo e interdisciplinario. De hecho, tal como surge de la *Carta Iberoamericana de Gobierno Abierto*<sup>3</sup>, los *labs* universitarios son señalados como uno de los actores que deben entrar en la cultura de la apertura, involucrándose en ejes de actuación planteados por los movimientos de gobierno y datos abiertos. Claramente el rol de la Universidad en la denominada *sociedad del conocimiento y de la inteligencia colaborativa* es central, tal como lo plantea Castells:

La habilidad de generar conocimiento nuevo y recoger información estratégica depende del acceso de los flujos de tal conocimiento e información, ya sean flujos entre los centros de investigación o conocimiento privilegiado en el comercio de Wall Street. Es consecuencia que el poder de las organizaciones y fortuna de particulares dependa de sus posiciones respecto a tales recursos de conocimiento y de su capacidad para entender y procesar (...) el conocimiento. Es en este sentido fundamental en el que vivimos en una sociedad de la información basada en el conocimiento. Pero el punto clave a tener en cuenta es que no hay fuente privilegiada y simple de la ciencia o la información. El conocimiento es también un flujo. Ningún investigador o centro de investigación puede estudiar en aislamiento en la ciencia moderna, la inversión financiera no puede ser hecha sin información especializada en el mercado, esto es, sobre un flujo de transacciones. (Castells, 1994, p. 45)

Por otro lado, las Humanidades Digitales ya han incursionado hace varios años en la práctica de los *labs*, de manera muy dispar pero con un eje común: el valor de lo colaborativo desde lo institucionalmente constituido dentro de las fronteras académicas (Brussa, 2016). Con objetivos como los de ampliar la base material para crear herramientas, aplicar a financiamientos específicos, formar y ampliar la currícula digital universitaria o crear objetos digitales han posibilitado un camino interesante en un contexto paralelo a los *Citilabs*, *Medialabs*, *Artlabs*, *Fablabs*, *labs* de innovación pública o *Livinglabs*.

---

3. En la Carta Iberoamericana de Gobierno Abierto (CLAD, 2016) donde se enfatiza el paso hacia un Estado Abierto queda sustentada la necesidad de incluir a las Universidades Públicas en políticas de apertura. De ello se desprende la posibilidad que cada una de dichas instituciones, como parte de lo "público", encaren iniciativas de transparencia, participación o colaboración.

En consecuencia, con ello queremos señalar que la incursión académica en pos de contener lo digital goza de una amplia aceptación y trayectoria. ¿Pero cómo incluir lo ciudadano, lo abierto y lo participativo? Una receta en beta que aúne la tríada *digital, universidad, ciudadanía* es aquella que se busca plasmar entonces a partir de instrumentos mixtos como los propuestos por el +*Datalab* del CIM – Centro de Investigaciones en Mediatizaciones de la Universidad Nacional de Rosario.

El mismo se emplaza en tres ejes temáticos: lo urbano, las problemáticas glocales e internacionales y, transversalmente, lo aportado por el campo digital de las ciencias sociales y humanidades<sup>4</sup>. Teniendo en cuenta la denominación del laboratorio del CIM, es importante aclarar que tanto los datos así como los estudios críticos de los mismos son un propósito para afrontar aportes teóricos, análisis apoyados en evidencia, sensibilizar y desarrollar políticas o proyectos institucionales y formación en habilidades digitales para la investigación. Por último, subrayamos la importancia de entender el +*Datalab* como un espacio de encuentro y escucha en el que, como en todos los espacios académicos convencionales, se fomente el intercambio y alianzas concretas con otros agentes o colectivos referentes de lo abierto (educación, ciencia y datos), de la innovación, de la comunicación y de lo internacional, dada su vinculación con las carreras propias de la facultad donde reside. En tanto se considere a la innovación ciudadana, pública (Ramirez Alujas, 2015), abierta y académica como faro de experimentación y producción de conocimiento, el espacio podrá pensarse como respuesta institucional pero también como inicio de una reflexión que nos implica a todos como ciudadanos. Como planteamos en párrafos anteriores, la conjunción *labs* + ciudadanos también implica afianzar concepciones propias, aportar desde nuestros territorios, y participar en la geopolítica del conocimiento.

## A modo de cierre

Potenciar el rol de la Universidad en el desarrollo y construcción de espacios de intercambio y colaboración entre la sociedad civil y la academia es un reto ineludible en la sociedad digitalizada. Por lo tanto, es necesario elaborar diversas estrategias institucionales de apertura, tendientes a generar sinergia y religancia con la comunidad toda. En este punto, debemos recordar que estas estrategias se encuentran enmarcadas por la reglamentación

---

4. Dichos ejes son tomados en consideración a fines de enmarcar las actividades, pero son pasibles de incluir otros ejes según la evolución del espacio y el quehacer de sus integrantes.

de la ley N° 26.899 sobre la *Creación de Repositorios Digitales Institucionales de Acceso Abierto*, según la cual por mandato -y en consonancia con los planes de datos abiertos nacionales- se deberán abrir los datos de investigación primarios para brindar equidad en su acceso<sup>5</sup>.

Ello también reivindica para el sector en cuestión brindar la formación, orientación y sensibilización adecuada más allá de las prácticas de Acceso Abierto. Por tanto, los *labs* como el diseñado en la Facultad de Ciencia Política y RR.II. de la Universidad Nacional de Rosario podrán acompañar las guías propias de las entidades responsables de gestionar y planificar la apertura de datos de investigación. Así ha sido planteado a partir de un proyecto inherente a la formación interna de la comunidad académica, pero finalmente siguiendo el espíritu de mixtura considerado en el Manifiesto del +*Datatab*: incluir iniciativas que comprendan encuentros para fortalecer “competencias transversales”<sup>6</sup> donde materializar la co-creación, co-producción o intercambio de saberes en un contexto marcado también por una Universidad llamada a cumplir un rol proactivo en el Desarrollo<sup>7</sup> ■

## Referencias bibliográficas

- Amar, G. (2011). *Homo mobilis. La nueva era de la movilidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- Castells, M., Fernández-Ardèvol, M., Linchuan Qiu, J. & Sey, A. (2007). *Comunicación Móvil y Sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona: Ariel.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Ramírez-Alujas, Á. (2015). Laboratorios de gobierno como plataformas para la innovación pública. En G. Cejudo, M. Dussauge Laguna & C. Michel (coords.), *Innovación en la Gestión Pública: Conceptos, casos y Experiencias* (pp. 163-203). México: Centro de Investigación y Docencia Económicas A.C.

---

5. Resolución 753 - E/2016 de 10 de noviembre, por la que se reglamenta la Ley N° 26.899 sobre Creación de Repositorios Digitales Institucionales de Acceso Abierto. B.O. Disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNorma/154125/20161116>

6. En referencia al término y experiencia llevada a cabo por el espacio Zaragoza Activa en España o la propuesta desarrollada por el Openlabs del Tecnológico de Monterrey de México.

7. Tal como queda plasmado en los Temas de Trabajo derivados del reciente VII Congreso Universidad y Cooperación al Desarrollo llevado a cabo en Madrid.

Rheingold, H. (2009). *Multitudes inteligentes: hacia nueva revolución social*. Barcelona: Gedisa.

## Referencias electrónicas

- Brussa, V. (2016). Otros laboratorios: discutiendo la extitución y democratización tecnocultural en los laboratorios de humanidades digitales iberoamericanos. *Revista Virtualis*, 7 (13), 38-59. Disponible en <http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/virtualis/index.php/virtualis/article/view/156/174>
- CLAD. (2016). *Carta Iberoamericana de Gobierno Abierto*. XVII Conferencia Iberoamericana de Ministras y Ministros de Administración Pública y Reforma del Estado. Disponible en [https://www.sfp.gov.py/sfp/archivos/documentos/CIGA\\_2016%20final\\_knawtdh9.pdf](https://www.sfp.gov.py/sfp/archivos/documentos/CIGA_2016%20final_knawtdh9.pdf)
- Freire, J. (2017). *Innovación social vs Innovación Ciudadana*. Recuperado de <http://juanfreire.com/innovacion-social-vs-innovacion-ciudadana/>
- Latour, B. (2003). *The World Wide Lab*. Recuperado de <http://www.wired.com/2003/06/research-spc/>
- Salaverría Arriaga, R. (2015). Los labs como fórmula de innovación en los medios. *El Profesional de la Información*, 24(4), 397-404. Recuperado de <https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.06>
- Schiavo, E. y Serra, A. (2014). Laboratorios ciudadanos e innovación abierta en los sistemas CTS del siglo XXI: una mirada desde Iberoamérica. *Revista CTS*, 23 (8), 115-121. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/924/92427464007/>
- Schiavo, E., Dos Santos Nogueira, C. & Vera, P. (2014). Entre la divulgación de la cultura digital y el surgimiento de los laboratorios ciudadanos: el caso argentino en el contexto latinoamericano. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 8 (23), 179-199. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92427464011>
- SEGIB. (2013). *Ciudadanía 2.0. Carta de Propuestas a las Jefas y Jefes de Estado para el impulso de la Innovación Ciudadana*. XXIII Cumbre Iberoamericana. Disponible

en <http://www.ciudadania20.org/wp-content/uploads/2016/03/CARTA-A-JEFES-DE-ESTADO-numerada.pdf>

SEGIB. (2017). *La universidad y los objetivos de desarrollo sostenible*. Recuperado de <http://segib.org/la-universidad-y-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

# Construcción de ciudadanía y accesibilidad web turística

## Construção da cidadania e acessibilidade web turística

### **Viviana Marchetti**

Centro de Investigaciones en  
Mediatizaciones (CIM) (UNR)  
[marchetti.viviana@gmail.com](mailto:marchetti.viviana@gmail.com)

### **Analía Brarda**

Universidad Abierta Interamericana  
(UAI)  
Universidad Nacional de Rosario  
(UNR)  
[abrarda@gmail.com](mailto:abrarda@gmail.com)

### **Karen Kushner**

Universidad Abierta Interamericana  
(UAI)  
[kushnerkaren@gmail.com](mailto:kushnerkaren@gmail.com)

### **Ezequiel Viceconte**

Centro de Investigaciones en  
Mediatizaciones (CIM) (UNR)  
[ceviceconte@gmail.com](mailto:ceviceconte@gmail.com)

### **Arianna Piccioni**

Fac. de Ciencia Política y RRII (UNR)  
[aripiccioni@gmail.com](mailto:aripiccioni@gmail.com)

### **Guillermina Durando**

Fac. de Ciencia Política y RRII (UNR)  
[guillermina.p.d@gmail.com](mailto:guillermina.p.d@gmail.com)

## Resumen

El estudio presenta un primer diagnóstico de accesibilidad realizado en 2016 sobre una muestra de páginas web de los destinos turísticos de la región litoral de Argentina. Se llevan a cabo dos tipos de análisis: una evaluación de conformidad con la Ley Argentina de Accesibilidad y una exploración del contacto visual del usuario con la información gráfica. Los resultados muestran que prácticamente ningún destino turístico alcanza los niveles mínimos de accesibilidad sugeridos por la normativa. Además, la dificultad de acceso es reforzada por los modos en que están utilizados los elementos formales que componen el discurso gráfico. El interés del trabajo radica en la doble mirada puesta en práctica para la evaluación de la accesibilidad y en la singularidad del corpus analizado.

## Palabras clave

Accesibilidad Web, Turismo, Tecnologías Sociales, Diseño Universal, Ciudades Puerta

## Resumo

*O estudo apresenta um primeiro diagnóstico de acessibilidade feita em 2016 em uma amostra de páginas web dos destinos turísticos da região costeira da Argentina. Dois tipos de análise são realizadas: uma avaliação em conformidade com a Argentina Lei de Acessibilidade e uma exploração de contacto visual do usuário com informações gráficas. Os resultados mostram que praticamente nenhum destino turístico atinge sugeriu níveis mínimos de normas de acessibilidade. Além disso, a dificuldade de acesso é reforçada pelas formas que são utilizados os elementos formais do discurso gráfico. O interesse do trabalho reside no implementação duplo olhar para avaliar a acessibilidade e singularidade do corpus analisado.*

## Palavras-chave

*Acessibilidade Web, Turismo, Tecnologias Sociais, Projeto Universal, Cidades Portas*

## Punto Tur

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) han favorecido al mercado del sector turístico y han provocado un crecimiento de la movilización de pasajeros en el mundo. En este contexto los organismos públicos responsables del desarrollo turístico deben adoptar un papel activo a los fines de potenciar uno de los sectores más relevantes de la economía (Piacentini, 2015)<sup>1</sup>.

La Web es una herramienta indispensable para la difusión y comercialización de los productos, servicios y destinos turísticos, modificando la lógica de la estructura y los sistemas de distribución tradicionales hasta poner en contacto directo a la oferta con la demanda.

El auge de Internet y la realidad económica descritos han llevado a la administración pública a incrementar la inversión económica y humana en el desarrollo de los sitios web turísticos oficiales (Martínez Sala & Monserrat-Gauchi, 2016). Si bien estos organismos oficiales cuentan con un sitio de promoción del destino o páginas web que abordan esta temática, en Argentina existe un escaso desarrollo de sitios web accesibles y un notable desconocimiento de su potencial, en tanto:

- posibilita el acceso de todos los usuarios independientemente de su contexto y capacidades;
- mejora el posicionamiento en buscadores;
- reduce el costo del mantenimiento del sitio;
- incrementa el número visitantes potenciales;
- muestra una imagen de mayor responsabilidad social, por mencionar algunos.

El turismo accesible permite además potenciar el desarrollo de las economías regionales<sup>2</sup> ya que se estima que el 10% de la población mundial vive con alguna discapacidad, que las personas con discapacidad (PcD) viajan generalmente acompañadas, y que consumen servicios turísticos de calidad que cuentan con condiciones de accesibilidad.

---

1. Se estima que el PBI Turístico ascendió del 6,63% en 2004 hasta llegar al 7% en 2014 (según indica Félix Piacentini de la consultora NOANOMIX, 2015).

2. Este nicho de mercado está compuesto por personas con movilidad reducida, adultos mayores, personas con discapacidad y otros potenciales usuarios.

## La accesibilidad a la información turística como derecho humano

El acelerado y continuo avance tecnológico obliga a cambiar los hábitos de consumo, de lectura y de acceso a las fuentes de información. Éste posibilita la realización de acciones responsables para utilizar la potencialidad comunicacional, transformadora y abierta de las TIC's a los fines de hacer más equitativo el acceso a la información pública.

En este sentido, en Argentina se han promulgado leyes que proponen un modelo inclusivo y pluralista con miras a promover una sociedad más equitativa, orientadas a proteger los derechos humanos y la autonomía. Si bien el derecho a la información y a la comunicación para las personas con discapacidad (PcD) ha sido reconocido por nuestro país al ratificarse la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, y posteriormente en las leyes de *Servicios de Comunicación Audiovisual y Accesibilidad a la Información de las Páginas Web*<sup>3</sup>, sin embargo se han generado escasas políticas públicas que lo garanticen.

En la *Declaración de Manila* (1980), la Organización Mundial del Turismo (OMT) acuña el concepto de *turismo accesible*. Lo define como "el complejo de actividades, originadas durante el tiempo libre, orientado al turismo y la recreación que posibilitan la plena integración de las personas con movilidad y/o comunicación reducidas, obteniendo durante las mismas la satisfacción individual y social del visitante y una mejor calidad de vida"<sup>4</sup>.

A fines de 1999, la OMT, representantes del sector turístico mundial, delegados de Estados, territorios, empresas, instituciones y organismos reunidos en Asamblea General en la ciudad de Santiago de Chile definieron un *Código de Ética Mundial para el Turismo*, que en su artículo N° 7 habla del *derecho al turismo*. Este concepto es tomado por la legislación argentina estableciendo que todas las prestaciones de los servicios turísticos deberán adecuarse a los criterios universales de accesibilidad.

---

3. En Argentina la ley 26.653 exige que la información de las páginas web oficiales pueda ser comprendida y consultada por los usuarios, independientemente de las tecnologías que utilicen.

4. Disponible en <http://web.archive.org/web/20100602004125/http://www.turismoresponsable.net:80/Estudios/pdf/declaracion%20de%20Manila.pdf>

## La mirada tecnológica

A nivel internacional, la organización que más ha impulsado el acceso universal a la web es la Web Accessibility Initiative (WAI), iniciativa de la W3C (World Wide Web Consortium), conformada por organizaciones, gobiernos, industrias e institutos de investigación. Considera que la accesibilidad favorece la inclusión social de PcD, adultos mayores, personas que residen en áreas con escasa infraestructura tecnológica (problemas de conectividad, habitantes de zonas rurales, entre otros) y personas con bajo nivel de alfabetización.

La W3C ha formulado pautas para guiar un diseño para todos, acercando métodos y herramientas a los desarrolladores para crear sitios accesibles, a través de cuatro principios aplicables a la web:

- *Perceptible (arquitectura de la comunicación e interfaz)*: la información y los componentes de la interfaz de usuario deben ser presentados a éstos de modo que puedan ser percibidos, ya sea proporcionando alternativas textuales para todo contenido no textual (imágenes) y que la información se pueda convertir a otros formatos tales como textos ampliados, braille, voz, símbolos o en un lenguaje más simple. En el caso de videos, incluir subtítulos y audiodescripción.

Este principio propone además que el contenido pueda presentarse de diferentes formas (por ejemplo, con una disposición más simple) sin perder información o estructura, y que no dependa exclusivamente de las características sensoriales de los componentes como su forma, tamaño, ubicación visual, orientación o sonido. Asimismo el color no se debe usar como único medio visual para transmitir la información, indicar una acción, solicitar una respuesta o distinguir un elemento visual. En caso de que el audio de una página web se reproduzca automáticamente durante más de 3 segundos, se debe proporcionar un mecanismo para pausar o detener el audio y para controlar el volumen del sonido que es independiente del nivel de volumen global del sistema (Caldwell, Guarino, Reid, Vanderheiden & Cooper, 2008).

- *Operable (guiones de acción)*: los componentes de la interfaz de usuario y la navegación deben proporcionar acceso a toda la funcionalidad mediante el teclado, brindar el tiempo suficiente para leer y usar el contenido, y ofrecer medios para ayudar a los usuarios a navegar, encontrar contenido y determinar dónde se encuentran. Asimismo, este principio propone que las páginas web tengan títulos que describan su contenido, al igual que los enlaces deben indicar hacia dónde van, así como proporcionar diferentes vías para llegar a cualquier otro sitio web.

- *Comprensible (contrato de lectura)*: el contenido brindado por la interfaz y su manejo deben ser accesibles para la mayoría de los usuarios, sin importar sus competencias sensitivas. El espacio textual del sitio web debe ser legible y comprensible para usuarios y software de asistencia para la navegación. Una acción para lograr esto es que el idioma del sitio web pueda ser determinado sin inconvenientes por los *softwares* de asistencia específicos, proporcionándoles mecanismos para que identifiquen el uso de abreviaturas, palabras inusuales, etc.

Los sitios deben ser relativamente estables en su estructura de la información, evitando así reacciones inesperadas en la usabilidad por parte del usuario, además de indicar posibles cambios al recibir entradas. También se recomienda que la interfaz de los sitios web ayude al usuario a evitar y corregir errores, dándole un espacio dialógico para que éste advierta e informe dónde está ese error. Además se deben dar sugerencias ante estos errores y prevenirlos cuando en el sitio web se den procesos legales y/o financieros.

- *Robustez (diseño universal)*: este principio refiere a que el contenido debe poder ser interpretado de forma fiable por una amplia variedad de aplicaciones de usuario; contar con un alto nivel de compatibilidad con las tecnologías actuales y futuras, incluyendo las ayudas técnicas, estando preparado para actualizaciones futuras.

La W3C establece niveles de conformidad A, AA y AAA según los cuales se pueden desarrollar contenidos digitales sin resignar el diseño, y ofreciendo posibilidades de acceso a la web más allá de las condiciones antes descritas. En Argentina, la ley exige por el momento sólo a los organismos públicos que sus sitios cumplan con el nivel de conformidad A.

## Una mirada semiótica

El avance de las plataformas digitales, con sus respectivas pantallas e interfaces, conlleva (re)pensar los modos de producción y circulación de los sistemas semióticos que conforman los discursos virtuales (visuales y auditivos), teniendo en cuenta que operan *universos de sentidos* (Fabbri, 2000).

Las páginas web están desarrolladas y diseñadas desde una perspectiva estratégica de producción de sentido, ya que en las nuevas materialidades que ofrecen las plataformas digitales se encuentran huellas semióticas de las relaciones de poder.

El proceso de convergencia tecnológica posibilitó la expansión de las plataformas digitales, lo que permitió un mayor acceso a las TIC's en tanto extensiones que moldean las percepciones (McLuhan, 2009), originando nuevas apropiaciones y contratos de lecturas (Verón, 1993).

En este punto es necesario hacer una reflexión sobre las estrategias de contacto de los sitios web de turismo. Al reconocer que el campo de la comunicación visual es productor de economías semióticas (Verón, 1993) los sujetos, en algunos diseños, suelen ser vistos como consumidores homogéneos. En cambio, los sitios que responden al paradigma del diseño universal<sup>5</sup> (Arfuch, Chaves & Ledesma, 1997) dan lugar a los diferentes colectivos de usuarios y a su heterogeneidad, haciendo emerger nuevas relaciones sobre los distintos niveles de significación que conforman la convergencia tecnológica.

Al enfocar la investigación desde este último paradigma, se tiene en cuenta el contacto visual que establecen los usuarios con visión reducida, sea adultos mayores o personas con discapacidad visual y su interacción con los sitios web.

## Desarrollo metodológico

Se parte de la hipótesis de que los destinos turísticos cuentan en la actualidad con sitios web oficiales que no cumplen con todos los requisitos legales de accesibilidad. Asimismo, poseen un incorrecto uso de los elementos formales que componen el discurso gráfico.

En este proyecto se realizó el análisis diagnóstico del nivel de cumplimiento de la ley 26.653 de *Accesibilidad de la Información en la Páginas Web* de los organismos turísticos públicos de las *ciudades puerta* de entrada de la Región 5 (Región Litoral), buscando responder a los siguientes objetivos:

- Relevar el nivel de aplicabilidad de la ley 26.653 en las mismas, atendiendo a la/s tipología/s de contenidos de la información y recursos estéticos utilizados, para luego, en una segunda etapa, analizar las estrategias de gestión de la información turística con

---

5. El concepto de diseño universal refiere al desarrollo de productos y entornos de fácil acceso para el mayor número de personas posible, sin la necesidad de adaptarlos o rediseñarlos de una forma especial.

el fin de reconocer los niveles de accesibilidad web para personas con discapacidad visual.

- Analizar desde la perspectiva tecnológica el nivel de accesibilidad web de las páginas oficiales de turismo de las ciudades puerta de la región del litoral.
- Analizar desde la perspectiva comunicacional el nivel de accesibilidad web de las páginas oficiales de turismo de las ciudades puerta de la región del litoral.
- Compartir los resultados con los responsables de gestión de las áreas de turismo y sus respectivos equipos de turismo.

El área de estudio se definió a partir del Plan Federal de Turismo Sustentable 2020 (PFTS), creado por el Ministerio de Turismo de la Nación como proceso orientador y articulador de las actuaciones del sector, permitiendo en forma sinérgica concertar voluntades y optimizar recursos en pos de lograr un desarrollo turístico sustentable e inclusivo para nuestro país.

El PFTS ha regionalizado el país en áreas turísticas por afinidades geográficas, culturales y naturales, definiendo claramente a la Región 5 como la Región Litoral, incluyendo a las provincias de Entre Ríos, Corrientes, Santa Fe, Chaco y Formosa. Define como ciudades puerta de entrada a: Rosario, Santa Fe, Iguazú, Ituzaingó, Formosa, Clorinda, Asunción, Reconquista, Goya, Paraná, Santo Tomé, Sao Borja, Paso de los Libres, Concordia, Colón, Gualguaychú, Corrientes, Resistencia y Posadas, cuyas páginas oficiales de turismo serán relevadas. Se consideran ciudades puerta a aquellas que constituyen ingresos estratégicos a determinadas áreas de la región, y que cuentan con adecuado desarrollo de infraestructura en comunicación<sup>6</sup>.

Se propuso una primera etapa de carácter diagnóstico a partir del relevamiento y análisis de los sitios webs turísticos oficiales. Se emplearon dos técnicas de exploración:

1. un análisis preliminar de los sitios web de las ciudades puerta de la Región 5, en conformidad con el nivel mínimo de accesibilidad que prescribe la Ley Argentina de Accesibilidad a la Información<sup>7</sup>;

---

6. Las ciudades Corrientes-Resistencia, Paraná-Santa Fe y Reconquista-Goya son consideradas ciudades doble puerta nacional. Santo Tomé-Sao Borja y Clorinda-Asunción son consideradas doble puerta internacional.

7. Este nivel corresponde al nivel A de las Pautas de Accesibilidad para el Contenido Web (WCAG) 2.0.

2. un análisis preliminar de los sitios web de las ciudades puerta de la Región 5, a partir de un instrumento a modo de matriz diseñado por los integrantes del PID para relevar el contacto visual con los usuarios.

Respecto del primer punto, las páginas web analizadas para cada uno de los sitios web de turismo fueron las de Inicio o Home junto a dos páginas correspondientes a alguno de los servicios que brindan las ciudades puerta. Dicha elección se debe a que el estudio plantea como objetivo un diagnóstico de los problemas de accesibilidad web que poseen las ciudades individualmente en el nivel de conformidad que establece la ley argentina 26.563 (Nivel A). Además, este tipo de muestreo es el que recomienda la Metodología de Evaluación de Conformidad con la Accesibilidad en sitios Web de la W3C (Velleman & Abou-Zahra, 2014).

Dado que la legislación argentina exige para los sitios web públicos el cumplimiento del Nivel A de las WCAG (Web Content Accessibility Guidelines 2.0), en el presente estudio se retuvieron los criterios de dicho nivel incumplidos por cada página web de la muestra. Los resultados se analizaron de manera individual por dichos criterios de conformidad y agrupados por principio general (perceptibilidad, operabilidad, comprensibilidad)<sup>8</sup>, tal como lo han hecho en Argentina trabajos anteriores (Laitano, 2015).

Asimismo, se contemplaron las sugerencias de la WAI (Web Accessibility Initiative) en cuanto a la importancia de realizar auditorías manuales además de las automáticas. Las herramientas automáticas de evaluación sólo pueden chequear aquellos criterios de conformidad que admiten automatización. Los demás criterios fueron evaluados por medio de pruebas manuales que llevaron a cabo los evaluadores. Se utilizaron las siguientes herramientas:

- Para evaluar la accesibilidad una página web: <http://wave.webaim.org/>
- Para registrar la conformidad con la accesibilidad de un sitio web completo: <https://www.w3.org/WAI/eval/report-tool>

La ley argentina establece que el nivel mínimo de conformidad a ser cumplimentado es de ochenta (80) puntos, considerando que cada criterio de conformidad de Nivel A vale 4 puntos cada uno. Es importante aclarar que las evaluaciones se realizaron en octubre de 2016 porque los sitios cambian constantemente.

---

8. El principio de robustez no ha sido aún analizado debido a la complejidad que requiere su tratamiento. Igualmente, por más que alguna de las páginas lo pase, no llegaría al nivel A porque sumaría sólo 16 puntos.

Respecto al relevamiento del contacto visual con los usuarios, se analizaron las estrategias de contacto desde la perspectiva de la comunicación visual, teniendo en cuenta que se trata de un colectivo diverso que abarca desde personas con baja visión hasta adultos mayores. Por tal motivo, se ha trabajado en el desarrollo de una matriz comunicacional para analizar las estrategias de contacto de los sitios web propuestos, a través de códigos visuales, formas de representación, recursos técnicos inherentes a la disciplina y principios o leyes como legibilidad, contrastes de color, composición, entre otros, atendiendo a los modos de hacer-hacer, hacer-saber y hacer-leer.

*Hacer-leer*: refiere a una organización del mensaje a través de elementos gráficos, de modo tal que el destinatario pueda comprender el mensaje.

*Hacer-saber*: implica acercar la información seleccionando los códigos más apropiados.

*Hacer-hacer*: busca una nueva adhesión o un reforzamiento de la existente por parte del destinatario mediante la combinación de los *haceres* anteriormente mencionados.

Para el diseño de dicha matriz se tuvieron en cuenta los criterios tomados por el proyecto de investigación “La accesibilidad, requisito de los sitios web oficiales. Análisis de la accesibilidad de los sitios webs turísticas oficiales de la costa mediterránea española”, proveniente de la Universidad de Alicante (Martínez & Montserrat-Gauchi, 2016). Ésta se compone de dos conceptos principales: *adaptabilidad* y *accesibilidad*, lo cual ha permitido elaborar un análisis superador desde la perspectiva de la comunicación combinando ambos principios, ya que refieren a dos características diferentes.

En cuanto a que un sitio web sea adaptable implica que su estructura y diseño tengan la capacidad de adecuarse a diferentes interfaces (PC, tablets, smartphones).

Respecto a la accesibilidad, se consideraron los estándares W3C cuyos criterios (perceptibilidad, operabilidad y comprensibilidad) sirvieron para realizar inferencias desde el campo de la comunicación arribando a las siguientes analogías:

- Arquitectura de la información + Interfaz = Perceptible
- Guiones de acción = Operable
- Contrato de lectura = Comprensible
- Diseño universal = Robustez

## Resultados

### Conformidad con la ley argentina de accesibilidad

De las 20 ciudades puerta relevadas, 4 de ellas no cuentan con un sitio web. Mientras que la ciudad de Rosario posee dos sitios web turísticos para analizar. De este modo, se analizaron 16 ciudades y 17 sitios.

El gráfico 1 muestra que sólo la ciudad de Rosario ofrece un sitio web accesible. De las 15 ciudades restantes, 8 alcanzan la mitad de los puntos necesarios y las otras 6 están por debajo de los 40 puntos. De modo general se observó que las 15 ciudades puerta analizadas presentaban al menos un criterio de conformidad de nivel A incumplido en alguna de las páginas de la muestra.

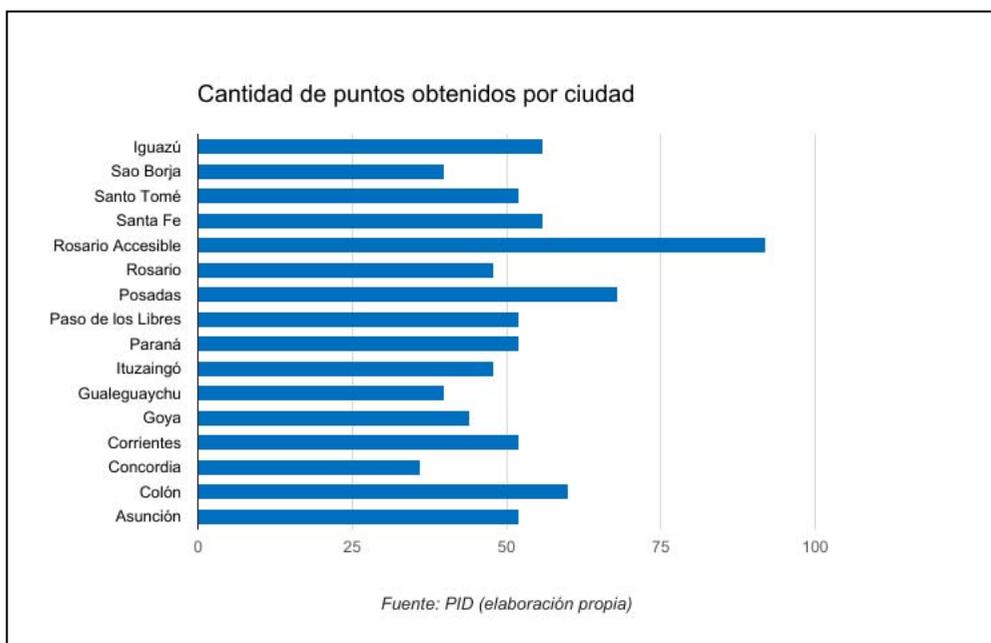


Gráfico 1

### Análisis del contacto visual

En líneas generales, se puede inferir que los sitios web de la Región Litoral presentan similitudes entre ellos con respecto a los elementos formales que componen el discurso gráfico: tipografía e imagen.

La mayoría de las páginas analizadas contienen fotografías sin epígrafes, y cumplen una función decorativa; ello se traduce en un *ruido*, debido a que las personas con alguna discapacidad visual (personas con baja visión, personas de la tercera edad o con alguna deficiencia temporal) no logran interpretar a estos signos porque no proporcionan información sobre el contenido. Además, los planos presentados en las fotografías son abiertos (generales y conjuntos), cuestión no recomendable para la correcta decodificación de la información. Otro ruido en el nivel paralingüístico es la presencia de mapas sin referencias como, por ejemplo, en el sitio web de la ciudad de Paraná.

Las fotografías comparten espacio visual en la interfaz con otros tipos de imágenes que son de más fácil decodificación, como en el caso de pictogramas, teniendo estos últimos otro tipo de función en el lenguaje visual. Generalmente cumplen la función de anclaje, ya que en los sitios web acompañan a elementos lingüísticos conformando un sistema semiótico.

También se encuentran en el espacio de la interfaz otros signos, cuya función es la de marcar presencia de distintos enunciadores. Aquí se pueden establecer dos tipos de estas huellas con diferentes funciones. Por un lado encontramos isologotipos que ponen de manifiesto la presencia de los actores en faz de emisión (como los de entes de turismo o de instituciones asociadas), y por otro lado se encuentra la presencia de isologotipos de redes sociales, cuya función es la identificación y diferenciación de la empresa, sus servicios y/o productos.

Con respecto a la tipografía, si bien en su mayoría son de palo seco (lo recomendado para la lectura digital), los bloques de texto no pueden ampliarse manualmente.

Si bien el color es un elemento constitutivo del mensaje visual, se lo analizó al momento desde la matriz propuesta por la W3C, es decir, dentro del criterio de perceptibilidad, concluyendo que en la mayoría de los casos se lo utiliza como el único medio visual de transmitir información, sin indicar guiones de acción ni provocar una respuesta o distinguir un elemento visual.

## Reflexiones finales

De lo avanzado en el proyecto hasta el momento, se ha podido comprobar la hipótesis de que la mayoría de los sitios web analizados desde la perspectiva tecnológica no alcanzan los estándares exigidos por la ley argentina de accesibilidad web. De este modo, no se puede garantizar el derecho universal a la información.

Analizar el campo heteróclito que conforma la producción de comunicaciones visuales para sitios web accesibles es un punto pendiente que tiene la agenda semiótica, que, en el caso de la accesibilidad web, debería considerar el paradigma del Diseño Universal en conjunto con el de las Tecnologías Sociales, para aportar una nueva mirada sobre la complejidad del fenómeno.

Universalizar el acceso a la información web propone el desafío de construir una red social mediatizada a partir de entornos virtuales de producción y reconocimiento, capaces garantizar el derecho a la información y al turismo de todos los ciudadanos ■

### Agradecimientos

Los autores agradecen a la Dra. María Inés Laitano por las conversaciones sobre accesibilidad web que condujeron a este primer diagnóstico.

### Referencias bibliográficas

- Arfuch, L., Chaves, N. y Ledesma, M. (1997). *Diseño y comunicación: teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós.
- Fabbri, P. (2000). *El giro semiótico*. Barcelona: Gedisa.
- McLuhan, M. (2009). *Comprender los medios de Comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Thomas, H. & Santos, G. (2016). *Tecnologías para incluir. Ocho análisis socio-técnicos orientados al diseño estratégico de artefactos y normativas*. Buenos Aires: Lenguaje Claro Editorial – Instituto de Estudios Sobre la Ciencia y la Tecnología (UNQ).
- Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.

### Referencias electrónicas

- Caldwell, B., Guarino, Reid L., Vanderheiden, G., Cooper, M. (2008). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0*. Recuperado de <http://www.sidar.org/traducciones/wcag20/es/>

- Laitano, M. I. (2015). Accesibilidad web en el espacio universitario público argentino. *Revista Española de Documentación Científica*, 38 (1). Recuperado de <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/882/1214>
- Martínez Sala, A. & Monserrat-Gauchí, J. (2016). La accesibilidad, requisito de los sitios web oficiales. Análisis de la accesibilidad de las webs turísticas oficiales de la costa mediterránea española. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (12), 72-80. Recuperado de <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/301/281>
- Piacentini, F. (2015). El impacto económico del turismo en la Argentina. Recuperado de [http://www.portalba.com.ar/noticia\\_7\\_33456\\_el-impacto-economico-del-turismo-en-la-argentina](http://www.portalba.com.ar/noticia_7_33456_el-impacto-economico-del-turismo-en-la-argentina)
- Velleman, E. & Abou-Zahra S. (2014). *Website Accessibility Conformance Evaluation Methodology*. Recuperado de <https://www.w3.org/TR/WCAG-EM/>

# El primer borrador de la historia: el periodismo y su discurso histórico\*

## O primeiro rascunho da história: o jornalismo e seu discurso histórico

**Pablo Francescutti**

Grupo de Estudios de Semiótica de la Cultura (GESC)

Universidad Rey Juan Carlos - Madrid

[luispablo.francescutti@urjc.es](mailto:luispablo.francescutti@urjc.es)

### Resumen

Las referencias históricas saturan los contenidos de los medios de comunicación; lo notamos tanto en los textos de divulgación, efemérides e investigaciones de hechos temporalmente distantes como en los marcadores de historicidad intercalados en la cobertura de la actualidad. Su proliferación hace pertinente la pregunta: ¿existen similitudes entre las narraciones de la historiografía y el decir periodístico sobre el pasado? ¿Son discursos antagónicos, como sostienen los historiadores? ¿O se está produciendo un solapamiento en el quehacer de ambas profesiones? En definitiva, ¿puede hablarse de un discurso histórico propiamente periodístico? Examinar estas cuestiones es el objetivo de este trabajo, centrado en una de las principales formas de la evocación mediática: las efemérides.

### Palabras clave

historia, periodismo, discurso histórico, efemérides

## Resumen

*As referências históricas se multiplicam nos conteúdos dos meios de comunicação: efemérides, textos de divulgação, reportagens sobre fatos de um passado distante e marcas de historicidade intercaladas na cobertura da atualidade. A proliferação destas referências torna relevante a pergunta: existem semelhanças entre as narrativas da historiografia e as falas jornalísticas sobre o passado? São discursos antagônicos como dizem os historiadores? Ou está em curso uma sobreposição das atividades de ambas as profissões? Em síntese, é possível falar de um discurso histórico especificamente jornalístico? O objetivo de este trabalho é examinar estas questões, centrando-se numa das principais formas de evocação mediática: as efemérides.*

## Palavras-chave

*história, jornalismo, discurso histórico, efemérides*

---

\* Este trabajo recoge parte de las investigaciones efectuadas en el seno del proyecto ***El periodista como historiador del presente. Análisis del documento en las nuevas formas de la información***. Plan Nacional de I+D, convocatoria 2014, Universidad Complutense de Madrid (Ref. CSO2014-55527-P).

Un conocido apotegma dice que el periodismo es el primer borrador de la historia (Albert Camus, un enamorado del oficio, prefirió la poética denominación de “historiador del instante”). De esa afirmación se derivan las siguientes consecuencias: a) la prelación cronológica del periodista sobre el historiador a la hora de referir lo ocurrido; b) el carácter provisional de la escritura periodística y c) la sanción definitiva de lo ocurrido a cargo del historiador. En este texto ahondaremos en ellas desde una perspectiva semiótica.

¿Cuál es la pertinencia de un abordaje semiótico en ese terreno? Al interrogante responderemos de una manera general: en la medida en que lo que se entiende por Historia consiste eminentemente en el discurso de los historiadores (Lozano, 1987), se sigue que a éste se le pueden aplicar las técnicas del análisis del discurso. Y visto que gran parte del mismo asume la forma de narraciones, asumimos que éstas pueden someterse al análisis del relato propuesto por Propp, Greimas y discípulos.

No han sido los semiólogos los únicos en propugnar un abordaje del estilo. Resulta imposible soslayar la identificación de los tropos organizadores del texto histórico llevada a cabo por Hayden White (2003) y otros promotores del “giro lingüístico” en la historiografía de la talla de Dominick LaCapra (1987); ni tampoco las reflexiones de Paul Ricoeur (1999) sobre el papel imprescindible de la narración en la escritura de la historia, pues sin un relato que organice los hechos éstos carecerían de la unidad estructural necesaria para servir de materia prima a los historiadores.

La jurisdicción semiótica en la materia ha sido definitivamente establecida por la Escuela de Tartu. Partiendo de la premisa de que el texto es el intermediario insoslayable entre el hecho pasado y el historiador que escribe sobre él, Lotman (2001) indagó en la naturaleza semiótica del documento histórico, cuya decodificación es el procedimiento crítico en la labor del historiador. Uspensky (1988) subrayó la actividad intrínsecamente semiótica del historiador, abocado a establecer distinciones entre lo histórico y lo no-histórico y a transformar lo no-histórico en histórico -es decir, en signo- al introducirlo en su texto. La semiótica de la cultura, apunta Boyko (2014), ve la historia como un proceso de comunicación entre emisores del pasado (cronistas, antiguos historiadores, escribas, etc.) y receptores del presente (historiadores contemporáneos, lectores en general), que plantea todo tipo de problemas de decodificación (el empleo de códigos actuales para interpretar documentos antiguos -un flagrante anacronismo- sería uno de los fallos más serios en los que puede incurrir un historiador actual).

Las reflexiones mencionadas se refieren al quehacer de los historiadores profesionales, dejando al margen a otros enunciados cargados de ánimo historizante y de gran repercusión en la configuración de la memoria social: el discurso periodístico. Sin embargo, se da la circunstancia de que ambos discursos guardan “una directa relación con los regímenes de verdad, de veracidad, o, más precisamente, con la veridicción: decir verdad, contar lo que realmente ha sucedido, contar que lo que ha sucedido es verdad porque se ha visto, que quien lo ha visto sabe, y lo que sabe lo dice, diciendo la verdad” (Lozano, 2013, p. 166). Esta coincidencia nos servirá de punto de partida de nuestra indagación en las modalidades específicamente periodísticas de relatar el pasado e “historizar” el presente.

## Periodismo e historia del presente

Desde la irrupción del periodismo informativo a mediados del siglo XIX, la prensa se ha consagrado en grado creciente a la descripción del presente social. En concreto, se ha ocupado de la comunicación “objetiva” de hechos novedosos, con el reportero fungiendo de testigo ocular de una historia *in the making*. Pero su énfasis en el aquí y ahora, advierte James Carey (2012), más que aportar conocimientos sobre lo actual ha sido funcional a los rituales de formación de la identidad nacional y cultural; y añade que la noticia, un formato creado por la burguesía decimonónica, se relaciona más con el conflicto y el drama que con los hechos. Carey concluye que la información es sólo un ingrediente de la comunicación entendida en su sentido original: comulgar, hacer común.

Con el tiempo, el periodismo puramente informativo tuvo que redefinirse al calor de la competencia planteada en el plano de la inmediatez por la radiofonía primero, y la televisión después. A resultas del envite, se tornó interpretativo, viéndose obligado a dilucidar el significado de los hechos señalando sus causas y antecedentes, lo que implica su encuadre en un marco histórico. A la recolección de hechos se sumó entonces la tarea analítica e interpretativa, “historizante” por así decir. En la medida en que los hechos del presente comunicados por el relato noticioso se adentran inexorablemente en el pasado, la cobertura periodística tiene siempre un pie en el hoy y el otro en el ayer. En este marco, prosigue Carey, la representación del pasado en continuidad dentro de un relato nacional juega un rol capital en el mantenimiento de la comunidad del presente.

Las incursiones periodísticas en los tiempos pretéritos se han topado con la línea roja trazada por la historiografía. Desde el siglo XIX, y a contrapelo de la tradición anterior, que privilegiaba la historia vivida y el testimonio del cronista, la disciplina, en aras de la “objetividad”,

obliga a los hechos a pasar un período de reposo: un intervalo temporal necesario para su ponderación crítica y desapasionada; esto es: una prudente “distancia histórica” entre el pasado y el historiador. En coherencia con este principio, los historiadores se han esforzado por mantenerse alejados del periodismo, un oficio al que tachan de apresurado, impreciso y viciado por un impresionismo incurable, que encima pretende describir e interpretar lo que a su juicio constituye el punto ciego de la observación: el presente<sup>1</sup>.

Hubo quienes intentaron acortar esas distancias. En los años ‘30, el escritor francés Paul Nizan defendió la labor de los “redactores diplomáticos” -los periodistas especializados en información internacional<sup>2</sup>, a quienes llamaba “historiadores de lo inmediato” (Lavoine, 1992). Décadas más tarde, y siempre en Francia, el periodista Jean Lacouture y el editor Robert Laffond se consagraron a publicar libros a caballo de la historia profesional y el periodismo; de sus manos vieron la luz obras que se servían de formatos biográficos y novelescos para contar la Segunda Guerra Mundial y la guerra de Vietnam a través de las vidas de Hermann Goering o Ho Chi Minh (Lacouture, 1967).

A despecho de esas aproximaciones, el historiador francés Pierre Nora, tras reconocer en los años ‘70 que los medios de comunicación se habían apoderado de la historia -“la actualidad no es sino la circulación generalizada de la percepción histórica. Culminando en un fenómeno nuevo: el acontecimiento” (Nora, 1986, p. 286)-, dictaminó que, de todos modos, los periodistas carecen de las competencias requeridas para hacer inteligible el devenir. Y consignó que los medios han engendrado el “acontecimiento-monstruo”, un ente anómalo y difuso que le plantea a los historiadores serias dificultades a la hora de discernir qué hay de realidad en él y cuánto de mero pseudo-acontecimiento (Nora, 1972).

En paralelo, la historicidad del presente, y por ende la legitimidad de su estudio, recibió el espaldarazo de una emergente subdisciplina historiográfica: la historia del presente

---

1. Que tales prevenciones no carecen de fundamento lo acreditan las dos biografías sobre Adolfo Suárez, el artífice de la Transición Española, publicadas por el periodista Gregorio Morán. Treinta años después de la primera (1979), escribe una nueva versión (2009) donde mejora su juicio sobre un personaje al que inicialmente tachó de mediocre, rodeándolo esta vez de cierta trágica grandeza. Otra rectificación hizo a posteriori el mentado Lacouture respecto del estalinismo de su biografiado Ho-Chi-Minh, un rasgo de identidad que en su obra había minimizado.

2. Un eco de esa posición resonará décadas más tarde en las palabras de Timothy Garton Ash (2012), a propósito del derrumbe del socialismo en Europa oriental en los años ‘80’ y ‘90. Garton Ash invoca su doble condición de historiador y periodista para reivindicar la función de cronista, notando que en muchos de los magnos acontecimientos que entonces sacudieron al mundo sólo estuvieron presentes los periodistas: los más aptos, a su modo de ver, para dar fe de lo que vieron y oyeron. Y acaba defendiendo las sinergias entre ambas profesiones.

(Aróstegui, 2004). Esta corriente propuso acortar el periodo de “reposo” concedido a los hechos previo a su tratamiento académico, introduciendo dentro de la jurisdicción de los historiadores el periodo posterior a 1945. Señalemos que sus reflexiones venían unidas a una disquisición epistemológica acerca de la posibilidad del conocimiento de la contemporaneidad, una reflexión del todo ausente en el periodismo.

A resultas de esas operaciones, el pasado reciente se ha visto visitado por una multitud de historiadores, periodistas y divulgadores de todo pelaje, autores de un sinfín de textos que se disputan el relato y la interpretación de los hechos pretéritos.

Queda planteada la cuestión sobre la existencia de un discurso histórico propiamente periodístico. A continuación intentaremos contestar la pregunta y, en caso de que la respuesta sea afirmativa, caracterizar su retórica, sus estrategias referenciales, su profundidad temporal y sus semejanzas y diferencias con la historiografía académica.

## Lo que se sabe del discurso periodístico y la historia

¿Desde dónde se formula el discurso que nos interesa? Un somero examen del panorama mediático nos permite identificar diversas circunstancias de enunciación. De entrada, detectamos referencias históricas en el meollo de la “palpitante actualidad” cuando, en virtud del mentado proceso interpretativo, los eventos referidos son cotejados explícitamente con hechos del pasado<sup>3</sup>, estableciéndose relaciones analógicas o causales con la intención de iluminar su sentido. Dentro de la cobertura de la actualidad las vemos también en las informaciones de efemérides y conmemoraciones, así como en esos resúmenes sucintos de los hitos vitales de personajes que acaban de morir: los obituarios.

Más distantes se sitúan los reportajes de investigación sobre hechos más o menos recientes, en soportes escritos (periódicos, revistas, libros) o audiovisuales. Y a caballo de ambas temporalidades se ubican las intervenciones mediáticas en controversias historiográficas promovidas desde la esfera gubernamental, suscitadas cuando el debate político se entrevera con disputas sobre la historia nacional de las cuales el periodismo no puede sustraerse. La Argentina nos brinda un par de ejemplos ilustrativos; primero, cuando la táctica de la dictadura de la Revolución Libertadora de igualar al depuesto presidente Juan Perón con el

---

3. Ha-Ilan (2001) ha demostrado cómo los informativos de la televisión de Israel -una nación profundamente imbuida del relato histórico del sionismo-, recurren rutinariamente al pasado remoto para dar sentido a la actualidad mediante comparaciones y analogías entre el presente y la antigüedad.

autoritario gobernante de la Santa Federación del siglo XIX, Juan Manuel de Rosas, movió a las publicaciones del peronismo proscrito a invertir el signo de la analogía reivindicando las semejanzas bajo una luz favorable. “Esta prensa desempeñó un papel sustituto en cuanto a la difusión del revisionismo, especialmente si tenemos en cuenta que el peronismo empezó de apropiarse de elementos del imaginario revisionista en ese momento” (Gobble, 2003, p. 6); más tarde, cuando la prensa afín a los gobiernos del matrimonio Kirchner afirmó la continuidad de éstos con la idealizada presidencia de Héctor Cámpora de 1973. Agregamos un par de ejemplos tomados de otras latitudes: en Venezuela, el presidente Hugo Chávez, al proclamarse continuador de la gesta de Simón Bolívar, obligó a los medios a pronunciarse sobre dicho vínculo; y en España, la aprobación en 2007 de la ley de la Memoria Histórica atizó la polémica mediática acerca de la represión practicada por ambos bandos de la Guerra Civil.

Para conceptualizar los enfoques aplicados por los periodistas en ese cometido, Pottker (2012) echa mano de los tres abordajes históricos definidos por Nietzsche:

- *Crítico*: el periodista contrasta las diferencias del presente con el pasado para valorizar el primero en detrimento del segundo o viceversa y, si acaso, discutir los claroscuros del progreso.
- *Genético o anticuario*: el periodista asume que el presente ha sido engendrado por el pasado y busca los indicios de continuidad entre uno y otro (el presente sería solo una variación del pasado). Se lo utiliza para hablar del pasado reciente y derivar de él responsabilidades para el presente (por ejemplo, las recurrentes reconstrucciones del ascenso del nazismo en Alemania acompañadas de exhortaciones a no repetir los errores que permiten su acceso al poder). Apenas se lo utiliza para indagar el pasado remoto.
- *Analógico o monumental*: el periodista compara ciertos hechos pasados y otros del presente con miras a buscar similitudes con el propósito de sostener que la historia se repite (paralelismos entre la crisis económica de turno y la Gran Depresión, por ejemplo).

En cuanto a los recursos empleados en ese cometido, el periodismo apuesta por la entrevista para conocer el pasado a través de sus actores principales (Lavoine, 1992), en contraste con la historiografía, abocada a la búsqueda e indagación del documento escrito. El fotoperiodismo otorga a la fotografía el rango de documento histórico; y la televisión hace otro tanto con las imágenes capturadas por sus cámaras.

Tales elecciones condicionan en buena medida el quehacer periodístico. Su dependencia de fuentes orales es abrumadora en los reportajes que iluminan periodos históricos a través de una personalidad, y para ello se apoyan casi enteramente en una plétora de testimonios (por ejemplo, las biografías de Jorge Videla y Roberto Santucho publicadas por María Seoane; la de Héctor J. Cámpora con autoría de Miguel Bonasso). La disponibilidad de registros visuales y audiovisuales, a su vez, determina en sumo grado que un fenómeno histórico sea evocado o no por la televisión. Nótese que a partir de los años '70 la preeminencia de las fuentes orales se ha visto parcialmente compensada por el uso de documentos y estadísticas preconizado por el periodismo de precisión (Meyer, 1993); y después por su heredero, el periodismo de datos, especializado en el procesamiento e interpretación de ingentes cantidades de datos digitalizados (Gray et. al., 2012). Hoy, el aumento exponencial de la información disponible gracias a la tecnología digital posibilita, como prueban las filtraciones ejecutadas por Wikileaks y Edward Snowden, que los periodistas dispongan al instante de papeles secretos a los que los historiadores solo accedían una vez transcurrido el plazo de apertura de los archivos y, consecuentemente, puedan dotar a sus textos "historizantes" de un respaldo documental inédito.

## Discusión: historia periodística versus historiografía

A continuación resumiremos las distinciones entre los modos de proceder del historiador y del periodismo que incursiona en el pasado, realizados por diversos autores. Quizás la más coincidente sea la calificación de "evenemencial" al *modus operandi* periodístico. Constrañido por la forma factual empleada por el modelo empírico anglosajón para registrar la actualidad, aquél se centra en los acontecimientos e ignora los procesos, difícilmente aprehensibles para una óptica adaptada al hecho discreto e individual<sup>4</sup>. Este periodismo sólo tiene una preocupación: saber qué sucedió. Todo su bagaje profesional se aplica a contestar la pregunta, y cuando la ha respondido pasa a otro hecho. El historiador, sostiene Daly (2012), no está particularmente interesado en dilucidar qué ocurrió, porque esa cuestión ya ha sido resuelta cuando pone manos a la obra; prefiere averiguar cómo ocurrió (su contextualización) y por qué (su causalidad).

---

4. La cualidad "evenemencial" se aprecia en la proliferación de programas televisivos de historia bélica. Su énfasis en las grandes batallas de las guerras mundiales se ha visto favorecido por la recuperación de archivos audiovisuales inéditos (algunos en color) y la restauración de grabaciones en mal estado.

Otra diferencia estriba en la parcialidad del abordaje periodístico: mientras el historiador -a sabiendas de ser hijo de su tiempo y de que su mirada ha sido moldeada por su cultura y su contexto- defiende a rajatabla su imparcialidad, el periodista (y muchos divulgadores) no se molestan en ocultar el sesgo político de sus interpretaciones históricas, repartiendo los papeles de “héroes” y “villanos” al servicio de la línea editorial de su medio, o de “la historia de los vencidos”, tal como hicieran Osvaldo Bayer (1995) con las luchas de los obreros patagónicos en los años ‘20 del siglo XX, o los periodistas australianos con el genocidio de los aborígenes de su país (Griffen-Foley, 2012).

Ese partidismo, notablemente, va de la mano de una insistencia en la “objetividad” de los relatos históricos de cuño periodístico (Broersma, 2010); una creencia de la cual muchos historiadores contemporáneos, conscientes de la naturaleza provisional de toda reconstrucción del pasado, se han distanciado. Las certidumbres que emanan de esas reconstrucciones de los hechos se hacen todavía más patentes en el periodismo audiovisual, reforzadas por el aura realista, veraz y por consiguiente neutral de la imagen.

Otro rasgo distintivo de la “historia popular” confeccionada por los periodistas lo pone su estilo literario de redacción. Aleccionados por el Nuevo Periodismo, quienes asumen la tarea de reconstruir acontecimientos históricos no dudan en echar mano de técnicas novelescas para describir escenas, imaginarse diálogos y trazar semblanzas de individuos convertidos en personajes de un relato cargado de dramatismo. En ese menester, tienden a privilegiar la narración por encima del análisis, enmarcándola en una ideología nacionalista y, en última instancia, romántica, poniendo al individuo y su heroicidad en el centro del escenario, obligándose con este movimiento a reducir los conflictos históricos a los choques entre personalidades cuya caracterización psicológica se torna esencial.

Otro tanto puede decirse de las fuentes seleccionadas: los periodistas reproducen en sus relatos históricos su habitual dependencia de las fuentes oficiales, mientras que los historiadores -desde la irrupción de la historia social- se han abierto a toda clase de fuentes procedentes de los diversos estratos de la jerarquía social. Por otra parte, mientras el eje de la labor del historiador sigue consistiendo en hurgar en los archivos, las fuentes periodísticas tienden a ser de naturaleza testimonial: un reportaje se apoya en decenas o centenares de testimonios obtenidos de entrevistas personales, y muy poco en documentos inéditos; y si recurren a documentos es para someterlos a una nueva interpretación.

También les separa su actitud frente a las enseñanzas del pasado. Los periodistas parecen a menudo creer que la historia se repite<sup>5</sup>; por lo que sus representaciones del ayer se hallan sesgadas por esta visión cíclica del tiempo. En contrario, los historiadores han abjurado de la máxima ciceroniana *Historia Magistra Vitae* y, en consecuencia, han dejado de creer en el valor predictivo y ejemplarizador de un pasado irrepetible.

Una última diferencia la pone la disímil formación de cada colectivo. El historiador aprende en su etapa universitaria los retos que plantea el uso de documentos y las diferentes perspectivas de las corrientes historiográficas; el reportero tan sólo aprende en su etapa formativa las técnicas básicas de abordaje de la actualidad, aprendizaje que culmina en las redacciones con la absorción la cultura profesional de forma acrítica, *sobre la marcha* por así decir, a resultas de la cual abordará el pretérito con la misma disposición y las mismas herramientas que frente a cualquier asunto contemporáneo.

A ese respecto conviene tener en cuenta los niveles de cualificación profesional que propone Quivy (1994). No es lo mismo el reportero que a toda prisa informa de una efeméride en una pieza audiovisual de un minuto que el redactor de un reportaje sesudo para un semanario político, o que el autor de una investigación de 450 páginas encaminada a reparar una injusticia histórica. De todos modos, la diferencia no estriba tanto en el nivel de reflexión y conciencia de manipular un material especial como por la agenda de contactos, la calidad de la escritura o el tiempo dedicado al tema escogido.

Donde sí se asemejan ambas profesiones es en su renuencia a reflexionar sobre sus lenguajes y formas de representación de los hechos y procesos aludidos. Con pocas excepciones, ni a periodistas ni a historiadores les gusta cuestionarse su concepción instrumental y funcional de la lengua (la empleada por ellos y la de sus fuentes), su confianza ingenua en la objetividad de las imágenes fotográficas, filmicas o de video; ni tampoco -en el caso de los periodistas- preguntarse si el paso del tiempo puede haber alterado el recuerdo del pasado que extraen de los testimonios de sus entrevistados.

A continuación detallaremos el mecanismo de una modalidad específica de evocación del pasado a partir de los resultados de investigaciones anteriores.

---

5. Un ejemplo cabal lo pone la serie televisiva de divulgación Algo habrán hecho por la historia argentina, emitida por Canal 13 en los años 2005/2006 bajo la conducción del periodista Mario Pergolini y del divulgador Felipe Pigna. En este repaso de los últimos dos siglos de historia argentina se repite una y otra vez la antinomia élites/pueblo como principio estructurador de los acontecimientos; las grandes diferencias entre los períodos históricos relatados quedan minimizadas, cuando no borradas, en aras del énfasis en las semejanzas.

## Las efemérides: una coartada para la recuperación del pasado

Como apunta Conboy, eventos cíclicos como los aniversarios permiten a los medios introducir a los nuevos lectores en las memorias colectivas, a la vez que les sirven para “identificar lo que consideran importante de cara a la identidad de un periódico, en el marco de una identificación más abarcadora del interés y las prioridades nacionales concernientes a la interpretación del pasado” (2012, p. 5). En otras palabras: la afición por las efemérides facilita y estimula la disposición historiadora de los periodistas.

Para indagar en la historicidad de las conmemoraciones periodísticas nos basaremos en tres estudios: el primero (Francescutti, 2015), de índole cuantitativa, explora las efemérides en los noticiarios españoles; el segundo (Francescutti & Baer, 2006), de tipo cualitativo, examina el número especial de la revista dominical de *El País* (*El País Semanal/EPS*) dedicado a los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid; y el tercero, con autoría de Conboy, analiza la cobertura de la prensa británica del 70° aniversario de la retirada de Dunkerque, ocurrida al inicio de la Segunda Guerra Mundial.

El primero de los trabajos confirma que los aniversarios se han vuelto un contenido omnipresente en los informativos televisivos (de media, cada día una cadena española celebra una efeméride). En su mayoría, aluden a hechos de una antigüedad no mayor de 50 años (apenas hay eventos que se remonten más de un siglo en el pasado), lo que delimita su quehacer evocativo al perímetro de la “historia del presente”. Por temática, se reparten a partes iguales entre hechos asociados a la cultura de masas y a artículos de consumo masivo, e hitos políticos, científicos y de la alta cultura, estableciendo una paridad entre una historia “seria” y una historia “entretenida” que refleja el equilibrio entre *hard news* y *soft news* adoptado como norma por los editores de informativos. Por otra parte, el elevado porcentaje de conmemoraciones de natalicios y fallecimientos de personalidades refleja el culto periodístico a las *celebrities*.

La auto-referencialidad es recurrente en las evocaciones, ya que permite explotar el archivo visual propio con fines de autopromoción (práctica muy acusada en *Televisión Española*, la cadena más antigua y la mejor equipada en ese aspecto, pero también la más necesitada de legitimación tras la competencia de los canales privados).

El estilo de infoentretenimiento que modula a muchas de las noticias no debe ocultarnos que, al centrarse en el período abierto en España con la transición a la democracia, las efemérides refuerzan la percepción de parteaguas histórico que se atribuye a dicho proceso.

Por añadidura, la glorificación de los *ricos y famosos*, al incluir de forma notoria a los miembros de la Familia Real, contribuye a la legitimación de la Corona -esto de modo más acentuado en *Televisión Española*, portavoz del Estado-. Con todo, se observa cierta democratización cultural -patente en el encumbramiento de expresiones artísticas juzgadas subalternas-, el prestigio de la meritocracia basada en el capital cultural y político, el crucial rol simbólico de la monarquía y la secularización de la sociedad (¡en la católica España la televisión apenas celebra las efemérides religiosas!).

En síntesis: la televisión -y esta facultad es extrapolable al sistema de medios- se ha arrogado el poder de fijar las efemérides, una capacidad monopolizada antiguamente por la Iglesia y posteriormente por el Estado. Y lo ejerce a discreción mediante la instauración de aniversarios que se apartan de la pauta tradicional de múltiplos de cinco años (por ejemplo, hechos ocurridos hace un año, siete años, 32 años, etcétera) o efemérides “en subjuntivo”: “Hoy Elvis Presley habría cumplido 100 años”).

Avaladas por la aureola veraz de la imagen documental, las efemérides revisten a los hechos con la pátina de la historia y, en la medida en que muchas de ellas versan sobre asuntos desdeñados por los aniversarios oficiales, amplían el perímetro de lo memorable en un sentido plebeyo y popular (al precio, eso sí, de igualar en importancia de asuntos tan disímiles como la aprobación de la Constitución española con el lanzamiento del Fiat 600). No cabe duda de que su insistencia en las actuaciones de la Corona y ciertas élites ayuda a legitimarlas, pero lo mismo hace con los movimientos sociales mencionados y las polémicas cuya evocación equivale en ocasiones a una toma de posición -por ejemplo, reinstalar el tema de la eutanasia en la agenda pública-.

Por último, decir que las efemérides televisivas distinguen *de facto* la historia que apareció en la pantalla de la que no capturaron las cámaras, lo que conlleva el riesgo de que la primera eclipse a la segunda. En otras palabras: aquello de lo que no hay registros visuales quedaría irremediablemente ausente de su “discurso histórico”, y, en consecuencia, fuera de la memoria de la audiencia<sup>6</sup>. En cualquier caso, podemos afirmar que estas noticias sí fomentan cierta conciencia histórica al poner al espectador en contacto con la trascendencia de la historia. Al revivir episodios coetáneos al itinerario vital de la audiencia (el concierto de

---

6. Ese riesgo se circunscribe a los programas informativos y reportajes. Pero la televisión ha sabido encontrar la fórmula para paliar la escasez de imágenes: el docu-drama. Este género híbrido combina el material de archivo y las entrevistas con dramatizaciones que proveen el audiovisual faltante. Una muestra la da “The Medici Files” (2013), producción alemana que yuxtapone la pesquisa arqueológica y forense y la interpretación histórica con la puesta en escena de las andanzas de la dinastía florentina.

los Beatles en Madrid, las Olimpiadas de Barcelona...), generan en ella el sentimiento de haber sido testigo de grandes acontecimientos. De este modo construyen una "historia del presente" estructurada por una cronología propia y capaz de rivalizar con la historiografía académica, aunque su énfasis en las décadas recientes, al evitar estratos más antiguos del pasado, la condena a una "miopía histórica".

El segundo trabajo destaca ante todo cómo *El País Semanal (EPS)* se esfuerza por realzar la trascendencia del evento referido. Lo certifica el espacio concedido: la edición entera de la revista (en prensa existe una relación directa entre el espacio otorgado y su importancia: más columnas ocupa un titular, más grandioso se supone el asunto tratado; más páginas se dedican a un tema, mayor es su relevancia). Además, el mismo acto de recordar el 11-M a sólo un mes de su acaecer afirma su dimensión extraordinaria.

Los protagonistas de *EPS* se dividen en dos categorías: los poderosos y la gente sencilla. En la primera figuran los gobiernos occidentales, sus fuerzas de seguridad y sus expertos en terrorismo, junto con los terroristas y las redes jihadistas; la segunda la integran las víctimas del atentado, sus familiares y quienes les asistieron (bomberos, policías, profesionales sanitarios...). Se delinea así una visión elitista de la historia; una historia hecha por los poderosos -activos- y padecida por la gente sencilla -pasiva-, cuya limitada agencia se reduce a las labores de rescate y apoyo mutuo.

Con todo, sorprende la escasa presencia de los victimarios en los textos. Sacando el reportaje sobre Bin Laden -el autor intelectual de la masacre-, no abundan las referencias a sus ejecutores materiales, varios de los cuales eran conocidos al momento de publicarse la revista. La parquedad parece responder al designio editorial de acentuar el tono memorialístico y consolador, evitando que sea perturbado por los sentimientos hostiles y los deseos de revancha que podría suscitar el énfasis en los terroristas.

La hipótesis no parece descabellada si reparamos en el relato urdido por *EPS* a partir de su explicación de los atentados. Sus periodistas no se ciñen a la descripción empírica exigida por la regla de las cinco Ws (quién, cómo, cuándo, dónde y por qué), sino que se entregan a elaborar interpretaciones causales a la manera de los historiadores. Lejos de contentarse con el registro impresionista del atentado, lo insertan en un esquema histórico con una finalidad precisa: oponer al "Choque entre civilizaciones" postulado por Samuel Huntington y adoptado como aval teórico de la "guerra contra el terrorismo" lanzada por la Administración Bush Jr. y abrazada por la prensa estadounidense, la "Alianza de Civilizaciones" propugnada por el gobierno de Rodríguez Zapatero y apoyada por *El País*: un programa que defendía la

colaboración entre Occidente y el mundo árabe, y el combate del terrorismo por medios no militares.

En vez de apoyarse en documentos escritos -una opción poco factible, dada el brevísimo lapso de tiempo transcurrido-, los redactores de *EPS* prefieren fiarse de las declaraciones de los individuos que vivieron los atentados, preferentemente en la de las víctimas. Una elección en sintonía con la transformación del estatuto del testimonio en la "era del testigo": un contexto cultural en donde la función de éste no es tanto la de contribuir al conocimiento y la verdad de lo ocurrido, ni la de "atestiguar sobre acontecimientos desconocidos, sino la de mantenerlos delante de nuestros ojos" (Wieviorka, 1994, p. 24). El testimonio, más que contribuir a la documentación histórica, se torna un tipo de memoria, un medio de transmisión del acontecimiento y de los significados que sobre él inscriben los discursos memoriales de cara al presente y al futuro.

Finalizaremos con el estudio de Conboy (2012b) de la conmemoración del 70º aniversario de la retirada de Dunkerque efectuada por la prensa británica en el año 2010. Apartándose del registro histórico saturado por el discurso de los dirigentes encarnado en la palabra estentórea de Winston Churchill, los diarios se afanaron por recuperar las voces de los "pequeños hombres" del hito militar: ex soldados, marineros, patrones de embarcaciones.... Los testigos presenciales de ese episodio icónico, tanto más valiosos por tratarse de ancianos de edad muy avanzada, fungen de sucedáneos del narrador institucional -el periódico- cuya estrategia enunciativa, explica Conboy, busca hacer de ellos la encarnación misma de la patria, de la Inglaterra profunda.

Exceptuando unas pocas críticas a la evocación triunfalista de lo que no fue sino una derrota militar atenuada, los periódicos rezuman un tono elegíaco acorde con su agenda nacionalista. Un objetivo común les hermana: extraer del pasado una lección para el presente: la celebración de la capacidad británica para afrontar la adversidad.

De la comparación de los tres estudios sacamos en limpio que, mientras las efemérides televisivas dependen casi enteramente de los registros audiovisuales -apenas hay efemérides narradas con imágenes fijas-, la prensa insiste en el texto escrito con el complemento de la fotografía de archivo,

easy sources of corroborating information and illustration for historical pieces in the news but they can be so much more than that. As here, they act as authentication of the account being presented by the newspaper and act as link to the real lives of the survivors of the war at the

same time as they are amplifying the educational role of the national press (Conboy, 2012b, p. 7).

Las efemérides examinadas coinciden en proclamar la dimensión excepcional -vale decir, histórica- del hecho destacado, esforzándose por resaltar su condición de bisagra temporal, de divisoria de aguas entre dos épocas. La evocación, la historicidad atribuida al acontecimiento, juegan al servicio de estrategias editoriales marcadamente auto-referenciales de manera indirecta -el medio aspira a ser fuente histórica, un documento al que los historiadores y las generaciones futuras deberán recurrir para enterarse de lo ocurrido<sup>7</sup>-, o directa -la televisión con su material de archivo, y la prensa con su hemeroteca para mostrar cómo cubrió hechos significativos del pasado-. Su meta última: proyectarse como los testigos fieles de la trayectoria de una comunidad concreta y, en el mismo movimiento, legitimarse como los narradores autorizados de su historia.

## Conclusiones: periodismo y presentismo

Los escasos estudios disponibles no nos autorizan a zanjar la discusión acerca de la existencia de un discurso histórico periodístico, pero proporcionan algunos elementos de juicio que nos permiten avanzar en esa dirección.

Grosso modo, podemos decir que la aproximación periodística al pasado se distingue por la centralidad del acontecimiento, el papel determinante del individuo y las élites (en ese orden), la auto-referencialidad, la preferencia por los testimonios, la toma indisimulada de partido, el empleo de técnicas literarias y recursos del infoentretenimiento y la escasa conciencia crítica acerca de las dificultades implícitas en la recuperación del pasado. En su enfoque combina procedimientos de la historiografía positivista decimonónica (igualmente evenemencial, elitista y tributaria de la narración novelesca) con la espectacularidad, la oralidad y el patetismo de los relatos periodísticos, con la consecuencia de que, demasiado a menudo, la búsqueda del show mediático le lleva a conferir más importancia a la conmemoración que a lo conmemorado.

---

7. En el campo de la ficción histórica se observa que las referencias al pasado se efectúan mediante la cita de otras ficciones anteriores; así, en la serie "El Ministerio del Tiempo" (2015) de Televisión Española, la resistencia de las últimas tropas españolas durante la guerra de Filipinas en 1898 es evocada a través de la alusión a la película "Los últimos de Filipinas" (1945), y a ojos de la audiencia la ficción acaba convirtiéndose en el referente histórico.

Entrando en detalles se aprecian algunas particularidades. En primer lugar, las formas de recordar de la televisión no son las mismas que las de la prensa escrita. La primera se revela más proclive a la espectacularización del pasado a través de su puesta en escena por medio de registros audiovisuales; la segunda, más moderada en ese aspecto -la fotografía desempeña en sus páginas un rol complementario, nunca dominante-, dispone de mayor juego para el análisis en profundidad del hecho evocado.

En segundo lugar, conviene distinguir a los medios privados de los de titularidad pública; mientras los primeros son más dados al infoentretenimiento -las televisiones, en particular-, los segundos cumplen las directrices propagandísticas del gobierno de turno en lo concerniente a la promoción de la “historia oficial” avalada por el Estado.

No se puede descartar que el periodismo de datos modifique en alguna medida el panorama expuesto. Pero de momento no hay evidencias que abonen esa expectativa. Nuestra investigación de las filtraciones de Wikileaks a la prensa española (Francescutti, 2016) indica que el hábito periodístico de aceptar el valor nominal de lo dicho en los documentos sin cuestionarse las motivaciones del autor se mantiene inmutable.

El bosquejo expuesto no pretende ser más que las conclusiones preliminares de un trabajo en curso. En el horizonte de la investigación del discurso histórico periodístico vemos abrirse dos senderos: uno nos conduce directo a las estrategias enunciativas, que en estas páginas hemos tocado de pasada. A diferencia de los historiadores, decantados por una enunciación impersonal, los periodistas despliegan un abanico de enunciaciones que va de la del narrador omnisciente tomado de la novela decimonónica -común en los reportajes de investigación en formato libresco- a la enunciación coral del relato audiovisual en donde las voces del presentador y de los reporteros entretejen una historia con las declaraciones de los actores, testigos y expertos consultados. Cada una de estas enunciaciones aspira a producir efectos de verdad que toca al análisis desentrañar.

La otra vía nos encamina hacia una problemática de mayor escala: el régimen de historicidad. Esta categoría crítica ideada por Hartog (2007) para entender mejor el vaivén entre el presente y el pasado nos sirve para conectar el discurso periodístico con la exacerbada conciencia de historicidad del “presentismo” -el régimen que, según Hartog, rige desde principios del siglo XX nuestras relaciones actuales con el ayer y el mañana-. Se nos ocurre que una manera de avanzar por esa senda sería poniendo a prueba la hipótesis de que el afán de la prensa por historizar el presente es un resultado inesperado de la estetización de la política advertida por Walter Benjamin en los años '30: al devenir la política un espectáculo, el presente se

impregna de espectacularidad<sup>8</sup>, un filón que la esfera mediática se lanzó a explotar con su enfoque “historizante”, entre otros.

Procediendo por ambos carriles, la pesquisa promete depararnos interesantes hallazgos, tanto en lo relativo al discurso histórico periodístico como a la relación de los medios con el régimen contemporáneo de historicidad y, en definitiva, al lugar preciso que ocupa el periodismo respecto de la historiografía en la historia del presente ■

## Referencias bibliográficas

- Aróstegui, J. (2004). *La historia vivida. Sobre la historia del presente*. Madrid: Alianza.
- Bayer, O. (1995). *La Patagonia Rebelde*. Buenos Aires: Planeta.
- Boyko, T. (2014). Tartu–Moscow school of semiotics and history. *Historiein*, 14(2), 61-70.
- Broersma, M. (2010). The unbereable limitations of journalism. Press Critique and Journalism’s Claim to Truth. *International Communication Gazette*, 71(1), 21-33.
- Carey, J. (1989). *Communication as Culture*. New York: Routledge.
- Conboy, M. (2012a) *How Journalism uses history*, London: Routledge.
- Conboy, M. (2012b). Introduction. *Journalism Practice*, 5(5), 506-519.
- Daly, C. (2012). Are journalist always wrong? And are historians always right? En M. Conboy (ed.), *How Journalism Uses History* (pp. 33-45). Londres: Routledge.
- Francescutti, P. (2015). Cómo recuerda la televisión: el pasado evocado en los informativos españoles. *Revista Internacional de Sociología*, 73 (2), 1-13.

---

8. Fritzsche (2009) nos apercibe de un detalle muy llamativo de la Segunda Guerra Mundial: la obsesión de los soldados alemanes por fotografiar todo lo que presenciaban en el curso de sus andanzas militares. Las tropas marcharon al frente munidas de cámaras fotográficas de bolsillo de su propiedad, convencidas por la propaganda nazi de que estaban viviendo acontecimientos históricos dignos de ser registrados. Esa conciencia de pertenecer a un presente preñado de historia les llevó a fotografiar incluso los crímenes masivos de los que eran partícipes.

- Francescutti, P. (2016). Los usos del documento en el periodismo digital: hipervínculos y verdad en la cobertura del Cablegate. *In Mediaciones de la Comunicación*, 11, 197-210.
- Francescutti, P. & Baer, A. (2006). Del hecho social al acontecimiento periodístico: los medios de comunicación como historiadores del presente. *Congreso de la Federación Española de Sociología*. Barcelona, 17 de septiembre.
- Fritzsche, P. (2009). *Vida y muerte en el Tercer Reich*. Barcelona: Crítica.
- Garton-Ash, T. (2012). *Historia del presente. Ensayos, retratos y crónicas de la Europa de los '90*. Barcelona: Tusquets.
- Goebel, M. (2003). La prensa peronista como medio de difusión del revisionismo histórico, 1955-1958. *Prohistoria*, (8), 251-265.
- Griffen-Foley, B. (2012). Broadsheets, broadcasts and Botany Bay: History in the Australian media. En M. Conboy (ed.), *How Journalism Uses History* (pp.61-78). Londres: Routledge.
- Ha-Ilan, N. (2001). Images of History in Israel Television News: The Territorial Dimension of Collective memories, 1987-1990. En G. Edgerton & P. Collins (eds.), *Television Histories. Shaping Collective Memory in the Media Age* (pp. 207-229). Lexington: University Press of Kentucky.
- Hartog, F. (2007). *Regímenes de historicidad. Presentismo y experiencias del tiempo*. México DF: Universidad Iberoamericana.
- Lacouture, J. (1967). *Ho Chi Minh*. Paris: Le Seuil.
- Lavoine, Y. (1992). Le journaliste, l'histoire, le historian: Les avatars d'une identité professionnelle 1935-1991. *Reseaux*, (51), 39-53.
- LeCapra, D. (1998). *History, Politics, and the Novel*. Ithaca: Cornell University Press.
- Lotman, Y. (2001). *Universe of the Mind. A Semiotic Theory of Culture*. London: I.B. Tauris.
- Lozano, J. (1987). *El discurso histórico*. Madrid: Alianza Editorial.
- Lozano, J. (2013). El discurso periodístico: entre el discurso histórico y la fiction. Hacia una semiótica del acontecimiento. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19(1), 165-176.

- Meyer, P. (1993) *Periodismo de precisión*. Barcelona: Bosch.
- Morán, G. (1979). *Adolfo Suárez, Historia de una ambición*. Barcelona: Planeta.
- Morán, G. (2009). *Adolfo Suárez. Ambición y destino*. Barcelona: Planeta.
- Nora, P. (1972). L'événement monstre. *Communications*, (18), 162-172.
- Nora, P. (1986). Le retour de l' événement. En J. Le Goff & P. Nora (eds.), *Faire de l' Histoire*. Nouveaux Problèmes (pp- 285-308). Paris: Gallimard.
- Quivy V. (1994). Le journalisme: une histoire sans historien. *Communication et langages*, (102), 79-92.
- Pottker, H. (2012). A Reservoir of Understanding: Why journalism needs history as a thematic field. En M. Conboy (ed.), *How Journalism uses History* (pp. 15-32). Londres: Routledge.
- Ricoeur, P. (1999). *Historia y narratividad*. Barcelona: Paidós.
- Uspensky, B. (1988). *Storia e semiotica*. Milan: Bompiani.
- White, H. (2003). *El texto histórico como artefacto literario*. Barcelona: Planeta.
- Wieviorka, A. (1994). On testimony. En G. Hartman (ed.), *Holocaust Remembrance* (pp. 23-32). Oxford: Blackwell.

## Referencias electrónicas

- Gray, J., Chambers, L. & Bounegru, L. (2012). *The Data Journalism Handbook. How Journalists Can Use Data to Improve the News*. O'Reilly Media. Recuperado de <http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/>

# Los posicionamientos político-ideológicos del diario La Capital entre 1931 y 1949

Apuntes teórico-metodológicos sobre un proyecto en desarrollo

# Posições político-ideológicas do jornal “La Capital”, entre os anos de 1931 e 1949

Apontamentos teórico-metodológicos sobre um projeto em desenvolvimento

## **Mariana Patricia Busso**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) (UNR)

[mar\\_busso@hotmail.com](mailto:mar_busso@hotmail.com)

## **Silvina Gibbons**

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) (UNR)

[ilgibbons@yahoo.com](mailto:ilgibbons@yahoo.com)

## **Alberto Pérez**

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) (UNR)

[peal@sinectis.com.ar](mailto:peal@sinectis.com.ar)

## **Mirta Moscatelli**

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) (UNR)

[irtamoscatelli@fibertel.com.ar](mailto:irtamoscatelli@fibertel.com.ar)

## **Lautaro Cossia**

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) (UNR)

[lcossia@yahoo.com.ar](mailto:lcossia@yahoo.com.ar)

## Resumen

Este artículo da cuenta de las aproximaciones iniciales realizadas en el marco de un proyecto de investigación en el que se buscan analizar los posicionamientos político-ideológicos del diario rosarino *La Capital* entre 1931 y 1949. Se problematiza aquí el carácter de objeto de estudio complejo propio de dicho medio-intérprete de la trama histórica y diario de referencia dominante de la esfera pública rosarina-, que demanda el establecimiento de precisas opciones teórico-metodológicas que permitan su abordaje en tanto insumo de la investigación histórica, como actor político que interactúa y participa en el seno de la sociedad y como institución privilegiada en la constitución y gestión de lo público mediatizado. Asimismo, se presentarán los criterios de orden temático y temporales establecidos a fines de estudiar y comparar el papel jugado por las notas editoriales de *La Capital* en las distintas coyunturas electorales del período, articulando el registro historiográfico con miradas propias del campo de las ciencias de la comunicación, a fines de reconocer las condiciones de producción discursiva propias de un proceso histórico particular.

## Palabras clave

prensa gráfica, historia local, mediatización, posicionamiento, editoriales

## Resumo

*O trabalho dá conta das aproximações iniciais levadas a cabo em um projeto de pesquisa no qual analisam-se os posicionamentos político-ideológicos do jornal rosarino La Capital entre os anos de 1931 e 1949. Tem sido problematizada a especificidade do objeto de estudo, complexo e próprio desta mídia -intérprete da trama histórica e jornal de referência dominante da esfera pública rosarina – estabelecendo as precisas opções teórico-metodológicas que permitam sua abordagem como temática de pesquisa histórica, e como ator político que interage e participa na sociedade e, também como instituição privilegiada na constituição e administração da coisa pública mediatizada. Ao tempo que se apresentamos critérios de ordem temáticos e temporais estabelecidos, tendo a vista estudar e comparar o papel de La Capital nas diferentes conjunturas eleitorais do período, articulando o registro historiográfico com aspectos característicos do campo das ciências da comunicação, com o fim de reconhecer as condições de produção discursiva de um processo histórico particular.*

## Palavras-chave

imprensa gráfica, história local, mediatização, posicionamento, editoriais

## A modo de presentación

Desde hace largo tiempo los discursos o representaciones de la prensa gráfica periódica han dejado de ser meras derivaciones del contexto social o político y se han convertido en objetos de estudio de pleno derecho, ya sea porque ayudan a configurar la trama histórica de la que participan, ya sea porque en sus pliegos se encuentran claves de intelección de la problemática ideológica de una época. La aceleración del proceso de mediatización de la vida política trajo aparejado un creciente interés por el estudio de los fenómenos mediáticos (prensa gráfica periódica, radio, televisión, nuevas tecnologías de la información o dispositivos móviles), promoviendo que el estudio de los medios cobre particular interés, no solamente en el campo de las ciencias de la comunicación sino también en el terreno de las indagaciones enfocadas en el desarrollo tecnológico o la denominada historia de las ideas.

Este trabajo se propone presentar las primeras opciones teórico-metodológicas seleccionadas en el marco de un proyecto de investigación que estudia los posicionamientos político-ideológicos del diario *La Capital* de Rosario entre 1932-1949<sup>1</sup>. La importancia de nuestro objeto de estudio radica -entre otras razones- en la caracterización del campo periodístico que realizan Liliana Da Orden y Julio Melon Pirro para los años 1940. Los autores señalan que, considerando el tiraje y la circulación, sólo un medio del llamado *interior* como el diario *La Capital* de Rosario podía competir con periódicos como *La Prensa*, *La Nación*, *Crítica*, *El Mundo* o *Noticias Gráficas*, ya que en ese momento el medio rosarino “tenía un tiraje de 100 mil ejemplares de diarios, entre la mitad y una tercera parte de la cifra que sacaban a la calle los grandes medios de circulación nacional” (Da Orden y Melón Pirro, 2007, p. 17). En tal sentido, la importancia que se le reconoce a *La Capital* como diario de referencia dominante (Steimberg y Traversa, 1997), y la doble dimensión que le otorgamos en nuestro estudio -fuente primaria y objeto de análisis-, nos permite abordar el posicionamiento político-ideológico de un actor ineludible en la realidad santafesina.

El corpus seleccionado para llevar adelante nuestro análisis está construido a partir de la columna editorial de *La Capital*, entendiendo que dicho género particular nos brinda un espacio privilegiado para recuperar la opinión del medio sobre diversos acontecimientos o

---

1. “El diario *La Capital* como intérprete y generador de la opinión pública rosarina en un período de grandes cambios (1932-1949)”. Proyecto de Investigación de la UNR. Radicación: Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, Facultad de Ciencia Política y RR.II. de la UNR, Resolución CS 1400/2016. Director: Alberto Pérez. Codirectora: Mirta Moscatelli. Investigadores participantes: Silvina Gibbons, Lautaro Cossia, Mariana Patricia Busso.

procesos históricos. Ahora bien: ¿cómo recortar nuestro objeto? ¿De qué manera podemos volver inteligible la mirada institucional del diario en condiciones de producción discursiva siempre cambiantes y, a su vez, específicas? ¿Cómo hacer frente a la complejidad que presenta el análisis de la prensa gráfica periódica, artefacto comunicativo que encierra múltiples espacios, voces y operaciones discursivas?

## Registro de análisis y abordaje del corpus

Los enlaces entre la historia política, la historia de los medios -o de la prensa gráfica periódica- y la historia de las ideas suponen múltiples posibilidades y desafíos. Hace unas décadas, Ricardo Sidicaro (1993) dejó planteados, en su señero estudio sobre el pensamiento político del diario *La Nación*<sup>2</sup>, una serie de presupuestos centrales para nuestro estudio. Señalemos aquí dos de ellos: 1- Las ideas de un diario no se pueden entender sin analizar su evolución en un periodo *relativamente* prolongado, evitando de esa manera caer en lecturas que no observan la posición del medio ante una problemática sino que se detienen en la opinión que brindan sobre hechos puntuales; 2- Las características genéricas de la columna editorial, en tanto institución discursiva del dominio periodístico que ancla el pensamiento del diario sobre los diversos temas de la coyuntura, es el soporte material donde debe localizarse la investigación. En un todo de acuerdo con esta última premisa, centramos nuestro análisis en un corpus constituido por los editoriales para reconstruir los posicionamientos político-ideológicos del diario *La Capital*. Así planteado,

el recorte de esos materiales se logra, en un primer momento, gracias a procedimientos exploratorios que mostraron su eficacia en experiencias previas, propias o ajenas, sobre materiales semejantes o a partir de problemas próximos. (Arnoux, 2009, p. 9)

De allí que en nuestro estudio, tal como ocurre en el trabajo realizado por Sidicaro, el editorial adquiera una doble centralidad. Por un lado, es una fuente primaria que, como una suerte de eco dialógico de la época, permite observar los diversos acontecimientos que *La Capital* selecciona y tematiza de manera preferente. Por otra parte, en tanto objeto de análisis, constituye un espacio privilegiado para indagar las tensiones históricas e ideológicas que

---

2. La Nación fue fundado en 1870 por Bartolomé Mitre, presidente de la nación entre 1862 y 1868. En su estudio, Sidicaro lo caracteriza como un diario de pensamiento liberal conservador. Actualmente es un diario de circulación nacional y forma parte de uno de los conglomerados mediáticos más importantes del país.

subyacen en las evaluaciones del diario sobre los diferentes acontecimientos de la historia, cuestión que vuelve imprescindible tener en cuenta la situación de interacción y circulación pública de esos discursos.

En la medida que entendemos que la relación entre los discursos mediáticos y los acontecimientos históricos por ellos narrados no es externa ni contingente, la columna editorial de *La Capital* nos permite partir de un corpus preciso de análisis y observar, en esa puesta de sentido, los posicionamientos asumidos por el diario. Por lo tanto, el reenvío a lo histórico a lo que nos obliga el contenido o las inflexiones léxicas de los editoriales implica trabajar con materiales heterogéneos y ajustar el análisis discursivo conforme a los objetivos planteados y la especificidad del estudio que se pretende realizar.

En tal sentido, la elección de los editoriales de *La Capital* como corpus de análisis, nos conduce a la lectura de lo que podríamos considerar un *género de opinión* en el periodismo, entendiéndolo como el lugar en el que se hacen manifiestas las argumentaciones y las polémicas entabladas por los diarios en relación a su actividad política. En los editoriales, entonces, se produce “la formulación de juicios de valor acerca de un determinado acontecimiento o problema”, como modo de dar “forma y alcance al hecho periodístico, de acuerdo con la orientación o política editorial del medio” (Martínez Valle, 1997, p.85). Retomando el estudio de Sidicaro sobre *La Nación*, coincidimos en que el editorial está necesariamente condicionado por el entramado de relaciones materiales y simbólicas del que participa y por el actor que lo enuncia; como consecuencia, su visión es siempre ideológica. Además, estos textos son escritos “en el calor de las coyunturas”, que nos permiten dar cuenta de esas “ideas en movimiento en las que es dable reconocer la inmediata voluntad política de quien se hace responsable de ellas” (Sidicaro, 2001, p. 80). Como explica De Diego, “el editorial es el que, enunciativamente, manifiesta el punto de vista institucional del periódico y, además del contenido ideológico específico, promueve un modo de razonamiento y análisis de los problemas” (De Diego, 2014, p. 68).

Otro aspecto relevante de nuestro proyecto es el deslizamiento problemático, el desmarque realizado respecto del primer presupuesto metodológico planteado por Sidicaro. En nuestro caso, antes que pretender sistematizar y clasificar el pensamiento del diario en el mediano o largo plazo, nos interesa reconocer la dimensión ideológica contenida en los editoriales y el posicionamiento político que *La Capital* pone en juego en diversas coyunturas o momentos particulares del período estudiado, lo cual nos obliga a considerar las condiciones históricas de la producción discursiva, las características del campo periodístico en el que operan y los actores involucrados. Demarcación, por cierto, que no sólo explicita los propósitos

perseguidos sino que conlleva un primer ordenamiento del corpus, centrado en temáticas eminentemente políticas o que puedan reconocerse como tales.

## La prensa gráfica: posicionamiento y sentido

Mucho se ha escrito sobre la prensa gráfica: su definición como medio de comunicación y el análisis de sus particularidades ha sido una preocupación temprana para la investigación social, ante la innegable importancia que su aparición y desarrollo comporta para la organización y el funcionamiento de la sociedad. Nos encontramos, precisamente, frente a un *objeto complejo* que ha sido estudiado como insumo de la investigación histórica, como actor político que interactúa y participa en el seno de la sociedad, como institución privilegiada en la constitución y gestión de lo público mediatizado e, incluso, como una particular modalidad de organización socio-profesional.

Nuestra investigación parte del presupuesto de que son los medios quienes “imponen lo que construyen del espacio público” (Charaudeau, 2003, p. 15), en un complejo juego de articulaciones y reenvíos entre las distintas esferas que conforman lo social. Por supuesto, esto no implica que los medios reconozcan su participación en una puesta en escena: como afirma Eliseo Verón (2001), “cada enunciador (...) aplica el principio de la verdad y la regla de la sinceridad: pretende decirnos lo real” (p. 77-78). Sin profundizar aquí en esta cuestión, asumimos que el carácter central que ha sido tradicionalmente atribuido a la prensa en el concierto mediático, le adjudica también un lugar privilegiado en la construcción de la esfera y la opinión pública moderna y, por ende, de una ciudadanía letrada. Gastón Cingolani sintetiza esta acción de los diarios en la gestión de *lo público* sosteniendo que “en las sociedades mediatizadas lo público *se construye en la mediatización*” (Cingolani, 2013, p. 92; las cursivas son del autor). Los diarios, entonces, se configuran como la materialidad significativa de esa realidad colectiva producida mediáticamente, la cual es elaborada en base a la disposición de la propia materialidad y de los recorridos de lectura propuestos; éstos remiten, a su vez, a una modalidad reticular, que permite hablar de un conjunto de representaciones que colaboran en esa elaboración.

En este trabajo seguimos la propuesta de Héctor Borrat (1989), en su afirmación de que la prensa puede ser entendida como un *actor político* que interactúa y participa de las problemáticas que se dan en el seno de la sociedad, siendo capaz de afectar el funcionamiento de otros actores en mérito de sus propios intereses, y encontrándose a su vez influenciado por éstos. Para Borrat, la especificidad del periódico es que su principal actuación pública

se realiza en escenarios contruidos por él mismo como estructuras de su propio temario, y donde “para construir y comunicar su actualidad política, busca y recibe informaciones suministradas por las fuentes, distribuye tareas entre sus redactores y colaboradores, articula en sus *escenarios* -portada, secciones- (...) un discurso *polifónico* (de redactores y colaboradores, de voces anónimas y voces anunciadas) cubierto en parte considerable por los discursos políticos” (Borrat, 1989, p. 71-72; las cursivas son del autor). La discursividad política, en ese sentido, aparece como un núcleo temático de relevancia en los diarios, más allá de que en la prensa actual se inserte en un discurso, si se quiere, más diversificado que el de los papeles de noticias o newspapers del siglo XVII (Verón, 2013).

El objetivo que nos guía en nuestro trabajo implica reconocer la importancia del diario *La Capital* en el marco de su contexto de época, que va más allá de una noción meramente instrumental acerca de la eficacia comunicativa de este formato y, por el contrario, lo vincula con la conformación misma del espacio social en el que se despliega. Es claro que esta labor analítica requiere, a su vez, de un recorte y una estrategia para su abordaje; es por ello que, siguiendo la propuesta de DeDiego (2014), coincidimos en que es posible postular una autonomía relativa entre el campo periodístico, productor de la información (capital específico del que busca apropiarse el periódico), y el campo político, aunque no una total independencia: el diario puede intervenir en el campo político en calidad de agente dotado de un poder simbólico validado socialmente, mientras que elementos simbólicos del campo político pueden marcar al periodístico y convertirse en un insumo de capital específico.

## **El mundo, la nación y la provincia vistos desde Rosario**

El periódico *La Capital* de Rosario fue fundado por Ovidio Lagos en noviembre de 1867 con un doble motivo: promover la candidatura del General Urquiza en las elecciones presidenciales de 1868 y fogonear la declaración de Rosario como Capital Federal de la nación, motivación esta última que influyera en el nombre dado al matutino.

La aparición de este nuevo medio de prensa se enmarca así en el sistema mediático propio de mediados y fines del siglo XIX, caracterizado por el surgimiento de medios gráficos dominados por la faccionalidad política. Así, a los enfrentamientos entre los intereses políticos y económicos de distintos grupos de poder, propios del período, le correspondió una prensa sectorial en la cual emergieron “una serie de identidades políticas que se estructuraban y

desestructuraban a través de sus páginas” (Mauro, 2006, p. 149), y para la que la puja política aparecía como la principal motivación de su aparición y persistencia.

Como se menciona en el inicio de este apartado, *La Capital* comparte estos orígenes facciosos. Ligada a las pujas políticas vinculadas a la figura de Urquiza, este diario “comenzó siendo una mera hoja faccionaria cuyos encontronazos con los distintos gobiernos provinciales en más de una ocasión derivaron en su clausura temporal y en la prisión de su director y redactor, Ovidio Lagos” (Pagni y Cesaretti, 2008, p. 5), aunque ya para el declinar del siglo –y en coincidencia con la muerte de su fundador- el diario irá asumiendo un perfil más bien comercial y empresarial, preanunciando lo que sería una nueva característica del entramado mediático de las primeras décadas del 1900.

Es en esta instancia cuando *La Capital* abraza un discurso que asume como inclusivo de los distintos sectores sociales que conformaban su lectorado, adoptando la defensa de valores propios del orden burgués de la época y de los principios del liberalismo (Mauro, 2006), tomando a la vez una cierta distancia de las luchas partidarias intestinas y proponiéndose como “vocero y educador de las clases dirigentes del entonces amplio hinterland de la rosarinidad” (Pagni y Cesaretti, 2008, p.6), cuya influencia se desplegaba hasta el este de la provincia de Córdoba y el norte de la provincia de Buenos Aires.

Sin embargo, de esta matriz fundacional donde *La Capital* surge como parte de un proyecto político partidario local y regional se deriva una constante que acompañará la vida del periódico, y que se vincula con la defensa de los intereses de Rosario en los distintos momentos políticos que atravesará la región. Así, más allá de las claudicaciones propias de conveniencias coyunturales, en los discursos del diario se plasma el intento de ser fiel a ese mandato. Los editoriales relevados, para el caso, dan cuenta de la búsqueda por analizar sucesos relevantes a escala mundial y, sobre todo, en la Nación y en la provincia pero con una lente enfocada en los intereses de Rosario y su región de influencia, permitiéndonos abordar entonces un objeto que supera la visión *porteñocéntrica* de la que adolece gran parte de las historias nacionales.

Con relación a este último punto y la cuestión de la espacialidad, referimos que el estudio de la historia se desarrolló en nuestro país como resultado de operaciones políticas que buscaban consolidar la nación a fines del siglo XIX. La hegemonía porteña en ese proceso es una de las razones por las que nuestra historia nacional se centró en la ciudad y la provincia de Buenos Aires con algunas referencias menores al “interior” del país. Los resultados

de este tipo de estudios, por ende, ineludiblemente resultan parciales, ya que en ellos la diversidad de los espacios regionales queda desdibujada.

Sin embargo, consideramos aquí que la historia local tampoco debiera convertirse exclusivamente en un aporte parcial a la reconstrucción de una historia nacional. Asumimos que nuestra investigación debe plantearse como un componente integrado e integrante de la historia general en la que se desenvuelve, brindando sí un aporte para el reconocimiento de esas “plurales historias” puestas en “interacción dialéctica con las demás” (Martínez Vara, 1983, p. 17). Precisamente, este trabajo pretende aportar a la problematización de una historia regional siempre en tensión con el contexto social en el que se despliega; espacio regional cuya delimitación, justamente, es el que se configura junto con la definición de nuestro objeto de estudio.

De este modo, “lo local y lo regional, en tanto categorías socialmente espacializadas tienen importancia comprensiva, paradójicamente a partir de la conciencia de su artificialidad” (Fernández, 2007, p. 39). Lo que aquí denominamos como *nuestra región*, por lo tanto, es considerado a su vez como una hipótesis a demostrar y como un instrumento analítico (Mata de López, 2003), y se define en el marco de la investigación que da origen a este trabajo, y coincide con el área de distribución y cobertura informativa del diario *La Capital*. Volviendo entonces a las características fundacionales de este diario, el primero de los rasgos con el que asociamos el surgimiento de *La Capital* –el de ser portavoz de un determinado proyecto político- reaparece con gran fuerza y claridad en el año 1908, cuando se organiza en Rosario una agrupación política liderada por Lisandro de la Torre. El nombre elegido para ésta, *Liga del Sur*, era una síntesis de su programa: reunir detrás de su bandera al conjunto de intereses de la región sur de la provincia, cuyo epicentro estaba en la ciudad de Rosario, la más rica y poblada. La agrupación recoge entonces las demandas de una región excluida de las tramas del poder, dado que en Santa Fe el juego oligárquico presentaba –además de una dimensión social- una clara dimensión geográfica: la región meridional de la provincia quedaba marginada del poder político.

*La Capital* no solamente apoyará incondicionalmente el surgimiento de la nueva agrupación sino que sus propietarios, los descendientes del creador Ovidio Lagos, formarán parte del grupo fundador del partido donde desempeñarán importantes cargos directivos, ocupando además puestos legislativos en el nivel provincial y nacional. En 1912, cuando la Liga del Sur decide competir en las elecciones provinciales en el marco abierto por la sanción de la ley electoral conocida como *Ley Sáenz Peña*, el diario apoyará entusiastamente al partido de De la Torre. En esa coyuntura, el matutino manifestará su coincidencia con los seguidores

del político santafesino, haciendo suyas las grandes líneas propuestas por el presidente reformador: el respeto a la soberanía popular garantizando elecciones limpias, y la formación de partidos orgánicos, programáticos y de principios.

En las tres décadas siguientes el periódico rosarino conservará su lealtad hacia la agrupación política liderada por De la Torre, que a partir de noviembre de 1914 tomará el nombre de *Partido Demócrata Progresista*. Esa lealtad estará acompañada con una manifiesta hostilidad hacia el partido que logrará capitalizar electoralmente, tanto a nivel nacional como provincial, las nuevas reglas de juego impuestas por la ley Sáenz Peña: el radicalismo.

Este recorrido por la vida política de esa época, que podemos asumir como parte de las *condiciones de producción* (Verón, 1998) del discurso de los editoriales del diario en el período que nos ocupa, nos permite materializar las preocupaciones que esbozamos en el inicio de este trabajo. En efecto, ya se despliegan aquí algunos ejes vertebradores que nos guiarán en el abordaje de nuestro objeto de estudio: la definición de un espacio regional que resulta de la conformación misma del corpus, así como la búsqueda de las continuidades y rupturas de los posicionamientos políticos del diario en un contexto convulsionado y cambiante.

## La periodización y las primeras decisiones metodológicas

Se ha mencionado ya que la periodización de nuestro objeto comienza en 1931 y culmina en 1949. De este modo, nuestra investigación cubre las décadas de 1930 y 1940 que marcan el pasaje de una Argentina agroexportadora, con una economía basada en el libre comercio y asistiendo a los primeros indicios de crisis del sistema representativo de gobierno liberal, hacia un país moderno centrado en la producción industrial orientada al mercado interno y con un peso cada vez más creciente de las corporaciones en el sistema político. El período de observación delimitado se cierra en 1949, momento en el que el proyecto peronista se había consolidado e invita a pensar, por encima de su preponderancia a nivel nacional, cuáles fueron las particularidades regionales de su concreción y qué lectura de aquellos cambios realizó el diario *La Capital*.

Para recuperar los diversos aspectos antes mencionados se plantearon dos ejes temáticos para sistematizar la cobertura editorial del periódico: los posicionamientos en relación a los partidos y las elecciones y el grado de apoyo que otorgó al liberalismo económico asociado

a políticas de libre mercado, opuestas al intervencionismo económico implementado por el gobierno nacional como respuesta a la crisis del año 1929.

Para poder completar estas primeras inquietudes, se decidió llevar a cabo un primer recorte en la construcción del corpus que consistió en relevar de manera exhaustiva los editoriales de cada uno de los años electorales -tanto para elecciones provinciales como nacionales- comenzando por las elecciones ejecutivas y legislativas del año 1931. Esto implicó el relevamiento de los años 1931, 1937, 1940 y 1946. El análisis de las diferentes coyunturas electorales del período posterior a 1930 nos permite visualizar los postulados del diario en un escenario tan cambiante y diferente al de su matriz original de aparición.

Como ya se ha mencionado, el propósito de la investigación que da origen a este artículo es analizar las tensiones político-ideológicas ligadas a los contextos electorales en la provincia de Santa Fe, que subyacen en la circulación del discurso editorial del diario y que son susceptibles de ser vinculados a la trama histórica de la que participa y ayuda a configurar. La búsqueda y la integración disciplinar que proponemos aquí, articulando el registro historiográfico con miradas propias del campo de las ciencias de la comunicación, nos permiten realizar un abordaje de nuestro objeto de estudio sin perder de vista las condiciones de producción discursiva orientadas a reconstruir los posicionamientos del diario en un proceso histórico particular.

Estas tensiones político-ideológicas pueden ser pensadas desde diversas perspectivas tanto temporales como espaciales. Los años '30 fueron un período de enormes transformaciones. En el terreno económico, la crisis mundial obligó a replantear el tradicional modelo agroexportador dando lugar a un acelerado proceso industrializador. Esos cambios económicos fueron acompañados por una creciente intervención estatal, materializada en una serie de instrumentos reguladores que dejaron muy atrás los principios del liberalismo económico.

A nivel ideológico fue el momento de conformación de dos polos antagónicos. Esos polos, que no siempre tuvieron los mismos actores ni los mismos ejes temáticos, y a los que podríamos denominar *democrático liberal progresista* y *nacionalista católico*, fueron un correlato local de aquéllos que se estaban delineando en el plano internacional a raíz de los conflictos despertados por la república española, el surgimiento del fascismo y la revolución rusa. Siguiendo esta línea -un tanto esquemática-, podemos decir que ambos espectros ideológicos se configuraron en torno a los posicionamientos asumidos sobre una serie de temas: el papel de la Iglesia en el terreno político y como orientadora de la vida política

y social en su conjunto, el valor y los alcances de la democracia, las posibles respuestas frente a la *cuestión social*, el papel del Estado y del mercado como ordenadores de la vida económica, los distintos significados y alcances del nacionalismo, la diferente valoración de los partidos políticos o de mecanismos corporativos como articuladores en la relación entre sociedad civil y estado, y también las diversas valoraciones de los grandes procesos que se estaban dando en el mundo y que, en gran medida, alimentaban la polaridad antes mencionada.

Por su parte, en el plano político el golpe de Estado de septiembre de 1930 abrió una etapa de incertidumbres y replanteos: una crisis hegemónica que no encontró una respuesta adecuada en los intentos corporativistas del general José Uriburu (presidente de facto entre 1930 y 1932), ni en las maniobras fraudulentas practicadas durante el gobierno de Agustín Justo (1932-1938); tampoco en los ensayos transformistas de Roberto Ortiz (1938-1940), ni mucho menos en la postura conservadora de Ramón Castillo (1940-1943). Situación que generó condiciones propicias para el intervencionismo social ensayado exitosamente por Juan Domingo Perón desde la Secretaría de Trabajo y Previsión, como parte del gobierno militar que derrocó a Castillo en junio de 1943<sup>3</sup>.

En el plano provincial, este recorte temporal aparece marcado por la llegada a la gobernación de Santa Fe (1932) de Luciano Molinas, representante del Partido Demócrata Progresista. Dicha experiencia política nos ofrecerá un fértil campo de investigación y reflexiones acerca de la posición estratégica asumida por el diario *La Capital*, el sistema local de medios y el panorama político durante la primera mitad de la década del '30, signado por un programa de gobierno que buscó desmarcarse de las prácticas fraudulentas y de la fuerte presencia de las corporaciones, rasgos característicos del período a nivel nacional.

En la década siguiente, el periódico verá con ciertas expectativas el golpe de 1943 -encabezado por una fracción militar en la que se destacaba Juan Domingo Perón-, dado que encontraba en los contenidos de la proclama revolucionaria ciertas coincidencias con sus expectativas sobre la vida política en el país, augurando que en la nueva etapa que se iniciaba se efectuaría la reorganización de las instituciones democráticas corrompidas por años de gobiernos fraudulentos previos. No obstante, el paso del tiempo ubicará a *La Capital*

---

3. Esas modificaciones también llegaron al ámbito educativo, donde el nacionalismo impregnó los contenidos curriculares y fue particularmente visible en la universidad: espacio en el cual se irá consolidando el sector vinculado al nacionalismo católico, enemigo del ideario de la Reforma Universitaria de 1918.

en la oposición a un gobierno que imponía políticas tales como la intervención de la CGT y de las universidades nacionales, las restricciones a la libertad de prensa y la obligatoriedad de la enseñanza religiosa en las escuelas. Ya frente a la coyuntura electoral del año 1946, los herederos de Ovidio Lagos consideraron que el propósito de su fundador estaba en peligro y alertarán de ello a sus lectores en distintos editoriales: si *La Capital* había nacido con el propósito de promover los ideales de un ciudadano amante de la ley, de la justicia, del orden, del progreso y de la libertad, evitando los conflictos y las luchas facciosas, la coyuntura de mediados de los '40 se presentaba como un claro peligro de que la Argentina cayera nuevamente en una tiranía.

## A modo de cierre

Hemos dejado planteadas las opciones teórico-metodológicas que asumimos para abordar el análisis de nuestro objeto de estudio, que se propone como un aporte a la historia de los medios de Rosario y su región desde una perspectiva interdisciplinaria. Si bien se han publicado algunos trabajos sobre la cuestión (a modo de ejemplo, Bonaudo, 2009 y Megías, 1997), todavía existen importantes vacancias en el área temática. Estudiar el posicionamiento de *La Capital* en distintas coyunturas electorales de las décadas de 1930 y 1940, objetivo que aparece ligado al reconocimiento de diferentes operaciones de producción de sentido, constituye así la posibilidad de delimitar el universo de temas trabajados por el medio y pensar el lugar en el que se ubica en tanto enunciador que participa y configura el entramado político-ideológico del período.

En tal sentido, proponemos que el análisis de los discursos de sus notas editoriales nos permitirán reconocer las condiciones productivas que les dan origen, y asumir los acontecimientos históricos por ellos narrados como un entramado discursivo que no es meramente referencial, esto es, externo o contingente al medio, sino que adquieren una densidad y una materialidad propias en su despliegue en las páginas del medio.

Para ello retomamos la propuesta analítica de la historia local, entendiendo la importancia de analizar las discursividades mediáticas en un espacio regionalmente delimitado (Serna y Pons, 2000), aunque sin perder de vista sus vinculaciones con un ámbito más general en el que éstas se desenvuelven, y preocupándonos por dar cuenta –desde una mirada comunicacional– de las relaciones entre el sistema de medios en el que se inserta el diario que nos ocupa y las características de la esfera pública del período. Pensar el posicionamiento político-ideológico de *La Capital* durante 1931-1949, en este sentido, no se

agota en la posibilidad de delimitar el universo de los temas abordados por los editoriales del medio, sin dudas relevante para reconstruir la agenda de interés en un período de intensos cambios, sino que nos permite reconstruir su lugar de enunciador en el concierto mediático de la época, así como reconocer los actores que se asumieron como sus interlocutores, consensuando o polemizando con la propuesta del diario.

El esfuerzo por delimitar el abordaje teórico-metodológico empleado, en este sentido, obedece también a dar cuenta de su complejidad y a plasmar lapropuestainterdisciplinaria que opera en función de un objetivo de investigación preciso. Los resultados a obtener, auguramos, podrán dar cuenta de estas exigencias que surgen de la investigación misma, y que esperamos contribuyan a iluminar algunos de los múltiples y simultáneos rasgos de un actor de relevancia para la realidad local ■

## Referencias bibliográficas

- Arnoux, E. (2009). *Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo*. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- Borrat, H. (1989). El periódico, actor del sistema político. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 12, 67-80.
- Bonaudo, M. (directora) (2009). *Imaginario y prácticas de un orden burgués. Rosario (1850-1930)*. Rosario: Prohistoria.
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Da Orden, M. L. & Melón Pirro, J. (comps.) (2007). *Prensa y Peronismo. Discursos, prácticas, empresas, 1943-1958*. Rosario: Prohistoria ediciones.
- Fernández, S. (2007). Los estudios de historia regional y local de la base territorial a la perspectiva teórico-metodológica. En S. Fernández (comp.). *Más allá del territorio. La historia regional y local como problema. Discusiones, balances y proyecciones* (pp. 31-46). Rosario: Prohistoria ediciones.
- Martínez Vara, T. (1983). *Santander de villa a ciudad. Un siglo de esplendor y crisis*. Santander: Santander Ayuntamiento.

- Martínez Valle, M. (1997). *Medios gráficos y técnicas periodísticas*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Mauro, D. (2006). De la prensa de círculo a los albores de la prensa comercial (1850-1910). En M. Bonaudo (comp.) *La organización política y productiva del territorio provincial (1853-1912)* (149-168). Rosario: Diario La Capital.
- Sidicaro, R. (1993). *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación, 1909-1989*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Sidicaro, R. (2001). Consideraciones a propósito de las ideas del diario *La Nación*. En C. Wainerman y R. Sautu (compiladoras). *La trastienda de la investigación* (pp. 75-92). Buenos Aires: Editorial de Belgrano.
- Steimberg, O. y Traversa, O. (1997). Por donde el ojo llega al diario: el estilo de primera página. En *Estilo de época y comunicación mediática* (pp. 75-90). Buenos Aires: Atuel.
- Verón, E. (1998). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

## Referencias electrónicas

- Cingolani, G. (2013). El acceso a lo público. Agendas, espacios-tiempos mediáticos y transformaciones de los dispositivos. En M. Fernández & M. López (eds.) *Lo público en el umbral: los espacios y los tiempos, los territorios y los medios* (90-114). La Plata: FPyCS-UNLP. Recuperado de <http://www.cim.unr.edu.ar/publicaciones/1/libros>
- De Diego, J. (2014). El periódico como objeto complejo. Reflexiones teórico-metodológicas. *Memorias de las XVIII Jornadas de Investigadores en Comunicación*. Recuperado de <http://redcomunicacion.org/el-periodico-como-objeto-complejo-reflexiones-teorico-metodologicas/>

- Mata De López, S. (2003). Historia local, historia regional e historia nacional. ¿Una historia posible? *Revista Digital Escuela de Historia*, 2 (1). Recuperado de <http://www.unsa.edu.ar/histocat/revista/revista0203.htm>
- Megías, A. (1997). La prensa y la formación de la opinión pública en Rosario a mediados del siglo XIX. Disponible en [http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/prensaxix\\_megias.pdf](http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/prensaxix_megias.pdf)
- Pagni, F. y Cesaretti, F. (2008). De hoja facciosa a empresa periodística moderna. La transformación finisecular del diario La Capital. Disponible en <http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/cesarettipagni1.pdf>

# Nuevas experiencias estéticas: el "Street Art Project" de Google

# Novas experiências estéticas: a "Street Art Project" do Google

## Soledad Larroucau

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) (UNR)  
[soledad.larroucau@gmail.com](mailto:soledad.larroucau@gmail.com)

## Stefanía Sahakian

Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM) (UNR)  
[tefisahakian@gmail.com](mailto:tefisahakian@gmail.com)

## Resumen

La ciudad que habitamos es un dispositivo comunicacional en donde el arte urbano resulta un lenguaje vital para la construcción de sentido. Los avances de las técnicas de comunicación, debido a la consolidación de Internet y las redes sociales, complejizan su circulación y su estudio.

Este trabajo busca detectar y analizar algunas mutaciones de la experiencia estética en el contexto actual de la mediatización. ¿Es posible hoy una experiencia aurática, contemplativa, frente a una obra de arte? Nos centraremos en el recorrido propuesto por Google en el Street Art Project para reflexionar sobre cómo las nuevas propuestas de consumo de arte que

emergen de la web, alteran nuestros regímenes de percepción. Retomaremos la pregunta de Walter Benjamin sobre la función del arte para pensar las modalidades de la obra hoy.

## Palabras clave

Arte - Internet - Ciudad - Percepción - Mediatización

## Resumo

*A cidade onde moramos é um dispositivo de comunicação, onde arte urbana é um linguagem vital para a construção do sentido. Os avanços nas técnicas de comunicação, devido à consolidação da Internet e redes sociais, fazem mais complexa sua circulação e estudo. Este artigo procura detectar e analisar algumas mutações de experiência estética no contexto atual da cobertura da mídia. É possível hoje uma experiência contemplativa aurática, na frente de uma obra de arte? Iremos nos concentrar na rota proposta do Google no Street Art Project para refletir sobre como as propostas do consumo das artes emergente a partir da web, alteram os nossos regimes de percepção. Voltaremos à pergunta de Walter Benjamin sobre a função da arte para pensar sobre as modalidades das peças hoje.*

## Palavras-chave

Arte - Cidade - Percepção - Mediatização - Internet

## La ciudad como espacio poético

En este trabajo nos proponemos investigar el caso del *Street Art Project* de Google, para aproximarnos a las nuevas experiencias estéticas que son posibles en la web, es decir, en la pantalla. Para esto, nos es útil hacer una analogía entre la web y la ciudad, preguntándonos: ¿Qué tipo de sujetos y vínculos permiten y crean las arquitecturas de la web?, ¿Cuáles son las nuevas formas de vinculación entre sujetos y entre sujetos y tecnología?, ¿Qué formas de arte surgen y qué nuevas experiencias estéticas se generan?, ¿Cuáles son las formas de representación del transitar por la web?

Walter Benjamin (2005) proponía a París como la capital del siglo XIX, entre otras cosas, por sus potencialidades como espacio, como escenario de grandes intelectuales, artistas, inventores y revolucionarios. París como la ciudad significativa de una época porque le permitía conocer de qué manera se generaban lazos sociales a través de, por ejemplo, la figura del flâneur.

La Modernidad es hija de las ciudades, de esos pequeños ovillos de gente que comenzaron a gestarse en tiempos de crisis de relatos y conocimientos, en tiempos de hombres huérfanos de un Dios al que habían dejado mudo y de largas calles vacías que invitaban a los ciudadanos a ocuparlas y levantarse contra los tronos o tutores antiguos.

Las ciudades, escenarios de aquel espectáculo moderno, se desplegaban como maravillosos espacios en donde lo utópico era posible para un Occidente que crecía desparramando nuevos discursos: la ciencia, el arte, los derechos. Todos separados ya de la medieval esfera religiosa y bautizados con la luz de la Razón, a través de la cual se institucionalizaban estos nuevos campos de producción y conocimiento.

Como un efecto de roce con sus calles, con sus medios, con sus técnicas, los habitantes de las ciudades se fueron moldeando de acuerdo a las nuevas posibilidades que este contexto les ofrecía.

Se han utilizado diferentes metáforas para explicar y comprender la web teóricamente. La metáfora, utilizada no como figura retórica sino como un *estatuto cognitivo* (Diviani, 2003), ha sido útil para la interpretación de ciertos objetos, fenómenos o prácticas de la cultura. Pensar a la web como una ciudad es analizarla desde un punto de vista distinto al de la *telaraña* o el *laberinto*, que propone a un individuo la posibilidad de quedar atrapado en sus estructuras y solo. Nos proponemos pensar la web desde la mirada del que pasea por sus pasajes, del que usa y admira o rechaza sus arquitecturas, de aquel que interactúa con sus

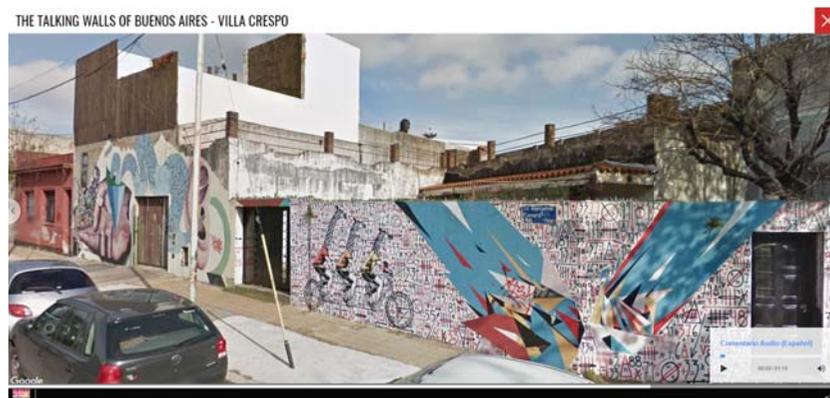
edificios, con otros habitantes y con los que la visitan. Y también, reconocer los límites y posibilidades del usuario dentro de aquella ciudad virtual.

## Capturar las pantallas

David Frisby afirma que “la cuestión de cómo representar la experiencia moderna de la metrópoli ocupó un lugar central en los debates que surgieron en el interior de los modernismos estéticos generados por la modernidad. (...) El ‘panorama’ de la ciudad difiere de la ‘instantánea’, de la misma manera en que la ‘narrativa’ difiere de la ‘imagen’” (Frisby, 2007, p. 17).

En este trabajo nos interesa esbozar nuevas maneras de representar esa experiencia urbana. Si la ciudad ha sido siempre el escenario en el que se manifiestan los síntomas y las representaciones de cada época, y en donde y con la cual se transforma la experiencia y la percepción humana, ¿qué tipo de representaciones podemos hacernos de la web si la pensamos como una ciudad?

Para realizar una breve etnología virtual a través del proyecto de arte callejero de Google, nos fue necesario pensar nuevas formas de recolectar el material que estudiamos y de registrar posibles interacciones en diferentes interfaces. En este sentido, resultó útil el recurso de la *captura de pantalla*. Hicimos capturas de la ciudad-web, no como totalidades, sino como fragmentos de la ciudad, como una captura espacio-temporal de la pantalla en la que se encuentra el registro del registro, la ciudad en la ciudad.



**Imagen 1:** Andares virtuales por una esquina de Buenos Aires

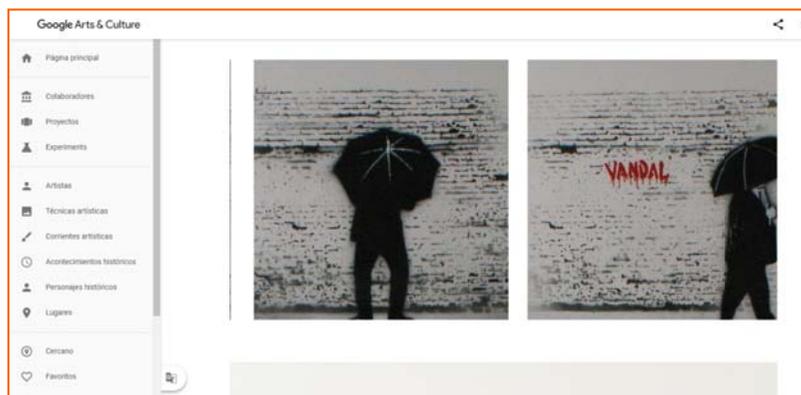
Con el objetivo de captar un “aquí-ahora” (aunque cuando hacemos investigación en pantallas, es muy difícil referir a un “aquí”, ya que el investigador se encuentra adentro y afuera a la vez) pero seleccionando una parte de ese espacio, generamos estos recortes e inmovilizamos un momento de la pantalla. Podríamos pensar que la captura de pantalla en el campo de la web es análoga a una “instantánea” de la ciudad.

Es muy interesante pensar las posibilidades de esta nueva técnica de representación. No sólo nos permite editar, seleccionar, intervenir y guardar las capturas, sino que además, podríamos inferir un objetivo casi nostálgico: el de intentar capturar lo efímero, lo que puede perderse, es decir, la experiencia.

¿Por qué éste afán? Para Walter Benjamin, “hacer las cosas más próximas a nosotros mismos, acercarnos más bien a las masas, es una inclinación actual tan apasionada como la de superar lo irreplicable en cualquier coyuntura por medio de su reproducción. Día a día cobra una vigencia más irrecusable la necesidad de adueñarse del objeto en la proximidad más cercana, en la imagen, o más bien en la copia” (Benjamin, 1982, p. 75).

¿Es posible considerar a la captura de pantalla como una nueva escritura? Consideramos que de alguna manera sí, porque nos permite hacer un montaje, como reconstrucción de una experiencia.

Pensamos a la ciudad como un espacio a la vez estético y poético. Estético desde el punto de vista de que es el escenario en el cual *experienciamos* arte, en el cual somos receptores de obras y performances. Y poético en el sentido de la producción artística que existe en una ciudad y también en tanto que, como “sujetos a la deriva” (Valdettaro, 2015, p. 1145), estamos interpretando y re-interpretando estas obras, produciendo sentido, remixándolas, etc.



**Imagen 2:** La ciudad, lugar de transformaciones y reapropiaciones

En *La invención de lo cotidiano*, Michel De Certeau explica que

hoy día, cualesquiera que hayan sido las transformaciones de este concepto, fuerza es reconocer que si, en el discurso, la ciudad sirve de señal totalizadora y casi mítica de las estrategias socioeconómicas y políticas, la vida urbana deja cada vez más de hacer reaparecer lo que el proyecto urbanístico excluía. El lenguaje del poder "se urbaniza", pero la ciudad está a merced de los movimientos contradictorios que se compensan y combinan fuera del poder panóptico (De Certeau, 1996, p. 107).

La ciudad es un espacio mediático por definición. Para entender su funcionamiento es indispensable efectuar el pasaje de un análisis de su organización como espacio físico real a uno en el que la problemática principal reside en su caracterización como espacio virtual de conocimiento. La ciudad es una experiencia colectiva definida por sus propios acontecimientos imaginarios.

## Street Art Project

El arte urbano es una de las expresiones artísticas de la ciudad con mayor crecimiento en los últimos años. Por su carácter abierto, público y accesible a prácticamente cualquier espectador; por lo reciente y novedoso de su posicionamiento dentro del arte contemporáneo y por su indiscutible vínculo con la cultura popular, el arte urbano constituye una manifestación artística tan atractiva como difícil de estudiar.

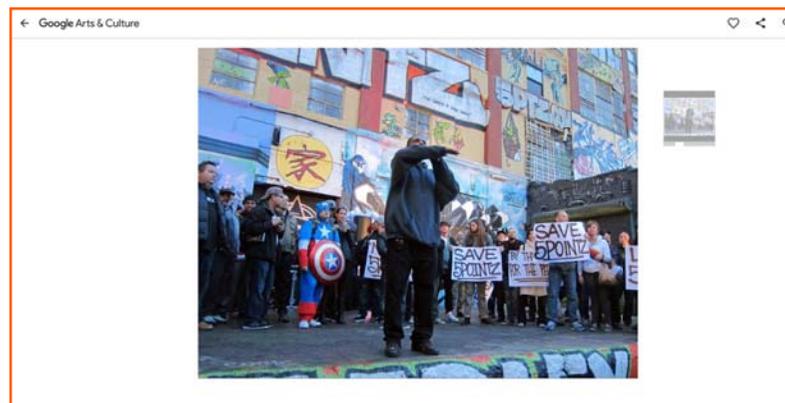
A pesar de ser considerado siempre como arte marginal, en el último tiempo algunos artistas urbanos se han integrado al mercado del arte, e incluso una de las grandes empresas de este siglo, Google, ha demostrado interés en registrar y difundir algunas de estas expresiones artísticas urbanas.

El *Street Art Project* es un proyecto creado en 2011 por el *Cultural Institute* de Google, dedicado a crear herramientas para permitir un mayor acceso al patrimonio cultural a través de Internet. Nos proponemos hacer aquí una aproximación descriptiva a este proyecto que nos posibilite conocer sus arquitecturas y analizar algunas condiciones de recepción y circulación del arte en esta propuesta.

El proyecto de Google conforma una base de datos de arte callejero con cerca de 260 exposiciones virtuales de 34 países. Más de 50 organizaciones se asociaron al proyecto,

beneficiando a los artistas con exposición a nivel mundial. Sin embargo, la catalogación, la cuantificación y la curaduría son contrarias al ethos artístico de las calles al que se adhirieron los artistas. Su fin, en sus propias palabras es “conseguir que los tesoros del mundo estén disponibles online”.

El arte urbano es *efímero* por naturaleza, se experimentaba en el mismo espacio donde el artista lo realizaba y puede verse hasta que las propias condiciones materiales de la obra lo permitieran, no tiene restauración o conservación. El nuevo proyecto de Google no sólo cataloga la obra de un artista, también la archiva y permite acceder a ella mucho después de que haya desaparecido de las ciudades. Así sucedió con *5Pointz*<sup>1</sup>, localizado en la avenida de Jackson y la calle de Davis en Long Island City. Durante más de una década, *5Pointz* fue el hogar de miles de artistas.



**Imagen 3:** Reapropiaciones de 5Pointz Aerosol Art Center, Inc.

Bajo la dirección curatorial de Jonathan “Meres” Cohen, las paredes de la fábrica de 18500 m<sup>2</sup> sirvieron como un museo de aerosol al aire libre. MCs, músicos y bailarines de break atraían a muchedumbres. Sin embargo, en 2013, bajo la dirección de los propietarios del edificio, las paredes de *5Pointz* fueron pintadas de blanco. Un año más tarde fue demolido para dar paso a un complejo de condominios. Aunque ya no podemos conocer esa parte de la ciudad, *Google Street Art Project* presenta un conjunto de imágenes representativas del amplio espectro de ilustraciones vibrantes que emergieron durante los últimos cinco años de los *5Pointz*.

1. <https://www.google.com/culturalinstitute/beta/exhibit/wRU6hVET>

## El espectador a la deriva

El sitio web del *Street Art Project* propone diferentes caminos o derivas para recorrer las obras de arte urbano. Desde visitas con audio y exposiciones online, hasta historias de artistas callejeros o la visualización de la “colección mundial” donde las obras son geolocalizadas en un mapa, el usuario tiene la posibilidad de crear su propia galería y comparar distintas exhibiciones y movimientos artísticos.

Dentro de cada exposición, las obras se puede visitar por color, época o popularidad. Además, se pueden hacer *recorridos virtuales* por algunos edificios europeos que fueron intervenidos con obras de arte urbano pero que luego fueron demolidos. La última oportunidad en las alternativas de navegación es ponerse en la piel de artista y conocer desde sus ojos cómo se crea un mural.

Inclusive una de las secciones de este proyecto permite seguir modificando el arte urbano. ¿Es posible que una obra existente en la ciudad física sea completada o modificada en la ciudad virtual? En la sección *GIF Art*<sup>2</sup>, Google presenta un nuevo concepto artístico, donde las obras son animadas y transformadas en GIFs. El formato GIF (Graphics Interchange Format) ha ganado popularidad en las redes sociales porque es de fácil edición y de poco peso. Permite animar imágenes estáticas o modificar videos para hacerlos circular rápidamente por la web. Consideramos que, comunicacionalmente, el GIF es un formato atractivo por su dinámica de imágenes y por las posibilidades de reproducción, y el equipo del *Street Art Project* ha logrado utilizarlo de manera creativa: la obra final será animada en las calles de la ciudad virtual. Así es como un gran oso que lleva una casa sobre su lomo, pintado sobre un muro, cobra vida como GIF Art y lo vemos caminar sobre la pared<sup>3</sup>. Lo interesante de estos gifs es que no modifican el concepto de la obra, sino que animan algunos detalles que refuerzan la idea original de la obra callejera.

Con Google, el arte callejero considerado antes *arte banal* o *arte menor* ahora ingresa al circuito comercial artístico y es registrado para ser preservado y legitimado por las mismas instituciones que lo habían negado. “La masa es una matriz de la que actualmente surge, como vuelto a nacer, todo comportamiento consabido frente a las obras artísticas. La cantidad se ha convertido en calidad: el crecimiento masivo del número de participantes ha modificado la índole de su participación”, afirmaba ya Benjamin (1982, p. 52).

---

2. <https://streetart.withgoogle.com/es/gif-art>

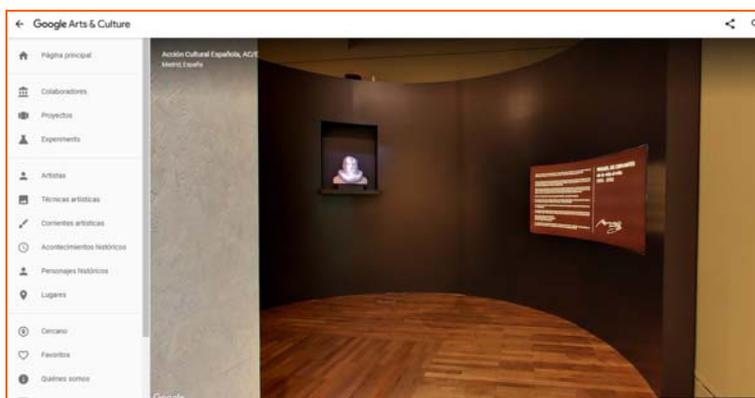
3. <https://streetart.withgoogle.com/es/gif-art/12-dias>

Uno de los aspectos más importantes de este proyecto es que los testimonios de la calle son capturados por colaboradores: instituciones, ongs, asociaciones y colectivos artísticos, que cargan las exposiciones llenando un formulario disponible en el sitio web.

## Google: el gran coleccionista

Antes mencionábamos a la captura de pantalla como método de investigación en lo virtual, pero también podríamos pensar a Google con sus modernas y surreales máquinas de capturar como el *gran capturador* de obras de arte callejeras y obras clásicas (y no solo de obras, porque también captura calles y ciudades enteras que despliega como panorámicas en *Google Street View*).

Desde el *Google Arts & Culture Institute*<sup>4</sup>, Google ofrece acceso a más de 1200 museos y archivos importantes que se asociaron con el instituto para mostrar las colecciones de arte en imágenes en alta resolución. Permite hacer recorridos virtuales por el Museo de Orsay, por las Pirámides de Egipto, por el Museo del Prado, por el Centro Histórico de Aviñón, entre otros. Algunos de ellos pueden hacerse en 360 grados, haciendo a experiencia estética mucho más inmersiva en la pantalla.



**Imagen 4:** Tour en realidad virtual de la exposición “Miguel de Cervantes: De la vida al mito (1616-2016)”. Madrid, España.

4. <https://www.google.com/culturalinstitute/beta/>

Para ofrecer estas imágenes, Google ha modificado los dispositivos técnicos que utiliza para capturar las calles para el *Google Street View* y los ha hecho adaptables a las galerías y obras de arte.

¿Se ha transformado Google en el gran coleccionista virtual del siglo XXI? Sin poseerlas materialmente, tiene muchas de las obras más preciadas y valoradas del mundo y, además, recupera y muestra las callejeras, que son obras que desaparecerán con el paso del tiempo de la calles de la ciudad y que solo podrán verse en el proyecto de Google.

La cuestión del paso del tiempo también es un tema para reflexionar en la web, ya que en proyectos como éstos conviven los autores vivos y los muertos y las obras que hoy son visibles, accesibles, pero que pueden desaparecer físicamente y que sin embargo seguirán existiendo en la web ■

## Referencias bibliográficas

Benjamin, W. (1982). *Discursos Interrumpidos I*. Madrid: Taurus.

Benjamin, W. (2005). *Libro de los Pasajes*. Madrid: Akal.

De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano. Artes de Hacer*. México: Universidad Iberoamericana.

Diviani, R. (2003). Internet entre el laberinto y la telaraña. Fragmentos sobre el imaginario tecnológico posmoderno. *La Trama de la Comunicación*, (8), 75-80.

Frisby D. (2007). *Paisajes urbanos de la modernidad. Exploraciones críticas*. Bs As: UNQ - Prometeo.

## Referencias electrónicas

Valdettaro, S. (2015). Mediatización: hacia una ecología performática de los restos y la deriva. *Palabra Clave*, 18(4), 1137-1163. Recuperado de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/viewFile/5799/pdf>

# **Del Museo Moderno al Museo Contemporáneo, transformaciones en el modo de comunicar**

**Estudio comparativo de las prácticas  
comunicacionales del Museo  
de Arte Contemporáneo de Bahía Blanca y  
Museo de Arte Contemporáneo de Rosario**

# **A partir do museu moderno para o Museu contemporâneo, transformações na maneira de se comunicar**

**Um estudo comparativo das  
práticas de comunicação do Museu  
de Arte Contemporânea de Bahía Blanca e o  
Museu de Arte Contemporânea de Rosario**

**Alejandra Panozzo Zenere**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)  
(UNR)

[panozzenere.alejandra@gmail.com](mailto:panozzenere.alejandra@gmail.com)

## Resumen

Actualmente, nuestra sociedad está sometida a cambios socioculturales que influyen en la transformación de todas las instituciones y los museos no son ajenos a ellos. A causa de ello conjeturamos que se establecen modificaciones en el modo de comunicar del museo. Para demostrar esta posición indagamos las prácticas comunicacionales que abordan a la entidad desde su rol de emisor de un discurso, para ello trabajamos con dos museos de arte contemporáneo de Argentina: Museo de Arte Contemporáneo de Bahía Blanca (MAC) y Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRo). Para ello, analizaremos los modos de comunicar la colección en los dispositivos comunicativos propios (exposiciones) y las apropiaciones de otros dispositivos (piezas editoriales y plataformas digitales). Este análisis relaciona distintos *enfoques críticos museológicos* y algunas posiciones analíticas de las *teorías comunicativas* para indagar de manera específica preceptos generales y contemporáneos sobre este tipo particular de institución cultural y su carácter comunicativo.

## Palabras clave

museo de arte contemporáneo, modo de comunicar

## Resumo

*Atualmente, nossa sociedade está sujeita a mudanças sócio-culturais que influenciam a transformação de todas as instituições e museus não são estranhos a eles. Por isso temos conjecturas que são definidas as alterações na forma de comunicar o museu. Para demonstrar esta posição investigamos as práticas de comunicação que o refer da entidade a partir de seu papel como o emissor de um discurso para este trabalhamos com dois museus de arte contemporânea Argentina: Museu de Arte Contemporânea de Bahía Blanca (MAC) e o Museu de Arte Contemporânea de Rosario (MACRo). Para fazer isso, vamos analisar as formas de comunicar e os próprios dispositivos (centro de exposições) e a dotação de outros dispositivos (peças editores e plataformas digitais). Esta análise incide diversas abordagens críticas na museologia e algumas posições analíticas de teorias comunicativas para pesquisar os princípios gerais de este tipo particular de instituição cultural e o seu carácter comunicativo.*

## Palavras-chave

*museus de arte contemporânea, forma de comunicar*

## Breve recuento de la investigación

Este recorrido es un breve recuento de mi tesis doctoral, en donde realizo un estudio comparativo de las prácticas comunicacionales de dos museos de arte contemporáneo de Argentina: el Museo de Arte Contemporáneo de Bahía Blanca (MAC) y el Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRo).

En primer lugar se indaga esta entidad desde *los enfoques críticos aplicados a la museología* (Duncan y Wallach, 1978, 1980; Duncan, 1995; Bennett, 1995, 1996, 2007; Bal, 1996; Clifford, 1999; Sherman y Rogoff, 2003) para construir diferentes modelos que permitan profundizar el rol del museo y las condiciones particulares que presenta una de sus tipologías, el museo de arte contemporáneo. Para ello, diferenciamos aspectos a partir de la categoría de *complejo expositivo* (Bennett, 1996) que ejemplifica distintas maneras de actuar y de ejercer el disciplinamiento en diferentes modelos museológicos y habilita distinguir cómo la entidad se hace sensible a los cambios del sistema capitalista y, por tanto, se convierte en una institución disciplinadora (Bennett, 1996). De esta manera, detectamos que el modo de comunicar se va transformando, ya que en el modelo museológico moderno cumple con una instrucción pedagógica, en el modelo museológico posmoderno se une al espectáculo, y en el modelo museológico contemporáneo se ofrece una experiencia de entretenimiento, sensorial e interactiva.

Los museos actualmente se están readecuando a un nuevo proceso de disciplinamiento del ciudadano en el siglo XXI. De hecho, las entidades museales, al igual que otras instituciones culturales, tienen que competir por el consumo del público para poder sostenerse y autogestionarse. Esta condición no es solo producto del debilitamiento del Estado, de las nuevas estrategias que adquieren los espacios de exhibición o de la manera en que se consumen las mercancías –masivas e individuales–, sino también para alcanzar una mayor cantidad de público. Por esta razón, los establecimientos museales sustituyen el discurso de acceso universal de la cultura por uno nuevo basado en la asimilación de la experiencia cultural en los procesos de consumo.

A partir de este anclaje, en un segundo momento, se trabaja el modo en que es puesto en circulación el acervo. Para ello, distinguimos al museo como un vehículo de comunicación y el carácter de configuración de medios que poseen las entidades museales para marcar

las distinciones que presentan el museo moderno<sup>1</sup>, el museo posmoderno<sup>2</sup> y el museo contemporáneo<sup>3</sup> (García Canclini, 2001, 2009; Hooper-Greenhill, 1998; Huyssen, 2006, 2007; Verón, 1991, 1992, 1993, 1997) que se desprenden de *teorías de la comunicación*. A su vez, algunos de estos análisis permiten desarrollar y reflexionar sobre aspectos que comprenden a la comunicación de los museos en sus distintos estadios.

De esta manera, analizamos tanto el plano emisor como el disciplinador que presenta este tipo de institución cultural dentro del sistema capitalista. A partir de allí, desplegamos tres apartados que confeccionan distintos aspectos para leer las transformaciones en las prácticas comunicacionales que exhiben y significan el acervo de esta institución cultural. Los dispositivos que hemos escogido tienen una técnica y una manera de establecer procesos correspondientes a sus singularidades, que logran un desplazamiento enunciativo del museo y ponen en circulación sus colecciones. En cuanto a la elección de los dispositivos de enunciación, nos basamos en seleccionar, por un lado, aquellos que son propios de la entidad como las exposiciones –disposición de los objetos en el espacio físico– y, por otro, las apropiaciones de otros dispositivos como la creación de piezas editoriales y la configuración de plataformas digitales, que habilitan distintas maneras de presentar las piezas museales en el formato papel y virtual. Este conjunto de prácticas comunicacionales admite un abordaje de la entidad museal desde su rol de constructor y emisor de un relato, que da a conocer y legitima aquello en lo que se quiere disciplinar al público.

---

1. Ejemplo de este modelo es el Museo del Louvre creado durante la Revolución Francesa con el principal objetivo de permitir el acceso público de las nacionalizadas creaciones artísticas de propiedad de la Corona, nobles emigrados y conventos suprimidos, con la función de educar a través de un arte orientado a valores morales y civilizatorios.

2. Un referente de este modelo fue el Centre Pompidou en 1977 (París). Una entidad que reúne las condiciones de un establecimiento público de carácter cultural con el objetivo de difundir la cultura contemporánea en una unión entre el arte y la vida. Este espacio museal aplica dos perspectivas: ser particular sin ser localista y transformarse en la “catedral de nuestro tiempo” (Guasch, 2008, p.10).

3. Esta estructura organizacional resulta del modelo museístico que instaura la Fundación Guggenheim, una cadena internacional con instituciones satélites “a modo de franquicias” que funcionan de modo semiautónomo. En efecto, lo interesante de destacar sobre esta dinámica es que a partir de este patrón todos los establecimientos museales cobran una política de marca que se puede sintetizar en un conjunto de estrategias culturales-económicas que pasan a formar parte del hacer de los museos de arte contemporáneo. A causa de ello, podemos leer el museo Guggenheim de Bilbao como el símbolo contemporáneo que permite alcanzar la experiencia museal más profunda al confluir el arte, el diseño, la arquitectura, los servicios, las actividades culturales, los eventos, entre otros aspectos.

La elección de estos objetos de estudio se debe a que ambas entidades tienen carácter público y son desprendimientos de museos de Bellas Artes. Nacen como anexos sobre fines del siglo XX y comienzos del siglo XXI, cuando los museos tradicionales comienzan a adquirir y exhibir producciones artísticas contemporáneas. Luego, a medida que los años transcurren, la relación de diferenciación que se establece al comienzo entre estos museos se modifica dando por resultado un solo museo y una sola colección, y una década más tarde, aún continúan compartiendo la misma estructura organizativa institucional.

La investigación da cuenta de esta relación a través de diez años (2004-2014), tomando como inicio el año 2004, ya que se trata de un momento clave para ambas instituciones culturales. El MAC -creado en 1995- en marzo de 2004 se traslada a su sede actual, que es construida específicamente para darle albergue en el mismo predio que ocupa el Museo de Bellas Artes de Bahía Blanca (MBA). El MACRo, por su parte, es inaugurado en octubre de 2004 en su sede actual, a partir de la refacción de una estructura edilicia a orillas del río Paraná y a cuerdas del Museo de Bellas Artes Juan B. Castagnino (MMBAJBC).

Esta unificación en que se ven inmersos el MAC y el MACRo sostiene políticas municipales que desde su origen establecen una estructura organizativa unificada -jerarquización, empleados, presupuestos, entre otros-. En concordancia con lo expresado, no podemos dejar de mencionar que los museos van tomando el carácter o la personalidad de quien los dirige. Aunque a nuestro entender esta relación de desencuentro y encuentro entre los museos de Bellas Artes y los contemporáneos se corresponde también con las lógicas museísticas que van adquiriendo este tipo de entidades en el siglo XXI.

En resumen, se trata de indagar la condición de agente legitimador de los museos de arte contemporáneo y su rol diferenciador dentro del entramado estético que presenta el sistema del arte argentino actual. Además de profundizar el modo de comunicar la colección que están utilizando este tipo de institución cultural, es decir manifiestan prácticas vinculadas a un modelo museal moderno o propuestas que responden a un modelo museal contemporáneo.

## **Resultados generales del análisis de las prácticas comunicacionales de museos de arte contemporáneos**

Después del entramado teórico se analizan las distintas prácticas comunicacionales: exposiciones, publicaciones y plataformas digitales que presentan el MAC y el MACRo

durante el período 2004-2014. En primer lugar, exploramos cinco exposiciones del MAC<sup>4</sup> y del MACRo<sup>5</sup> constituidas por piezas de la colección que ejemplifican, entre otros aspectos, diferentes estrategias comunicativas del acervo en el espacio físico, desde abordajes realizados por el propio personal de las entidades museales hasta construcciones generadas por agentes externos. Asimismo, constatamos qué recursos comunicativos utilizan, cómo se trabaja en el espacio expositivo y qué aspectos se destacan en el diseño expositivo de cada propuesta. A continuación analizamos cinco publicaciones realizadas por cada establecimiento museal que responden a las exposiciones escogidas, y por tanto dan cuenta de la colección y de los distintos formatos posibles de este tipo de dispositivo comunicacional. A partir de allí trabajamos el vínculo de los museos con las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), es decir el uso que cada sede museal realiza de las plataformas digitales. Específicamente, indagamos los portales institucionales, los blogs, los canales de YouTube y las redes sociales (Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram) para distinguir qué tipo de utilización establecen con este tipo de tecnología. De esta manera, intentamos construir una muestra representativa del modo de comunicar el acervo que permite identificar transformaciones formales, estéticas y comunicacionales de cada entidad, a lo largo del período 2004-2014.

Cabe destacar que a lo largo de la recolección del material se presentan diferentes realidades de acuerdo al funcionamiento de cada institución. El MAC, desde hace muy pocos años, trabaja en la reconstrucción de su patrimonio y por lo tanto posee poca información sobre algunos de los eventos indagados. Esta situación es muy distinta respecto de lo que sucede en el MACRo, que desde su origen presenta una clara política de archivo y de documentación sobre las actividades que se llevan adelante en su sede física. Estas condiciones desiguales nos obligaron a apelar a distintos materiales para el análisis de los dispositivos trabajados, como también a recurrir a entrevistas con los diferentes directores de cada museo, los encargados de áreas –Comunicación, Editorial y Diseño– de cada institución cultural y los curadores externos.

---

4. La exposiciones escogidas son: *Diálogo entre generaciones, Pintura/Primeros premios. Salones Anuales de Arte 1970 a 1989. Pinturas/Primeros Premios. Bienales 1990 a 2004, Tiempo de patrimonio, Campamento. Objetos e instalaciones del patrimonio de los Museos de Bellas Artes y Arte Contemporáneo de Bahía Blanca, Un montaje de posibles agenciamientos artísticos en torno al MAC durante los años noventa.*

5. La exposiciones escogidas son: *Obras de la colección de Arte Argentino Contemporáneo, La ingenuidad de los medios, MACRO INCORPORACIONES o De cómo lo contemporáneo deviene histórico, y viceversa, #espacio, Construcción de un museo.*

Posteriormente, realizamos una comparación de los diferentes análisis de los dispositivos –exposiciones, publicaciones y plataformas digitales– del MAC y del MACRo, para encontrar similitudes y diferencias en el modo de comunicar las colecciones. De este modo, pudimos reflexionar hasta qué punto y bajo qué circunstancias se establecen las diferentes prácticas comunicacionales de dichos museos.

En primer lugar, distinguimos que las exposiciones implican un determinado comportamiento civilizatorio, que en el museo contemporáneo produce una multiplicidad de relatos –museo posmoderno– para invitar al público a ser parte de una experiencia lúdica, sensorial o interactiva con el arte contemporáneo. Para cumplir con este fin, este tipo de institución cultural pone en práctica en los espacios físicos y virtuales distintas estrategias. De allí que percibimos que el MAC y el MACRo poseen una dinámica que adopta la variedad de exposiciones temporales con la colección y con otros acervos. Esta lógica invade a los museos de Bellas Artes –MBA y MMBAJBC– que dejan de ofrecer una sola muestra representativa del acervo por meses o años, tal como se practicaba con las piezas del acervo en el museo moderno. A su vez, las primeras gestiones –Andrés Duprat<sup>6</sup> en el MBA-MAC y Fernando Farina<sup>7</sup> en el MMBAJBC-MACRo– distinguen los espacios expositivos de los museos, exhibiendo producciones modernas o contemporáneas según cada sede museal. Estas diferencias, años más tarde, se suprimen al unificarse los museos; en las posteriores gestiones directivas –Cecilia Miconi (MBA-MAC)<sup>8</sup> y Marcela Römer<sup>9</sup> (MMBAJBC-MACRo)– se exponen todas las piezas de los acervos, sin diferir las salas expositivas de los museos modernos de los contemporáneos.

En referencia a la disposición de las piezas del acervo que evocan un relato diferenciador sobre las colecciones del MAC y del MACRo, en el período analizado (2004-2014), las entidades bahienses dejan al descubierto una falta de política de adquisición y no tienen una clara misión y objetivos con respecto a la exhibición de la colección. Por ello, percibimos que esta práctica comunicacional, en un primer momento (2004-2012), destaca una mayor presencia de las lógicas del MBA. Esto implica que la circulación de la colección distingue al objeto material –pinturas, esculturas, objetos, instalaciones, dibujos–, similar a los modos de exposición del modelo museístico moderno. En este modelo de selección se atiende a las características estéticas y contextuales de las obras de arte. Posteriormente, se privilegia a

---

6. Período de dirección 1995-2002.

7. Período de dirección 2004-2008.

8. Período de dirección 2002-2005 y 2007-actualidad.

9. Período de gestión 2010-2016.

un grupo de propuestas contemporáneas, pero la política curatorial aún continúa destacando sólo aspectos físicos y estéticos de las piezas. Aunque en el último año de nuestro análisis encontramos algunas propuestas<sup>10</sup> –no con obra de la colección– que comienzan a modificar el eje hacia el público y producciones artísticas como una propuesta procesual. Por su parte, el MACRo, en los primeros años, sostiene prácticas curatoriales institucionales que difunden un relato de lo contemporáneo, sostenido en las individualidades artísticas de los creadores plásticos que forman parte de la colección, perspectiva utilizada en las prácticas de exhibición del museo posmoderno. Esta lógica que ofrece el MACRo en los últimos años comienza a invadir al MMBAJBC, al intentar balancear entre el arte moderno y el arte contemporáneo. No obstante, las estrategias utilizadas generan que prevalezcan las producciones contemporáneas sobre las modernas. Las curadurías de agentes externos son las únicas que presentan tratamientos con rasgos contemporáneos al exponer las piezas de la colección en las sedes museales.

En referencia a la utilización de medios secundarios y de información que se perciben en las diferentes muestras plásticas trabajadas del MAC y del MACRo, éstos permiten identificar un diálogo con el público, para hacer más *amigable* el museo, condición central de los museos contemporáneos. En el MAC, los medios secundarios e informativos tienen una presencia continua y, principalmente, es acrecentada en los últimos años. La manera de utilizar estos recursos comunicativos habilita que el relato sea más comprensible y establezca instancias de diálogo con el público, más allá del tratamiento de cada exhibición artística. Por su parte, el MACRo privilegia un ordenamiento espacial que invita a disfrutar de las piezas en su interior sin obstáculos de mediación: el público *deambula* entre las piezas para construir un relato estético sin ningún tipo de dispositivo comunicativo. Este carácter representa un recorrido de experiencia contemplativa estableciéndose una supuesta voluntad del individuo, privilegiando un vínculo con aquellos inmersos en el arte contemporáneo.

En esta práctica comunicativa reconocemos que el modo de comunicar la colección responde a aspectos que la vinculan con un modelo museístico moderno, por ejemplo, en cuanto a la primacía de un relato construido en las particularidades de los objetos en el MAC o el tratamiento de los medios secundarios por parte del MACRo, por citar algunos ejemplos. Además, se observan rasgos –temporalidad, problemáticas, disposición– que manifiestan las prácticas instauradas durante el museo posmoderno. Ahora bien, en cuanto a las

---

10. Las Bienales Provinciales y Nacionales, a partir del 2014, cambian su formato para dar lugar a los procesos de creación y de montaje; al finalizar el tiempo de producción, un jurado evalúa y se adquiere por premio la pieza que se crea durante el evento.

características propiamente contemporáneas detectamos que solo están en las muestras plásticas producidas por curadores externos<sup>11</sup>, pero se tratan de casos particulares que no responden específicamente a la política curatorial de cada entidad museal.

En lo que refiere a las publicaciones del MAC y del MACRo, reconocemos que ofrecen una variedad de formatos, aunque con importantes contrastes en el tratamiento gráfico, estético y material. En ellas identificamos que el modo de comunicar las colecciones presenta diferencias, ya que un grupo de propuestas gráficas se encarga de divulgar eventos o actividades que cuentan con piezas de la colección y otro conjunto de dispositivos enunciativos profundizan particularidades de las piezas de la colección o de problemáticas que atienden al arte. No obstante, los productos editoriales del MACRo responden a un modo de comunicar la colección en sintonía con el modelo museístico contemporáneo, porque desde el contenido y el diseño comunican la experiencia museal y no solo al objeto en sí mismo, además de establecer instancias de interactividad con el público. Por el contrario, esta condición no se reconoce en las piezas gráficas del MAC, en el período analizado.

Por último, las plataformas digitales del MAC y del MACRo en la web son escogidas a partir de diferentes dispositivos enunciativos –portales institucionales, blogs y redes sociales– que responden a las estrategias comunicacionales que cada entidad museal selecciona para posicionarse *en línea*. En este sentido, distinguimos que el MAC apela a una estructura informal y divulgativa y el MACRo exhibe un perfil predeterminado e institucional. Las plataformas digitales del MAC y del MACRo presentan un tratamiento acotado y un uso reducido de las TIC respecto del modelo museístico contemporáneo. Consideramos que esta práctica comunicacional habilita un potencial de la visualización, experimentación y diálogo con el público que corre al museo del lugar de dueño absoluto del conocimiento, pero no advertimos estos aspectos en el tratamiento de las plataformas digitales escogidas. Es decir, no utilizan un modo de comunicar la colección con herramientas *en línea*, la visualización de la pieza –realidad aumentada, vistas, presentaciones tridimensionales–, la posibilidad de interactuar con el objeto –entornos 3D, montajes, recorridos, juegos–, espacios experimentación para construir libres y variadas relaciones entre las piezas de la colección o distintos niveles de interactividad para generar participación por parte del público. Por el contrario, se trata de extensiones virtuales que destacan y difunden las actividades o los

---

11. Hacemos referencia a la muestra *Un montaje de posibles agenciamientos artísticos en torno al MAC durante los años noventa* curada por Francisco Lemus en el MAC y las exposiciones #espacio, generada por María Eugenia Spinelli, y *Construcción de un museo*, producida por Federico Baeza, Claudia del Río, Leandro Tartaglia y Santiago Villanueva, en el MACRo.

eventos que acontecen en las sedes físicas, aplicando un tratamiento de registro (archivo) de la programación de la institución cultural, y también para informar cuestiones generales y de la colección –solo en el MACRO– al público.

Podemos señalar que el MACRO posee un mayor número de recursos y estrategias contemporáneas, por ejemplo en los objetos editoriales. Pero estas condiciones no se perciben en las plataformas digitales o en las exposiciones artísticas que lleva adelante la curaduría institucional. Estas circunstancias las detectamos en las exposiciones curadas por agentes externos o propuestas y eventos culturales llevados adelante en la ciudad, como *la Semana del Arte Rosario*. A su vez, no se presenta en toda la periodización (2004-2014) el mismo tratamiento para comunicar la colección. Es decir, el patrimonio contemporáneo prevalece sobre el acervo moderno, primero en MACRO y luego al invadir las instalaciones del Bellas Artes –revalorizando el rol protagónico–, lo que desdibuja a la sede contemporánea.

En resumen, la revisión de cada práctica comunicacional utilizada por el MAC y el MACRO en el período analizado (2004-2014), conlleva a que no podamos determinar un único modo de comunicar en los museos de arte contemporáneo argentinos, sino que percibimos estructuras mixtas que poseen rasgos de los modelos museísticos modernos, posmodernos y contemporáneos. Por ello, a pesar que en distintos momentos utilizamos la expresión *modo de comunicar* en singular, nos encontramos que las entidades museales están trabajando desde la pluralidad.

## Reflexiones finales

El MAC y el MACRO son arquetipos de una realidad particular en un contexto determinado que permiten identificar una tensión a lo largo de la investigación, que trata de dar cuenta de que no existen entidades museales puras que reflejen los modelos museísticos que se establecen desde la teoría. De hecho, el museo de arte contemporáneo aún están construcción, porque el propio arte que exhibe o la contemporaneidad se están pensando día a día, en la propia dinámica del presente. Los museos contemporáneos en la práctica están continuamente en jaque, al abrir más interrogantes que certezas sobre aquello que se espera de ellos y la realidad empírica que se encuentra al recorrerlos y analizarlos.

Esta investigación no establece un criterio que juzgue órdenes valorativos, sino propone ser conscientes de las implicancias del discurso de este tipo de institución que es instrumental al sistema. Por ello, las entidades museales deben ser indagadas como fenómenos globales,

porque se trata de instituciones culturales que responden a condiciones generales que permiten identificar su ser, aunque también deben ser atendidas desde las particularidades políticas, económicas, sociales y culturales que operan en las localidades en que son creadas y que determinan su estructura. Esta conjunción une lo general y lo específico, aspectos que consideramos esenciales para poder establecer la circulación de la colección en los museos contemporáneos argentinos.

Ahora bien, en cuanto a la manera heterogénea de comunicar la colección por parte de estas entidades, encontramos que no se destaca una política institucional unificada de criterios para todas las prácticas comunicacionales, y a su vez, varía cada una en particular según el momento del período 2004-2014. Los dispositivos de enunciación presentan diferencias no solo de sus formatos, sino también en las estrategias museales que delimitan las gestiones directivas sobre cada uno de ellos.

Esta condición identifica un modelo mixto de comunicar la colección –dispositivos, relato, elementos comunicativos–, que es educativo –no de instrucción pedagógica como en el museo moderno– y presenta acciones vinculadas al espectáculo –cualidad (no única) que delimita al museo posmoderno. Es decir, se perciben un conjunto de rasgos que se unen a la lógica de experiencia que adquiere en la contemporaneidad este modelo de institución cultural.

Las instancias de modificación que se percibe en los museos actuales habilitan pensar un proceso de transformación paulatina en el plano comunicativo que requiere un equilibrio entre la autoridad dominante a la que están acostumbrados y el nuevo rol consensuado con el público, que implica escuchar sus deseos, sus necesidades y sus inquietudes para pensarse de otra forma. Este quiebre comunicativo pone el acento en nuevos mecanismos complejos de circulación de sentido en el presente, que implica una nueva estructura comunicacional abierta al diálogo y al rol activo del público para poder responder a las lógicas que se espera de este tipo de institución cultural en la actualidad. Esta transformación no conlleva dejar de ser instrumento del sistema capitalista, sino reforzarlo ■

## Referencias bibliográficas

- Bal, M. (1996). Double Exposures. The subject of cultural analysis. En *Thinking about Exhibitions* (pp. 201–218). London: Routledge.
- Bennett, T. (1995). *The Birth of the Museum: History, Theory, Politics*. Nueva York: Routledge.

- Bennett, T. (1996). The exhibitionary complex. En *Thinking about Exhibitions* (pp. 69-92). London: Routledge.
- Bennett, T. (2007). Exhibition, difference, and the Logic of Culture. En *Museum Frictions* (pp. 46-69). Nueva York: Duke University Press.
- Crimp, D. (1985). Sobre las ruinas del museo. En *La Posmodernidad* (pp. 75-92). Barcelona: Editorial Kairos.
- Duncan, C. y Wallach, A. (1978). The Museum of Modern Art as Late Capitalist Ritual. *Marxist Perspectives* (1) 4, 28-51.
- Duncan, C. y Wallach, A. (1980). The Universal Survey Museum. *Art History*, (3), 447-469.
- Duncan, C. (1995). *Civilizing Rituals. Inside Public Art Museums*. Nueva York: Routledge.
- Guasch, A. M. (2008). Los museos y lo museal. El paso de la modernidad a la era de lo Global. *CALLE 14*, 2, 10-20.
- GarcíaCanclini, N. (1990). *Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona: Paidós Iberoamerica.
- GarcíaCanclini, N. (2009). *La sociedad sin relato. Antropología y estética de la inminencia*. Buenos Aires: Katz.
- Hooper-Greenhill, E. (1998). *Los museos y sus visitantes*. Gijón: Trea.
- Huyssen, A. (2007). Escapar de la amnesia: los museos como medios de masas se basa en ensayos de la publicación. En A. Huyssen(comp.), *En busca del futuro perdido Cultura y memoria en tiempo de globalización* (pp. 41-73). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Huyssen, A. (2006). *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Sherman D. and Rogoff I. (2003). *Cultura de Museo*. London: Routledge.
- Verón, E. (1992). Le plus vieux média du monde. *MSCOPE*, 3, 32-37.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Buenos Aires: GEDISA.

Verón, E. y Levasseur, M. (1991). L'espace, le corps et le sens. Ethnographie de l'exposition. En *Bibliothèque Publique d'Information de Centre Georges Pompidou*.

## Referencias electrónicas

Verón, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediación. *Revista Diálogos de la Comunicación*, 48, s.p. Recuperado de [https://comycult.files.wordpress.com/2014/04/veron\\_esquema\\_para\\_el\\_analisis\\_de\\_la\\_mediatizacion.pdf](https://comycult.files.wordpress.com/2014/04/veron_esquema_para_el_analisis_de_la_mediatizacion.pdf).

ISBN 978-987-702-232-2



9 789877 022322

cm



**UNR** Universidad  
Nacional de Rosario